



Wizerunek małych i średnich przedsiębiorców

Raport 2025

SPIS TREŚCI

- 01.** SŁOWO WSTĘPNE
- 02.** METODOLOGIA BADANIA
- 03.** GŁÓWNE WNIOSKI Z BADANIA
- 04.** WYNIKI BADANIA
- 05.** KOMENTARZE EKSPERCKIE

1. Słowo wstępne



Jakub Poręcki

Dyrektor Zarządzający
Rynek

Małych i Średnich
Przedsiębiorstw



Słowo wstępne

Szanowni Państwo,

Małe i średnie przedsiębiorstwa to bez wątpienia filar polskiej gospodarki, w końcu stanowią one **99,8%** wszystkich polskich firm, wśród nich aż **97,2%** to mikroprzedsiębiorstwa.

Segment MŚP ma ogromne znaczenie również dla Santander Leasing, bowiem stanowi aż **90% naszych klientów**. Od ponad ćwierć wieku wspieramy jego rozwój - w ciągu 26 lat udzieliliśmy finansowania o łącznej wartości niemal **15,5 mld zł** ponad **85 tysiącom małych i średnich firm**.

To właśnie z myślą o nich powstał ten raport. Chcieliśmy lepiej zrozumieć, co ich motywuje do rozpoczęcia działalności, skąd czerpią środki na start, jakie bariery napotykają, a także – jak są postrzegani przez innych i przez samych siebie. Interesowało nas również pokazanie, **z jakimi stereotypami są zmuszeni się mierzyć i w jakim stopniu wpływają one na codzienność prowadzenia biznesu**.

Wyniki badania potwierdzają to, co od lat obserwujemy w bezpośredniej pracy z klientami: **Polscy przedsiębiorcy są niezwykle zaangażowani, ciężko pracują i biorą na siebie ogromną odpowiedzialność**. Aż **65%** respondentów deklaruje przeciążenie obowiązkami, a **67%** twierdzi, że prowadzi działalność uczciwie i zgodnie z prawem. Dla wielu z nich impulsem do założenia firmy była potrzeba niezależności (**59%**) oraz pasja (**36%**). Jako drogę do sukcesu wskazują wytrwałość (**55%**), innowacyjność (**47%**), a także kapitał (**43%**), który pozyskują m.in. dzięki leasingowi (**40%**).

Głos klientów zawsze był dla nas kluczowy. To dzięki niemu możemy rozwijać naszą ofertę i lepiej odpowiadać na realne potrzeby przedsiębiorców. Choć na sukces naszej firmy składa się wiele czynników, jedno jest pewne — **bez małych i średnich firm nie byłby on możliwy**. Ich zaangażowanie, determinacja i zaufanie są fundamentem, na którym wspólnie budujemy przyszłość.

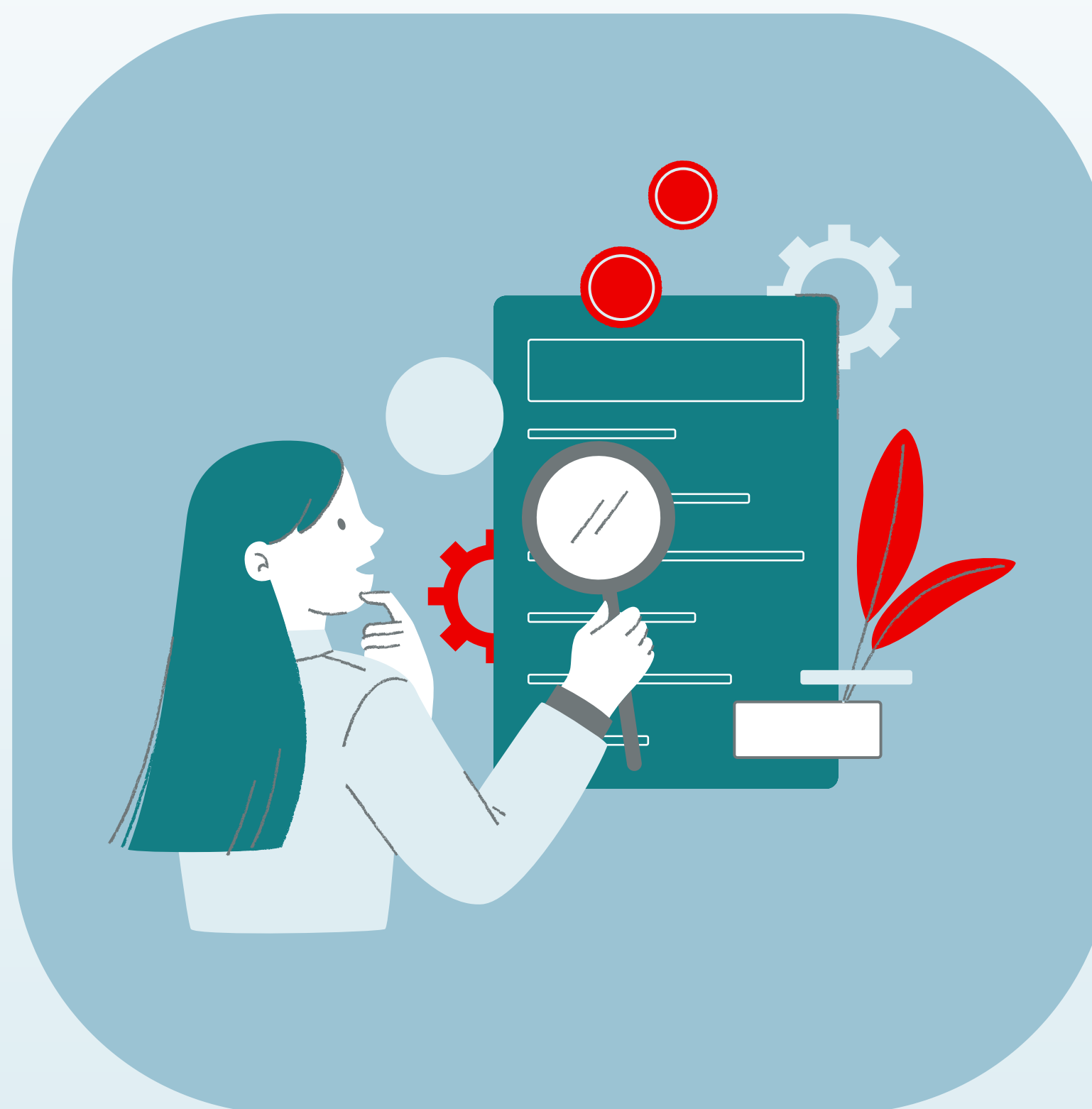
Zapraszam do lektury.

