



PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W POLSCE NA TLE WYBRANYCH KRAJÓW UNII EUROPEJSKIEJ

Ewa Kempa, Monika Osyra

Politechnika Częstochowska
Wydział Zarządzania

Streszczenie: W artykule przedstawiono problematykę związaną z postrzeganiem przedsiębiorczości w Polsce oraz w wybranych krajach Unii Europejskiej. Zwrócono uwagę na preferencje i bariery w podejmowaniu działalności gospodarczej, a także postawy przedsiębiorcze oparte na szansie oraz podejmowane z konieczności. W artykule dokonano również próby porównania i oceny wczesnej przedsiębiorczości TEA w rozbiciu na sektory gospodarki w wybranych krajach Unii Europejskiej.

Słowa kluczowe: bariery, działalność gospodarcza, motywacje, przedsiębiorca, przedsiębiorczość

DOI: 10.17512/znpcz.2016.3.2.14

Wprowadzenie

Współczesne organizacje stają przed poważnymi problemami wywołanymi przez coraz bardziej wymagający rynek globalny. Sprostanie tym wymaganiom jest wyjątkowo trudne dla menedżerów, którzy powinni wykazać się zarówno kreatywnością, jak i przedsiębiorczością. Postawy przedsiębiorcze inicjowane są przez otoczenie, w którym funkcjonuje organizacja, dlatego mogą się one różnić nawet w obrębie Unii Europejskiej. Badaniu została poddana przedsiębiorczość w wybranych krajach Unii Europejskiej w oparciu o raport GEM Polska 2015. Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na postawy przedsiębiorcze w Polsce i sposoby ich postrzegania w odniesieniu do poziomu przedsiębiorczości w wybranych krajach Unii Europejskiej.

Pojęcie i sposoby postrzegania przedsiębiorczości

Polska wraz z całą Unią Europejską znajduje się w trudnej sytuacji gospodarczej spowodowanej m.in. kryzysem ekonomicznym i emigracyjnym, dlatego prowadzenie działalności wymaga od zarządzających nie tylko nakładów finansowych, ale także przedsiębiorczości. Wiąże się ona ze zdolnościami interpersonalnymi, koniecznością i umiejętnością podejmowania ryzyka oraz organizacją pracy zespołowej.

Przedsiębiorczość „To dążenie do uzyskiwania jak największej ilości kapitału, otwarcie na nowości, innowacyjne sposoby rozwiązywania problemów, poszukiwanie ciekawych rozwiązań i umiejętność wykorzystywania wszystkich nadarzających się szans i okazji” (<http://www.aip-group.pl/przedsiębiorczosc-za-granica.html>).

Przedsiębiorczość jest pojęciem wieloznacznym i może być rozpatrywana jako (Brzeziński, Czop 2007, s. 19-20):

- **cecha**, czyli zbiór zachowań mających na celu tworzenie i realizowanie przedsięwzięć zmierzających do uzyskania zamierzonego efektu przy ograniczeniu ryzyka;
- **proces**, czyli tworzenie czegoś nowego i wartościowego z założeniem ryzyka finansowego, ale także z założeniem rekompensaty pieniężnej lub osobistej satysfakcji;
- **rodzaj aktywności ludzi**. Przedsiębiorczość jest jej szczególnym rodzajem działającym indywidualnie lub wewnątrz organizacji, która polega na wykorzystywaniu pojawiających się w otoczeniu okazji. Przedsiębiorczość powinna polegać na realizacji przedsięwzięć przynoszących organizacji lub jej otoczeniu różne korzyści, np. ekonomiczne.

