



Horyzonty Polityki
2022, Vol. 13, N° 43

TERESA ŁUCZKA

<http://orcid.org/0000-0002-1149-4988>
Politechnika Poznańska
teresa.luczka@put.poznan.pl

EWA GANO

<http://orcid.org/0000-0003-3132-9338>
Politechnika Poznańska
ewa.gano@doctorate.put.poznan.pl
DOI: 10.35765/HP.2300

Zmiany postaw przedsiębiorczych młodzieży w zależności od miejsca zamieszkania w latach 2017–2021

Streszczenie

CEL NAUKOWY: Celem artykułu jest charakterystyka postaw przedsiębiorczych młodych ludzi analizowana pod względem miejsca zamieszkania oraz wskazanie zmian, jakie nastąpiły w latach 2017–2021. Postawy te zbadano z punktu widzenia samooceny oraz barier i czynników motywujących młodych ludzi do podejmowania własnej działalności gospodarczej.

PROBLEM I METODY BADAWCZE: W artykule wykorzystano wyniki badań własnych przeprowadzonych wśród młodych ludzi w wieku od 18. do 25. roku życia w 2017 oraz 2021 roku, przeprowadzonych za pomocą ankiet, przyjmując kryterium miejsca zamieszkania. Wyniki badań przedstawione zostały w formie wykresów oraz tabeli, wykorzystując narzędzia statystyczne do charakterystyki badanych czynników.

PROCES WYWODU: W pierwszej części artykułu dokonano przeglądu literatury przedmiotu poświęconej postawom przedsiębiorczym oraz wykorzystano dane statystyczne publikowane przez Główny Urząd Statystyczny – Aktywność ekonomiczna ludności Polski, IV kwartał 2020 r., opublikowanych w kwietniu 2021 r. W części empirycznej artykułu zaprezentowano wyniki badań własnych, charakteryzujących wpływ wybranych aspektów na kształtowanie postaw przedsiębiorczych, takich jak: cechy charakterologiczne badanych, ich intencje przedsiębiorcze, a także wskazano bariery i czynniki motywujące rozwój przedsiębiorczości.

Sugerowane cytowanie: Łuczka, T. i Gano, E. (2022). Zmiany postaw przedsiębiorczych młodzieży w zależności od miejsca zamieszkania w latach 2017–2021. *Horyzonty Polityki*, 13(43), 175–198. DOI: 10.35765/HP.2300.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że postawy przedsiębiorcze młodych ludzi są zróżnicowane ze względu na kryterium miejsca zamieszkania. Stwierdzono, że nastąpiły określone zmiany w postawach przedsiębiorczych młodzieży w wieku 18–25 lat w latach 2017 i 2021.

WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE: Przyjmując kryterium miejsca zamieszkania wskazano istotne różnice w postawach młodych respondentów, co prowadzi do wniosku, że kierunki wsparcia przedsiębiorczości powinny być zróżnicowane ze względu na tę cechę.

SŁOWA KLUCZOWE:

przedsiębiorczość, postawy przedsiębiorcze, młodzi ludzie, miejsce zamieszkania

Abstract

CHANGES IN ENTREPRENEURIAL ATTITUDES OF
YOUNG PEOPLE DEPENDING ON THE PLACE OF
RESIDENCE IN 2017–2021

RESEARCH OBJECTIVE: The aim of the article is to describe the entrepreneurial attitudes of young people analyzed in terms of the place of residence and to show the changes that took place in 2017–2021. These attitudes were examined from the point of view of self-esteem as well as barriers and factors motivating young people to start their own business.

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The article uses the results of own research conducted among young people aged 18 to 25 in 2017 and 2021, conducted with the use of questionnaires, adopting the criterion of place of residence. The results of the research are presented in the form of graphs and tables, using statistical tools to characterize the studied factors.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: The first part of the article reviews the literature on the subject on entrepreneurial attitudes and uses statistical data published by the Central Statistical Office - Economic activity of the Polish population, Q4 2020 published in April 2021. The empirical part of the article describes the results of own research covering many aspects influencing the shaping of entrepreneurial attitudes, such as: the characteristics of the respondents, the definition of entrepreneurial intentions, and an indication of barriers and factors motivating the development of entrepreneurship.

RESEARCH RESULTS: The results of the conducted research show that the entrepreneurial attitudes of young people are diversified in terms of the criterion

of the place of residence. Changes were also found in the entrepreneurial attitudes of young people aged 18–25 in 2017 and 2021.

CONCLUSIONS, INNOVATIONS, AND RECOMMENDATIONS:
By adopting the criterion of the place of residence, significant differences in the attitudes of young respondents were indicated, which leads to the conclusion that the directions of entrepreneurship support should be differentiated due to this feature.

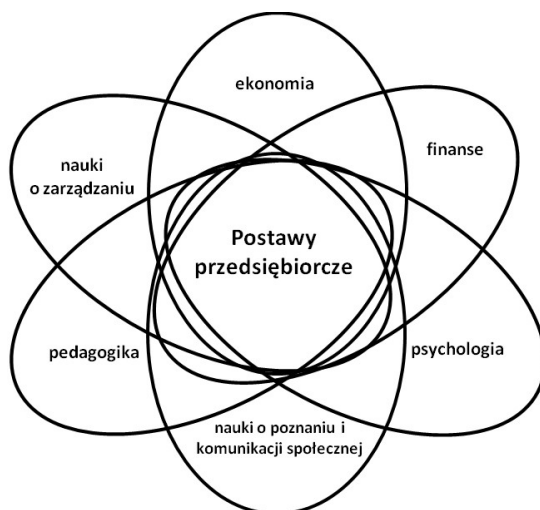
KEYWORDS:

entrepreneurship, entrepreneurial attitudes, young people,
place of residence

WPROWADZENIE

Przedsiębiorczość jest wynikiem splotu różnorodnych czynników, uwarunkowań wewnętrznych i zewnętrznych, wzajemnie się przenikających, które mogą zarówno pobudzać, jak i ograniczać lub hamować rozwój przedsiębiorczości. Problematyka zachowań przedsiębiorczych wymaga podejścia interdyscyplinarnego (ryc. 1).

Ryc. 1. Interdyscyplinarne podejście do postaw przedsiębiorczych

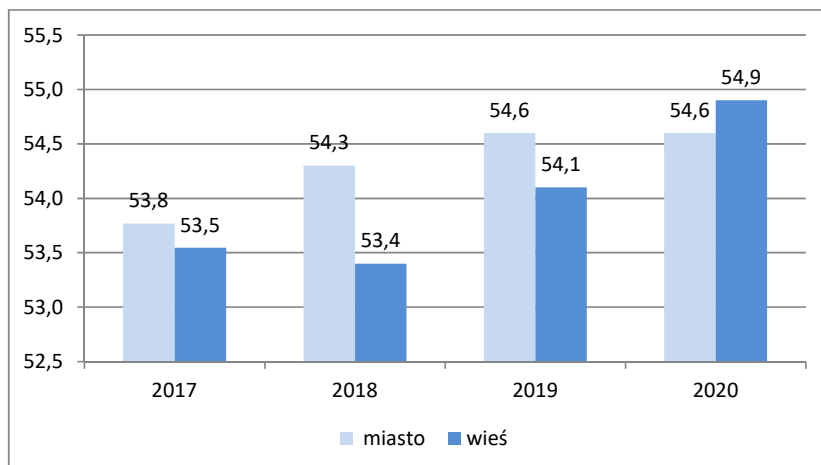


Źródło: Gano, Łuczka, 2018, s. 145.

