



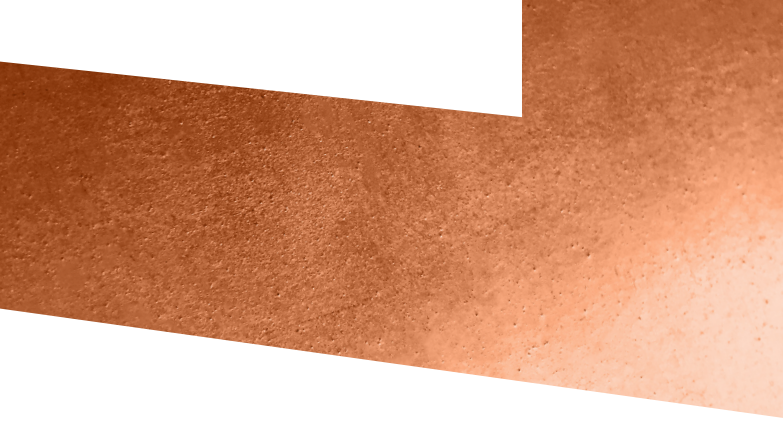
Polska
Rada
Biznesu



Przedsiębiorca odczarowany

Kim są twórcy polskiej gospodarki?

POLITYKA
INSIGHT





Szanowni Państwo,

polscy przedsiębiorcy jako grupa społeczna są wciąż mało rozpoznani, a ich głos w debacie publicznej pozostaje rozproszony. To zaskakujące, jeśli weźmiemy pod uwagę, jak dużą rolę odegrała ta grupa obywateli w rozwoju polskiej gospodarki po transformacji.

To dlatego, jako Polska Rada Biznesu, postanowiliśmy stworzyć bodajże pierwsze tak przekrojowe opracowanie na temat polskich przedsiębiorców i ich wkładu we wspólną pomyślność. Merytoryczne opracowanie tego materiału zlecieliśmy profesjonalistom z Polityki Insight, dzięki którym oddajemy w Państwa ręce Raport nie tylko wyczerpujący i bezstronny, ale również przejrzysty i przyjazny.

Wierzymy, że nasz Raport nie tylko pomoże lepiej zrozumieć kim są polscy przedsiębiorcy i jak ważny jest ich głos, ale też zmotywuje sam polski biznes do aktywniejszego udziału w debacie publicznej. Z korzyścią dla kraju.

Życzę miłej lektury,

Jacek Szwejcowski
Prezes zarządu
Polska Rada Biznesu



KLUCZOWE WNIOSKI

Polski przedsiębiorca

662 tys.

To liczba aktywnych przedsiębiorców w Polsce w 2017 r., czyli osób będących głównym właścicielem prowadzonego przez siebie przedsiębiorstwa, w którym zatrudniony był co najmniej jeden pracownik. To zaledwie 4 proc. ogółu pracujących, ale z istotnym wkładem we wszystkie procesy ekonomiczne w kraju i za granicą – od zwiększania dobrobytu pracowników, po kontrybuowanie do budżetu państwa.

GOSPODARKA

884 tys.

Polscy przedsiębiorcy prowadzili w ubiegłym roku 884 tys. **firm**. Tym samym byli założycielami 8 na 10 przedsiębiorstw.

35 proc.

W firmach tych wytworzyli w 2016 r. aż 569 mld zł wartości dodanej, co stanowiło 35 proc. **całego PKB**. To więcej niż wszystkie pozostałe grupy przedsiębiorstw razem wzięte – od firm międzynarodowych przez spółki handlowe z rozproszonym kapitałem po te prowadzone przez samozatrudnionych.

145 mld zł

Znaczącą część zysków polscy przedsiębiorcy przeznaczali na wynagrodzenia pracowników oraz **inwestycje**. Te ostatnie wyniosły w 2016 r. aż 145 mld zł czyli niemal trzykrotnie więcej niż inwestycje firm z kapitałem zagranicznym.

LUDZIE

Liczba osób **zatrudnionych na umowę o pracę** u polskich przedsiębiorców wyniosła 3,9 mln w 2016 r., czyli 30 proc. całego zatrudnienia w gospodarce i aż 57 proc. zatrudnienia we wszystkich przedsiębiorstwach. Polscy przedsiębiorcy zatrudniali więcej niż wszystkie inne grupy firm razem wzięte, w tym ponad dwukrotnie więcej niż korporacje międzynarodowe.

3,9 mln

Przedsiębiorcy byli nie tylko największym polskim pracodawcą, ale również jednym z najhojniejszych. Wypłacone w 2016 r. **wynagrodzenia brutto** wyniosły miesięcznie 4 131 zł na osobę, czyli o 274 zł więcej niż wynosiła średnia dla całej gospodarki. Oznacza to, że polscy przedsiębiorcy chętniej niż pozostałe grupy firm dzielili się ze swoimi pracownikami wypracowaną w firmie wartością dodaną.

4 131 zł

BUDŻET

106 mld zł

Ze wszystkich grup podmiotów to właśnie polscy przedsiębiorcy wnieśli największy **wkład do dochodów państwa**. W 2016 r. wpłacili do budżetu różnego rodzaju podatki dochodowe i pośrednie na łączną kwotę 106 mld zł, co stanowiło 25-krotność wpływów państwa z tytułu podatku bankowego czy 50-krotność dochodów z dywidend od spółek z udziałem skarbu państwa.

80 mld zł

To jednak nie wszystkie korzyści, jakie państwo czerpie z działalności polskich przedsiębiorców. Poza wpłacanymi do fiskusa podatkami przekazują oni do ZUS **składki na ubezpieczenia społeczne** od wszystkich zatrudnionych przez siebie osób w wysokości 80 mld zł rocznie. To dwukrotnie więcej niż wszystkie pozostałe przedsiębiorstwa. Środki te wystarczyłyby na wypłatę emerytur przez cały rok dla ponad 3 mln Polaków.



AUTORZY

Adam Czerniak

główny ekonomista, Polityka Insight

Marzena Haponiuk

konsultantka Polityki Insight

Leszek Kąsek

konsultant Polityki Insight

WSPÓŁPRACA

Krzysztof Bolesta

Maciej Michalik

REDAKCJA

Marcin Bąba

Łukasz Lipiński

PROJEKT GRAFICZNY

Max Belina Brzozowski

KONSULTACJA MERYTORYCZNA POLSKIEJ RADY BIZNESU

Małgorzata Durska

Jan Burzyński



**Polska
Rada
Biznesu**

POLSKA RADA BIZNESU to organizacja zrzeszająca właścicieli i kluczowych menedżerów największych polskich przedsiębiorstw oraz firm międzynarodowych działających w Polsce. Członkowie PRB reprezentują większość sektorów gospodarki.

**POLITYKA
INSIGHT**

POLITYKA INSIGHT dostarcza niezbędną wiedzę liderom biznesu, decydentom politycznym i dyplomatom. Nasz codzienny serwis poświęcony gospodarce, polityce i sprawom europejskim czyta blisko tysiąc osób na kierowniczych stanowiskach w Polsce i za granicą. Poprzez PI Research świadczymy też usługi analityczne na zlecenie.

Opracowanie jest bezstronne i obiektywne. Wszystkie prawa zastrzeżone.
Warszawa, maj 2018 r.

Spis treści

Portret polskiego przedsiębiorcy	8
Znaczenie polskich przedsiębiorców dla gospodarki	18
Postrzeganie polskich przedsiębiorców	28
Społeczne zaangażowanie przedsiębiorców	36
Bibliografia	47



Portret polskiego przedsiębiorcy

Przedsiębiorcy to grupa społeczna bardzo różnorodna i trudna do scharakteryzowania. Z jednej strony, każdy intuicyjnie wie, kim jest przedsiębiorca i potrafi go jednoznacznie wskazać. Z drugiej strony, kiedy zapytamy o definicję przedsiębiorcy, to rzadko otrzymamy prostą i wyczerpującą odpowiedź. Dlatego też wymykają się oni wszelkim klasyfikacjom statystycznym.

Na potrzeby niniejszego raportu przyjmujemy, że **przedsiębiorcą to każda osoba, która jest fundatorem i zarazem szefem działającej firmy, niezależnie od sektora gospodarki, w którym funkcjonuje.** Mogą to być zatem rolnicy, urzędnicy, usługodawcy, handlowcy czy doradcy, a także właściciele firm rodzinnych, większych przedsiębiorstw usługowych i komandytariusze spółek. Ale nie są to osoby samozatrudnione. Najważniejszą cechą wspólną przedsiębiorców jest bowiem to, że zatrudniają co najmniej jednego pracownika. Oddzielenie przedsiębiorców od samozatrudnionych jest kluczowe, ponieważ ci drudzy nie różnią się zbyt wiele od pracowników najemnych i ich wliczanie do grona przedsiębiorców zafałszowuje obraz tej grupy.

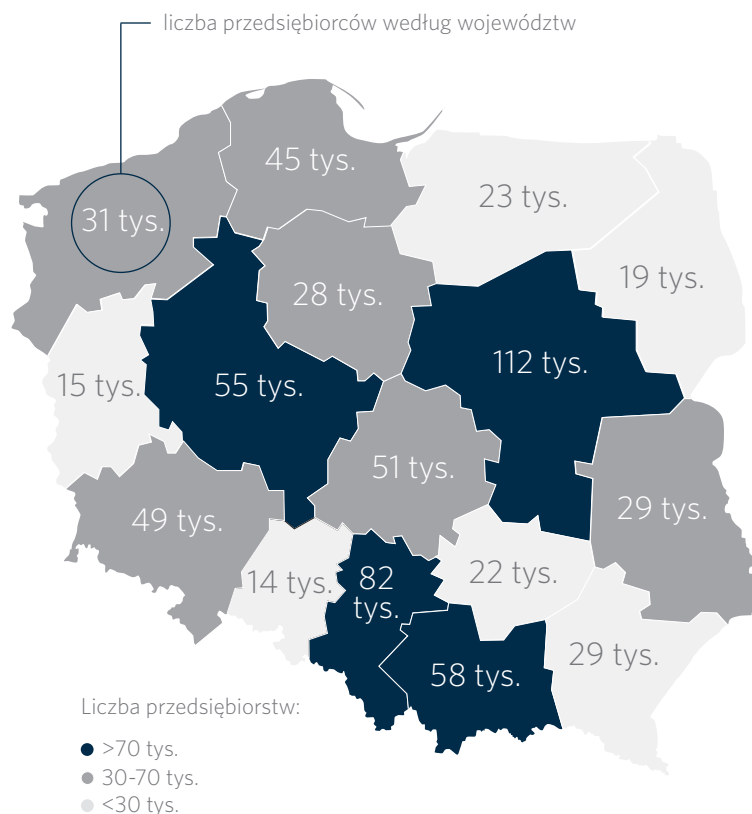
W Polsce jest 662 tys. przedsiębiorców

Najbardziej przedsiębiorczy są mieszkańcy Mazowsza, Pomorza i ziemi łódzkiej. W tych województwach 4,6 proc. wszystkich pracujących to osoby prowadzące własną firmę i zatrudniające co najmniej jednego pracownika przy średniej dla całego kraju na poziomie 4,1 proc. Ponadto, prawie co szósty przedsiębiorca w Polsce pochodził z województwa mazowieckiego. Najmniej przedsiębiorcze są natomiast osoby aktywne zawodowo z województw lubelskiego i kujawsko-pomorskiego – 3,3 proc. z nich prowadzi własne firmy. W ujęciu liczbowym najmniej przedsiębiorców mieszkało w województwach opolskim i lubuskim (odpowiednio 14 i 15 tys.).

Według naszych szacunków na koniec 2017 r. w Polsce działało 662 tys. przedsiębiorców, często będących szefami kilku firm. W sumie przedsiębiorcy stanowili 4,1 proc. zbiorowości pracujących, czyli o 0,1 pkt proc. mniej od średniej dla krajów Unii Europejskiej. W ciągu ostatnich kilkunastu lat liczba przedsiębiorców rosła bardzo powoli, z silnymi wahaniami uzależnionymi od bieżącej koniunktury. Odnotowano dwa okresy jej spadku, które następowały po silnych spowolnieniach gospodarczych w 2001 i 2009 r.

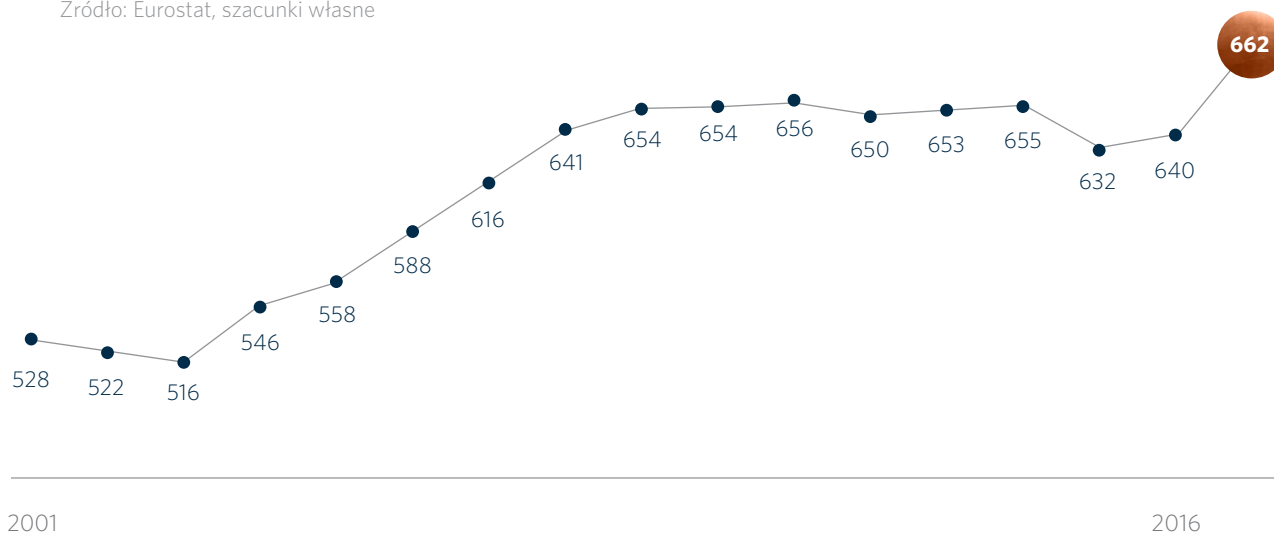
MAPA 1: Aktywność przedsiębiorców w różnych regionach Polski

Źródło: GUS, obliczenia własne



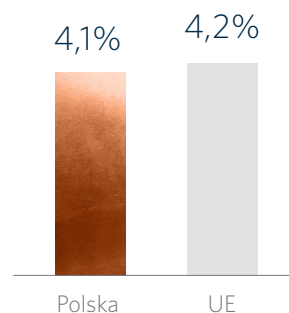
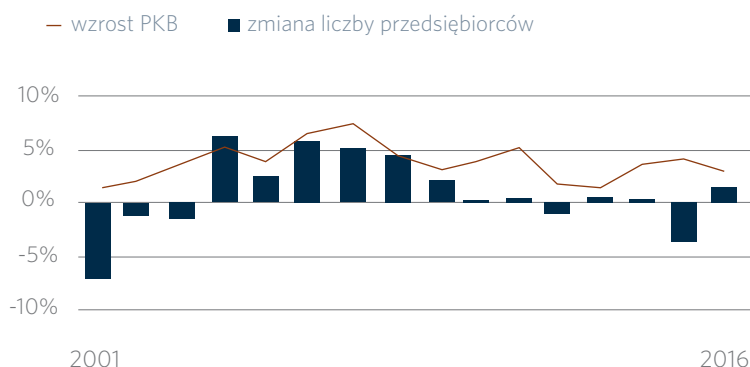
WYKRES 1: Liczba przedsiębiorców w Polsce (w tys.)