Dokonując wyboru drogi zawodowej, często trzeba się zdecydować, czy chce się być pracownikiem (podwładnym), czy przedsiębiorcą (zarządzającym). Jedni pracują, aby uzyskać gwarantowaną płacę, inni angażują się w ryzykowne przedsięwzięcia. Ludzie różnią się umiejętnościami i subiektywnym podejściem do wielu zawodów, na co ma wpływ wychowanie, wykształcenie, pochodzenie społeczne, a także doświadczenie zawodowe. Z powodu ograniczonej racjonalności rodzice często wolą, aby ich potomstwo wybierało zawody podobne do tych, które oni wykonują, gdyż wiedzą, w jaki sposób pokierować dzieckiem, aby odnalazło się ono w nowej sytuacji. Pracownik najemny postrzega przedsiębiorczość jako ryzykowną i woli, aby jego dzieci podjęły pracę podobną do tej, którą on wykonuje. Inaczej rozumie przedsiębiorca, który prowadzi satysfakcjonujący go biznes. Starą się on przekazać fachową wiedzę swojemu potomstwu, jednocześnie pokazując, na czym polega przedsiębiorczość w biznesie. Dzięki temu młodsze pokolenie może pozyskać bezcenne umiejętności, a starsze – sukcesora, który będzie kontynuował dzieło rodzica. Gdy jednak indoktrynacji kulturowej w obrębie rodziny nie ma lub się ona nie powiedzie, wtedy dziecko nabywa własne umiejętności i w momencie wchodzenia w dorosłość wybiera odpowiedni dla siebie zawód (Chakraborty, Thompson, Yehoue 2016, s. 289).

W modelowaniu procesu przedsiębiorczości GEM posługuje się trzema stadiami rozwoju przedsięwzięcia gospodarczego. Ze względu na to, w której fazie znajduje się przedsiębiorca, można go określić jako preprzedsiębiorcę, nowego przedsiębiorcę lub dojrzałą firmę. W metodologii GEM (GEM Polska 2015, s. 9):

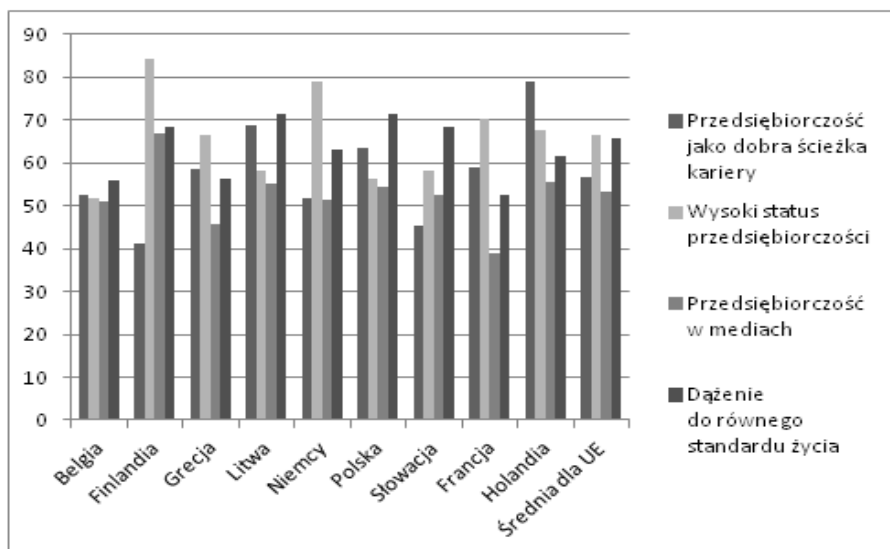
- Preprzedsiębiorcy (nascent entrepreneurs) to osoby, które nie założyły jeszcze działalności gospodarczej, ale mają taki zamiar, oraz osoby, które już założyły działalność i znajdują się w jej wstępnej fazie, do 3 miesięcy od założenia. Za założenie działalności uznaje się wypłacanie wynagrodzeń przez trzy miesiące. Natomiast osoby zamierzające założyć biznes podejmują następujące kroki, któ-

- re mają im to ułatwić: pozyskują wsparcie finansowe, dokonują planowania biznesu, ubiegają się o ochronę prawną swojej własności intelektualnej.
- Nowi przedsiębiorcy to osoby, które założyły firmę między 3 a 42 miesiącami przed przeprowadzeniem badania. Okres trzech i pół roku uznaje się za krytyczny w działalności przedsiębiorczej. Jego przetrwanie świadczy o sukcesie pierwszego etapu, czyli założenia działalności, i przejściu do kolejnego etapu, czyli zarządzania istniejącą firmą.
 - Dojrzałe firmy to te, które funkcjonują na rynku dłużej niż 42 miesiące (3,5 roku). Te z nich, które mają ukształtowaną pozycję na rynku, będą funkcjonować dalej, ale niektórzy przedsiębiorcy decydują się na porzucenie działalności i zakładanie nowego, innego biznesu.