Andrzej Piotr Wiatrak określił przedsiębiorczość jako cechy osobowe, takie jak między innymi: zdolności intelektualne, wysoka motywacja osiągnięć oraz zdolność abstrakcyjnego myślenia. Podkreślał, że intencje przedsiębiorcze wyrażają się w twórczym i aktywnym dążeniu do ulepszania istniejących stanów rzeczy, dążeniu do poprawy warunków życia i pracy (Wiatrak, 2003). Z kolei Edmund R. Thompson definiował intencje przedsiębiorcze jako odbieranie przez samego siebie przekonania o zamiarze stworzenia przedsięwzięcia gospodarczego i planowanie tego procesu w przyszłości (Thompson, 2009). Przedsiębiorczość określa się również jako proces łączenia i wykorzystania zasobów w celu tworzenia wartości materialnych i niematerialnych (Canestrino i in., 2020; Ćwiklicki, 2017; Vlasov i in., 2018). Elastyczne przystosowanie się do zmieniających warunków oraz umiejętność wykorzystywania pojawiających się szans to cechy, które według Petera Druckera posiada osoba przedsiębiorcza (Drucker, 1992). Wskazuje się też ważną rolę kapitału społecznego w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych (Fritsch, Story, 2014), co w konsekwencji wywiera znaczący wpływ na rozwój gospodarki, na kształtowanie tych postaw w społeczeństwie. Stąd tak ważne jest regularne badanie czynników wpływających na te postawy. Istotne dla procesu kształtowania postaw przedsiębiorczych są cechy osobowościowe, zdolności, jak i otoczenie, w którym funkcjonuje człowiek, standardy społeczne i kulturowe oraz wychowanie.

W literaturze przedmiotu podkreśla się, że kultura regionalna oraz uwarunkowania społeczno-ekonomiczne danego regionu mogą mieć wpływ na postawy przedsiębiorcze (Kibler, Kautonen and Fink, 2014). Stąd jedną z ważniejszych cech uwzględnianych w statystykach rynku pracy jest kryterium miejsca zamieszkania. Źródła statystyczne wskazują zróżnicowanie pozycji zawodowej osób mieszkających w miastach i na wsi. Różnica między wskaźnikiem zatrudnienia osób zamieszkujących miasta i wsie w ostatnich kilku latach utrzymywała się na poziomie 0,3–0,9 punktów procentowych. W tym okresie odnotowano wzrost wskaźnika zatrudnienia dla mieszkańców miast o 1,7, natomiast dla mieszkańców wsi o 2,3 pp. Można zaobserwować, że wskaźnik zatrudnienia osób zamieszkujących wieś nieznacznie wzrósł w roku 2020 w stosunku do 2019 – 0,8 pp., natomiast mieszkańców miast pozostał na tym samym poziomie (wykres 1).

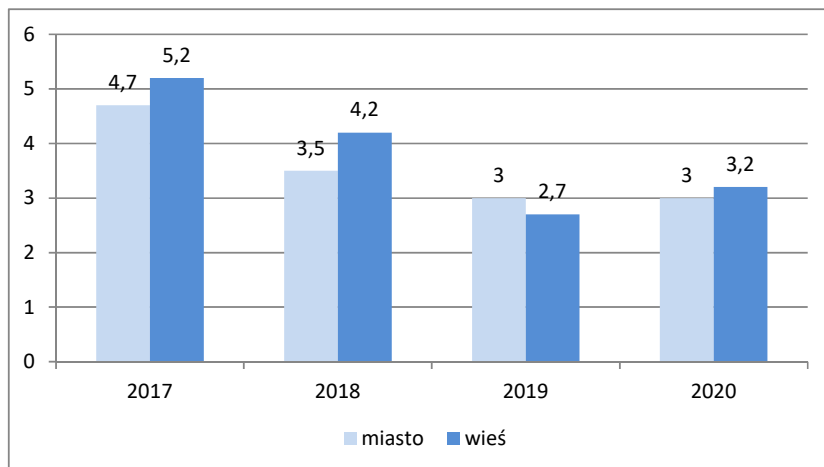
Wykres 1. Wskaźnik zatrudnienia w Polsce według kryterium miejsca zamieszkania (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie Aktywność ekonomiczna ludności Polski, IV kwartał 2020 r.

Analizując statystyki GUS widać różnice pomiędzy aktywnością zawodową osób mieszkających w miastach i osób mieszkających na wsi. Można stwierdzić, że zmniejszyła się różnica pomiędzy stopą bezrobocia osób mieszkających na wsi w stosunku do osób mieszkających w mieście i wynosi ona obecnie 0,2 pp. Warto również zwrócić uwagę na fakt, że stopa bezrobocia w Polsce w ostatnich latach zmniejszyła się o połowę i wynosi obecnie 3% dla mieszkańców miast oraz 3,2% dla mieszkańców wsi (wykres 2).

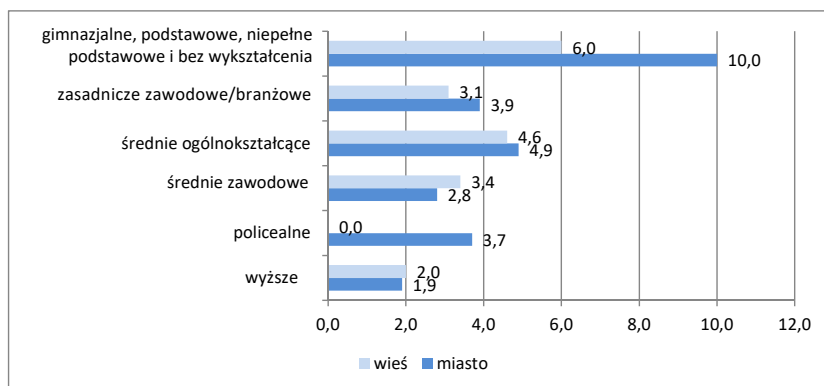
Wykres 2. Stopa bezrobocia w Polsce według kryterium miejsca zamieszkania (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie Aktywność ekonomiczna ludności Polski, IV kwartał 2020 r.

Analiza danych statystycznych wskazuje, że zdecydowana większość aktywnych zawodowo Polaków to osoby posiadające wykształcenie wyższe. Stopa bezrobocia rozpatrywana według kryterium wykształcenia osób po studiach mieszkających zarówno na wsi, jak i w mieście, jest najniższa, a zatem w miarę wzrostu wykształcenia wzrasta aktywność zawodowa. Najwyższa stopa bezrobocia występuje wśród mieszkańców miast posiadających wykształcenie gimnazjalne, podstawowe i niepełne podstawowe, a różnica pomiędzy stopą bezrobocia w stosunku do osób mieszkających na wsi z tym samym wykształceniem wynosi 4 pp. (wykres 3).

Wykres 3. Stopa bezrobocia w Polsce według kryterium wykształcenia (w %)



Źródło: opracowanie własne na podstawie Aktywność ekonomiczna ludności Polski, IV kwartał 2020 r.