2. Metodologia badania

RAPORT ZAWIERA WYNIKI BADANIA PRZEPROWADZONEGO NA OGÓLNOPOLSKIM PANELU BADAWCZYM ARIADNA W DWÓCH GRUPACH:

- **Badanie opinii przedsiębiorców**
na próbie liczącej N=579 osób
prowadzących działalność
gospodarczą w sektorze
Małych i Średnich Przedsiębiorstw

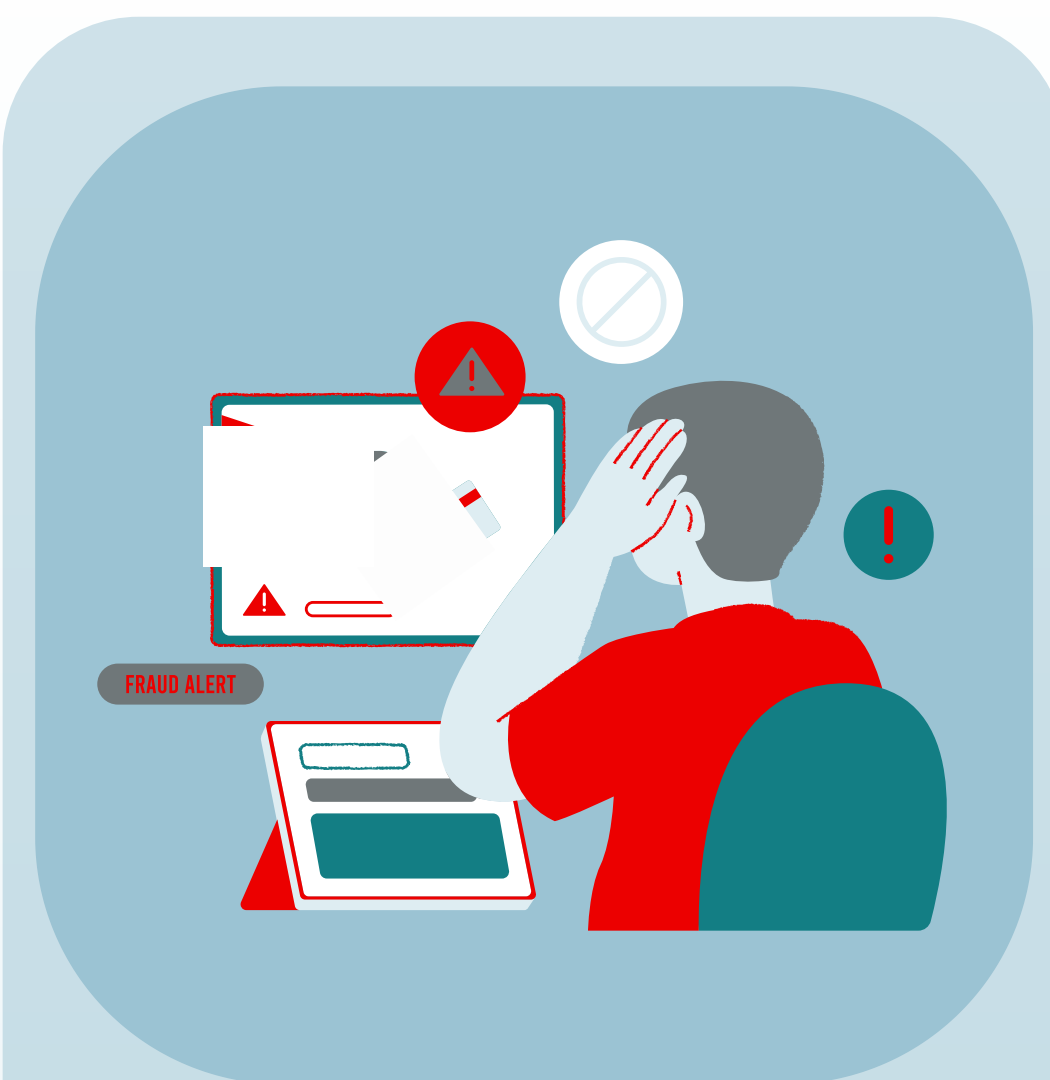
Kwoty dobrane zostały według
reprezentacji w populacji Polaków w
wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku,
wielkości miejscowości zamieszkania.
Termin realizacji: marzec - kwiecień 2025
Metoda: CAWI



- **Badanie opinii reszty
społeczeństwa -**
nieprowadzących działalności
gospodarczej: na próbie liczącej
N=1074 osób.

Kwoty dobrane zostały według
reprezentacji w populacji Polaków w
wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku,
wielkości miejscowości zamieszkania.
Termin realizacji: marzec - kwiecień 2025
Metoda: CAWI

3. Główne wnioski z badania



MŚP w oczach Polaków



Czy łatwo jest być
przedsiębiorcą?

Główne wnioski z raportu - część 1.