Dobry przedsiębiorca powinien nie tylko znać się na prowadzeniu biznesu, ale także rozumieć otoczenie, w którym funkcjonuje jego organizacja, oraz to, jak postrzegana jest sama przedsiębiorczość. Dotyczy to zarówno zachowań społecznych, motywów podjęcia działań przedsiębiorczych, ale także ich postrzeganie w środkach masowego przekazu. Okres swobody gospodarczej w Polsce jest stosunkowo krótki, dlatego warto porównać jego efekty z innymi krajami poruszającymi się w porównywalnych obszarach rynkowych.

W ramach projektu GEM (Global Entrepreneurship Monitor) corocznie przeprowadzane są badania na populacji ponad 200 tys. osób dorosłych z ponad 70 krajów na świecie.

Jak wygląda percepcja przedsiębiorczości w Polsce na tle wybranych krajów Unii Europejskiej w 2014 roku, pokazano na *Rysunku 1*. (W badaniu nie uczestniczyły: Bułgaria, Cypr, Czechy, Łotwa i Malta).



Rysunek 1. Percepcja przedsiębiorczości w społeczeństwach wybranych krajów Unii Europejskiej (w %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie (GEM Polska 2015, s. 14)

Wyniki zaprezentowane na *Rysunku 1* wskazują, jak według badań GEM postrzegana jest przedsiębiorczość w Polsce na tle wybranych krajów Unii Europejskiej. Przedsiębiorczość jako dobra ścieżka kariery najlepiej postrzegana jest w Holandii (79,11%), na Litwie (68,81%) oraz w Polsce (63,28%), a najgorzej w Finlandii (41,24%). Zdecydowanie najwyższy status społeczny przedsiębiorców występuje w Finlandii (84,4%) i Niemczech (79,1%), czyli w krajach o dość długim okresie swobody gospodarczej. Natomiast w Polsce oceniany jest na poziomie 56,45%, co jest bardzo zbliżone do statusu przedsiębiorczości na Litwie (58,33%). Najniżej wśród badanych krajów oceniany jest status przedsiębiorczości w Belgii (51,73%), pomimo że jest to kraj wysoko rozwinięty. O częstej obecności tematu przedsiębiorczości w mediach jest przekonanych 66,93% Finów. Podobnie myślą Holendrzy (55,66%) i Litwini (55,14%), a zaraz za nimi klasują się także Polacy (54,52%). Zdecydowanie najniżej oceniają ten temat Francuzi (38,98%), znacznie odbiegając od średniej dla całej UE (53,3%). „Dążenie do równego standardu życia¹” najwyżej oceniane jest na Litwie (71,34%) oraz w Polsce (71,25%). Nieco niżej, ale również wysoko, wypadła Finlandia (68,55%), a także Słowacja (68,43%). Natomiast jedynie 52,66% Francuzów uważa, że „Ludzie wolą równy standard życia dla wszystkich”, co jest najgorszym wynikiem spośród badanych krajów Unii Europejskiej (średnia dla całej UE wynosi 65,72%). Może to być związane z wielokulturowością i wielonarodowością Francji oraz z problemami, które w wyniku tego występują w tym kraju.

Motywy i bariery podejmowania działalności gospodarczej

Podejmowanie decyzji o prowadzeniu działalności gospodarczej jest pewnego rodzaju wyzwaniem, gdyż niejednokrotnie wpływa nie tylko na cele zawodowe, ale także osobiste przedsiębiorców. Niemniej jednak organizacji tego przedsięwzięcia towarzyszą różne motywy, często jest to entuzjazm oraz chęć udowodnienia sobie i otoczeniu, że potrafi się być dobrym menedżerem i osiągać sukces.

Motywy zakładania działalności gospodarczej są różne, ale te, które występują najczęściej, mogą być następujące:

- niezależność czasowa i chęć bycia własnym szefem,
- możliwość spełnienia własnych ambicji zawodowych związana z potrzebą osobistego rozwoju,
- determinacja i brak innych możliwości zarabiania pieniędzy,
- okazja do zrobienia „dobrego interesu” podyktowana względami finansowymi,
- chęć zmiany stylu życia.

Podejmowanie wyzwań związanych z przedsiębiorczością nie zawsze wyzwala tylko pozytywne emocje, często towarzyszy im strach przed porażką i pokonaniem przeszkód.