Źródło: Eurostat, szacunki własne



WYKRES 2: Zmiana liczby przedsiębiorców w Polsce i realny wzrost PKB

Źródło: Eurostat, szacunki własne, GUS

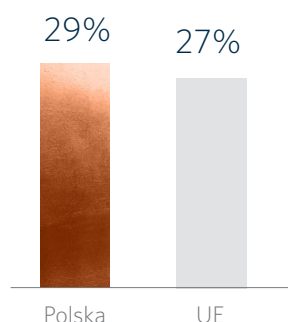


WYKRES 3: Udział przedsiębiorców w populacji pracujących w 2016 r.

Źródło: Eurostat, obliczenia własne

Niemal co trzeci przedsiębiorca w Polsce to kobieta

Udział kobiet wśród przedsiębiorców w Polsce to 29 proc., czyli więcej niż średnia unijna. Na przestrzeni ostatnich dwóch dekad odsetek ten oscylował w okolicach 30 proc. przy stabilnym wzroście liczby kobiet prowadzących własną firmę. Mimo wszystko przedsiębiorcy są grupą społeczną, w której wciąż dominują mężczyźni i w żadnym kraju unijnym udział kobiet nie przekracza jednej trzeciej. W Polsce przedsiębiorczynie zajmowały się głównie opieką zdrowotną, pomocą społeczną i edukacją. W znikomym stopniu działały w branży budowlanej czy transportowej.

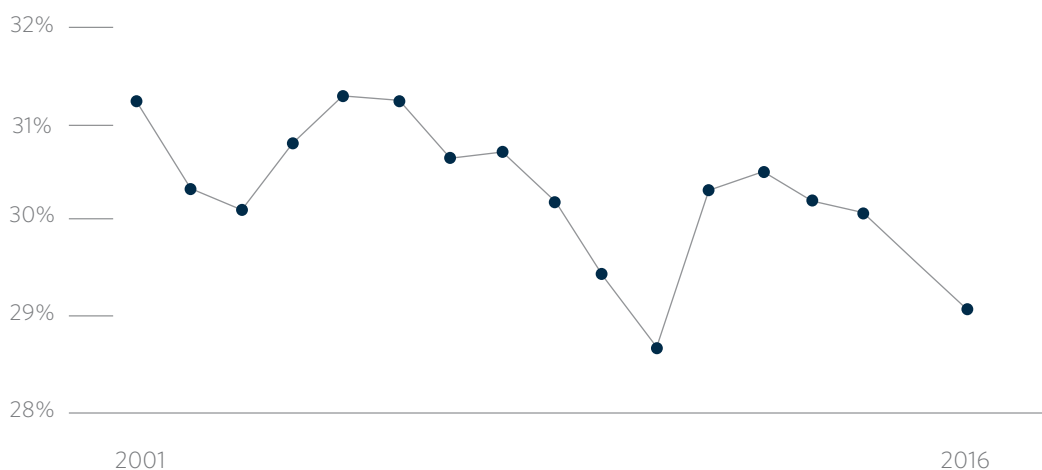


WYKRES 4: Udział kobiet wśród przedsiębiorców w 2016 r.

Źródło: Eurostat, obliczenia własne

WYKRES 5: Udział kobiet wśród przedsiębiorców w Polsce w latach 2001-2016

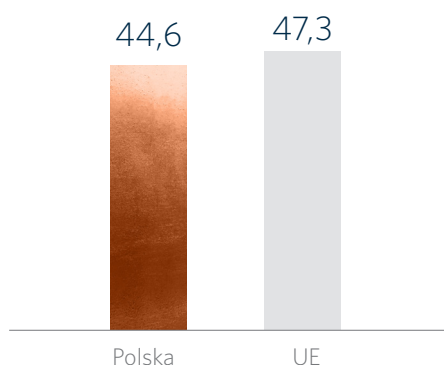
Źródło: Eurostat, obliczenia własne



Typowy polski przedsiębiorca ma niespełna 45 lat

Na tle krajów unijnych polscy przedsiębiorcy są stosunkowo młodzi – tylko w Estonii udział przedsiębiorców przed 40 rokiem życia jest wyższy niż w Polsce. Jednocześnie polskich przedsiębiorców nie omijają ogólnoświatowe tendencje demograficzne, przede wszystkim starzenie się społeczeństwa. Na początku poprzedniej dekady typowy przedsiębiorca był o 2,7 roku młodszy niż obecnie. Co więcej, od niedawna pojawiła się kilkunastotysięczna grupa przedsiębiorców, którzy już dawno mają wiek emerytalny za sobą. W 2000 r. była to kohorta zbyt mała, by objąć ją badaniami statystycznymi. Nie ma natomiast istotnych różnic w wieku przedsiębiorców ze względu na płeć.

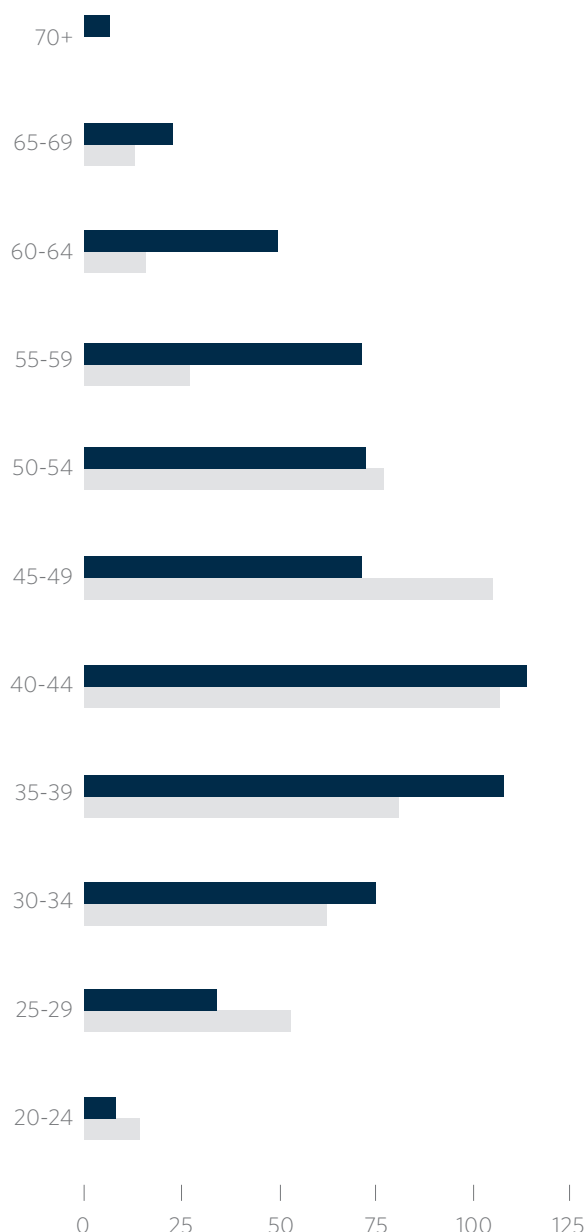
WYKRES 7: Średni wiek przedsiębiorców w 2016 r.
Źródło: Eurostat, obliczenia własne



WYKRES 6: Struktura wiekowa przedsiębiorców w Polsce w 2000 i 2016 r. (w tys.)

Źródło: Eurostat, obliczenia własne

■ 2016 ■ 2000



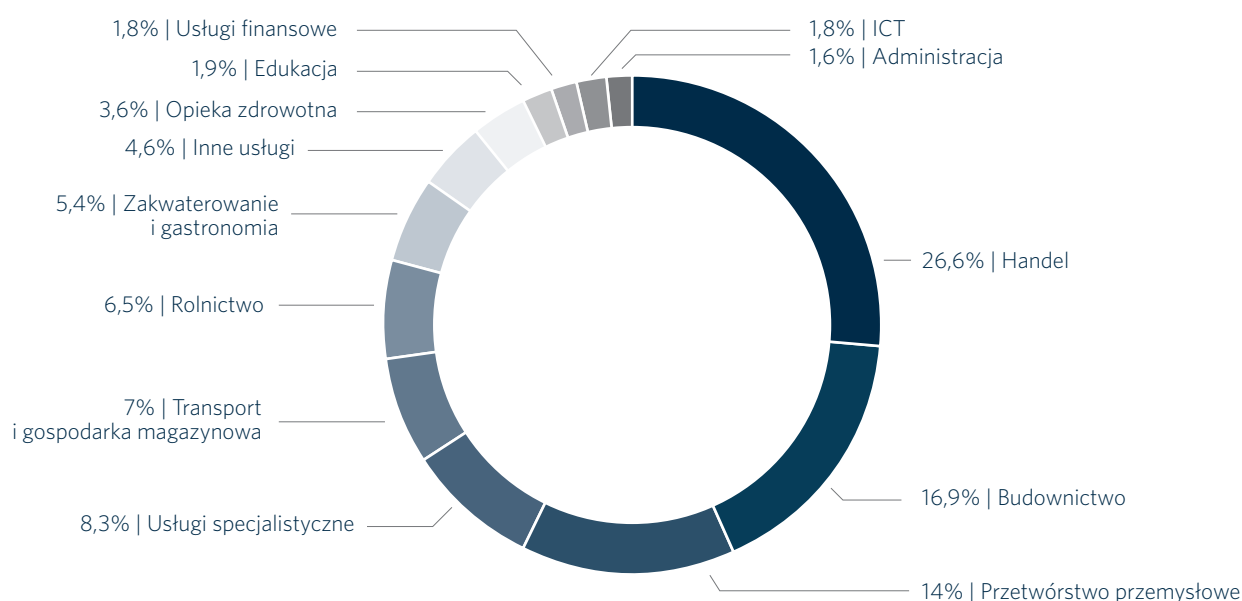
Polscy przedsiębiorcy działają głównie w handlu i budownictwie

Aż 165 tys. polskich przedsiębiorców większość dochodów czerpie z handlu hurtowego lub detalicznego. O jedną trzecią mniej działa w budownictwie, a o połowę mniej w różnych branżach przetwórstwa przemysłowego. Waż-

nym polem działalności polskich przedsiębiorców jest transport i różne usługi profesjonalne: doradcze, techniczne i naukowe. Po kilkadziesiąt tysięcy przedsiębiorców zajmuje się turystyką, opieką zdrowotną i edukacją.

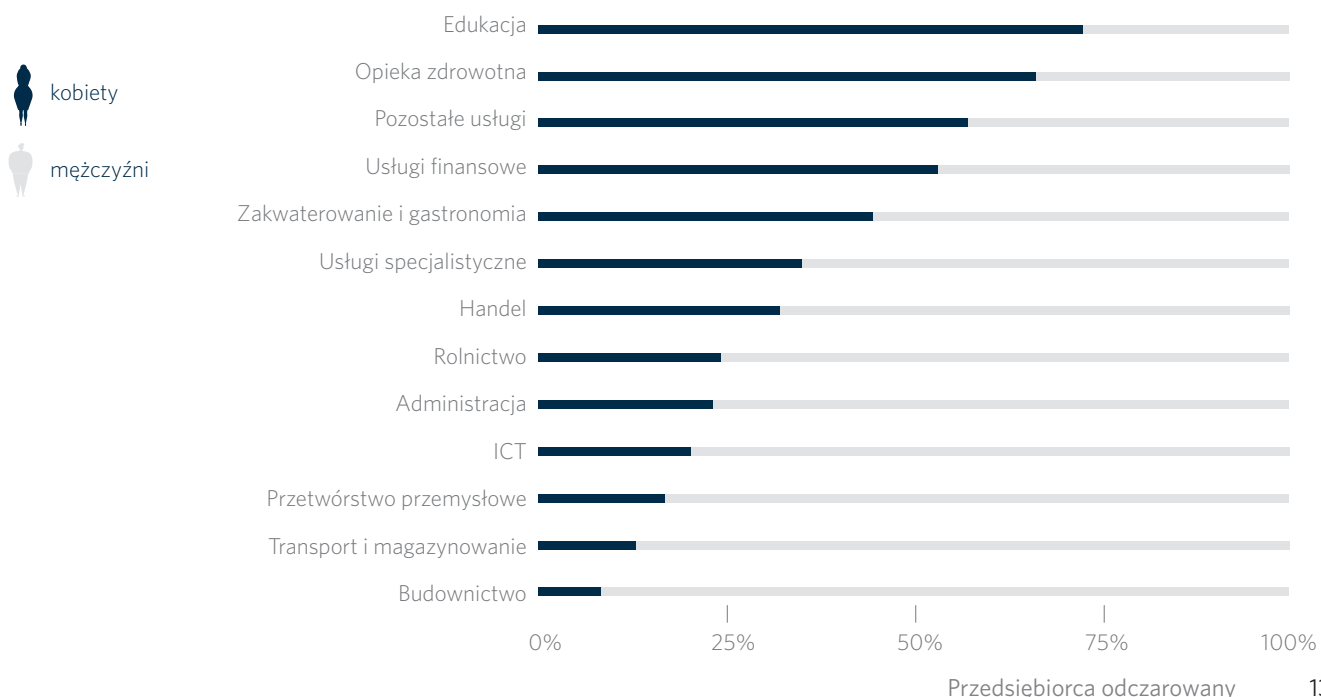
WYKRES 8: Przedsiębiorcy w Polsce w 2016 r. według sektora działalności

Źródło: Eurostat, obliczenia własne



WYKRES 9: Udział kobiet wśród przedsiębiorców w poszczególnych branżach

Źródło: Eurostat

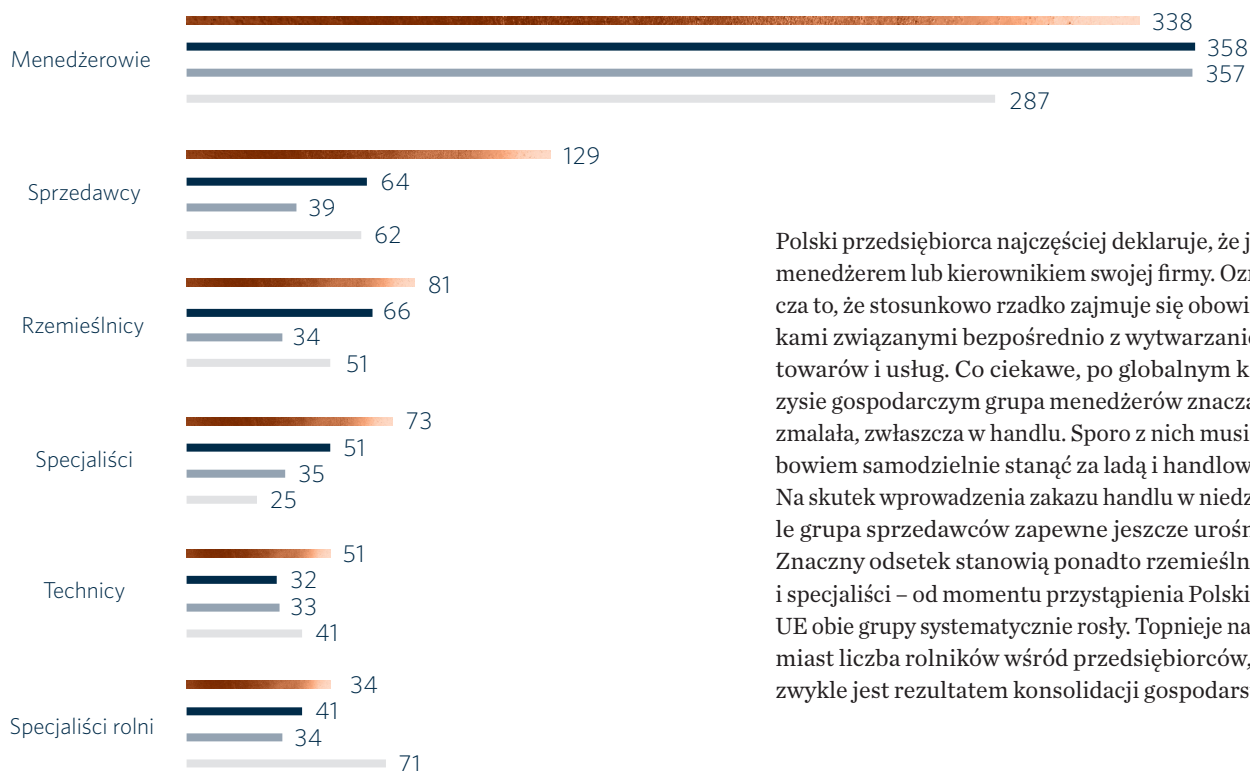


Większość polskich przedsiębiorców skupia się głównie na zarządzaniu firmą

WYKRES 10: Stanowiska polskich przedsiębiorców (w tys.)