- Połowa respondentów - reszty społeczeństwa nieprowadzących działalności gospodarczej wyraża **ogólnie pozytywne zdanie na temat małych i średnich polskich przedsiębiorców** (49%), jedynie 7% ocenia ich negatywnie.
- Zdają sobie oni sprawę z faktu, że **polska gospodarka jest ściśle powiązana z kondycją właśnie MŚP** (66%).
- Prawie trzy czwarte badanych (70%) zauważa, że **prowadzenie niewielkiego biznesu w Polsce jest trudnym zadaniem** i oczekują ułatwiania takiej działalności przez państwo.
- Osoby, które nie prowadzą działalności gospodarczej, zostały dodatkowo zapytane o to, dlaczego nie zdecydowałyby się na założenie własnej firmy. Najczęściej wskazywaną przyczyną są **wysokie podatki i składki społeczne** — odpowiedziała tak jedna trzecia badanych (32%) oraz **brak odpowiedniego kapitału na start** (27%) .



MŚP w oczach Polaków



Czynniki sukcesu

Główne wnioski z raportu - część 1.

- W jaki sposób osiągnąć sukces jako mały / średni przedsiębiorca? Przede wszystkim **ciężką pracą i wytrwałością** (59%), a także **wdrażając innowacyjne pomysły** (51%). Badani dostrzegają również konieczność posiadania odpowiedniego **zaplecza finansowego** (46%) oraz **powiązania z innymi uczestnikami rynku** (43%).
- W opinii badanych przedsiębiorcy najczęściej pozyskują środki na start swojego biznesu z kredytu (58%). Jednak połowa uważa, że korzystają z już posiadanych pieniędzy (swoich bądź krewnych) — 51%. Dwie piąte jest zdania, że odpowiednie narzędzia do prowadzenia działalności przedsiębiorcy pozyskują np. poprzez **leasing lub wynajem** (40%).



MŚP w oczach Polaków



Jaki jest wizerunek
polskiego
przedsiębiorcy?

Główne wnioski z raportu - część 1.

- Polacy postrzegają małych i średnich przedsiębiorców jako osoby **sprytne, zaradne** (57%), **ciężko pracujące i przeciążone obowiązkami** (55%) oraz z trudem **próbujące pogodzić życie zawodowe z życiem prywatnym** (55%).
- Na pytanie o **określenia o polskich przedsiębiorcach**, z którymi badani na co dzień się stykają — przywołano takie określenia, jak: **pracowici** (43%), **przedsiębiorczy** (30%), **zajęci** (18%), **przemęczeni** (16%). Znacznie rzadziej pojawiają się konotacje negatywne, choć według 17% przedsiębiorcy to **“kombinatorzy”**.
- **Dlaczego przedsiębiorcy decydują się na założenie własnej firmy?** Dominującą motywacją według ankietowanych jest pragnienie **niezależności** (60%).
- Na kolejnych miejscach znalazły się też inne motywacje: **kontynuowanie rodzinnej tradycji** (36%), **osobista pasja w danej dziedzinie** (36%) i **perspektywa wysokich dochodów** (34%), ale również ... **nieodnalezienie się w pracy na etacie** (34%).

Główne wnioski z raportu - część 2.

- Ponad siedmiu na dziesięciu małych i średnich przedsiębiorców jest zdania, że prowadzenie działalności gospodarczej w Polsce jest trudne i powinno być ułatwiane przez państwo (72%).
- Prawie trzy czwarte przedsiębiorców uważa, że to właśnie oni jako sektor **MŚP** wpływają znacząco na kondycję polskiej gospodarki (72%).
- Dlaczego ankietowani przedsiębiorcy zdecydowali się na założenie własnej firmy? Najpowszechniejszą motywacją jest **pragnienie niezależności** — odpowiedziało tak 59% badanych przedsiębiorców. Ponad jedna trzecia natomiast wskazała na **pasję wobec danej dziedziny** (36%). Znacznie mniejszy odsetek wskazał np. na **motywację finansową** (21%).



Przedsiębiorcy
o sobie samych

?

Czy łatwo jest być
przedsiębiorcą?



Przedsiębiorcy o sobie samych



Wizerunek MŚP
w oczach samych
przedsiębiorców.

Główne wnioski z raportu - część 2.

- Przedsiębiorcy samych siebie opisują przede wszystkim jako **uczciwych** (67%), **ciężko pracujących i przeciążonych obowiązkami** (65%), a także **sprytnych i zaradnych** (64%).
- Ponad połowa badanych (52%) spotkała się z negatywnymi stereotypami na temat MŚP, a aż jedna trzecia (34%) jest zdania, że **wpływają one na ich działalność biznesową**.
- Badani deklarują jednak, że **zetknięcie się z negatywnymi stereotypami na swój temat, na ogół nie wzbudza w nich jakichś konkretnych uczuć** — odpowiedziało tak prawie jedna czwarta ankietowanych przedsiębiorców (23%).



Przedsiębiorcy o sobie samych



Czynniki sukcesu

Główne wnioski z raportu - część 2.

- W czym upatruje swej drogi do sukcesu niewielki przedsiębiorca? Przede wszystkim w **ciężkiej pracy i wytrwałości** — wskazują na to sześciu na dziesięciu badanych (60%). Na drodze do sukcesu istotna jest również **innowacyjność i kreatywność** (48%).
- Według ankietowanych przedsiębiorcy **pieniądze rozpoczęcie działalności i jej prowadzenie w pierwszych latach finansują przede wszystkim z zasobów własnych lub rodzinnych** — 55% lub z kredytu (43%) czy z bieżącej działalności firmy (41%).