ZALEŻNOŚĆ POSTAW PRZEDSIĘBIORCZYCH MŁODZIEŻY OD MIEJSCA ZAMIESZKANIA W ŚWIETLE BADAŃ WŁASNYCH

Metodologia badawcza

Badania zostały przeprowadzone z zastosowaniem anonimowej ankiety. Starano się ustalić postawy przedsiębiorcze poprzez określenie wybranych cech wewnętrznych i dokonania samooceny przez młodych ludzi: uczniów szkół średnich i studentów w badanym obszarze. Zbadano: 1) ich plany co do możliwości utworzenia własnej firmy, 2) postrzegane ograniczenia rozwoju przedsiębiorczości oraz 3) determinanty zachowań przedsiębiorczych. Ankiety przeprowadzono w kwietniu 2021 roku w grupie 550 osób na terenie województwa wielkopolskiego. Próba badawcza obejmowała osoby w wieku 18–25 lat. Dobór próby miał charakter losowy. Kobiety stanowiły 64,1%, natomiast mężczyźni 35,8% respondentów. Badanie przeprowadzono przyjmując kryterium miejsca zamieszkania respondentów według następującego podziału: wieś (46,9% badanych), miasto do 4,9 tys. mieszkańców (8,2% badanych), miasto od 5 do 49 tys. mieszkańców (16% badanych), miasto powyżej 50 tys.

mieszkańców (28,9% badanych). Wyniki zestawiono z badaniami ankietowymi przeprowadzonymi w styczniu 2017 roku w grupie 985 osób w tym samym regionie na próbie badawczej obejmującej osoby w tym samym wieku.

Introspekcja cech przedsiębiorczych

Występowanie zachowań przedsiębiorczych uzależnione jest od tego, jak dana jednostka postrzega i ocenia własne chęci oraz wykonalność swoich zamierzeń (Kurczewska, 2010). W podjętych badaniach starano się ustalić postawy przedsiębiorcze młodych ludzi poprzez określenie odpowiednich cech i dokonanie samooceny w badanym obszarze. Wyniki badań własnych wskazały, że respondenci – jako potencjalni przedsiębiorcy – doskonale uświadamiają sobie posiadane zalety i wady (97,5% w 2017 r. i 98,2% w 2021 r.) i w związku z tym można stwierdzić, że znają swoje mocne i słabe strony. Badani również wykazali, iż potrafią uczyć się na błędach (87,4% w 2017 r. i 87,3% w 2021r.) (por. tabela 1). Na uwagę zasługuje także fakt, że dwie trzecie (66,5% w 2017 r. i 60,7% w 2021 r.) badanych jest pewnych siebie i wie czego chce, a do tego ma łatwość dostrzegania sprzyjających okoliczności i wykorzystania nadarzających się okazji (68,7% w 2017 r. i 70% w 2021 r.). Zatem co trzecia osoba deklaruje podstawową cechę przedsiębiorcy wskazywaną w wielu definicjach. Co więcej, ponad połowa badanych zawsze dąży do sukcesu (60,2% w 2017 r. i 53,9% w 2021 r.). Wysoki odsetek respondentów wskazuje, że w pełni wykorzystuje swoje możliwości (58,5% w 2017 r. i 49,3% w 2021 r.), niemniej jednak badania pokazały, że w okresie ostatnich lat cechę tę wykazało mniej badanych aż o 9,2 pp. Wzrosła również liczba osób, które niezbyt dobrze radzą sobie w sytuacjach niepewnych (9,8% w 2017 r. i 12,9% w 2021 r.). Na wyniki te w określonym zakresie miały wpływ społeczne i gospodarcze skutki pandemii, lockdownu i nauki online.

Zmiany postaw przedsiębiorczych młodzieży

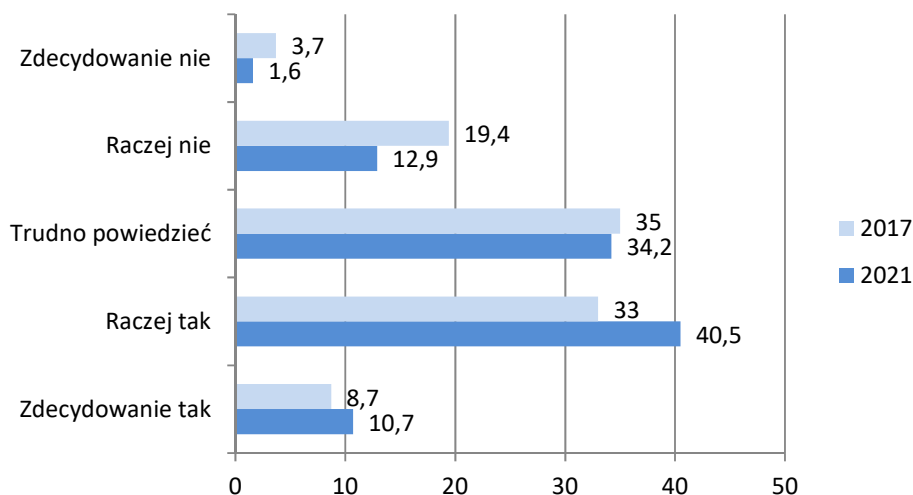
Tabela 1. Samoocena badanych w latach 2021 i 2017 (w %)

	Zdecydowanie tak		Raczej tak		Trudno powiedzieć		Raczej nie		Zdecydowanie nie	
	2017	2021	2017	2021	2017	2021	2017	2021	2017	2021
W jakim stopniu zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami?										
Mam zarówno wady, jak i zalety	78,7	88,7	18,8	9,5	1,84	1,3	0,09	0,2	0,37	0,4
Niezależnie od tego, czy coś mi wychodzi czy nie – mam prawo do szczęścia i szacunku innych	73,8	75,3	20,9	18,9	3,4	5,1	1,1	0,4	0,55	0,4
Każda porażka to tylko lekcja, jak działać w przyszłości	45,1	47,8	42,3	39,5	10,2	9,3	1,2	2,4	0,74	1,1
Nie mam problemu w odróżnieniu sukcesu od porażki	43	42	41,3	39,3	11,1	13,8	2,95	4	1,29	0,9
Wiem, czego chcę	24,4	22,5	42,1	38,2	23,8	24,5	5,8	10,4	3,31	4,4
Łatwo dostrzegam sprzyjające okoliczności, umiem skorzystać z nadarzającej się okazji	18,5	21,8	50,2	48,2	24,9	23,5	4,8	5,5	0,92	1,1
Zawsze dążę do sukcesu – jest najważniejszy	16,3	20,4	43,9	33,5	26,3	31,8	10,8	12	2,39	2,4
Wykorzystuję w pełni moje możliwości	11,3	11,5	47,2	37,8	21,4	30,4	16,7	14,4	3,13	6
Radzę sobie z sytuacjami niepewnymi	9,1	12	49,5	43,8	31,2	31,3	7,9	9,3	1,93	3,6

Źródło: badania własne.

Istotne z punktu widzenia procesu kształtowania postaw przedsiębiorczych są: 1) cechy osobowościowe, 2) zdolności, 3) otoczenie, w którym funkcjonuje człowiek, 4) standardy społeczne i kulturowe oraz 5) wychowanie. Z punktu widzenia prowadzonych rozważań istotne jest poczucie bycia osobą przedsiębiorczą. Wyniki badań własnych wskazały, że w 2021 roku wzrosło prawie o 10 pp. poczucie bycia taką osobą (wykres 4).