Źródło: Eurostat, obliczenia własne

■ 2016 ■ 2008 ■ 2004 ■ 2000



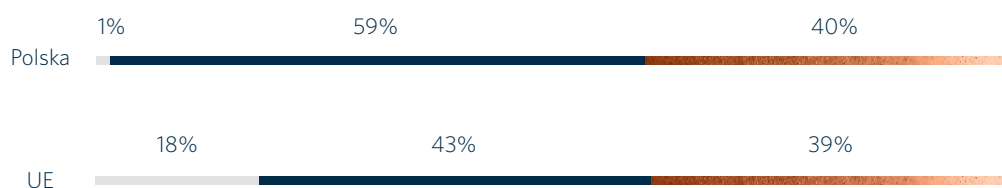
Polski przedsiębiorca najczęściej deklaruje, że jest menedżerem lub kierownikiem swojej firmy. Oznacza to, że stosunkowo rzadko zajmuje się obowiązkami związanymi bezpośrednio z wytwarzaniem towarów i usług. Co ciekawe, po globalnym kryzysie gospodarczym grupa menedżerów znacząco zmalała, zwłaszcza w handlu. Sporo z nich musiało bowiem samodzielnie stanąć za ladą i handlować. Na skutek wprowadzenia zakazu handlu w niedziele grupa sprzedawców zapewne jeszcze urośnie. Znaczny odsetek stanowią ponadto rzemieślnicy i specjaliści – od momentu przystąpienia Polski do UE obie grupy systematycznie rosły. Topnieje natomiast liczba rolników wśród przedsiębiorców, co zwykle jest rezultatem konsolidacji gospodarstw.

Polski przedsiębiorca jest dobrze wykształcony

WYKRES 11: Struktura wykształcenia przedsiębiorców w 2016 r.

Źródło: Eurostat, obliczenia własne

■ podstawowe ■ średnie ■ wyższe



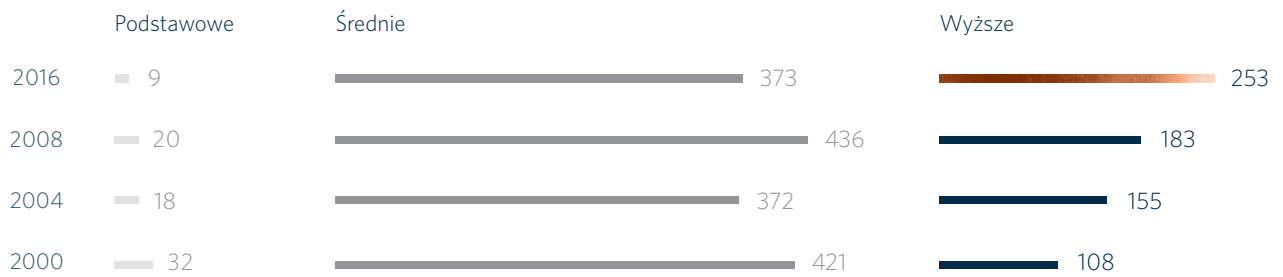
W 2016 r. udział przedsiębiorców z wyższym wykształceniem był w Polsce zbliżony do średniej dla krajów unijnych i wynosił 40 proc. Tylko w czterech krajach Unii Europejskiej – na Litwie, Cyprze, w Niemczech i Estonii – przynajmniej co drugi pracodawca miał wykształcenie wyższe.

Najwięcej przedsiębiorców miało wykształcenie średnie, tj. policealne, średnie zawodowe, średnie ogólnokształcące lub zasadnicze zawodowe. Marginalna była natomiast liczba pracodawców z wykształceniem podstawowym, tymczasem na południu Europy – we Włoszech, w Portugalii i na Malcie – są oni największą grupą wśród osób prowadzących własny biznes. Lepsze wykształcenie polskich przedsiębiorców znajduje odzwierciedlenie w stosowanych modelach biznesowych, znajomości finansów czy otwartości na nowe technologie.

Liczba polskich przedsiębiorców z wyższym wykształceniem rośnie systematycznie od końca lat 90. przy jednoczesnym spadku liczby przedsiębiorców z wykształceniem podstawowym i średnim. Jeszcze w 2000 r. dwóch na trzech polskich przedsiębiorców miało wykształcenie średnie, a co osiemnasty podstawowe. Jeżeli obecne tendencje się utrzymają, to w ciągu najbliższej dekady przedsiębiorcy z wyższym wykształceniem będą stanowić większość. Sprzyja temu stopniowa sukcesja w firmach rodzinnych – młodsze pokolenia przedsiębiorców są bowiem dużo lepiej wykształcone niż ich rodzice w chwili, gdy zakładali działalność gospodarczą. Poza tym osoby z wyższym wykształceniem częściej zakładają firmy niż kilka lat temu.

WYKRES 12: Struktura wykształcenia polskich przedsiębiorców (w tys.)

Źródło: Eurostat, obliczenia własne



Polscy przedsiębiorcy są bardzo pracowici

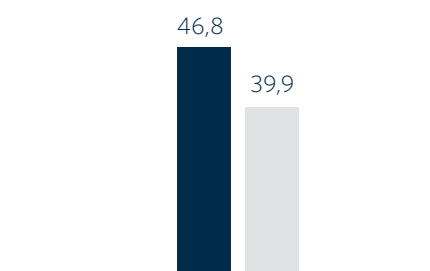
Polski przedsiębiorca poświęca na pracę około 47 godzin tygodniowo – to aż o 7 godzin więcej niż średnia dla pracowników najemnych w Polsce. Bardzo duża grupa przedsiębiorców zostaje w pracy „po godzinach” – 20 proc. pracuje 50-59 godzin tygodniowo, 12,5 proc. – 60-69 godzin, a 5 proc. nawet ponad 70 godzin. Ponadto, aż 7,3 proc. przedsiębiorców dobrowolnie pracuje w niedzielę, podczas gdy polscy pracownicy najemni są do tego zmuszani najrzadziej w Europie – regularnie w ostatni dzień tygodnia pracuje tylko 3 proc. z nich. Powyższe dane pokazują, jak bardzo polscy przedsiębiorcy są zaangażowani w pracę i jak rzadko zlecają nadgodziny swoim pracownikom.

Od przystąpienia Polski do Unii Europejskiej przedsiębiorcy coraz bardziej ograniczali swój czas pracy i poszukiwali równowagi między pracą i karierą zawodową a życiem prywatnym (*work-life balance*). W rezultacie średni czas pracy spadł

WYKRES 13: Tygodniowy czas pracy przedsiębiorców i pracowników najemnych w Polsce w 2016 r. (w godz.)

Źródło: Eurostat

■ polscy przedsiębiorcy
■ zatrudnieni na umowę o pracę



o ponad cztery godziny tygodniowo z 51,4 godzin w 2004 r. Obecnie czas pracy polskich przedsiębiorców jest nieznacznie niższy od średniej unijnej, ale wciąż wyższy od notowanego w innych krajach regionu, zwłaszcza w państwach bałtyckich. Najwięcej w Unii pracują przedsiębiorcy z Belgii, Austrii i Grecji.

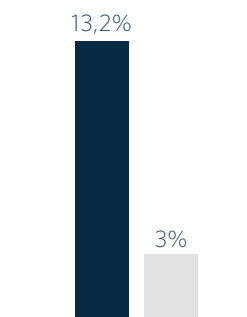
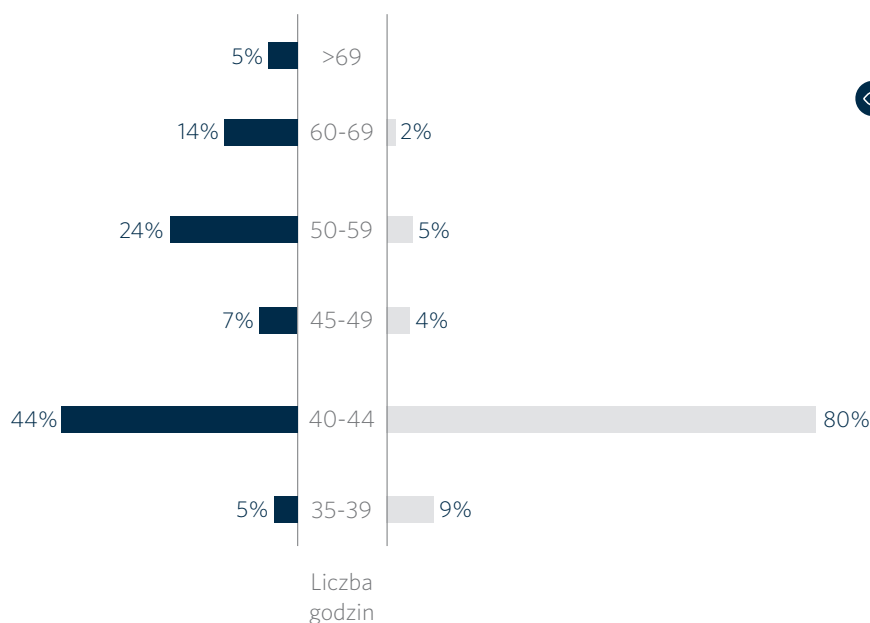
Również odsetek polskich przedsiębiorców pracujących w niedziele znacznie spadł w ostatnich dwóch dekadach – w 2001 r. wynosił 14,8 proc. Polscy przedsiębiorcy w niedziele pracują zde-

cydowanie rzadziej niż przedsiębiorcy z innych krajów Europy – niżej uplasowali się tylko Portugalczycy i Węgrzy. Obecnie w państwach europejskich w niedziele regularnie pracuje co piąty przedsiębiorca, a w Austrii i Finlandii co trzeci. Podobny trend widać w przypadku analizy liczby polskich przedsiębiorców pracujących w soboty – ich odsetek spadł z prawie 40 proc. w 2001 r. do 28 proc. w 2016 r., również kształtując się znacznie poniżej średniej unijnej.

WYKRES 14: Rozkład czasu pracy w Polsce w 2016 r. według liczby godzin przepracowanych w tygodniu

Źródło: Eurostat

■ polscy przedsiębiorcy
■ zatrudnieni na umowę o pracę



WYKRES 15: Odsetek pracowników i przedsiębiorców regularnie pracujących w niedziele w Polsce w 2016 r.

Źródło: Eurostat

■ polscy przedsiębiorcy
■ pracownicy

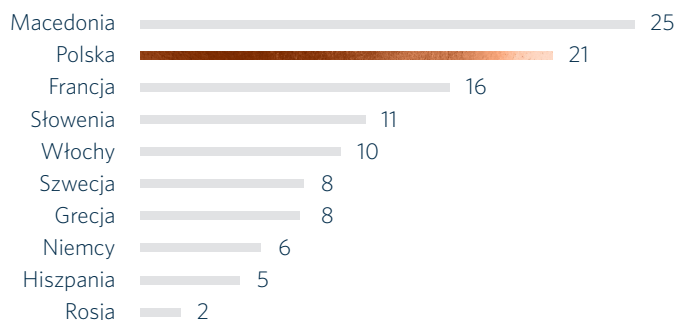
Polacy są bardzo przedsiębiorczy

Polacy mają silne przekonanie o swojej wiedzy i umiejętności prowadzenia biznesu. Wiarę we własne siły i przedsiębiorczość deklaruje 60 proc. badanych. To najwyższy odsetek w krajach europejskich i dwukrotnie więcej niż w najmniej przedsiębiorczych państwach. Ponad 20 proc. Polaków planuje otworenie własnego biznesu (w ciągu trzech lat od badania), co jest drugim po Macedończykach wynikiem w Europie. Najmniej przedsiębiorczy są Rosjanie, Hiszpanie i – co niezwykle ciekawe – Niemcy.

Główny motyw podjęcia działalności gospodarczej to korzyści finansowe. Polacy uważają, że właściciele firm mają wyższe dochody niż pracownicy najemni. Ważnym czynnikiem jest również szacunek, którym cieszą się przedsiębiorcy. Co więcej, od zakładania przedsiębiorstwa nie odstrasza nawet niesprzyjające otoczenie biznesowe. Odsetek Polaków pozytywnie oceniających warunki do prowadzenia biznesu wynosi 40 proc. Wśród dużo mniej przedsiębiorczych Szwedów odsetek ten jest dwukrotnie wyższy.

WYKRES 16: Odsetek ludzi w wieku 18-64, którzy zamierzają założyć firmę w ciągu trzech lat

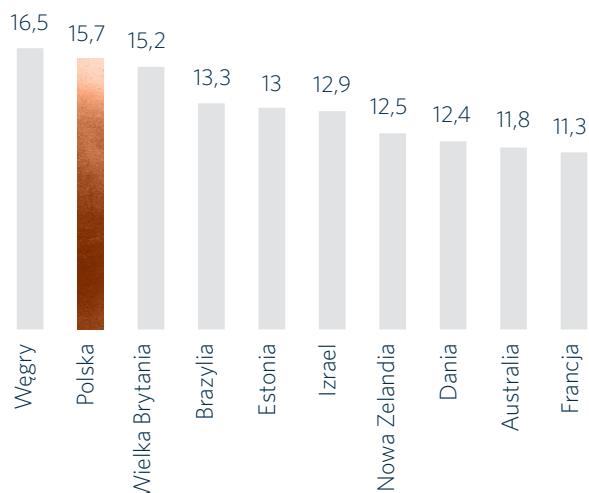
Źródło: GEM



Przedsiębiorczość Polaków przekłada się na wysoką stopę narodzin firm, czyli relację liczby nowozakładanych do już istniejących przedsiębiorstw. W 2014 r. wyniosła ona w Polsce prawie 15,7 proc. To drugi wynik wśród krajów OECD – procentowo więcej firm zakładano tylko na Węgrzech. Odsetek zamykanych każdego roku firm wynosi 15,1 proc. Dzieje się tak na ogół z powodu niesprzyjającego otoczenia biznesowego i błędnego oszacowania własnych sił i umiejętności. W rezultacie Polskę cechuje niska przeżywalność przedsiębiorstw – do pierwszej rocznicy działalności jest w stanie przetrwać 72 proc. firm przetwórczych i niewiele ponad 60 proc. firm budowlanych.

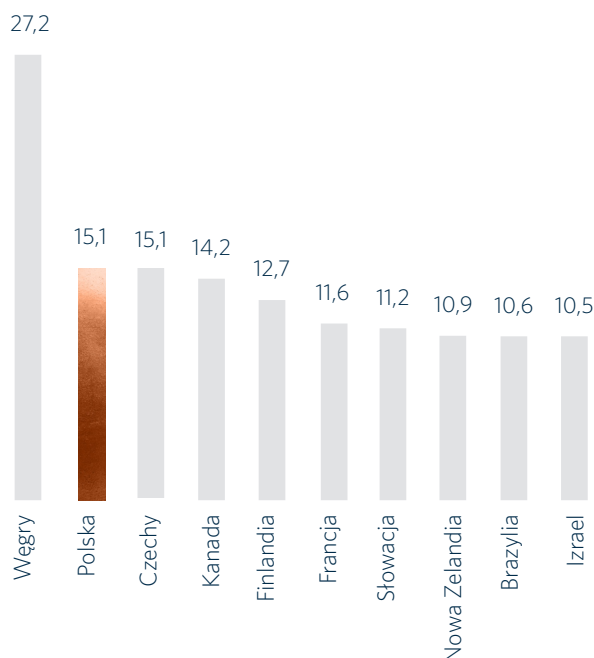
WYKRES 17: Stopa narodzin firm zatrudniających co najmniej jednego pracownika (% wszystkich przedsiębiorstw; 2014)

Źródło: OECD



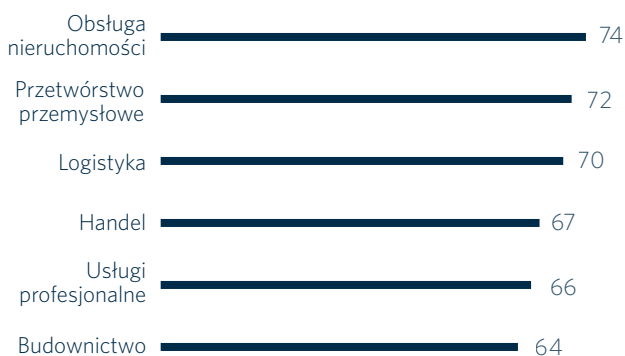
WYKRES 18: Stopa umieralności firm zatrudniających co najmniej jednego pracownika (% wszystkich przedsiębiorstw; 2014)

Źródło: OECD



WYKRES 19: Stopa przeżywalności polskich firm po pierwszym roku działalności według sektora w 2015 r.