Wizerunek MŚP w oczach Polaków a w oczach samych przedsiębiorców - analiza porównawcza



- Porównując odpowiedzi badanych przedsiębiorców z wynikami uzyskanym dla osób nieprowadzących własnej działalności widać dużą zgodność w ocenie sytuacji ogólnej MŚP. Wątpliwości wydaje się nie budzić fakt, jakoby **prowadzenie niewielkiej działalności było utrudnione, ogół Polaków zdaje się podzielać pogląd przedsiębiorców, jakoby niezbędne były ułatwienia** w tym zakresie. Wśród właścicieli firm nieco bardziej rozpowszechniony jest pogląd, że **kondycja polskiej gospodarki opiera się właśnie na MŚP** (72% vs 66%).
- Jeśli chodzi o wizerunek małych i średnich przedsiębiorców, to choć jest on pozytywny, zauważyć można pewne różnice. **Właściciele firm uważają się przede wszystkim za osoby przestrzegające obowiązujących przepisów i uczciwie prowadzące biznesy** (odpowiedziało tak 67% czyli około dwóch na trzech badanych). **W populacji ogólnej odsetek respondentów, którzy są takiego zdania jest niższy i wynosi 54%.**
- Przedsiębiorcy częściej niż ogół Polaków opisują siebie także jako ludzi **ciężko pracujących** (65% vs 55%), a także jako **osoby sprytne i zaradne** (64% vs 57%). Częściej przypisują też polskim przedsiębiorcom takie cechy jak: **pracowitość** (52% vs 43%) oraz **przedsiębiorczość** (38% vs 30%). Respondenci prowadzący działalność gospodarczą uważają również, że ich najbliższe otoczenie ma lepszą opinię o polskich przedsiębiorcach niż ogół Polaków — (53% vs 42%).
- Różnice odnotowano także dla opinii o tym, **jakie motywacje stoją za otwieraniem własnej działalności**. Chociaż w obu badanych grupach główną motywacją jest **niezależność**, to respondenci nie prowadzący takiej działalności znaczenie częściej wskazywali na **motywację finansową**. **Istotną różnicę odnotowano także dla opinii o tym, czy przedsiębiorcy pozyskują kapitał na rozkręcenie biznesu z kredytu** — w ogólnej populacji więcej badanych jest takiego zdania niż wśród ankietowanych przedsiębiorców — (58% vs 43%).

4. Wyniki badania

Jakie określenia najbardziej pasują do przedsiębiorców, z którymi stykasz się na co dzień?

● ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW

52% PRACOWICI



24% ODPOWIEDZIALNI



17% WYKWALIFIKOWANI



9% INNOWACYJNI



8% LUDZIE SUKCESU



6% BOGACI



PRZEDSIĘBIORCZY **38%**



PRZEMĘCZENI **22%**



UCZCIWI **13%**



KOMBINATORZY **8%**



CHWCIWI **7%**



NIEUCZCIWI **5%**



Jakie określenia najbardziej pasują do przedsiębiorców, z którymi stykasz się na co dzień?