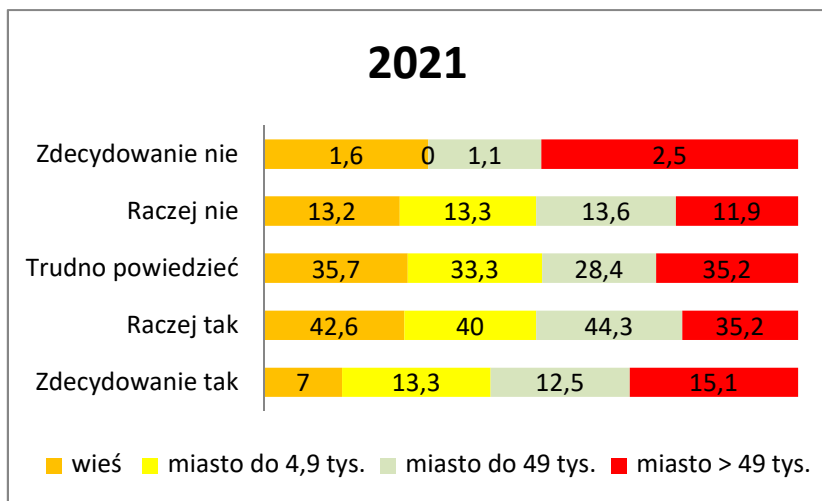
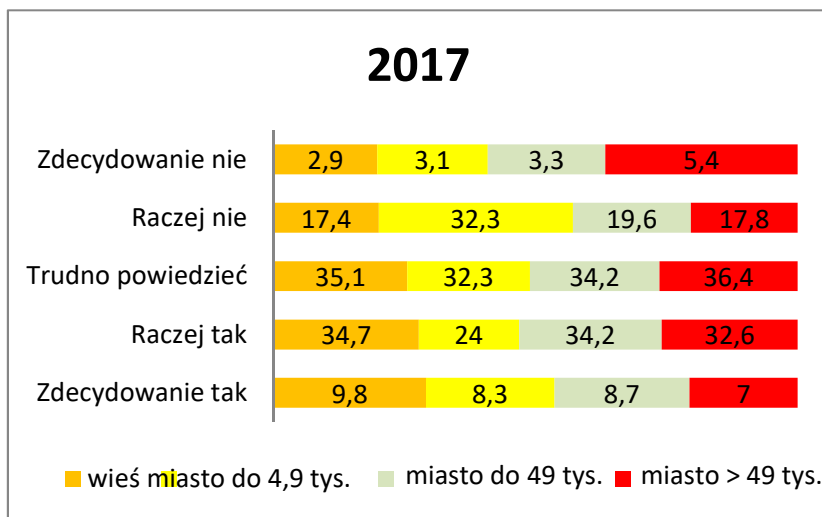
Wykres 4. Poczucie bycia osobą przedsiębiorczą w opinii badanych (w %)



Źródło: badania własne.

Z punktu widzenia prowadzonych rozważań interesujące są również wyniki badań postrzegania siebie jako przedsiębiorcy, prowadzone ze względu na kryterium miejsca zamieszkania. Zgodnie z uzyskanymi wynikami postrzeganie to jest istotnie zróżnicowane i również uległo zmianie w porównaniu do wyników badań przeprowadzanych w 2017 roku (wykres 5). Analiza tych wyników z 2017 oraz 2021 roku wskazuje, że poczucie bycia osobą przedsiębiorczą najbardziej wzrosło wśród mieszkańców małych miast do 4,9 tys. ludności – o 21 pp. – i wynosi 53,3%. Najbardziej przedsiębiorczy czują się obecnie mieszkańcy miast do 49 tys. ludności (56,8%) i w tej grupie zanotowano znaczny wzrost w porównaniu z rokiem 2017 – aż 13,9 pp. Poczucie bycia przedsiębiorczym wzrosło o 10,7 pp. u respondentów z dużych miast (powyżej 49 tys. mieszkańców) i obecnie ponad połowa z nich uważa się za osoby przedsiębiorcze. 49,6% mieszkańców wsi uważa się za osoby przedsiębiorcze, co stanowi najmniejszy procent w podziale według miejsca zamieszkania, jednocześnie odnosząc te wyniki do rezultatów badań z roku 2017 należy stwierdzić, że poczucie bycia osobą przedsiębiorczą wśród mieszkańców wsi w ciągu ostatnich lat wzrosło najmniej – tylko o 5,1 pp.

Wykres 5. Poczucie bycia osobą przedsiębiorczą według kryterium miejsca zamieszkania (w %)

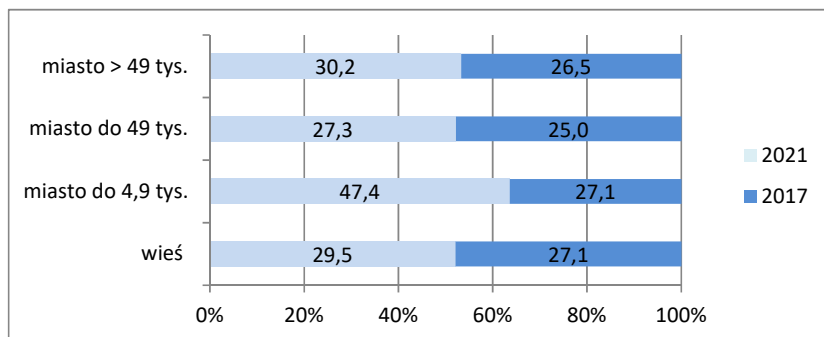


Źródło: badania własne.

GOTOWOŚĆ DO URUCHAMIANIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Jednym z ważniejszych czynników wpływających na przedsiębiorczość jest edukacja, która kształtuje potencjalnych przedsiębiorców i ma wpływ na postrzeganie ich przez społeczeństwo, a także na efekty działalności gospodarczej. Posiadanie odpowiedniej wiedzy potrzebnej do uruchomienia i prowadzenia własnej firmy jest istotnym czynnikiem w rozwoju przedsiębiorczości młodych ludzi. Wyniki badań własnych wykazały, że kompetencje w tym zakresie są nadal słabo oceniane przez badanych, aczkolwiek wzrosły w porównaniu do roku 2017 (wykres 6).

Wykres 6. Poziom wiedzy i umiejętności w zakresie prowadzenia firmy według kryterium miejsca zamieszkania (w %)

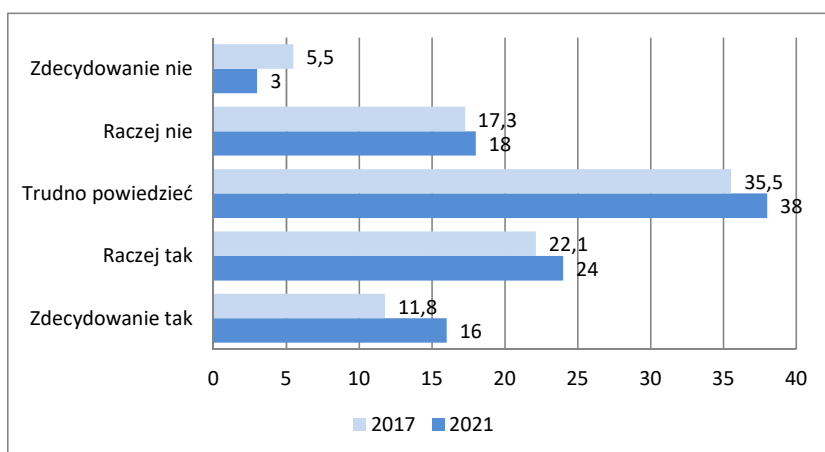


Źródło: badania własne.