Źródło: OECD



To o co najmniej kilka punktów procentowych mniej niż w większości krajów unijnych. Przedsiębiorstwa handlowe plasują się pośrodku ze stopą przeżywalności równą 67 proc.

Zestawienie powyższych danych potwierdza obiegowe opinie o przedsiębiorczości Polaków. Polscy przedsiębiorcy są pełni inicjatywy – zakładają dużo firm i nie zrażają się bankructwem niektórych z nich. Na miejsce upadłych często zakładają nowe, o innym profilu, i metodą prób i błędów szukają swoich szans w gospodarce wolnorynkowej. Bardzo dużo Polaków, nawet pracujących najemnie, miało w swojej karierze epizod prowadzenia firmy.



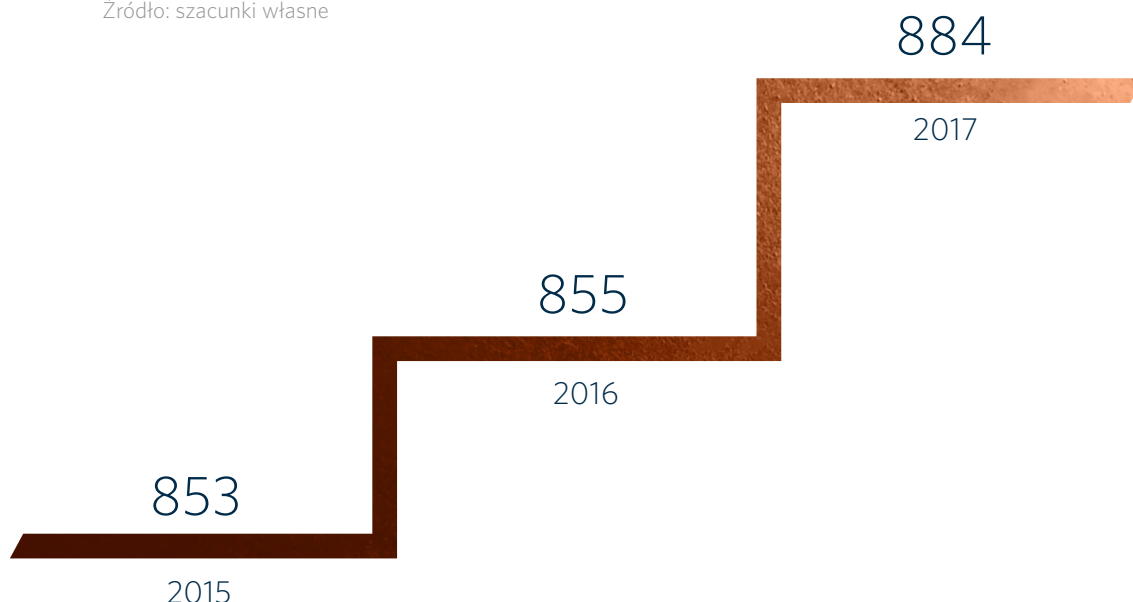


Znaczenie polskich przedsiębiorców dla gospodarki

Polscy przedsiębiorcy często prowadzą po kilka firm jednocześnie

INFOGRAFIKA 1: Liczba przedsiębiorstw zarządzanych przez polskich przedsiębiorców (w tys.)

Źródło: szacunki własne



W 2017 r. polscy przedsiębiorcy prowadzili 884 tys. firm – prawie o 30 tys. więcej niż w 2016 r. Najwięcej z nich to były spółki handlowe, następnie przedsiębiorstwa oferujące tzw. usługi społeczne (edukacyjne, zdrowotne, socjalne) oraz budowlane. Stosunkowo mało było natomiast firm zajmujących się obsługą rynku nieruchomości, finansami oraz działających w branży ICT.

Z powyższych danych, w zestawieniu z liczbą 662 tys. przedsiębiorców, wynika, że wielu z nich prowadzi więcej niż jedną firmę. Czasami to osobny sklep w innej miejscowości, czasem przedsiębiorstwa z różnych branż, które korzystają na efektach synergii (np. wspólnych zamówieniach materiałów, wspólnej księgowości, wspólnym budynku biurowym), a czasem cała grupa kapitałowa współzależnych firm, w których każda odgrywa niezastępowalną rolę w całym biznesie przedsiębiorcy.

Według naszych szacunków opartych na danych GUS i Eurostatu, w 2016 r., jeden przedsiębiorca prowadził średnio 1,36 firmy. W ostatnich latach wartość ta oscylowała w okolicach 1,4 i była zależna od koniunktury. W okresach spowolnienia liczba firm na jednego przedsiębiorcę malała, a w okresach ożywienia rosła. Stąd liczba prowadzonych przez przedsiębiorcę firm cechowała się od czasów kryzysu większymi wahaniami niż liczba działających w Polsce przedsiębiorstw.

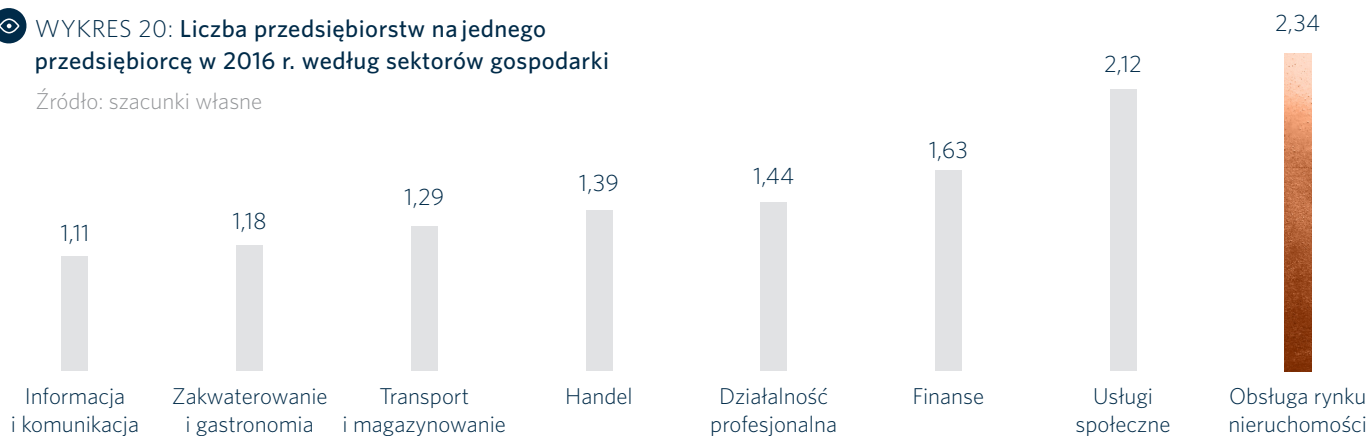
Najwięcej podmiotów prowadzą ci, którzy zajmują się obsługą nieruchomości (średnio 2,34 firmy na przedsiębiorcę) i usługami społecznymi (2,12). Z kolei najmniej podmiotów prowadzą rolnicy (1,00) i przedsiębiorcy zajmujący się przetwórstwem przemysłowym (1,08). W rezultacie struktura branżowa prowadzonych firm nieznacznie różni się od samej struktury działalności przedsiębiorców.

Ze względu na bardzo duże znaczenie Warszawy dla polskiej gospodarki, to na Mazowszu ulokowanych jest najwięcej firm polskich przedsiębiorców. Dwa kolejne miejsca na podium zajmują województwa śląskie i wielkopolskie. Jednak to ostatnie cechuje się największą liczbą firm na jednego przedsiębiorcę – średnio każdy z nich prowadzi 1,63 przedsiębiorstwa. Drugie i trzecie w kolejności pod względem aktywności biznesowej przedsiębiorców są sąsiednie województwa: kujawsko-pomorskie (1,52) i lubuskie (1,45).

Najmniej firm zakładają przedsiębiorcy z Polski centralnej (województwa świętokrzyskie i łódzkie) oraz północno-wschodniej (województwa warmińsko-mazurskie i podlaskie), gdzie prowadzą średnio od 1,14 do 1,21 firm. To również regiony o najmniejszej liczbie firm prowadzonych przez polskich przedsiębiorców – udział żadnego z tych województw w całości populacji firm nie przekracza 5 proc.

WYKRES 20: Liczba przedsiębiorstw na jednego przedsiębiorcę w 2016 r. według sektorów gospodarki

Źródło: szacunki własne



Większość polskich przedsiębiorców odpowiada za swoją działalność całym majątkiem

Zdecydowana większość polskich przedsiębiorców decyduje się na prowadzenie działalności gospodarczej jako osoba fizyczna – ponad 86 proc. firm ma taką formę prawną. Nie oznacza to jednak, że są oni samozatrudnieni, a jedynie, że odpowiadają za ewentualne roszczenia wobec prowadzonej firmy swoim majątkiem. Największe firmy prowadzone w formie jednoosobowej działalności gospodarczej zatrudniają po kilka tysięcy pracowników. Można powiedzieć, że polscy przedsiębiorcy w większości utożsamiają się ze swoją firmą – zarówno psychicznie, jak i majątkowo. Od powodzenia biznesowego zależy bowiem również ich dochód, majątek i bezpieczeństwo finansowe.

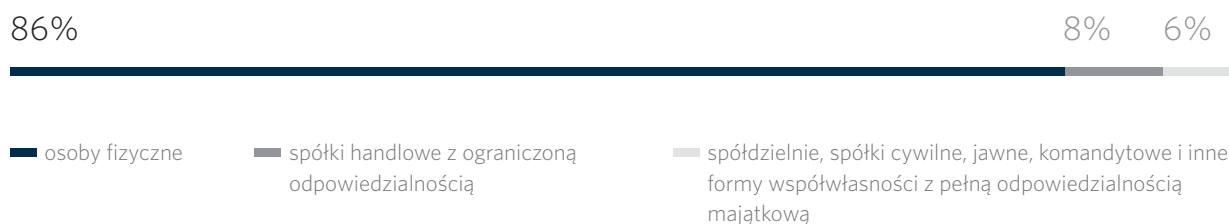
Dużo mniejsza grupa polskich przedsiębiorców zakłada spółki handlowe lub cywilne. Część z nich decyduje się na ten krok, ponieważ chce prowadzić przedsiębiorstwo wraz ze współnikiem, a czasem

chce zaprosić do współpracy osoby, które z różnych względów nie mogą lub nie chcą brać na siebie pełnej odpowiedzialności majątkowej za prowadzoną działalność. Dla tych ostatnich idealnym rozwiązaniem jest spółka komandytowa lub komandytowo-akcyjna.

Pozostałe 8 proc. firm polskich przedsiębiorców to spółki handlowe z ograniczoną odpowiedzialnością – z o.o. i akcyjne. Są to głównie duże przedsiębiorstwa, których prowadzenie jest obciążone większym ryzykiem, zwłaszcza związanym z popełnieniem błędów przez któregoś z podwładnych, za które musiałby odpowiadać majątkiem sam przedsiębiorca. Fakt, że tylko co 12 z nich decyduje się na ograniczenie swojej odpowiedzialności pokazuje, jak wysokie jest zaufanie przedsiębiorców do pracowników i do własnych zdolności biznesowych.

WYKRES 21: Struktura firm polskich przedsiębiorców pod względem formy prawnej*

Źródło: szacunki własne

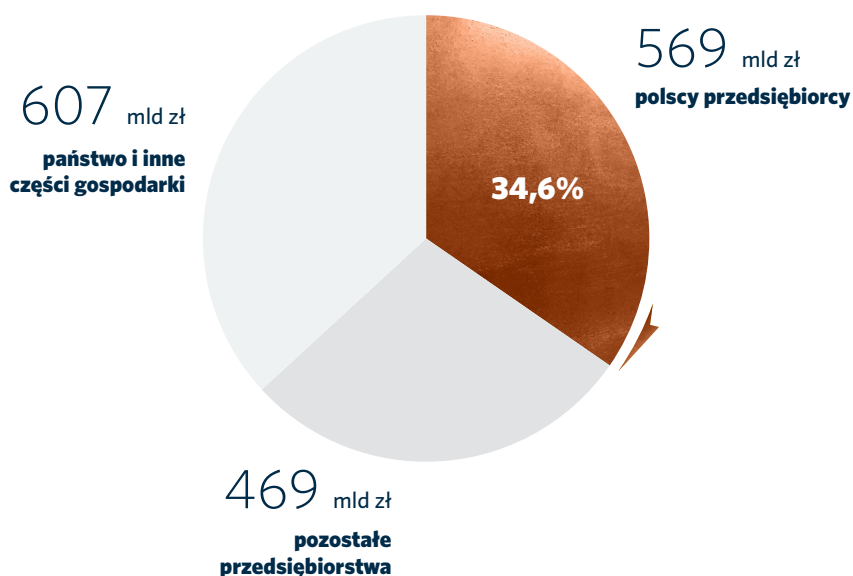


*z wyłączeniem rolnictwa i usług nierynkowych

Polscy przedsiębiorcy wytwarzają ponad jedną trzecią PKB

WYKRES 22: PKB Polski w 2016 r. w cenach bazowych

Źródło: szacunki własne, GUS



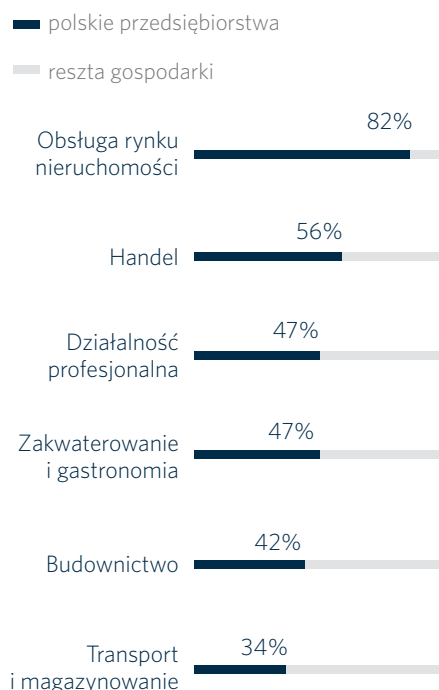
W sumie prowadzone przez polskich przedsiębiorców firmy wygenerowały w 2016 r. aż 569 mld zł wartości dodanej – to ponad połowa wartości dodanej wygenerowanej we wszystkich przedsiębiorstwach. W porównaniu z całością gospodarki polscy przedsiębiorcy wypadają równie dobrze, bowiem generują aż 35 proc. całego PKB, a odsetek ten systematycznie rośnie.

Co więcej, prowadzone przez polskich przedsiębiorców firmy są dużo bardziej stabilne i odporne na wahania koniunktury niż reszta gospodarki. Na przykład w 2016 r., gdy Polskę dotknęło spowolnienie związane z zakończeniem wydatkowania środków unijnych i ogólnie słabą koniunkturą w strefie euro, rodzimi przedsiębiorcy radzili sobie bardzo dobrze – nominalny wzrost wartości dodanej generowanej przez zarządzane przez nich przedsiębiorstwa wyniósł 5 proc., czyli ponad trzykrotnie więcej niż przez resztę gospodarki. Oznacza to, że ponad połowa z 3 proc. wzrostu gospodarczego była zasługą polskich przedsiębiorców.