Jedną z podstawowych barier rozwoju przedsiębiorczości może być brak dostępu do informacji, szczególnie w przypadku zakładania nowych podmiotów. Przed-

¹ Pytanie w ankiecie brzmiało: „Ludzie wolą równy standard życia dla wszystkich” (możliwa odpowiedź: Tak/Nie).

siębiorcy najczęściej są zainteresowani informacjami dotyczącymi np. możliwości dostępu do kredytu, sposobów pozyskiwania środków z funduszy pomocowych, wykazu nieruchomości na cele rozwoju przedsiębiorczości, możliwości inwestycyjnych, planu zagospodarowania terenu oraz strategii rozwoju gospodarczego i przestrzennego gminy wraz z możliwościami ewentualnego wsparcia od niej dla przedsiębiorców (Olejniczak 2015, s. 93). Bariery takie łatwiej jest pokonać przedsiębiorcom, którzy znają rynek, potrafią przewidywać zachowania interesariuszy, a także wiedzą, gdzie uzyskać pomoc, np. prawną.

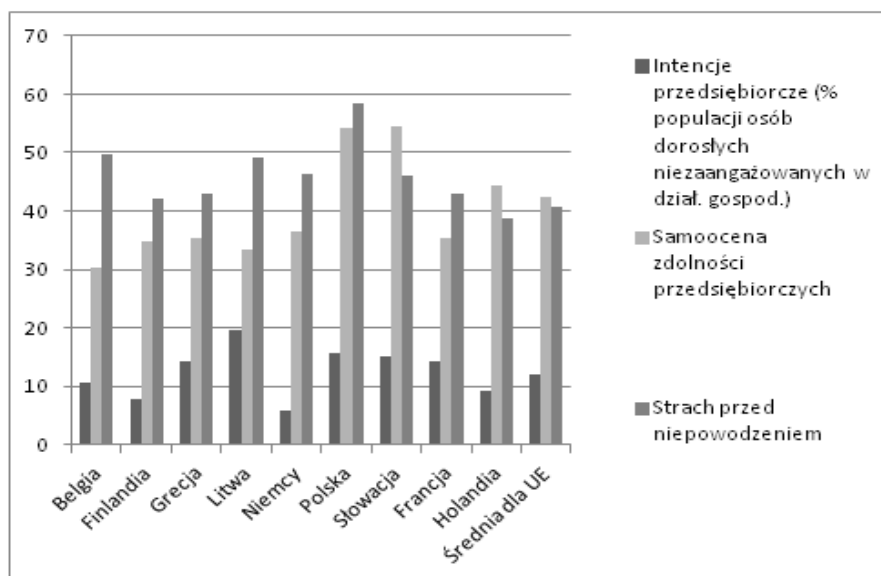
Strach przed porażką może natomiast w znaczny sposób wpływać na decyzje podejmowane przez przedsiębiorcę. Przyszli przedsiębiorcy powszechnie postrzegają go jako kluczową przeszkodę do pokonania, a jednocześnie ten sam strach staje się dla nich często czynnikiem motywującym. J. Morgan i D. Sisak wyróżnili trzy sposoby reakcji na strach przed porażką (Morgan, Sisak 2016, s. 3):

- Strach przed porażką może zmotywować przedsiębiorców do dodatkowych wyrzeczeń. Jeżeli aspiracje zawodowe są wysokie, to większy lęk przed porażką inicjuje zwiększenie inwestycji w przedsięwzięcie.
- Strach przed porażką może również działać demotywująco. Staje się tak wtedy, kiedy poziom aspiracji jest niski; wówczas większy lęk przed porażką powoduje zmniejszenie inwestycji w przedsięwzięcie.
- Niezależnie od poziomu aspiracji lęk przed porażką zniechęca osoby do przedsiębiorczości. Im większy jest ten lęk, tym mniej prawdopodobne, aby ktoś zdecydował się na przedsiębiorcze działania.