Najlepiej swoją wiedzę i umiejętności w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej oceniają mieszkańcy małych miast do 4,9 tys. ludności: 47,4% z nich uważa że zdecydowanie i raczej zdecydowanie posiada kompetencje w tym zakresie; warto dodać, że ta grupa badanych odnotowała największy wzrost w porównaniu z badaniami sprzed pięciu lat – aż 20,3 pp. Co trzeci badany mieszkaniec miasta powyżej 49 tys. ludności dobrze ocenia swoje umiejętności w omawianym zakresie, podobnie mieszkańcy wsi, natomiast najslabiej kompetencje w tym zakresie wykazują mieszkańcy miast do 49 tys. ludności – nadal prawie co trzeci badany nie potrafi sprecyzować poziomu swoich umiejętności i wiedzy w tym obszarze.

Kluczową kwestią z punktu widzenia prowadzonych badań jest potencjalna gotowość do utworzenia własnego przedsiębiorstwa. W literaturze przedmiotu wskazuje się, że wraz ze wzrostem poczucia własnej skuteczności przedsiębiorczej zwiększają się intencje przedsiębiorcze (Rachwał, Wach, 2016). Analiza uzyskanych danych pozwala określić intencje przedsiębiorcze młodzieży. Zgodnie z wynikami badań w 2021 roku 16% respondentów zdecydowanie planuje założenie własnej firmy, co daje wynik o 4,2 pp. wyższy niż w 2017 roku. Jednocześnie można zauważyć, że spadła liczba osób zdecydowanie nieplanujących otwierania własnego biznesu o 2,5 pp. Zatem można stwierdzić że intencje przedsiębiorcze młodych ludzi wzrosły w badanych latach (wykres 7).

Wykres 7. Gotowość do uruchamiania działalności gospodarczej (w %)

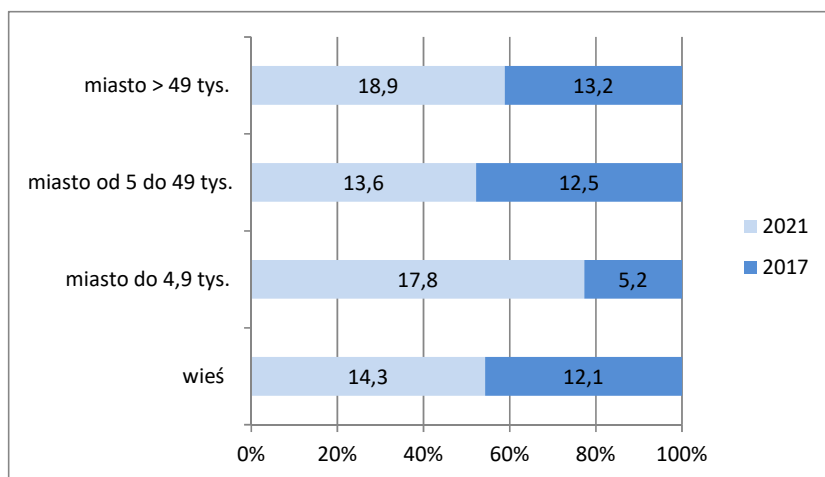


Źródło: badania własne.

Uzyskane wyniki warto odnieść do badań prowadzonych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości oraz Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach (Global Entrepreneurship Monitor Polska 2020, Tarnawa i in., 2020), zgodnie z którymi zaledwie 6% Polaków planuje zostać przedsiębiorcami. Odnosząc ten wskaźnik do osiąganego przez badanych respondentów należy stwierdzić, że młodzi Wielkopolanie w wieku 18–25 lat wykazują się o wiele wyższymi intencjami przedsiębiorczymi (16%) w porównaniu z takim odsetkiem w Polsce (6%).

Badając zagadnienie gotowości utworzenia firmy z punktu widzenia miejsca zamieszkania należy stwierdzić, że w badanym okresie zdecydowanie wzrosły intencje przedsiębiorcze mieszkańców miast do 4,9 tys. ludności – obecnie 17,8% badanych zdecydowanie deklaruje chęć uruchomienia własnej działalności gospodarczej, co oznacza wzrost o 12,6 pp. od uzyskanego pięć lat wcześniej wyniku (wykres 8).

Wykres 8. Gotowość do uruchamiania działalności gospodarczej według kryterium miejsca zamieszkania (w %)



Źródło: badania własne.

BARIERY URUCHAMIANIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Podejmowanie działań przedsiębiorczych, w tym zakładanie własnego przedsiębiorstwa, niejednokrotnie hamowane jest przez szereg barier i utrudnień. Zgodnie z wynikami badań własnych największą barierą towarzyszącą respondentom w uruchamianiu własnego biznesu są środki finansowe i to zarówno te potrzebne na uruchomienie działalności, jak i koszty prowadzenia firmy, takie jak ZUS i podatki (tabela 2). Porównując wyniki badań z 2017 i 2021 roku można zaobserwować znaczny wzrost znaczenia barier dla młodych

ludzi – niedostatek finansowania stanowił przeszkodę dla 45,2% ankietowanych w roku 2017, natomiast w 2021 taką odpowiedź wskazało 60,1% badanych.

Samoswiadomość braku wiedzy w obszarze zarządzania firmą stanowiła kolejną barierę przed podejmowaniem działalności gospodarczej dla co trzeciego badanego i w tym przypadku odnotowano również znaczny wzrost jej znaczenia dla respondentów.

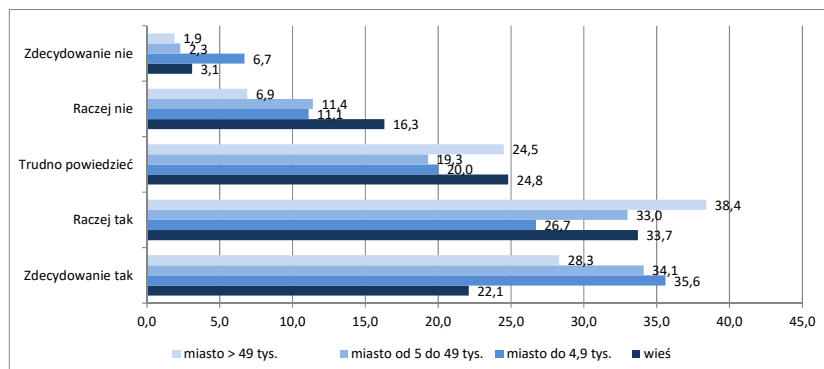
Tabela 2. Bariery działalności gospodarczej w opinii ankietowanych (w %)

Wyszczególnienie	2017	2021
Brak środków finansowych na rozpoczęcie i prowadzenie własnej działalności gospodarczej	45,2	60,1
Wysokie koszty prowadzenia firmy (ZUS, podatki itp.)	46,2	55,8
Wysokie ceny najmu powierzchni użytkowej lokali	33,6	49,8
Rozbudowana biurokracja	29,2	31,8
Brak wiedzy na temat zarządzania firmą	16,5	30,7
Nieznajomość prawa w obszarze działalności gospodarczej	18,9	29,4
Brak pomysłu na biznes	16,9	26,9
Brak możliwości korzystania z usług doradczych, uczestniczenia w szkoleniach specjalistycznych	8,6	17,6
Trudność ze zdobyciem informacji na temat uzyskiwania wsparcia finansowego	9,8	16,3

Źródło: badania własne.