Największy procentowy udział polscy przedsiębiorcy mają w obsłudze nieruchomości, gdzie wynosi on aż 82 proc. Bardzo duży wkład mają również przedsiębiorstwa działające w handlu – 56 proc. wartości dodanej tej branży można przy-

WYKRES 23: Udział polskich przedsiębiorców w poszczególnych branżach

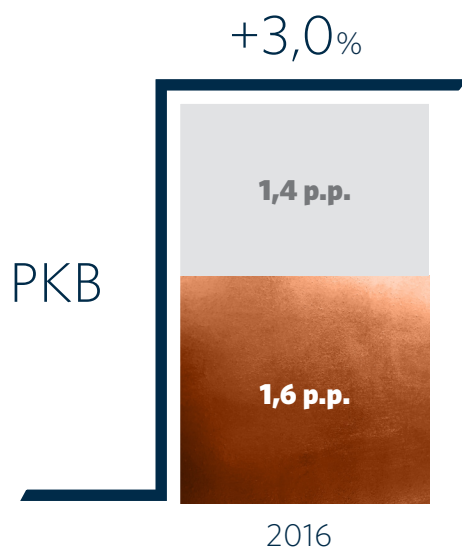
Źródło: szacunki własne



INFOGRAFIKA 2: Wkład przedsiębiorców do wzrostu PKB w 2016 r.

Źródło: szacunki własne, GUS

- polscy przedsiębiorcy
- reszta gospodarki



pisać ich działalności. Mimo sporej aktywności przedsiębiorców w logistyce, ze względu na duży udział firm zagranicznych i państwowych, odpowiadają one tylko za 34 proc. tej branży.

Najmniejszy udział w tworzeniu PKB, polscy przedsiębiorcy mają w rolnictwie, gdzie większość wartości dodanej jest generowana w indywidualnych gospodarstwach rolnych. Takich podmiotów jest obecnie w Polsce nieco ponad milion wobec blisko 40 tys. gospodarstw rolnych prowadzonych przez przedsiębiorców i zatrudniających pracowników najemnych.

Równie niewielki udział mają polscy przedsiębiorcy w usługach społecznych, gdzie odpowiadają za zaledwie 10 proc. wartości dodanej. Większość PKB w tym segmencie tworzona jest bowiem przez instytucje publiczne – od szpitali przez uczelnie wyższe po podmioty zajmujące się obronnością kraju. Z pozostałych branż warto zwrócić jeszcze uwagę na hotelarstwo, biznes restauracyjny oraz działalność profesjonalną – we wszystkich tych grupach firm, polscy przedsiębiorcy odpowiadają za blisko połowę obrotów.

Polscy przedsiębiorcy są najważniejszym pracodawcą w kraju

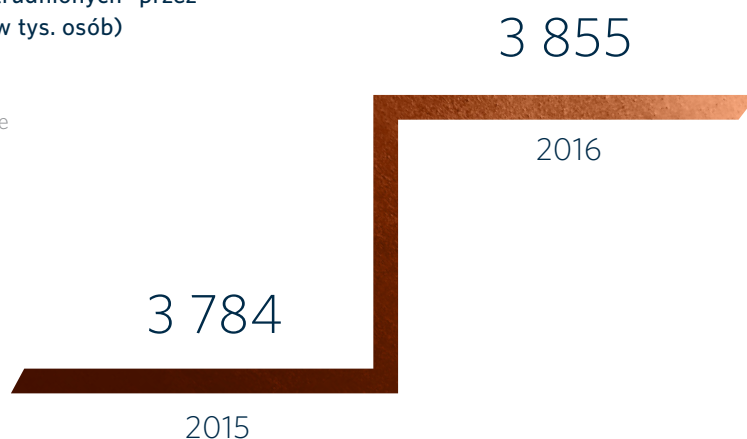
Przedsiębiorcy traktowani wspólnie zatrudniają tyle osób, ile podmioty państwowe, a więcej niż międzynarodowe korporacje czy spółki akcyjne z rozproszonym kapitałem. Na podstawie danych GUS i Eurostatu oszacowaliśmy, że w sumie w 2016 r. w prowadzonych przez nich firmach na umowę o pracę było zatrudnionych 3,9 mln osób – to 30 proc. całości zatrudnienia w Polsce. Po dodaniu samych przedsiębiorców, z polskimi firmami zarobkowo związanych było 4,6 mln osób i to bez uwzględniania tych, którzy byli z nimi powiązani umowami o dzieło lub dorywczymi zleceniami.

Zatrudnienie w firmach w ostatnich latach rosło nieco wolniej niż sama liczba przedsiębiorstw czy wolumen wytwarzanych przez nich towarów i usług. Wynikało to ze spowolnienia gospodarczego w 2016 r., a także nasilających się problemów firm ze znalezieniem pracowników, zwłaszcza w handlu, budownictwie, transporcie i branży ICT. Kłopoty w większym stopniu uderzają w polskich przedsiębiorców niż w międzynarodowe korporacje, gdyż ci pierwsi częściej szukają pracowników na lokalnym rynku i rzadziej sięgają po imigrantów z Ukrainy czy Azji.

INFOGRAFIKA 3: Liczba zatrudnionych* przez polskich przedsiębiorców (w tys. osób)

Źródło: szacunki własne

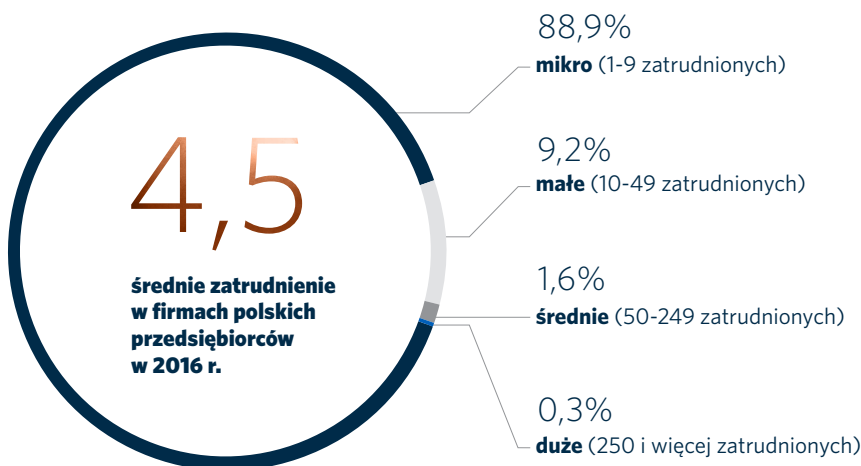
* zatrudnieni to osoby pracujące na umowę o pracę



Polscy przedsiębiorcy prowadzą zwykle małe rodzinne firmy

WYKRES 24: Struktura firm ze względu na wielkość zatrudnienia (w tys.)

Źródło: szacunki własne



Firmy prowadzone przez polskich przedsiębiorców w 2016 r. były stosunkowo małe. Średnie zatrudnienie wynosiło 4,5 osoby na przedsiębiorstwo. Z tego względu mikrofirmy, czyli te o zatrudnieniu między jedną a dziewięcioma osobami, stanowiły aż 89 proc. przedsiębiorstw. Przedsiębiorstwa małe (10-49 zatrudnionych) miały 9 proc. udziału wśród firm prowadzonych przez polskich przedsiębiorców. Firmy średnie stanowiły 1,6 proc. wszystkich przedsiębiorstw, a duże tylko 0,3 proc. Nie oznacza jednak, że można je pominąć w badaniach, bo to firmy zatrudniające po kilka tysięcy osób tworzą największy wkład do wartości dodanej.

Najwięcej osób zatrudniały firmy polskich przedsiębiorców zajmujące się handlem – w 2016 r. na umowę o pracę pracowało w nich ponad milion osób, czyli 57 proc. wszystkich zatrudnionych w tej branży. Przeczy to powszechnemu stereotypowi, że polscy przedsiębiorcy wykorzystują pracowników, zatrudniając ich na umowy cywilnoprawne, niegwarantujące praw pracowniczych i odpowiednich świadczeń w razie choroby czy na emeryturze. Zwłaszcza handlowcy przeczą tej obiegowej opinii i udowadniają, że dają stabilną i dobrze płatną pracę dużej liczbie Polaków.

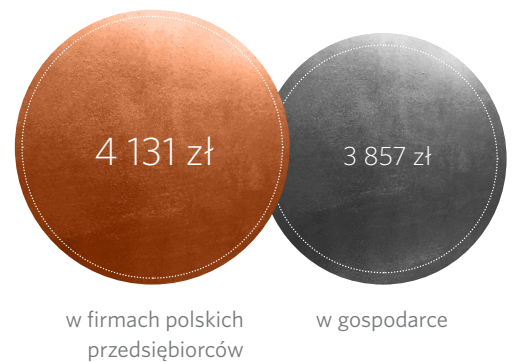
Przeciętnie zatrudnienie na jedną firmę było jednak największe w przemyśle a nie w handlu, bowiem jeden przedsiębiorca przemysłowy zatrudniał średnio 9,25 osób. W rezultacie branża ta znalazła się na drugim miejscu wśród firm polskich przedsiębiorców pod względem łącznego zatrudnienia – w 2016 r. wyniosło ono 950 tys. osób, czyli ponad dwa razy więcej niż w trzecim w kolejności budownictwie (452 tys. zatrudnionych).

Najmniej skłonni do zatrudniania na umowę o pracę byli przedsiębiorcy zajmujący się rolnictwem, część z nich w ogóle nie decydowała się na podpisywanie umów z pracownikami na stałe. Dlatego w gospodarstwach rolnych przedsiębiorców pracowało tylko 29,6 tys. pracowników najemnych. Niewielką skłonność do zatrudniania pracowników mają też przedsiębiorcy oferujący usługi społeczne (1,4 osoby na przedsiębiorstwo). Także w budownictwie przedsiębiorcy w niewielkim stopniu zatrudniali na umowę o pracę, ale średnie zatrudnienie było tam i tak ponaddwukrotnie wyższe niż w usługach społecznych (cztery osoby na przedsiębiorstwo).

Polscy przedsiębiorcy płacą wyższe wynagrodzenia niż reszta podmiotów gospodarczych

Polscy przedsiębiorcy wypłacali wynagrodzenia wyższe od tych, jakie zatrudnieni otrzymywali w innych segmentach gospodarki. W 2016 r. średnia płaca wynosiła u nich 4 131 zł wobec 3 857 zł średnio dla Polski (licząc na podstawie rachunków narodowych). Najwyższe płace otrzymywali pracownicy zatrudnieni w branży ICT oraz finansach, a najniższe w hotelarstwie i gastronomii. W rezultacie polscy przedsiębiorcy wypłacili wynagrodzenia brutto w łącznej wysokości 178 mld zł, a do tego kolejne 35,3 mld zł w składkach płaconych do ZUS.

Do kieszeni Polaków trafiły wynagrodzenia netto z tytułu umowy o pracę w łącznej wysokości 108,1 mld zł, a do ZUS przekazano 45,6 mld zł składek płaconych przez pracowników. Z kolei fiskus otrzymał z tytułu podatków dochodowych od pracowników firm polskich przedsiębiorców 24,6 mld zł, co stanowiło ponad jedną dziesiątą wszystkich dochodów podatkowych państwa. Tym samym dzięki działalności gospodarczej polskich przedsiębiorców w 2016 r. do kasy państwa trafiło 186 mld zł. Poza wymienionymi powyżej wpłatami składek na ubezpieczenia społeczne i podatki dochodowe pracowników, przedsiębiorcy zapewnili jeszcze dochody z podatków pośrednich (głównie VAT)



INFOGRAFIKA 4: Średnie wynagrodzenia w Polsce w 2016 r.

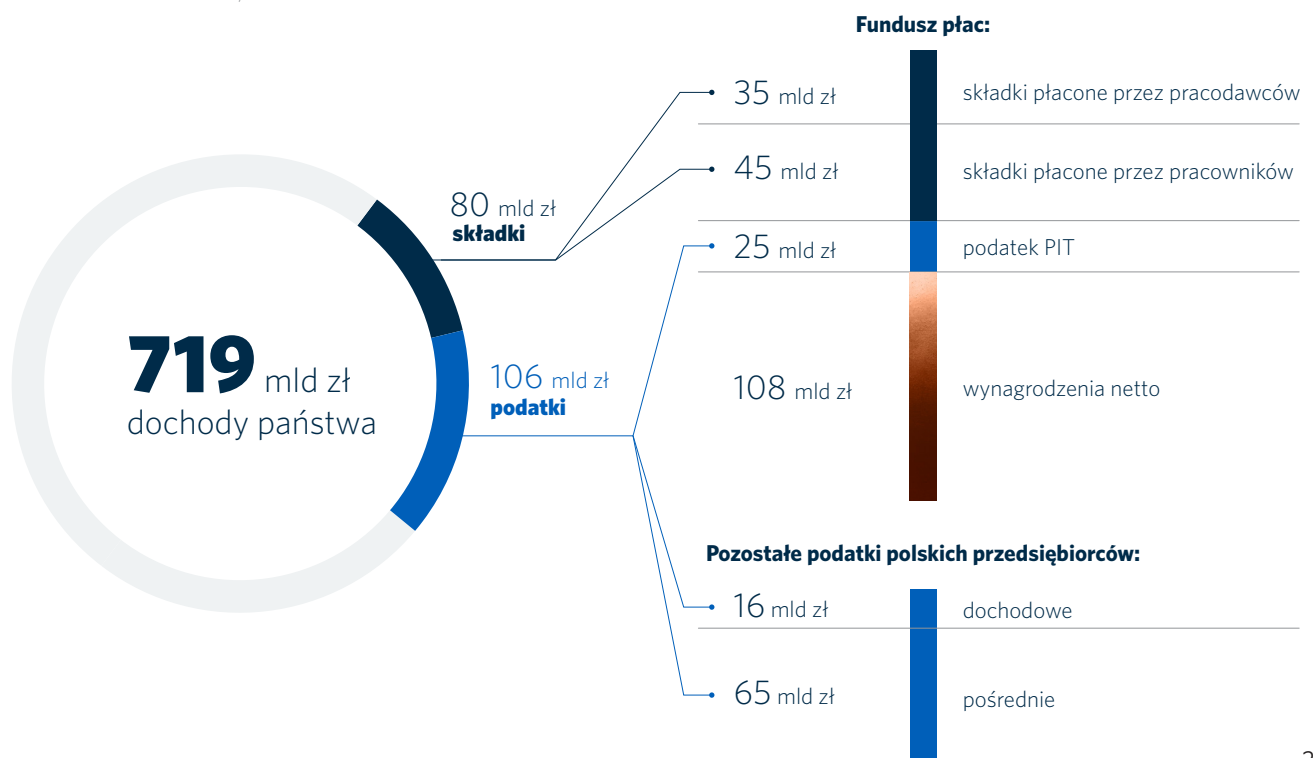
Źródło: szacunki własne, GUS

w wysokości 65 mld zł oraz podatki dochodowe o wartości 16 mld zł. Na tę ostatnią liczbę złożyły się środki odprowadzone na CIT przez przedsiębiorców mających spółki o osobowości prawnej w wysokości 3 mld zł oraz środki odprowadzone na PIT przez osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą w wysokości 13 mld zł.

Wynagrodzenia to jednak nie wszystkie dochody, które trafiły do gospodarstw domowych z tytułu działalności gospodarczej przedsiębiorców. Zyski wygenerowane przez spółki handlowe z ograniczoną odpowiedzialnością prowadzone przez polskich przedsiębiorców wyniosły w 2016 r. równo 14 mld zł, czyli 239 tys. zł na jedną firmę. Większość tej kwoty stanowił dochód samych przedsiębiorców, ale aż 2,1 mld zł trafiło do inwestorów i wspólników, którzy – chociaż nie byli przedsiębiorcami – to wspierali finansowo ich działalność i czerpali z tego tytułu zyski.

WYKRES 25: Podatki, składki i wynagrodzenia płacone przez polskich przedsiębiorców w 2016 r.