● ODPOWIEDZI RESZTY SPOŁECZEŃSTWA

43% PRACOWICI

17% KOMBINATORZY

15% IGNORUJĄCY POTRZEBY PRACOWNIKÓW

12% WYKWALIFIKOWANI

9% INNOWACYJNI

9% LUDZIE SUKCESU

PRZEDSIĘBIORCZY **30%**

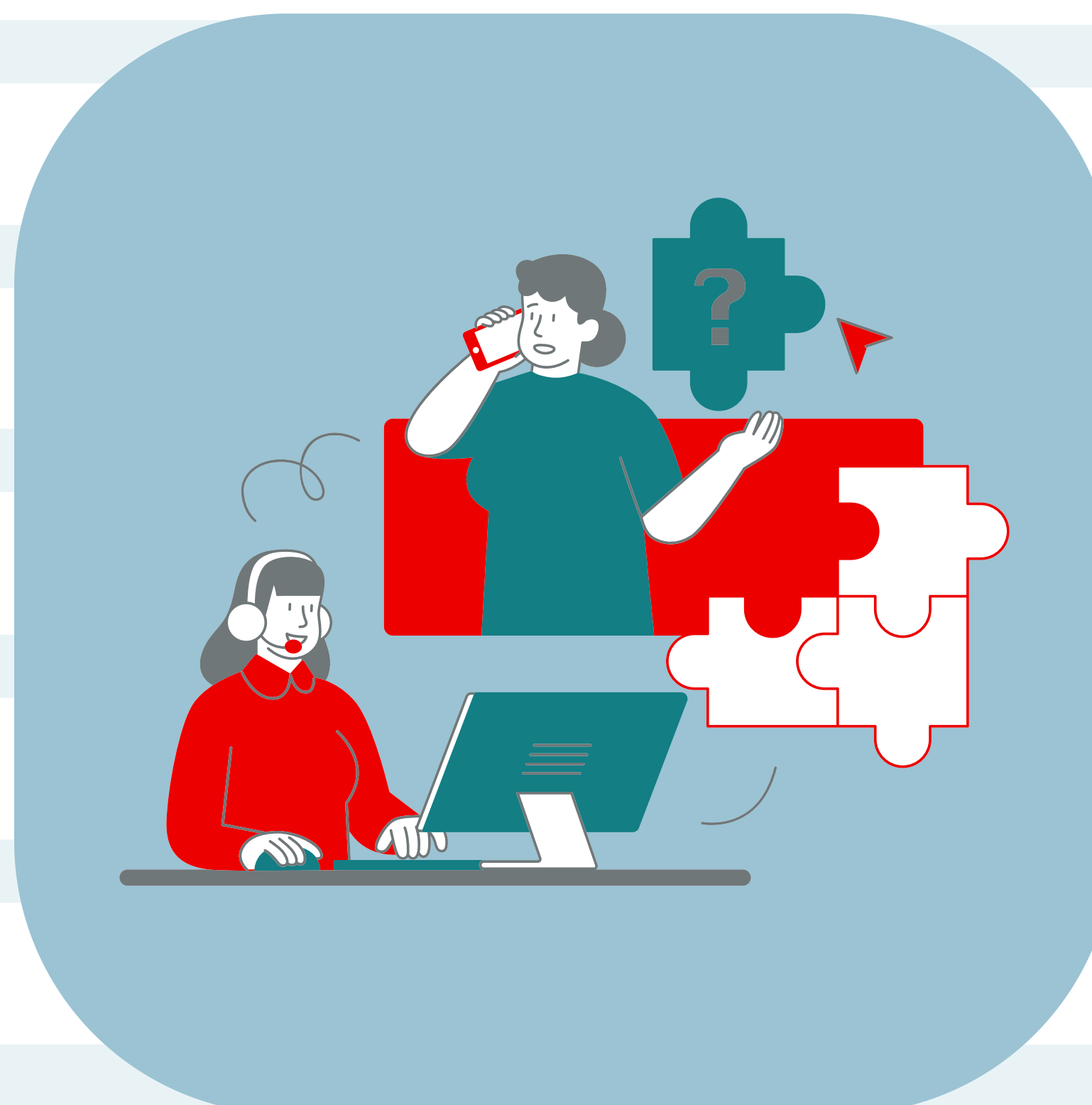
PRZEMĘCZENI **16%**

CHCIWI **13%**

ODPOWIEDZIALNI **11%**

ZAROZUMIALI **9%**

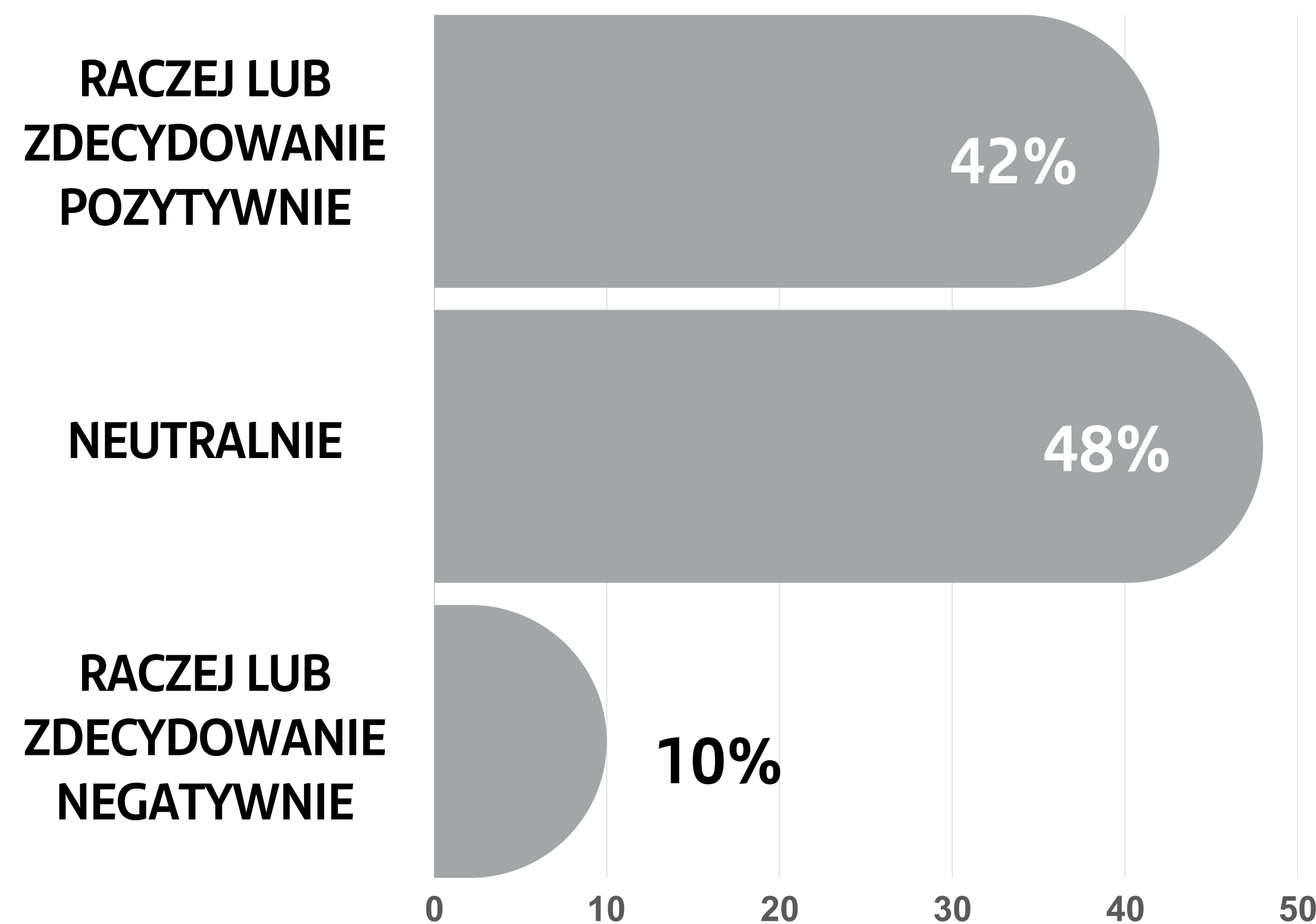
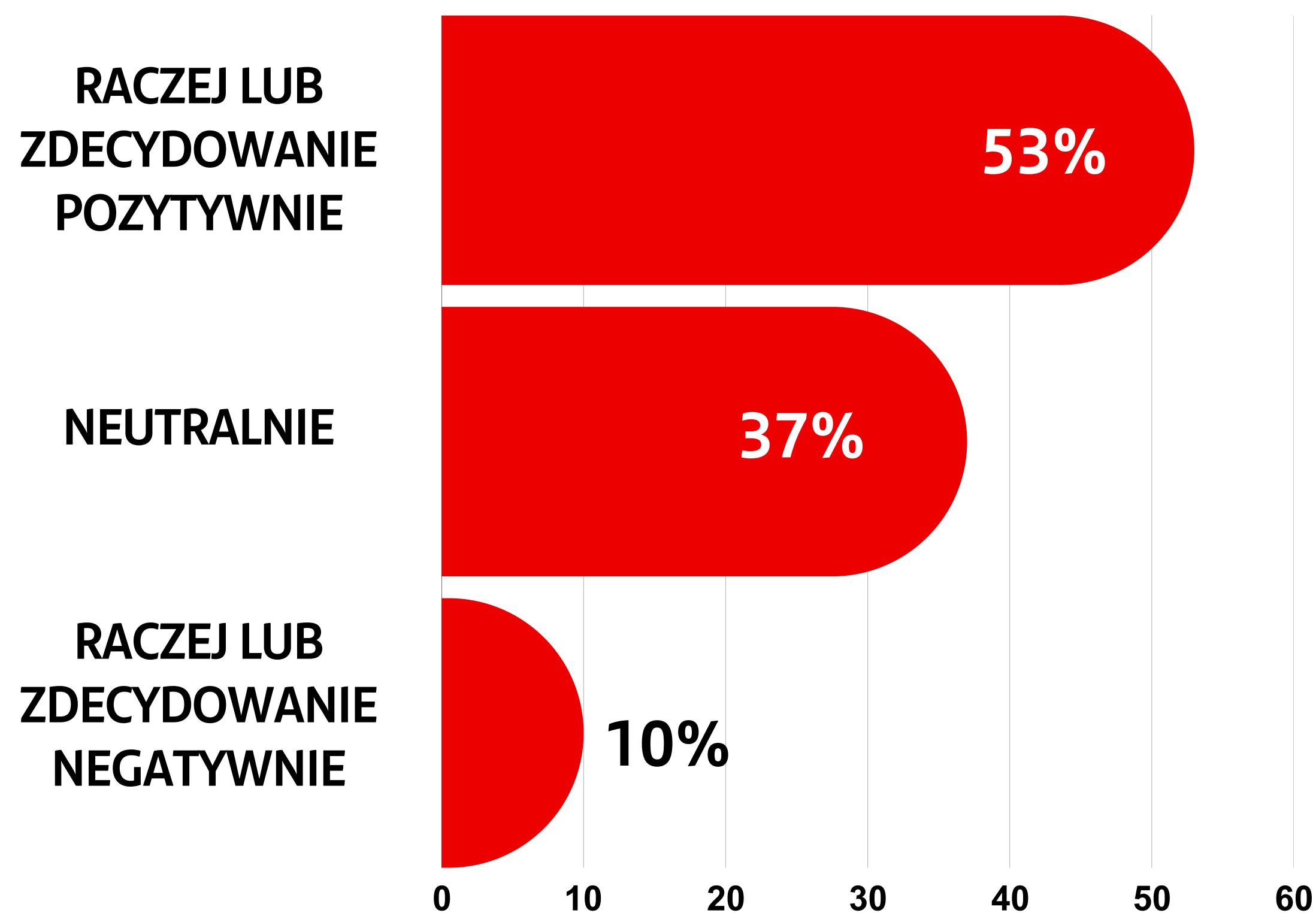
BOGACI **9%**