Strach przed niepowodzeniem zdaje się towarzyszyć niemal każdemu przedsiębiorcy we wstępnej fazie realizacji jego przedsięwzięcia, ale w niektórych sytuacjach jest pozytywnym bodźcem zachęcającym do pracy w celu zminimalizowania porażki. Gorzej jednak, kiedy strach demotywuje do działania przy pesymistycznym nastawieniu do własnych inicjatyw. Wtedy o dalszych losach przedsięwzięcia mogą decydować motywy podejmowania działalności gospodarczej. Dobra motywacja pozwala niejednokrotnie pokonać nie tylko pesymizm, ale także bariery podejmowania działalności gospodarczej. Do podstawowych barier zaliczamy:

- brak środków finansowych na prowadzenie działalności gospodarczej,
- dużą konkurencję na rynku,
- wysokie obciążenia podatkowe dla przedsiębiorców,
- bariery innowacyjne i technologiczne,
- nieelastyczne prawo pracy i wysokie koszty zatrudnienia.

Umiejętność wyznaczania celów i pokonywania barier to wspólna cecha przedsiębiorców z różnych krajów. Jakie postawy przedsiębiorcze wykazują Polacy na tle innych Europejczyków, pokazuje *Rysunek 2*.



Rysunek 2. Postawy przedsiębiorcze w wybranych krajach Unii Europejskiej (w %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie (GEM Polska 2015, s. 16-17)

Na *Rysunku 2* pokazano, jak popularna jest przedsiębiorczość w wybranych krajach Unii Europejskiej. Średnia osób dorosłych (18-64 lat) niezaangażowanych w działalność gospodarczą (ale planujących ją założyć w ciągu najbliższych 3 lat) dla całej UE wynosi 12,1%. Największa ilość tych osób występuje na Litwie (19,7%) oraz w Polsce (15,6%) i na Słowacji (15,15%). Jest to zapewne spowodowane faktem, że w tych krajach gospodarka rynkowa istnieje stosunkowo niedawno i przedsiębiorczość nie zdążyła się jeszcze odpowiednio rozwinąć. Inaczej jest w Niemczech, gdzie jedynie 5,9% dorosłej populacji nie jest zaangażowane w przedsiębiorczość. Z kolei 58,47% polskich przedsiębiorców (najwięcej spośród badanych krajów) obawia się niepowodzenia w podejmowaniu prowadzenia działalności gospodarczej. Może to być spowodowane turbulentnym otoczeniem rynkowym, rosnącą konkurencją oraz wysokimi kosztami prowadzenia działalności. Pomimo tych obaw Polacy mają wysoką (54,3%) samoocenę swoich zdolności przedsiębiorczych. Równie wysoką ocenę jak Polacy mają Słowacy (54,4%), jednak ich strach przed niepowodzeniami jest nieco niższy i wynosi (46,5%). Spośród badanych krajów najmniejsze obawy przed niepowodzeniami odczuwają Holendrzy (38,72%), a najniższą samoocenę zdolności przedsiębiorczych mają Belgowie (30,4%).

Wielu przedsiębiorców podejmuje się prowadzenia działalności gospodarczej, gdyż uważają, że mają dobry pomysł, zapał i odpowiednie predyspozycje. Inni natomiast stają się przedsiębiorcami z konieczności, z powodu braku innego zajęcia. Jak wyglądał poziom przedsiębiorczości we wczesnej fazie, przedstawiono w *Tabeli 1*.

Tabela 1. Poziom przedsiębiorczości opartej na szansie i podejmowanej z konieczności w wybranych krajach UE (% TEA)* w latach 2013-2014

Kraj	Konieczność (% TEA)			Szansa związana z poprawą standardu życia (% TEA)		
	2013	2014	2013=100%	2013	2014	2013=100%
Belgia	28,98	30,67	105,83	43,89	43,12	98,24
Finlandia	17,93	15,62	87,12	65,99	63,12	95,65
Grecja	23,46	34,77	148,21	35,83	30,53	85,20
Litwa	23,30	19,61	84,16	55,17	43,78	79,35
Niemcy	18,71	23,18	123,89	55,70	53,74	96,48
Polska	47,40	36,74	77,51	32,70	47,11	144,07
Słowacja	40,17	32,57	81,08	40,17	51,83	129,03
Francja	15,66	16,06	102,55	60,87	69,15	113,60
Holandia	7,98	15,67	196,36	67,12	62,77	93,52
Średnia dla UE	22,71	22,80	100,40	46,97	47,90	101,98