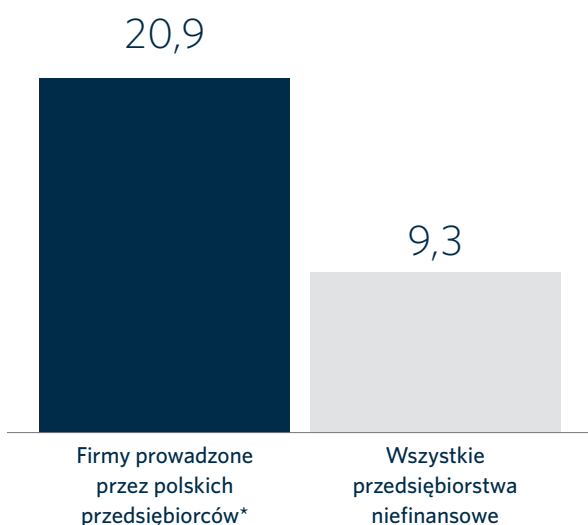
Źródło: szacunki własne, GUS



Polscy przedsiębiorcy inwestują więcej niż międzynarodowe korporacje

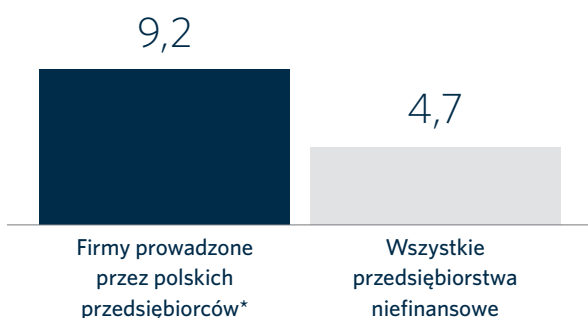
WYKRES 26: Wskaźnik rentowności kapitału własnego

Źródło: szacunki własne, GUS



WYKRES 27: Wskaźnik rentowności sprzedaży

Źródło: szacunki własne, GUS



* dane tylko dla spółek handlowych z ograniczoną odpowiedzialnością

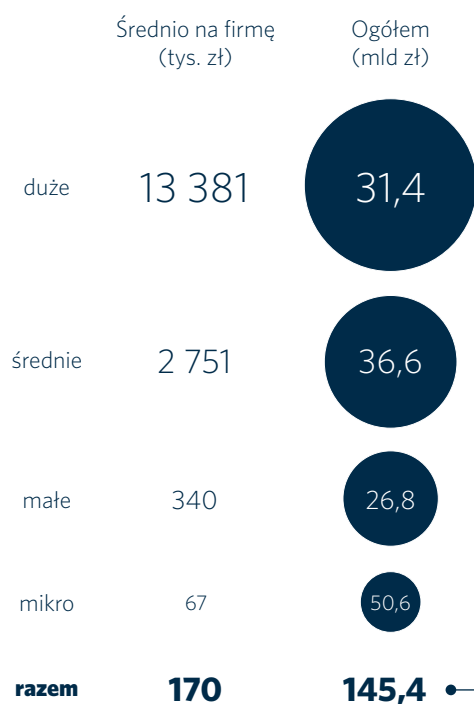
Polscy przedsiębiorcy budują pozycję konkurencyjną kraju na kilka sposobów. We wcześniej opisaliśmy, w jaki sposób generują wartość dodaną i transferują dochody do pracowników. Poza tym jednak poprzez reinwestycję zysków zwiększają kapitał, dzięki czemu polskie firmy są bardziej wydajne, a także, z roku na rok, coraz szerzej angażują się w działalność badawczą, co podnosi innowacyjność gospodarki.

Firmy zarządzane przez polskich przedsiębiorców są bardziej wydajne niż inne podmioty w gospodarce. Wskaźnik rentowności kapitału własnego dla spółek handlowych z ograniczoną odpowiedzialnością (dla osób prywatnych nie było możliwe obliczenie takiego miernika) w 2016 r. wyniósł 20,9 wobec 9,3 dla wszystkich przedsiębiorstw niefinansowych. Prawie dwukrotnie wyższy niż w całej gospodarce był też wskaźnik rentowności brutto spółek handlowych zarządzanych przez polskich przedsiębiorców – jak oszacowaliśmy na podstawie bazy danych Amadeus, wynosił on 9,2 wobec 4,7 podanych przez GUS za 2016 r. dla przedsiębiorstw niefinansowych.

Według naszych szacunków w 2016 r. polscy przedsiębiorcy wydali na inwestycje 145,4 mld zł, z czego większość przeznaczono na nakłady brutto na środki trwałe, a jedynie 21,8 mld zł na zakup używanych środków trwałych. W rezultacie przedsiębiorcy odpowiadali za ponad jedną trzecią wszystkich wydatków inwestycyjnych na budowę polskiego kapitału, czyli trzykrotnie więcej od firm z kapitałem zagranicznym.

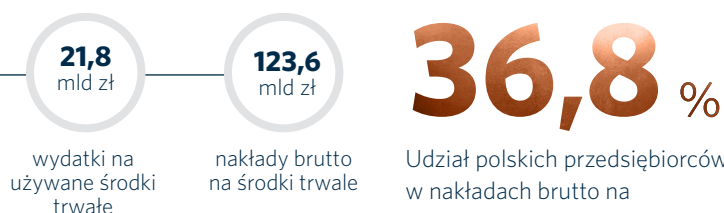
Najbardziej aktywni inwestycyjnie byli właściciele dużych przedsiębiorstw, którzy wydali na ten cel średnio po 13,3 mln zł. Grupa ta odpowiadała zatem za co piątą złotówkę wydaną na inwestycje przez przedsiębiorców. Pięciokrotnie mniejszą aktywność inwestycyjną wykazywali właściciele średnich przedsiębiorstw (średnio 2,7 mln zł na firmę). Aktywność pozostałych grup firm była minimalna i wynosiła średnio 340 tys. zł rocznie w przypadku małych firm i 67 tys. zł rocznie w przypadku mikrofirm zatrudniających do dziewięciu pracowników.

Nieliczni polscy przedsiębiorcy prowadzą działalność badawczo-rozwojową



Wysoka rentowność polskich przedsiębiorstw sprawiła, że dotychczas nie były one zbyt chętne do tego, by angażować się w działalność badawczo-rozwojową. Tylko 2 proc. spółek handlowych prowadzonych przez polskich przedsiębiorców miało zarejestrowane patenty (średnio po 3,3 aktywnych patentów). Przedsiębiorcy nie są bowiem zainteresowani innowacyjnością, jeżeli wykorzystując istniejące w gospodarce zasoby i własną pracowitość są w stanie zarobić dużo więcej w przeliczeniu na jednostkę zaangażowanego kapitału niż przedsiębiorstwa państwowe czy międzynarodowe korporacje.

Powyższe dane pokazują, że mimo dużego już dziś wkładu w polską gospodarkę przedsiębiorcy, zwłaszcza ci mniejsi, mogą mieć na nią jeszcze większy wpływ, jeżeli rozwiną aktywność inwestycyjną i położą większy nacisk na innowacyjność. W ten sposób sami mogą rosnąć organicznie, a skorzystają na tym wszyscy – od konsumentów, przez budżet państwa, po inne przedsiębiorstwa, które będą mogły korzystać z rozwoju polskiej gospodarki.



INFOGRAFIKA 5: Nakłady inwestycyjne polskich przedsiębiorców w 2016 r.

Źródło: szacunki własne

Polscy przedsiębiorcy mają wciąż dużo do zrobienia w handlu zagranicznym

Od 2012 r., polskie ujemne saldo handlu zagranicznego o wartości 64,7 mld zł, przeobraziło się w wynik dodatni (aż 20,6 mld zł w 2016 r. i 2,1 mld zł w 2017 r.). 80 proc. eksportu przypada obecnie na państwa Unii Europejskiej. Oznacza to, że polskie firmy dobrze radzą sobie na konkurencyjnym europejskim rynku. Jednak mimo działań na rzecz eksportu podejmowanych przez kolejne rządy, sprzedaż na rynki rozwijające się wciąż kuleje.

W ten obraz polskiego eksportu wciąż w niewielkim stopniu wpisują się polscy przedsiębiorcy. To nie oni napędzają sprzedaż za granicę. Przyjmuje

się, że za eksport w ok. 66 proc. odpowiedzialne są podmioty zagraniczne. Dane pokazują też, że około 30 proc. polskiego eksportu generują małe i średnie przedsiębiorstwa – sektor zdominowany przez polskie firmy.

Na rynkach zagranicznych można znaleźć, co prawda, przykłady polskich przedsiębiorców, którzy radzą sobie dobrze z globalizacją swoich firm takich jak TZMO, Synthos, Asseco, Comarch, LPP czy Ingnot, ale niestety ich sukcesy można wciąż zaliczyć do wyjątków. Brakuje szczegółowych danych na temat tego, jak poszczególne grupy przedsiębiorców kształtują polski handel zagraniczny, ale ocena jakościowa wskazuje jednoznacznie, że w tym aspekcie biznesu polscy przedsiębiorcy mają dużo do zrobienia.



Postrzeganie polskich przedsiębiorców

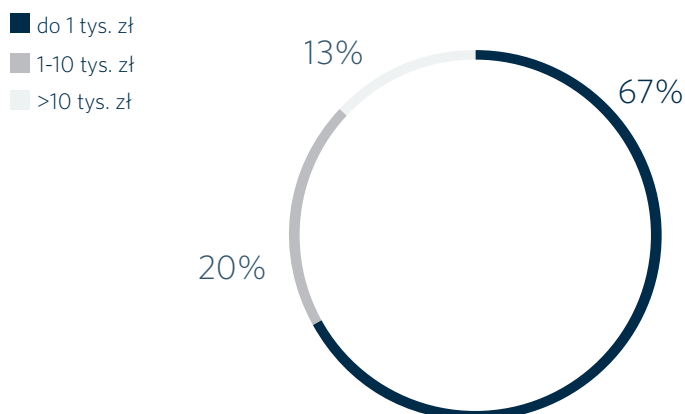


...w oczach własnych

Zwolennik nowych technologii

WYKRES 28: Struktura firm według rocznych wydatków na ICT

Źródło: Home.pl 2017

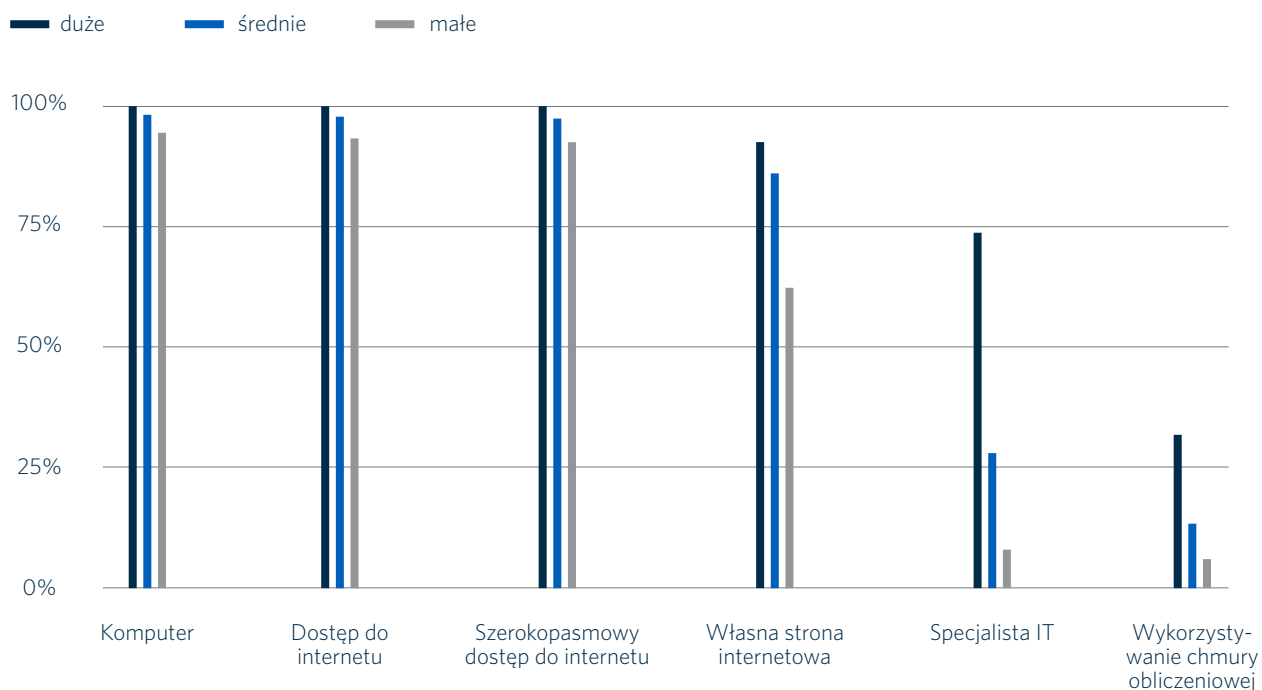


Polscy przedsiębiorcy skutecznie korzystają ze zdobyczy ery cyfryzacji. W 2016 r. prawie wszystkie zarządzane przez nich przedsiębiorstwa używały komputerów, co dziewiąte miało dostęp do internetu, najczęściej poprzez łącze szerokopasmowe, a własną stronę internetową prowadziło 67 proc. firm. Co więcej, co ósme przedsiębiorstwo zatrudniało specjalistów IT, a co czwarte aktywnie wykorzystywało media społecznościowe.

W ostatnich latach polscy przedsiębiorcy powszechnie inwestowali w technologie teleinformatyczne (ICT), by poprawić swoją wydajność. Dwie trzecie małych i średnich przedsiębiorstw, zarządzanych głównie przez swoich właścicieli, wydawała 1-10 tys. zł. rocznie na ICT. Większość przedsiębiorców była przekonana, że dzięki tym inwestycjom w ciągu pięciu kolejnych lat będą miały koszty prowadzenia biznesu. Z kolei 86 proc. przedstawicieli polskich małych i średnich firm twierdzi, że technologie informatyczne pozwalają zaoszczędzić czas. Dla porównania udział ten wynosił 70 proc. w Niemczech i Finlandii i 80 proc. w Czechach i Norwegii.

WYKRES 29: Odsetek firm używających różnych technologii ICT w 2016 r.

Źródło: PARP 2017



Przygotowany do podejmowania decyzji finansowych

75 proc. przedsiębiorców deklaruje, że jest przygotowany do samodzielnego podejmowania decyzji finansowych. Tylko 40 proc. z nich zatrudnia jako wsparcie specjalistów, reszta decyduje osobiście. Przekonanie przedsiębiorców o własnej wartości i wiedzy nie jest bezpodstawne. Z badań świadomości finansowej wynika, że przedsiębiorcy dużo częściej niż pracownicy najemni ubezpieczają się od zagrożeń w życiu prywatnym i zawodowym i mają większą wiedzę o wysokości przyszłych emerytur.