W badanym okresie znacząco, a więc o 10 pp, wzrósł też odsetek młodzieży, dla której istotną barierą jest brak pomysłu na własny biznes – z 16,9% (2017 r.) do 26,9% (2021 r.). Badając tę barierę według kryterium miejsca zamieszkania można stwierdzić, że najbardziej kreatywni są mieszkańcy miast powyżej 49 tys. ludności, co nie zmieniło się w stosunku do badań przeprowadzonych w roku 2017 (wykres 9).

Wykres 9. Brak pomysłu na własny biznes według kryterium miejsca zamieszkania (w %)



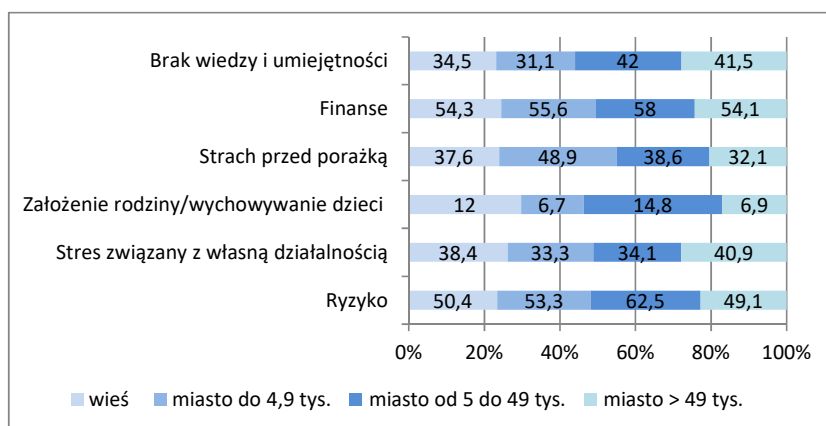
Źródło: badania własne.

Kolejną znaczącą barierę stanowi ryzyko, które w literaturze przedmiotu występuje zarówno jako czynnik motywujący działania przedsiębiorcze, jak również jako utrudnienie w założeniu własnej firmy. Ryzyko stanowi największą barierę dla mieszkańców miast do 49 tys. ludności – 62,5%, w porównaniu z 43,8% w 2017 roku. Warto wspomnieć, że ryzyko zawsze wiąże się w określonym stopniu z brakiem odpowiedniej wiedzy, którą mieszkańcy miast do 49 tys. również wskazywali najczęściej jako utrudnienie (42%). W porównaniu z badaniami przeprowadzonymi w roku 2017 znaczenie ryzyka jako bariery w zakładaniu własnego przedsiębiorstwa znacząco wzrosło u wszystkich ankietowanych bez względu na miejsce zamieszkania. Najmniej ryzyka obawiają się nadal mieszkańcy dużych miast 31,8% (2017 r.) i 49,1% (2021 r.) oraz mieszkańcy wsi 30,6% (2017 r.) i 50,4% (2021 r.). Fenomenowi ryzyka towarzyszy obawa porażki związanej z prowadzeniem własnego biznesu – najmniej obawiają się jej mieszkańcy dużych miast (32,1%), wskazując najczęściej stres jako barierę związaną z prowadzeniem własnej firmy (40,9%). Strach przed porażką najczęściej wskazywali mieszkańcy miast do 4,9 tys. ludności, a dla co trzeciego badanego istotne utrudnienie stanowi stres.

Założenie rodziny i wychowywanie dzieci staje się największą barierą uruchamiania działalności gospodarczej dla mieszkańców miast do 49 tys. ludności i tu również zaobserwowano wysoki wzrost w porównaniu do badań przeprowadzonych pięć lat wcześniej – 4,9%

(2017 r.) oraz 14,8% (2021 r.) oraz mieszkańców wsi 6,5% (2017 r.) oraz 12% (2021 r.). Znaczenie założenie rodziny i wychowywania dzieci zmalało natomiast jako bariera działań przedsiębiorczych dla mieszkańców małych miast z 9,4% (2017 r.) do 6,7% (2021 r.) (wykres 10).

Wykres 10. Bariery zakładania własnej firmy według kryterium miejsca zamieszkania (w %)



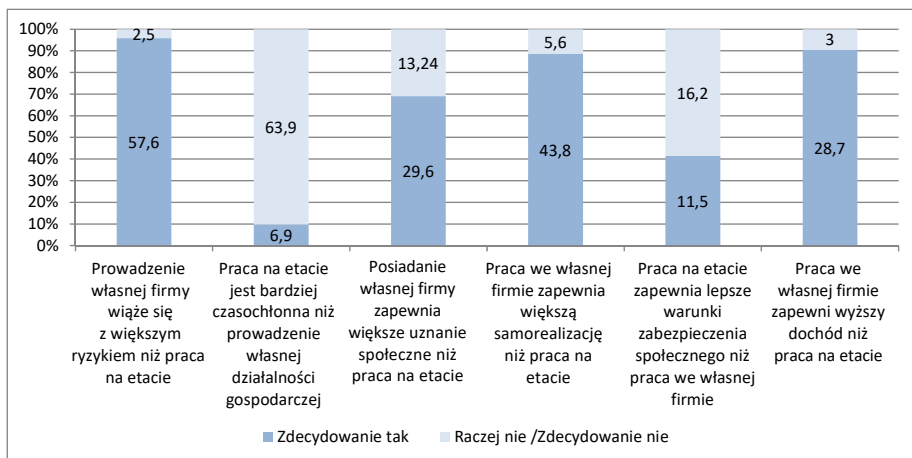
Źródło: badania własne.

MOTYWY PODEJMOWANIA DZIAŁAŃ PRZEDSIĘBIORCZYCH

Przeprowadzone badania pozwoliły na analizę czynników, które motywują młodych ludzi do założenia firmy. Czynnikiem najbardziej ich motywującym do założenia firmy – bez względu na kryteria – jest chęć osiągnięcia wysokich dochodów. Zgodnie z wynikami badań, jakkolwiek utworzenie swojej firmy wiąże się z większym ryzykiem niż praca na etacie (57,6%) to zapewnia ona większą samorealizację (43,8%), większe uznanie społeczne (29,6%) oraz wyższy dochód (28,7%) (wykres 11). Porównując wyniki z 2021 roku do badań w roku 2017 można zaobserwować wzrost znaczenia ryzyka związanego z prowadzeniem własnej firmy dla respondentów: z 43,7% (2017 r.) do 57,6% (2021 r.), a więc o 13,9 pp. Równocześnie zmianie uległo poczucie większej samorealizacji we własnym przedsiębiorstwie:

z 37,9% (2017 r.) do 43,8% (2021 r.), tzn. o 5,9 pp. Wzrosło również – o 4,5 pp. w stosunku do badań sprzed pięciu lat – poczucie młodych ludzi, że posiadanie własnej firmy zapewnia większe uznanie społeczne niż praca na etacie.

Wykres 11. Opinia badanych dotycząca pracy na etacie oraz prowadzenia własnej firmy (w %)



Źródło: badania własne.

Wyniki badań własnych ujawniły również znaczące zmiany w poczuciu zagrożenia bezrobociem przez młodych ludzi. W roku 2017 pewność, że znajdą pracę, miało zaledwie 17,5% badanych, natomiast obecnie co trzeci ankietowany wskazał, że na pewno uda mu się znaleźć pracę. Zmalała również aż o 16,8 pp. obawa przed bezrobociem. Jest to zgodne z wcześniej przedstawionymi wskaźnikami stopy bezrobocia w Polsce.