* TEA (Total early-stage Entrepreneurial Activity) – wskaźnik wczesnej przedsiębiorczości.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie (GEM Polska 2014, s. 30; GEM Polska 2015, s. 26-27)

Dane zawarte w Tabeli 1 pokazują, że w badanych latach działania przedsiębiorcze w całej Unii Europejskiej podejmowane były częściej jako szansa związana z poprawą standardu życia niż z konieczności. Nie we wszystkich krajach ten trend był zachowany. W Holandii w 2014 roku przedsiębiorczość z konieczności wzrosła o ponad 96%, w Grecji o 48%, a w Niemczech o ponad 23%. Mogło to być spowodowane kryzysem w Europie, w wyniku którego dużo osób straciło pracę i stanęło przed koniecznością podjęcia działalności gospodarczej. Spośród badanych krajów Polska jest tym, w którym rok do roku najbardziej spadł poziom wczesnej przedsiębiorczości wywołanej koniecznością. Jednocześnie należy zauważyć, że Polacy w 2014 roku dostrzegali w przedsiębiorczości dużą szansę związaną z poprawą standardu życia. Wzrost o ponad 44% w stosunku do 2013 roku był największy spośród badanych krajów i o ponad 40% większy niż w całej Unii Europejskiej. Powodem takiej sytuacji mógł być rozwój przedsiębiorczości w Polsce oraz większa i bardziej znacząca obecność naszych przedsiębiorców na rynkach globalnych. Warto również wskazać na Słowację, w której w 2014 roku spadł wskaźnik wczesnej przedsiębiorczości podyktowanej koniecznością, a wzrosła świadomość szansy związanej z poprawą standardu życia. Zarówno w Polsce, jak i na Słowacji gospodarka rynkowa rozwinęła się dość niedawno i w badanych latach powstawało dużo nowych podmiotów. Badania wykazały, że przedsiębiorcy w obu krajach coraz lepiej dostosowują się do zmiennych warunków gospodarczych.

W jakie rodzaje działalności najchętniej inwestowano w latach 2013-2014 w wybranych krajach UE, pokazano w Tabeli 2.

Tabela 2. Wczesna przedsiębiorczość TEA w rozbiciu na sektory gospodarki w wybranych krajach UE w latach 2013 i 2014 (w %)

Kraj	Rodzaj działalności							
	Wydobycie		Produkcja		Usługi B2B		Usługi B2C	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Belgia	3,49	9,41	19,34	11,36	28,35	28,97	48,83	50,27
Finlandia	10,46	12,99	24,01	24,97	26,09	23,85	39,45	38,18
Grecja	3,35	3,09	16,57	28,70	27,04	14,43	53,03	53,78
Litwa	7,67	9,71	33,49	28,83	24,21	16,81	34,63	44,66
Niemcy	0,05	1,38	15,87	16,62	30,10	37,30	53,97	44,69
Polska	5,33	1,89	45,32	41,93	14,94	24,36	34,41	31,81
Słowacja	5,48	4,95	33,80	34,65	24,46	25,25	36,25	35,15
Francja	7,02	1,41	17,71	28,92	30,10	31,42	45,18	38,25
Holandia	5,30	2,33	19,46	27,10	32,13	29,77	43,11	40,81
Średnia dla UE	6,80	7,02	24,00	24,09	27,18	29,13	42,02	39,76

Źródło: Opracowanie własne na podstawie (GEM Polska 2014, s. 32, GEM Polska 2015, s. 29)

W Tabeli 2 widać, że w latach 2013 i 2014 najczęściej wczesnej przedsiębiorczości TEA było w sektorze B2C, gdzie liderami spośród badanych krajów byli Niemcy (53,97%) oraz Grecja (53,03%), natomiast w Polsce wynosiła ona 34,41%. Na drugim miejscu rozwijała się przedsiębiorczość w sektorze B2B, która była najbardziej popularna w Holandii (32,13%) oraz w Niemczech (30,1%), a w Polsce stanowiła jedynie 14,94%, czyli prawie 13% poniżej średniej unijnej. Taka sytuacja wyraźnie wskazuje, że w wybranych krajach Unii Europejskiej powstaje coraz więcej podmiotów nastawionych na wykorzystanie nowoczesnych technologii informatycznych w kontaktach z partnerami. Polska jako jedyna spośród badanych krajów ma w obu latach ponad 40-procentowy udział produkcji we wczesnej przedsiębiorczości. Kolejnymi krajami o dużym udziale produkcji są Słowacja i Litwa, czyli kraje o stosunkowo młodej gospodarce rynkowej i konkurencyjnych w Europie kosztach produkcji. Najmniej wczesnej przedsiębiorczości odnotowano w sektorze wydobywania, który jedynie w Finlandii przekraczał 10% w 2013 roku, a w następnym wzrósł o 2,53%. Tak niski udział wydobywania może być spowodowany wysokimi barierami wejścia do tego sektora, co w przypadku młodych przedsiębiorców często jest trudne do pokonania.