WYKRES 30: Odsetek przedsiębiorców deklarujących, że:

Źródło: Pramerica 2017



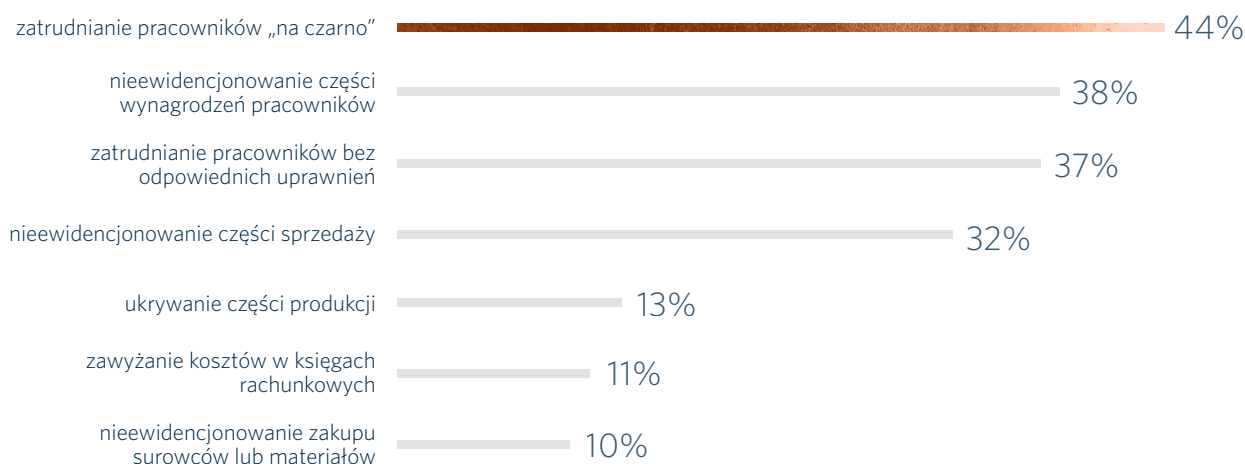
...w oczach konkurentów

Jednym z najbardziej rozpowszechnionych stereotypów o polskim przedsiębiorcy jest jego skłonność do kombinowania, czyli balansowania na granicy prawa. Dostrzegają to sami przedsiębiorcy. Prawie połowa z nich spotyka się z nieuczciwymi działaniami konkurencji. Polegają one zwykle na zatrudnianiu pracowników „na czarno”, nieewidencjonowaniu części wynagrodzeń, ukrywaniu przychodów czy zlecaniu pracownikom zadań,

do których wykonania nie mają koniecznych uprawnień. Równie problematycznym zachowaniem jest spóźnianie się z opłacaniem faktur czy wypłacaniem wynagrodzeń. W ostatnich latach problem ten stopniowo zanika, co jest sygnałem coraz większej odpowiedzialności etycznej polskich przedsiębiorców.

WYKRES 31: Formy nieuczciwej konkurencji dostrzeganej przez przedsiębiorców w 2015 r.

Źródło: PARP Panel Polskich Przedsiębiorców 2015



...w oczach społeczeństwa

Budują siłę ekonomiczną Polski

Ogólnie rzecz biorąc, Polacy są pełni uznania dla przedsiębiorców i twierdzą, że ten szacunek jest powszechny i zasłużony. 72 proc. badanych zgadzało się ze stwierdzeniem, że przedsiębiorcy wytwarzają większość dochodu w Polsce. Co więcej, 63 proc. uważało, że budują oni siłę ekonomiczną kraju nie tylko przez tworzenie potencjału gospodarczego, lecz także szerząc dobry wizerunek polskich przedsiębiorców za granicą. Prestiż przedsiębiorców jest jedną z przyczyn wysokiej skłonności Polaków do zakładania własnych przedsiębiorstw.

Tworzą miejsca pracy

Dwie trzecie Polaków uważa, że przedsiębiorcy tworzą więcej miejsc pracy niż zakłady państwowe. Mimo to, mniej niż połowa z nich sądzi, że dbają o pracowników, a blisko jedna trzecia jest przekonana, że wypłacają niskie wynagrodzenia, gdyż chcą sami zarobić. Pogląd ten jest jednak niespójny ze stwierdzeniem, że to właśnie przedsiębiorcy wytwarzają większość dochodu. Można to tłumaczyć tym, że Polacy zwykli porównywać swoje wynagrodzenia do zarobków przedsiębiorców, które w ich opinii są dużo wyższe od średniej krajowej.

Płacą podatki

W Polsce pokutuje przekonanie, wzmacniane ostatnio przez działania rządu uszczelniające system podatkowy, że polscy przedsiębiorcy oszukują państwo, a zatem i całe społeczeństwo, i nie płacą należnych danin. Uważa tak co jedenasta osoba. Jest to najbardziej szkodliwe uprzedzenie, z którym przedsiębiorcy muszą zmierzyć się w najbliższych latach. Nie jest to jednak stereotyp powszechny – wciąż większość społeczeństwa (55 proc.) uważa, że przedsiębiorcy płacą podatki, z których państwo może finansować budowę dróg czy działalność administracyjną.



Wykres 32: **Odsetek osób zgadzających się z twierdzeniem, że:**

Źródło: PARP 2013, obliczenia własne

■ zdecydowanie się zgadzam ■ raczej się zgadzam ■ raczej się nie zgadzam ■ zdecydowanie się nie zgadzam ■ nie wiem

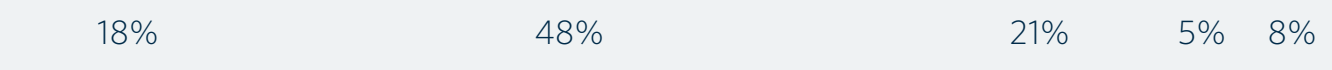
przedsiębiorcy budują ekonomiczną siłę Polski na świecie



przedsiębiorcy wytwarzają większość dochodu Polski



przedsiębiorcy tworzą więcej miejsc pracy niż zakłady państwowe



przedsiębiorcy płacą podatki od biznesu, które finansują
np. budowę dróg czy administrację



Cechy przypisywane polskim przedsiębiorcom

Z wielu przeprowadzonych w ciągu ostatnich pięciu lat badań wynika, że społeczny obraz przedsiębiorców w przeważającej mierze pokrywa się z ich samooceną i danymi. Poniższy diagram przedstawia częstotliwość przypisywania im określonej cechy – im większe jest dane określenie, tym częściej Polacy przypisywali je przedsiębiorcom. Określenia najczęściej używane wobec przedsiębiorców to: zamożność, pożyteczność i dobre wykształcenie. Stosunkowo rzadko Polacy uznawali przedsiębiorców za uwikłanych w politykę, uczciwych czy lubianych.

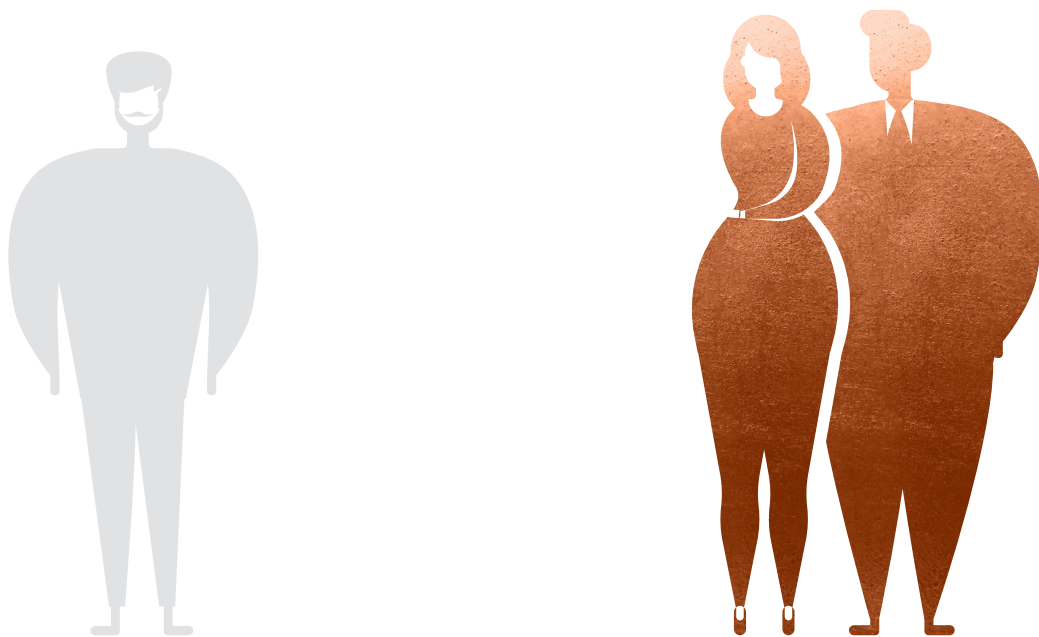
Cechy negatywne Polacy przypisywali abstrakcyjnemu, typowemu przedsiębiorcy, którego wizerunek był budowany w oparciu o przekaz medialny. Natomiast opinie o własnym, konkretnym pracodawcy były znacznie lepsze.



Wielkość określenia jest wprost proporcjonalna do odsetka osób wskazujących na taką cechę przedsiębiorcy.

Źródło: FOR 2016, CBOS 2010, 2014





Spółeczne zaangażowanie przedsiębiorców

Społeczne zaangażowanie przedsiębiorców

Oprócz działalności biznesowej związanej z budowaniem swojej pozycji rynkowej, polscy przedsiębiorcy angażują się w działania mające na celu pomoc potrzebującym, współpracę z otoczeniem społecznym, wspieranie kultury czy dbanie o środowisko naturalne. Świadomi i zaangażowani społecznie przedsiębiorcy to nie wyjątki: skala i zakres ich działań systematycznie rośnie. Na ogół nie ograniczają się oni jedynie do udzielania doraźnego wsparcia, ale stawiają na działalność długofalową, skierowaną do rozmaitych grup odbiorców. Korzystają przy tym z doświadczenia, które zdobyli podczas budowania własnych firm, często zatrudniając w tym celu zespoły specjalistów i dbając o wysoką efektywność swoich przedsięwzięć.

Pod tym względem ich działania nie odbiegają szczególnie od trendów globalnych. Różnica polega tu przede wszystkim na tym, że polscy przedsiębiorcy z reguły nie nagłaśniają swojego zaangażowania. Dotyczy to przede wszystkim działań o charakterze charytatywno-filantropijnym, które przedsiębiorcy traktują jako czysto prywatną sprawę, kierując się przekonaniem, że marketing udzielanego wsparcia jest w złym tonie. Wielu z nich finansuje przedsięwzięcia dobroczynne zarówno z prywatnych pieniędzy, jak i ze środków swoich firm.

Dane na temat faktycznej skali społecznego zaangażowania polskich prywatnych przedsiębiorców są rozproszone i niepełne. Wiadomo, że najzamożniejsi przedsiębiorcy dość często zakładają fundacje firmowe, rodzinne lub mieszane, których celem jest pomoc potrzebującym lub wsparcie określonych obszarów, takich jak edukacja, aktywność obywatelska, sport czy kultura. Z kolei małe i średnie firmy zwykle działają w skali regionalnej, współpracując z lokalną społecznością i wspierając jej rozwój. Niektórzy przedsiębiorcy angażują się również we współpracę z niezależnymi organizacjami pozarządowymi oraz instytucjami państwowymi.

Część przedsiębiorców podejmuje też działania prospołeczne w ramach własnych firm: realizują politykę równościową, inwestują w rozwój osobisty pracowników, dofinansowują opiekę medyczną

i wczas dla ich rodzin, tworzą przedszkola przyzakładowe czy pokoje do pracy z małymi dziećmi. Coraz częściej skupiają się też na budowaniu kultury zaangażowania społecznego wśród samych pracowników, rozwijając programy wolontariatu pracowniczego i promując postawy proekologiczne (dni bez samochodu, recykling, segregacja odpadów). Wielu przedsiębiorców stara się ponadto prowadzić swoje firmy zgodnie z ideą zrównoważonego rozwoju, wprowadzając systemy zarządzania środowiskowego, inwestując w ekologiczne budynki czy wykorzystując alternatywne źródła energii.

Prezentujemy wybrane przykłady bardzo różnorodnego, w formie i skali, zaangażowania społecznego prywatnych polskich przedsiębiorców:

- przedsiębiorcy, którzy cały swój wielomilionowy majątek przekazał na utworzenie fundacji edukacyjnej pomagającej dzieciom;
- wspólników firmy, którzy prywatnie i poprzez utworzoną przez siebie fundację od ponad 20 lat wspierają działania charytatywne, humanitarne, artystyczne i sportowe;
- przedsiębiorcy, którzy został mecenasem sztuki i filantropem od lat wspierającym największe państwowe instytucje kultury i sztuki;
- rodzinnej firmy, której model biznesowy wpisuje się w najlepsze wzorce tworzenia nowych standardów łączących dbałość o pracowników, środowisko naturalne i społeczność lokalną;
- przedsiębiorcy-pasjonata, który rozwija swój biznes z niezwykłą dbałością o relacje i jakość życia w społeczności lokalnej.

Spełnianie marzeń o nauce

Rok przed zainicjowaniem światowej kampanii „The Giving Pledge” przez Billa Gatesa i Warrena Buffetta, Andrzej Czernecki, właściciel jednej z największych firm w Polsce, przekazał cały swój majątek na cele społeczne.

Andrzej Czernecki to założyciel firmy HTL, jednego z wiodących producentów sprzętu laboratoryjnego na świecie, a zarazem syn zasłużonego polskiego pedagoga, profesora Romana Czerneckiego. W 2008 r., gdy dowiedział się, że cierpi na śmiertelną chorobę i pozostało mu zaledwie kilka lat życia, postanowił skupić się na kontynuacji dzieła swojego ojca. W tym celu spieniężył cały swój majątek i w 2009 r. powołał do życia Edukacyjną Fundację im. prof. Romana Czerneckiego (EFC).

Sztandarowym przedsięwzięciem EFC jest program stypendialny „Marzenie o Nauce”, skierowany do absolwentów szkół podstawowych. Celem programu jest wsparcie młodzieży z niezamożnych rodzin żyjących w małych miejscowościach (do 30 tys. mieszkańców). Stypendium przeznaczone jest dla uczniów, którzy wykazali się wybitnymi osiągnięciami naukowymi, artystycznymi lub sportowymi. Za otrzymane pieniądze mogą opłacić zakwaterowanie, wyżywienie, ubezpieczenie, podręczniki i inne przybory szkolne, dodatkowe lekcje języka angielskiego, wyjazdy na kolonie, a także pomoc psychologiczną.



Co roku EFC finansuje co najmniej 80 stypendiów, umożliwiając najzdolniejszym uczniom naukę w najlepszych polskich liceach. Roczny koszt finansowania stypendysty wynosi blisko 14 tys. zł. Fundacja realizuje też kilka innych programów edukacyjnych dla młodzieży uczącej się w szkołach podstawowych i ponadpodstawowych, przeznaczając na swoją działalność statutową ok. 4 mln zł rocznie.

Andrzej Czernecki zmarł w 2012 r., a prowadzenie fundacji przejęli jego synowie – Andrzej oraz Igor. Ten ostatni dostrzegł podobieństwo między gestem swojego ojca a rozpoczętą rok później kampanią „The Giving Pledge”, w ramach której Bill Gates i Warren Buffett zaapelowali do najbogatszych Amerykanów, by przekazywali przynajmniej połowę posiadanego majątku na cele charytatywne. W 2016 r. Igor Czernecki zainicjował polską wersję tej kampanii pod nazwą „Polska Obietnica”.



Podatek obywatelski od szczęścia

Trzech inżynierów z Łodzi, którzy założyli firmę Atlas, od przeszło 20 lat pomaga osobom potrzebującym w kraju i za granicą. Są także mecenasami sztuki i sportu.

Firma powstała w 1991 r. z inicjatywy trzech mieszkańców Łodzi – Grzegorza Grzelaka, Andrzeja Walczaka i Stanisława Ciupińskiego. W ciągu zaledwie kilku lat zdobyła pozycję lidera wśród polskich producentów chemii budowlanej. Wysoka pozycja rynkowa i dobra reputacja firmy sprawiły, że wiele osób zaczęło zwracać się do jej zarządu z prośbą o pomoc. Właściciele Atlasu zaczęli pomagać, określając swoją dobroczynność jako swoisty „podatek obywatelski od szczęścia”. Z czasem prośb napływało tak dużo, że konieczne stało się stworzenie ram organizacyjnych dla działalności charytatywnej firmy. Tak narodziła się Fundacja Dobroczynności Atlas, założona w 1996 r.

Fundacja wspiera cztery domy dziecka w Gątnikach, Zawierciu, Dąbrowce i Trzemiętowie, a także Specjalny Ośrodek Szkolno-Wychowawczy w Pińczowie i Zespół Szkół Specjalnych Kędzierzynie Koźlu. Prowadzi również stały, comiesięczny nabór wniosków o wsparcie, świadcząc pomoc ludziom znajdującym się w stanie ubóstwa, chorym lub wymagającym rehabilitacji. W 2004 r. dzięki przekazanym przez nią funduszom zostało wybudowane hospicjum w Sopocie. Oprócz tego Fundacja angażuje się w doraźne akcje pomocowe, na przykład podczas powodzi w latach 1997–2001.