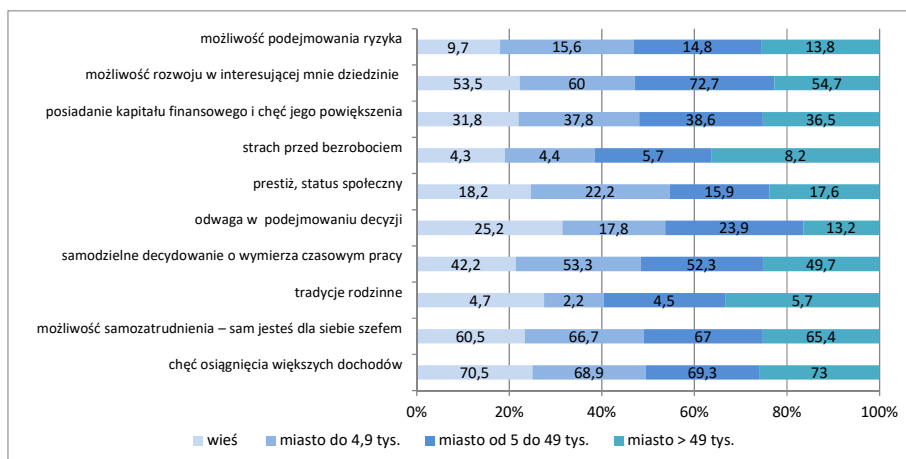
Zdecydowana większość respondentów (81,5%) zna wśród rodziny, przyjaciół i innych osób z najbliższego otoczenia osoby prowadzące własne przedsiębiorstwa. W literaturze przedmiotu niejednokrotnie wskazywano stymulujący wpływ przykładu przedsiębiorczości w otoczeniu na stymulowanie gotowości do zakładania własnej firmy. Wyniki badań własnych potwierdziły tę zależność. Zdecydowanie chętniej deklarują uruchamianie działalności gospodarczej respondenci, którzy mają przedsiębiorców w swoim najbliższym

otoczeniu. Ta tendencja nie uległa zmianie w porównaniu do badań przeprowadzonych pięć lat wcześniej i utrzymuje się na tym samym poziomie. Nie wystąpiły również w tej kwestii istotne różnice ze względu na kryterium miejsca zamieszkania.

Jak wcześniej stwierdzono, dominującym czynnikiem motywującym młodzież do zakładania własnego przedsiębiorstwa w obydwu badanych latach jest chęć osiągnięcia wyższych dochodów. Drugim dominującym czynnikiem jest możliwość decydowania o sobie w kwestii zatrudnienia, wskazana przez ponad 60% ankietowanych – bez względu na kryterium miejsca zamieszkania – podczas gdy w 2017 roku odsetek ten wyniósł 48,3%, a więc o 10 pp. mniej niż w roku 2021. Istotne zróżnicowanie wystąpiło w trzecim dominującym czynnikiem, którym jest możliwość rozwoju badanych w interesującej dziedzinie. W badaniach w 2017 roku czynnik ten w największym stopniu motywował mieszkańców wsi – 41,5% (53,5% w 2021 r.), a najmniej mieszkańców miast powyżej 49 tys. ludności – 28,9% (54,7% w 2021 r.). Obecnie możliwości rozwoju swoich zainteresowań motywują najbardziej mieszkańców miast do 49 tys. ludności 72,7% (32,1% w 2017 r.) oraz miast do 4,9 tys. – 60% (30,2% w 2017 r.). Widać więc znaczący wzrost tego czynnika jako motywu uruchamiania przez młodych ludzi własnych przedsiębiorstw. Jak już wcześniej wykazano, wzrosło również poczucie wśród badanych, że własna firma to poprawa prestiżu i statusu społecznego. Czynnik ten w największym stopniu motywuje mieszkańców miast do 4,9 tys. ludności – 22,2% (16,7% w 2017 r.), w drugiej kolejności respondentów ze wsi – 18,2% (12,1% w 2017), a następnie mieszkańców dużych oraz średnich miast – odpowiednio: 17,6% oraz 15,9% (p 17,1% oraz 13,6% w 2017 r.).

Ważne znaczenia wśród motywów zakładania własnego biznesu ma również samodzielne decydowanie o wymiarze czasu pracy. Jak wcześniej wykazano możliwość bezrobocia nie ma istotnego wpływu na postawy przedsiębiorcze badanych. W literaturze przedmiotu niejednokrotnie wskazywano, że na intencje przedsiębiorcze ma wpływ doświadczenie przedsiębiorczości rodzinnej (Wach, 2015). Wśród ankietowanych tradycje rodzinne były najrzadziej wskazywanym motywem, niemniej jednak najbardziej istotne są one dla mieszkańców miast powyżej 49 tys. ludności (wykres 12).

Wykres 12. Motywy do zakładania własnej firmy w opinii badanych (w %)



Źródło: badania własne.

ZAKOŃCZENIE

Wyniki badań własnych przeprowadzonych wśród młodych ludzi w wieku 18–25 lat w województwie wielkopolskim w 2017 i 2021 roku wskazują, że charakteryzują się oni wieloma cechami, które stymulują ich postawy przedsiębiorcze oraz gotowość do podejmowania działalności gospodarczej. Postawy te w różnym zakresie są zróżnicowane ze względu na kryterium miejsce zamieszkania.

Po pierwsze, wyniki badań przeprowadzanych w latach 2017 i 2021 ujawniły istotne zmiany w sposobie myślenia, postrzegania siebie jako osoby przedsiębiorczej oraz ocenie barier i czynników motywujących zakładanie własnych firm przez ankietowanych – respondenci znają swoje mocne i słabe strony, potrafią uczyć się na błędach, a także coraz częściej dostrzegają sprzyjające okoliczności i potrafią skorzystać z nadarzającej się okazji. Niemniej jednak – zgodnie z wynikami badań – młodzi ludzie coraz słabiej radzą sobie ze stresem oraz w mniejszym stopniu wykorzystują swoje możliwości,

Po drugie, obserwuje się znaczący wzrost poczucia bycia przedsiębiorczym przez respondentów – najwyższy wzrost odnotowano wśród mieszkańców miast do 4,9 tys. ludności. Badani jednak nadal

nisko oceniają swoją wiedzę i umiejętności z zakresu prowadzenia własnej działalności gospodarczej, choć w tym zakresie również zaobserwowano wzrost oceny swoich kompetencji przez młodych ludzi. Najwyższy odsetek wzrostu wiedzy odnotowano ponownie w miastach do 4,9 tys. mieszkańców, co pozwala na sformułowanie wniosku, że w okresie 2017–2021 do tej grupy respondentów w największym stopniu dotarły działania wspierające i promujące przedsiębiorczość. Nadal jednak, niezależnie od kryterium miejsca zamieszkania, charakterystyczne jest występowanie wyraźnego związku między poziomem wiedzy a jej praktycznym wykorzystaniem – im niżej badani oceniają posiadaną wiedzę i umiejętności, tym mniej zainteresowani są zakładaniem własnego przedsiębiorstwa. Porównanie wyników badań z roku 2017 i 2021 wykazało, że o 4,2 pp. wzrosły intencje przedsiębiorcze młodych ludzi, a 16% respondentów zdecydowanie zamierza w przyszłości otworzyć własną firmę. Odnosząc ten wskaźnik danych zawartych w Global Entrepreneurship Monitor 2020 należy podkreślić, że zaledwie 6% Polaków planuje zostać przedsiębiorcami, co pozwala na sformułowanie wniosku, że młodzi Wielkopolanie charakteryzują się znacznie większymi intencjami przedsiębiorczymi.