Podsumowanie

O powodzeniu przedsiębiorczości decyduje wiele czynników związanych np. z umiejętnościami przedsiębiorcy, który dostrzegł swoją szansę w biznesie i potrafił wykorzystać sprzyjające warunki pojawiające się w otoczeniu. To właśnie dzięki takim osobom rozwija się gospodarka Polski i innych krajów Unii Europejskiej, pomimo pojawiania się wielu trudności o zasięgu globalnym.

Badania wykazały, że przedsiębiorczość w Polsce jest coraz bardziej popularna i chociaż ciągle wielu Polaków obawia się porażki, to przybywa tych, którzy uważają przedsiębiorczość za dobrą ścieżkę kariery. Polacy również wykazują się ogromnym optymizmem, uważając, że działalność gospodarcza jest szansą na poprawę ich życia. Polska należy do krajów, w których odsetek podmiotów we wczesnej fazie rozwoju zajmujących się produkcją jest jednym z największych w Unii Europejskiej. Może to wskazywać na korzystne dla inwestorów warunki związane z wynagrodzeniem dla pracowników. Podobnie jest również w innych krajach, gdzie gospodarka rynkowa rozwinęła się stosunkowo niedawno, np. na Litwie.

Duża konkurencja i kryzys gospodarczy powodują jednak, że w Polsce upada wiele podmiotów będących na początku swojej działalności, co może wskazywać na ich złe rozeznanie rynkowe lub/ oraz małe wsparcie kredytowe. Podmioty takie oczekują również lepszej informacji i pomocy w pozyskiwaniu funduszy krajowych i europejskich, co pozwoli im zwiększyć swoją konkurencyjność na rynku globalnym.

Literatura

1. Brzeziński M., Czop K. (2007), *Istota i zakres funkcjonowania przedsiębiorstwa*, [w:] Brzeziński M. (red.), *Wprowadzenie do nauki o przedsiębiorstwie*, Difin, Warszawa.
2. Chakraborty S., Thompson J.C., Yehoue E.B. (2016), *The Culture of Entrepreneurship*, "Journal of Economic Theory", Vol. 163.
3. GEM Polska (2014), *Global Entrepreneurship Monitor Polska. 2014*, PARP - Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Warszawa, <http://porpw.parp.gov.pl> (dostęp: 02.04.2016).
4. GEM Polska (2015), *Global Entrepreneurship Monitor Polska. 2015*, PARP - Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Warszawa, <http://porpw.parp.gov.pl> (dostęp: 02.04.2016).
5. <http://www.aip-group.pl/przedsiębiorczosc-za-granica.html> (dostęp: 02.04.2016).
6. Morgan J., Sisak D. (2016), *Aspiring to Succeed: A Model of Entrepreneurship and Fear of Failure*, "Journal of Business Venturing", Vol. 31.
7. Olejniczak K. (2015), *Bariery rozwoju przedsiębiorczości we współczesnej gospodarce*, [w:] Brendzel-Skowera K., Łukasik K. (red.), *Wyzwania i perspektywy przedsiębiorczej organizacji. Funkcjonowanie i rozwój współczesnych przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.

ENTREPRENEURSHIP IN POLAND ON THE BACKGROUND OF SELECTED COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION

Abstract: The article presents the problems connected with the perception of entrepreneurship in Poland and selected EU countries. Attention was paid to preferences and barriers to making business and entrepreneurial attitudes based on chance and taken out of necessity. The article also attempts to compare and assess early entrepreneurial TEA broken down by sectors of the economy in selected countries of the European Union.

Keywords: barrier, business, themes, entrepreneur, entrepreneurship