Zasięg działalności Fundacji wykracza poza granice Polski: z jej środków finansowane są konwoje z pomocą humanitarną dla Polonii w Kazachstanie, Rosji, na Litwie, Ukrainie i Białorusi, w przeszłości wspierała także uchodźców z Kosowa w Albanii i Macedonii oraz ofiary trzęsienia ziemi w Turcji. Od chwili założenia, czyli od przeszło 20 lat, Fundacja przeznacza na działalność statutową średnio 3 mln zł rocznie.

Dobroczynność nie jest jedyną formą działalności społecznej, w którą angażują się właściciele Atlasu. W 2003 r. z inicjatywy Andrzeja Walczaka powstała niekomercyjna Galeria Atlas Sztuki, która zyskała miano jednej z najciekawszych polskich przestrzeni wystawienniczych prezentujących sztukę współczesną. W ciągu kilkunastu lat istnienia galeria organizowała również spotkania z czołowymi polskimi artystami oraz projekty edukacyjne dla dzieci i młodzieży.

Właściciele Atlasu od lat zajmują się ponadto wspieraniem polskiego sportu. W 2009 r. wybudowali w rodzinnej Łodzi nowoczesną halę widowiskowo-sportową Atlas Arena – jeden z największych i najnowocześniejszych tego typu obiektów w Polsce.

Najcenniejsze zabytki kultury i sztuki dla wszystkich

Dzięki środkom przekazanym przez polskiego przedsiębiorcę Wojciecha Pawłowskiego, prezesa zarządu grupy VRP, udało się stworzyć nowoczesną i jedyną w Europie oraz wyjątkową w skali światowej przestrzeń wystawienniczą prezentującą zabytki kultury i sztuki.

Był to bezprecedensowy przykład współpracy między prywatnym darczyńcą a instytucją państwową w Polsce. Wojciech Pawłowski wraz z rodziną całkowicie sfinansowali modernizację i otwarcie Nowej Galerii Faras im. Profesora Kazimierza Michałowskiego w Muzeum Narodowym w Warszawie. Wymagało to kilkumilionowych nakładów.

Galeria Faras to jedyna w Europie i wyjątkowa w skali światowej nowoczesna przestrzeń wystawiennicza prezentująca zabytki kultury i sztuki nubijskiej z okresu chrześcijańskiego. W latach 60-tych XX w. na terenie starożytnego miasta Faras odkryto ruiny kościoła katedralnego, którego ściany były pokryte malowidłami z VIII-XIV w. Ekspozycje trafiły do państwowych zbiorów muzealnych dzięki polskim archeologom, którzy uratowali je przed zniszczeniem w Dolinie

Nilu. Dziś stanowią one najcenniejsze zabytki pochodzące z wykopalisk zagranicznych w polskich zbiorach muzealnych.

W pełni zmodernizowaną galerię otwarto w Muzeum Narodowym w Warszawie 17 października 2014 r. Dzieła sztuki nubijskiej prezentowane są w nowej aranżacji oraz według nowego scenariusza. Nowoczesna animacja, grafika i zastosowanie technologii 3D pozwalają zwiedzającym zobaczyć wizualizację prezbiterium, naw, kaplic i przedsionka świątyni, co ułatwia wyobrażenie sobie pierwotnego rozmieszczenia prezentowanych malowideł.



Proekologiczne standardy prowadzenia biznesu

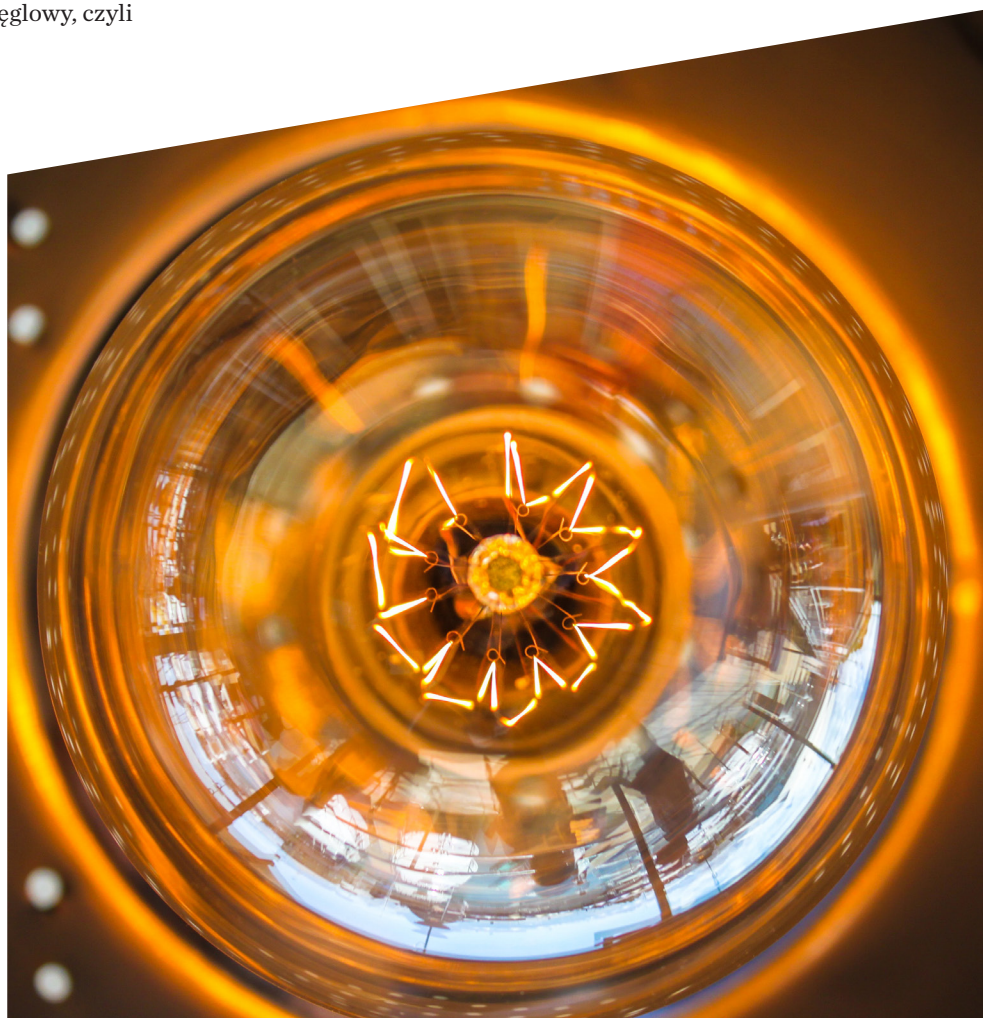
Firma rodzinna Polamp, z siedzibą w Giżycku, jest jednym z większych przedsiębiorstw elektrotechnicznych w Polsce, które zmienia stosowane technologie na proekologiczne i prowadzi swoją działalność w pełnej symbiozie ze środowiskiem pracowniczym, lokalnym i naturalnym.

Właściciele firmy postrzegają swój biznes jako symbiozę środowiska pracowniczego, lokalnego i naturalnego. By ograniczyć negatywne oddziaływanie na przyrodę, Polamp zobowiązał się do monitorowania cyklu życia swoich produktów i określenia standardów ich wpływu na środowisko naturalne.

Firma zastosowała jedną z technik określania wpływu swojej działalności na środowisko, która polega na ocenie cyklu życia (LCA – z ang. *Life Cycle Assessment*). Wskaźniki używane do zidentyfikowania wpływu środowiskowego to: ilość zużytych zasobów i energii oraz wyemitowany w wyniku transportu dwutlenek węgla. Łącznie składają się na tzw. ślad węglowy, czyli

ilość dwutlenku węgla, jaka została wyemitowana do atmosfery na każdym etapie – od produkcji po dostarczenie produktu końcowego do odbiorcy.

Właściciele firmy planują kolejne działania proekologiczne, jednym z nich jest obliczenie śladu węglowego poszczególnych produktów w trakcie ich produkcji i transportu. Dzięki tego typu działaniom, firma wyróżnia się na tle krajowej konkurencji i przymierza się do ekspansji zagranicznej, głównie na rynki skandynawskie i zachodnioeuropejskie, gdzie kwestie środowiskowe są znaczące przy wyborze kontrahentów.





W zgodzie z naturą i lokalną społecznością

Mirosław Angielczyk, właściciel i założyciel firmy Dary Natury, stworzył miejsca pracy w regionie, w którym znaczna część mieszkańców wyjeżdża w poszukiwaniu pracy, a ci, którzy pozostawali, byli niemobilni lub ich wykształcenie nie odpowiadało zapotrzebowaniu pracodawców.

Przedsiębiorstwo zlokalizowane jest we wsi Koryciny, w południowej części województwa podlaskiego i działa w branży zielarskiej oraz ekologicznej żywności. Produkty Dary Natury eksportowane są do większości krajów europejskich, Stanów Zjednoczonych, Kanady i Rosji, a Ziołowy Zakątek – pierwszy prywatny ogród botaniczny, założony przez właściciela firmy Dary Natury – przyciąga turystów z całej Polski i zagranicy. Firma stale rozwija się notując wzrost sprzedaży na poziomie 20-30 proc. W pierwszym kwartale 2017 r. przedsiębiorstwo rozpoczęło dwie nowe inwestycje w zakład przetwórstwa warzyw i owoców oraz nowoczesne laboratorium.

Lokalizacja firmy nie została wybrana przypadkowo. To miejsce pochodzenia jej właściciela, tu też narodziła się jego pasja do ziół, która zaowocowała biznesem i doktoratem o turówce leśnej, czyli trawie żubrówce. Od najmłodszych

lat Mirosław Angielczyk towarzyszył swojej babci w zbieraniu ziół z okolicznych pól i lasów. Po studiach na SGGW w Warszawie - na początku działalności firmy - osobiście dostarczał zioła do kilku sklepów w Warszawie i Radomiu.

Obecnie, oprócz stałych pracowników, zatrudnienie przy zbieraniu ziół znajduje ok. 300 osób. Znaczną część przychodów firmy pochłaniają koszty pracy, zwłaszcza osób zatrudnionych przy pakowaniu produktów. Firmę stać na inwestycję w maszyny do pakowania, ale pracę straciłoby wtedy wiele osób. Mirosław Angielczyk powiedział w jednym z wywiadów „urodziłem się tutaj i tutaj założyłem w 1990 r. swoją firmę. Część osób pracuje dla mnie już od kilkunastu lat, związali z moim zakładem swoje życie. Co miałbym im powiedzieć? Przecież nie wybaczyliby mi takiej decyzji”.

Polacy wiedzą, na czym polega odpowiedzialny biznes

Udział biznesu w budowie i kształtowaniu kapitału społecznego w Polsce, gdzie gospodarka wolnorynkowa ma dość krótką historię, jest niezwykle istotny.

Pierwsza faza kapitalizmu po zmianie ustrojowej w 1989 r. w Polsce zbudowała wizerunek polskiego przedsiębiorcy, który był postrzegany jako dbający głównie o własny interes. Rosnące znaczenie społecznie odpowiedzialnego prowadzenia biznesu to dowód na to, że taki wizerunek należy do przeszłości. Polski biznes przeszedł długą drogę od fazy „wilczego kapitalizmu” do prowadzenia działalności, która ma na względzie także dobrobyt społeczeństwa, poprzez płacenie podatków, tworzenie miejsc pracy i budowanie kapitału społecznego. Polscy przedsiębiorcy zrozumieli, że poza odnoszeniem korzyści materialnych mogą odgrywać istotną rolę w kształtowaniu postaw obywatelskich oraz wpływać na rozwój społeczności lokalnych, przynosząc wymierne korzyści całemu społeczeństwu. Upowszechnianie się zasad odpowiedzialnego społecznie biznesu to wejście polskich przedsiębiorców na kolejny poziom, gdzie ich firmy działają również po to, by rozwijać tak ważne w dzisiejszych czasach zaufanie i kapitał społeczny.



*Poprzez podobne inicjatywy,
polski biznes przyczynia się do wzrostu
kapitału społecznego, który opiera się
na zaufaniu, wspólnych wartościach
członków danej społeczności
i zdolności do wspólnego działania.*

Bibliografia

Publikacje:

- K. Kowalska, *Miliony na ziołach*, <http://www.uwazamrze.pl/arttykul/1031559/miliony-na-ziolach>, dostęp: 26.03.2018 r.
- *Nowe inwestycje: laboratorium oraz zakład przetwórstwa owoców i warzyw*, <http://www.darynatury.pl/Aktualnosci/NOWE-INWESTYCJE---LABORATORIUM-ORAZ-ZAKLAD-PRZETWORSTWA-OWOCOW-I-WARZYW,49>, dostęp: 26.03.2018 r.
- *Odpowiedzialny biznes w Polsce 2016. Dobre praktyki*, Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Warszawa 2017, <http://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2017/03/Raport-Odpowiedzialny-biznes-w-Polsce-2016-Dobre-praktyki.pdf>, dostęp: 26.03.2018 r.
- A. Sienko, *Taki pracodawca to prawdziwy skarb*, <http://innpoland.pl/139241,taki-pracodawca-to-prawdziwy-skarb-biznesmen-z-podlasia-uznal-ze-nie-kupi-maszyn-bo-miejscowi-sie-na-niego-obraza>, dostęp: 26.03.2018 r.
- *Strategia CSR. Strategia Społecznej Odpowiedzialności Biznesu „POLAMP” Spółka z o.o.*, http://www.polamp.com/wp-content/uploads/2016/11/Strategia-CSR_POLAMP_01_CSR_2016_5_02_2016.pdf, dostęp: 26.03.2018 r.
- *Wizerunek przedsiębiorców. Raport Polskiej Rady Biznesu*, Forum Obywatelskiego Rozwoju, 2016

Zasoby internetowe:

- Strona internetowa Fundacji Dobroczynności Atlas, <https://www.atlas.com.pl/atlas-pl/odpowiedzialnosc-spoleczna/aspekty-spoleczne/fundacja-dobroczynnosc-2/>
- Strona internetowa Fundacji Edukacyjnej im. R. Czerneckiego, <https://www.efc.edu.pl/pl/zostan-darczynta>, dostęp: 26.03.2018 r.
- Strona internetowa Muzeum Narodowego w Warszawie, <https://www.mnw.art.pl/kolekcje/galer/galeria-faras/>, dostęp: 26.03.2018 r.

Źródła danych:

- *Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2016 roku*, GUS, Warszawa 2018.
- *Charakterystyka gospodarstw rolnych w 2016 r.*, GUS, Warszawa 2017.
- *Działalność gospodarcza podmiotów z kapitałem zagranicznym w 2015 r.*, GUS, Warszawa 2017.
- *Działalność gospodarcza podmiotów z kapitałem zagranicznym w 2016 r.*, GUS, Warszawa 2018.
- *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2015 r.*, GUS, Warszawa 2016.
- *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 r.*, GUS, Warszawa 2017.
- *Działalność przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2016 r.*, GUS, Warszawa 2018.
- *Przedsiębiorstwa niefinansowe powstałe w latach 2011-2015*, GUS, Warszawa 2017.
- *Przedsiębiorstwa niefinansowe powstałe w latach 2012-2016*, GUS, Warszawa 2018.
- *Grupy przedsiębiorstw w Polsce w 2016 r.*, GUS, Warszawa 2017.

Repozytoria danych:

- *Baza danych Amadeus* [ostatni dostęp: 12.03.2018]
- *Bazy danych National accounts, European Sector Accounts, Business Demography, Labour Force Survey* udostępniane przez Eurostat [ostatni dostęp 15.03.2018]
- *Baza danych Ministerstwa Finansów* [ostatni dostęp 26.03.2018]
- *Bank Danych Lokalnych GUS* [ostatni dostęp 30.01.2018]

Dziękujemy instytucjom opisanym w ostatnim rozdziale za możliwość wykorzystania ich zdjęć do zilustrowania działań, które prowadzą w zakresie odpowiedzialnego społecznie biznesu.