Po trzecie, bariery i ograniczenia towarzyszące postawom przedsiębiorczym badanych respondentów są zróżnicowane. Największą barierę niezmiennie stanowi brak środków finansowych na uruchomienie i prowadzenie własnej firmy. Znacznie wzrosło znaczenie ryzyka jako blokady zachowań przedsiębiorczych, szczególnie wśród mieszkańców miast do 49 tys. ludności. Ryzyka oraz porażki najmniej obawiają się mieszkańcy miast powyżej 49 tys. ludności, niemniej jednak istotną barierę stanowi dla nich stres związany z prowadzeniem własnego biznesu. Dla mieszkańców miast do 4,9 tys. ludności – mimo że odnotowano znaczący wzrost ich intencji przedsiębiorczych – szczególną przeszkodą w działaniach przedsiębiorczych jest strach przed porażką. Porównując wynik badań z roku 2017 i 2021 ujawniono, że wśród tej grupy zmalało poczucie, że założenie rodziny i wychowywanie dzieci stanowi barierę w prowadzeniu firmy (–2,7 pp. w 2021 w stosunku do 2017 r.). Znaczenie tej bariery jednocześnie wzrosło dla mieszkańców miast do 49 tys. aż o 9,9 pp.

Po czwarte, istotny problem dla ankietowanych stanowi brak pomysłu na własny biznes. Obecnie aż 26,9% badanych wskazuje

go jako istotną przeszkodę, co w porównaniu z rokiem 2017 stanowi 10 pp. więcej. Nadal również znaczącą barierą jest niedostatek wiedzy w zakresie działalności gospodarczej. W związku z tym można stwierdzić, że warto podjąć działania wspierające młodych ludzi w tym zakresie.

Po piąte, gotowość do podjęcia działalności gospodarczej stymulowana jest przez wiele czynników, których działanie podlega określonemu wpływowi przyjętych kryteriów. Podstawowym czynnikiem motywującym podjęcie decyzji o zakładaniu własnej firmy jest nadal chęć osiągnięcia wyższych dochodów. W badanych latach nastąpił wzrost o 4,5 pp. poczucia respondentów, że własna firma zapewnia prestiż i większe uznanie społeczne. Odczucie to wzrosło najbardziej wśród mieszkańców małych miast. Znaczącym motywem działań przedsiębiorczych jest również możliwość samozatrudnienia dla wszystkich badanych, bez względu na kryterium miejsca zamieszkania. Czynnikiem istotnym dla stymulacji zamiaru zakładania własnego przedsiębiorstwa jest możliwość rozwoju zainteresowań respondentów. Daje się również zauważyć znaczący wzrost wpływu tego czynnika na podjęcie decyzji o własnej firmie – zwłaszcza wśród mieszkańców miast do 49 tys. ludności, gdzie ten czynnik motywuje o 50% więcej badanych niż w roku 2017. Z kolei obawa przed bezrobociem nie stanowi silnego bodźca, zwłaszcza że w badanych latach nastąpił znaczący spadek odsetka respondentów obawiających się utraty pracy. Mniejsze znaczenie odgrywają również takie motywy budowania firmy, jak tradycje rodzinne czy chęć podejmowania ryzyka, które stanowi raczej barierę, a nie motyw.

W wyniku przeprowadzonych badań własnych stwierdzono zmiany w postawach przedsiębiorczych młodzieży w wieku 18–25 lat w latach 2017 i 2021 w regionie Wielkopolski. Obserwowane zmiany w roku 2021 związane były również z wpływem sytuacji pandemicznej i jej skutków: lockdownu, pracy zdalnej, nauki w systemie online. Przyjmując kryterium miejsca zamieszkania wskazano istotne różnice w postawach młodych respondentów, co upoważnia do sformułowania wniosku, że kierunki wsparcia przedsiębiorczości powinny być zróżnicowane ze względu na tę cechę.

BIBLIOGRAFIA

- Canestrino, R., Ćwiklicki, M., Magliocca, P., & Pawełek, P. (2020). Understanding social entrepreneurship: A cultural perspective in business research. *Journal of Business Research*, 110, 132–143. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.006>.
- Ćwiklicki, M. (2017). Public Entrepreneurship and Its Role in Public Value Creation. *Problemy Zarządzania*, 15(1), part 1, 86–96. <https://doi.org/10.7172/1644-9584.65.5>.
- Drucker, P.F (1992). *Innowacje i przedsiębiorczość, Praktyka i zasady*. Warszawa: PWE.
- Fritsch, M., & Story, D.J. (2014). Entrepreneurship in a Regional Context: Historical Roots, Recent Developments and Future Challenges. *Regional Studies*, 48(6), 939–954. DOI 10.1080/00343404.2014.892574.
- Gano, E., & Łuczka, T. (2018). Postawy przedsiębiorcze młodzieży szkół średnich w świetle badań ankietowych. *Horyzonty Wychowania*, 17(43), 143–155. DOI: 10.17399/HW.2018.174312. ISSN: 2391-9485.
- GUS. (2020). *Informacje statystyczne. Aktywność ekonomiczna ludności Polski – IV kwartał 2020*. Warszawa. file:///C:/Users/wydwaw/Downloads/aktywnosc_ekonomiczna_iv_kw_2020.pdf.
- Kibler, E., Kautonen, T., & Fink, M. (2014). Regional social legitimacy of entrepreneurship: Implications for entrepreneurial intention and start-up behavior. *Regional Studies*, 48 (6), DOI 10.1080/00343404.2013.851373.
- Kurczewska, A. (2010). Problemy pomiaru intencji przedsiębiorczych. *E-mentor*, 4(36), 12–16.
- Rachwał, T., & Wach, K. (2016). Badanie intencji przedsiębiorczych młodego pokolenia: wyniki ankietyzacji wśród studentów kierunków nieekonomicznych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 12, 405–415. <https://doi.org/10.24917/20833296.12.30>.
- Tarnawa, A., Orłowska, J., Skowrońska, A., Zakrzewski, R., Nieć, M., & Zbierowski, P. *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor Polska 2020*. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. <https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport-z-badania-GEM-2020.pdf>.
- Thompson, E.R. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 3(33), 669–694.
- Vlasov, M., Bonnedahl, K.J., & Vincze, Z. (2018). Entrepreneurship for resilience: embeddedness in place and in trans-local grassroots networks. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 12(3), 374–394. <https://doi.org/10.1108/JEC-12-2017-0100>.
- Wach, K. (2015). Środowisko biznesu rodzinnego jako stymulanta intencji przedsiębiorczych młodzieży akademickiej. *Przedsiębiorczość*

i Zarządzanie, t. XVI, z. 7, cz. III: Firmy rodzinne – doświadczenia i perspektywy zarządzania, 25–40.

Wiatrak, A.P. (2003). Pojęcie przedsiębiorczości jej cele i rodzaje. W K. Jarremczuk (Red.) *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości – szanse i zagrożenia* (26–38). Tarnobrzeg: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa.

Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivs (CC BY- ND 4.0) License
<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>