Jak się zazwyczaj mówi o małych i średnich przedsiębiorcach w Twoim najbliższym otoczeniu — wśród rodziny, przyjaciół?

 ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW

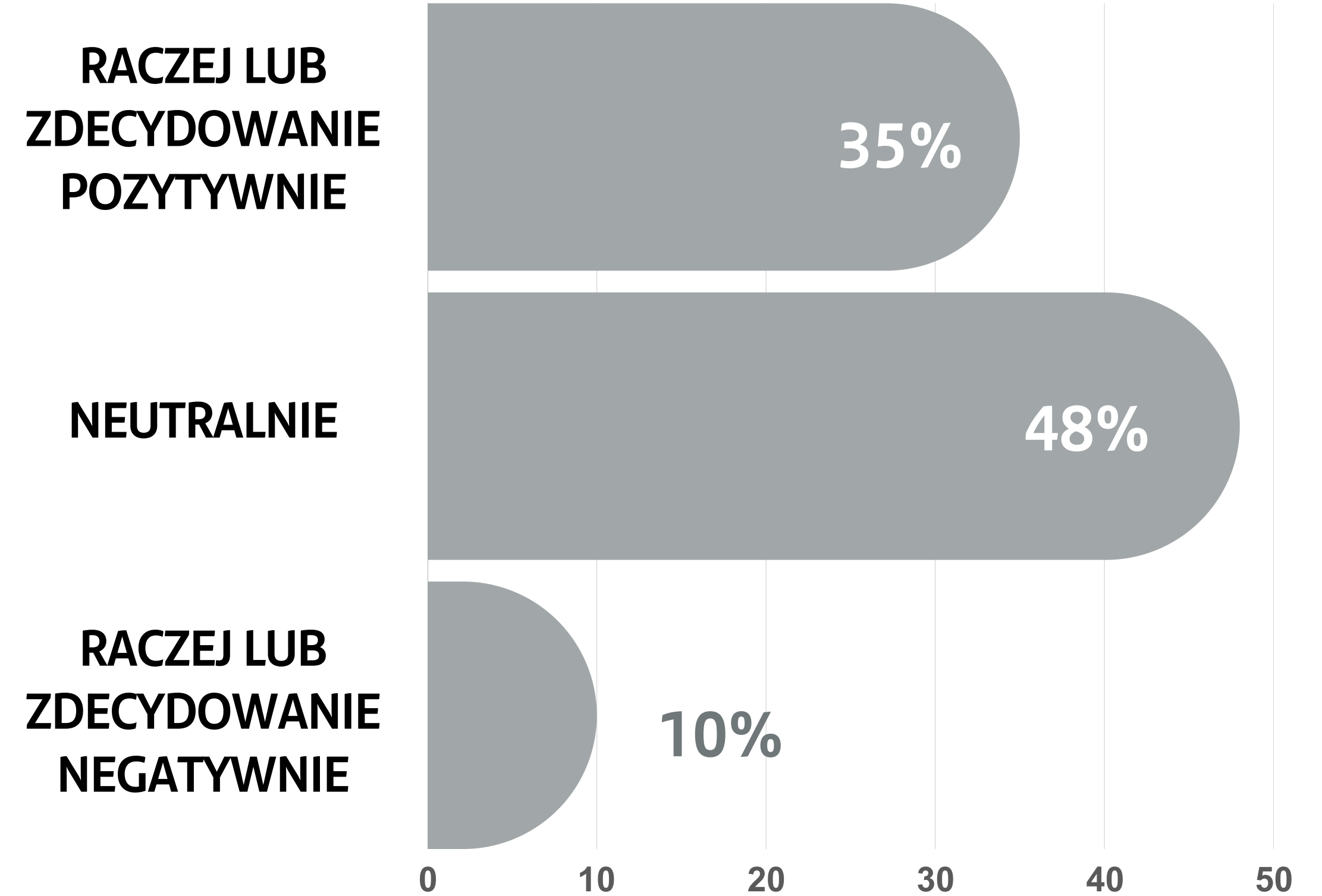
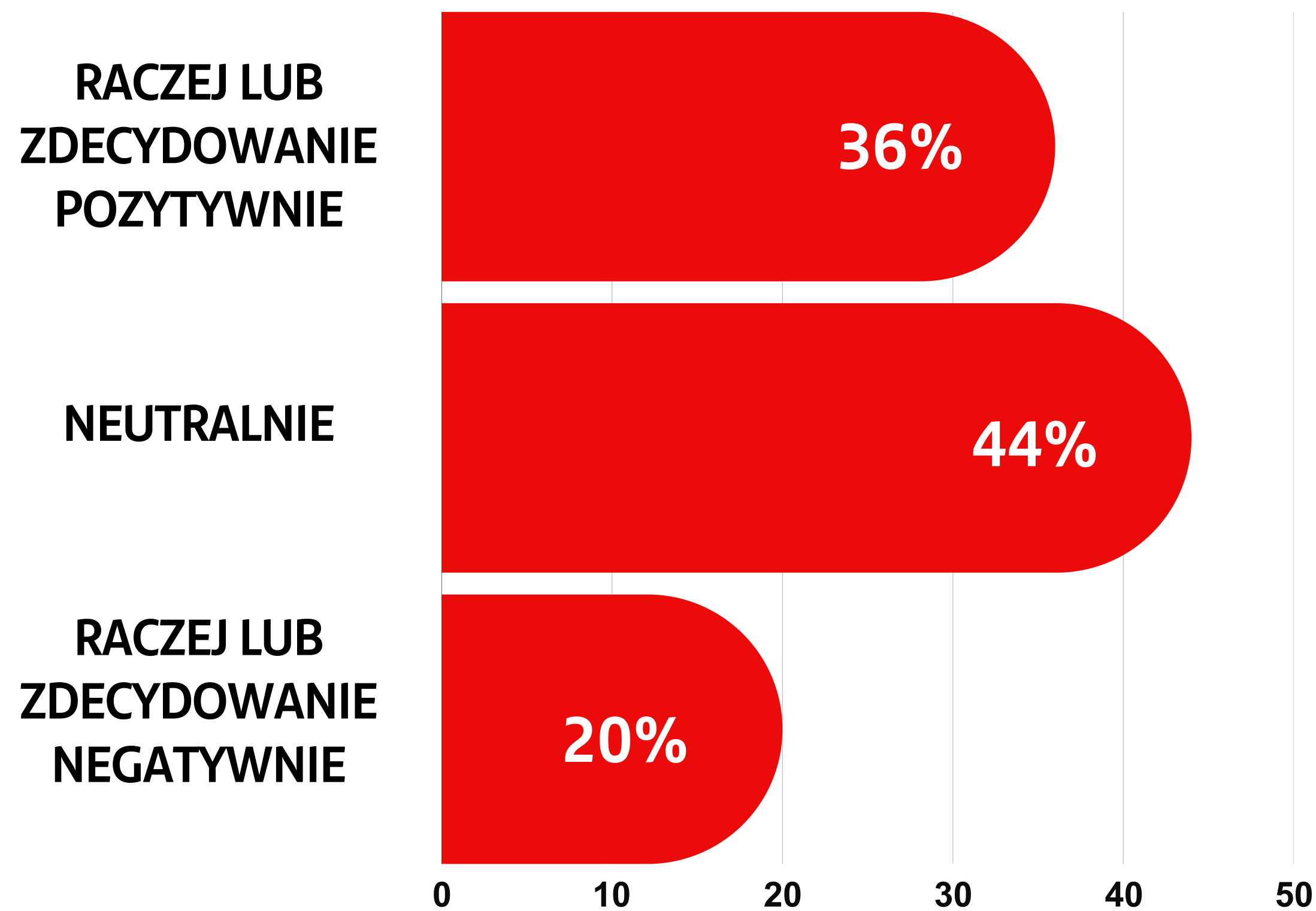
 ODPOWIEDZI RESZTY SPOŁECZEŃSTWA



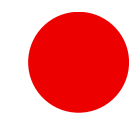
Jak mali i średni przedsiębiorcy są przedstawiani w mediach — w telewizji, Internecie, radiu, prasie, filmach, serialach?

 ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW

 ODPOWIEDZI RESZTY SPOŁECZEŃSTWA



Jakie są Twoim zdaniem główne motywacje osób zakładających własne firmy?



ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW



ODPOWIEDZI RESZTY SPOŁECZEŃSTWA

59%



PRAGNIENIE NIEZALEŻNOŚCI



60%

36%



PASJA DO WYRANEJ DZIEDZINY, CHĘĆ REALIZACJI POMYSŁU



36%

32%



BRAK SATYSFAKCJI Z PRACY NA ETACIE /TRUDNOŚĆ ZE ZNALEZIENIEM PRACY



34%

31%



KONTYNUACJA RODZINNEJ TRADYCJI



36%

23%



POTRZEBA WOLNEGO CZASU I DOPASOWANIA PRACY DO STYLU ŻYCIA



17%

21%



PERSPEKTYWA WYSOKICH DOCHODÓW



34%

18%



UTRATA PRACY, OMINIĘCIE SKŁADKI ZUS



15%

9%



NIEUMIEJĘTNOŚĆ PODPORZĄDKOWANIA SIĘ , PRACY Z LUDŹMI



9%

Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami na temat małych i średnich przedsiębiorców w Polsce? - cz.1

● ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW

TAK:

72%



KONDYCJA GOSPODARCZA ZALEŻY W DUŻEJ MIERZE OD MŚP



28%

72%



PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ JEST TRUDNE I POWINNO BYĆ UŁATWIONE PRZEZ PAŃSTWO



28%

67%



WIĘKSZOŚCI MOŻNA UFAĆ, ŻE PROWADZĄ SWOJE FIRMY UCZCIWIE



33%

65%



CIĘŻKO PRACUJĄ I SĄ PRZEMĘCZENI, PRZECIĄŻENI OBOWIĄZKAMI



35%

64%



SĄ SPRYTNI I ZARADNI, A DZIĘKI TYM UMIEJĘTNOŚCIOM POTRAFIĄ POKONYWAĆ PRZECIWNOCI



36%

59%



ODNOSZĄ ZASŁUŻONE SUKCESY I SĄ INNOWACYJNI



41%

58%



POGODZENIE ŻYCIA RODZINNEGO I PROWADZENIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ JEST DLA NICH TRUDNE



42%

Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami na temat małych i średnich przedsiębiorców w Polsce? - cz.2

 ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW

TAK:

28%

27%

25%

24%

22%

22%

16%



CZĘSTO WYZYSKUJĄ PRACOWNIKÓW

DUŻO ZARABIAJĄ I SĄ ZAMOŻNIEJSI NIŻ OGÓŁ SPOŁECZEŃSTWA

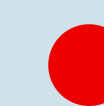
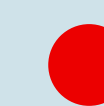
**SĄ ZACHŁANNI, CECHUJE ICH NADMIERNA OSZCZĘDNOŚĆ I STAWIANIE ZYSKU
PONAD WSZYSTKO**

**TO NA OGÓŁ KOMBINATORZY, KTÓRZY NAGINAJĄ PRZEPISY
I SZUKAJĄ LUK W PRAWIE, ŻEBY OSIĄGNĄĆ SVOJE CELE**

**TO BAJERANCI POTRAFIĄCY ROZTACZAĆ WIZJE I UPIĘKSZAĆ RZECZYWISTOŚĆ,
ABY OSIĄGNĄĆ SVOJE CELE**

MAJĄ MNIEJ PRACY A WIĘCEJ CZASU WOLNEGO NIŻ OGÓŁ SPOŁECZEŃSTWA

**NIE SĄ RZETELNI, WYKONUJĄ PRACĘ BYLE JAK, NIEDOKŁADNIE,
NIEPRAWIDŁOWO**



NIE:

72%

73%

75%

76%

78%

78%

84%

Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami na temat małych i średnich przedsiębiorców w Polsce? - cz.1

● ODPOWIEDZI RESZTY SPOŁECZEŃSTWA

TAK:

70%

57%

57%

55%

55%

54%

47%



PROWADZENIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ JEST TRUDNE I POWINNO BYĆ
UŁATWIONE PRZEZ PAŃSTWO

KONDYCJA GOSPODARCZA ZALEŻY W DUŻEJ MIERZE OD MŚP

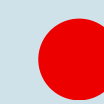
SĄ SPRYTNI I ZARADNI, DZIĘKI CZEMU POTRAFIĄ
POKONYWAĆ PRZECIWNOCI

CIĘŻKO PRACUJĄ I SĄ PRZEMĘCZENI, PRZECIĄŻENI OBOWIĄZKAMI

POGODZENIE ŻYCIA RODZINNEGO I PROWADZENIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI
GOSPODARCZEJ JEST DLA NICH TRUDNE

WIĘKSZOŚCI MOŻNA UFAĆ, ŻE PROWADZĄ SVOJE FIRMY UCZCIWIE

ODNOSZĄ ZASŁUŻONE SUKCESY I SĄ INNOWACYJNI



NIE:

30%

43%

43%

45%

45%

46%

53%

Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami na temat małych i średnich przedsiębiorców w Polsce? - cz.2

● ODPOWIEDZI RESZTY SPOŁECZEŃSTWA

TAK:

48%

38%

33%

28%

26%

20%

17%



CZĘSTO WYZYSKUJĄ PRACOWNIKÓW



DUŻO ZARABIAJĄ I SĄ ZAMOŻNIEJSI NIŻ OGÓŁ SPOŁECZEŃSTWA



**SĄ ZACHŁANNI, CECHUJE ICH NADMIERNA OSZCZĘDNOŚĆ I STAWIANIE ZYSKU
PONAD WSZYSTKO**



**TO NA OGÓŁ KOMBINATORZY, KTÓRZY NAGINAJĄ PRZEPISY
I SZUKAJĄ LUK W PRAWIE, ŻEBY OSIĄGNĄĆ SVOJE CELE**



**TO BAJERANCI POTRAFIĄCY ROZTACZAĆ WIZJE I UPIĘKSZAĆ RZECZYWISTOŚĆ,
ABY OSIĄGNĄĆ SVOJE CELE**



MAJĄ MNIEJ PRACY A WIĘCEJ CZASU WOLNEGO NIŻ OGÓŁ SPOŁECZEŃSTWA



**NIE SĄ RZETELNI, WYKONUJĄ PRACĘ BYLE JAK, NIEDOKŁADNIE,
NIEPRAWIDŁOWO**



NIE:

52%



62%



67%



72%



74%

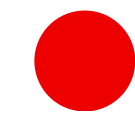


80%

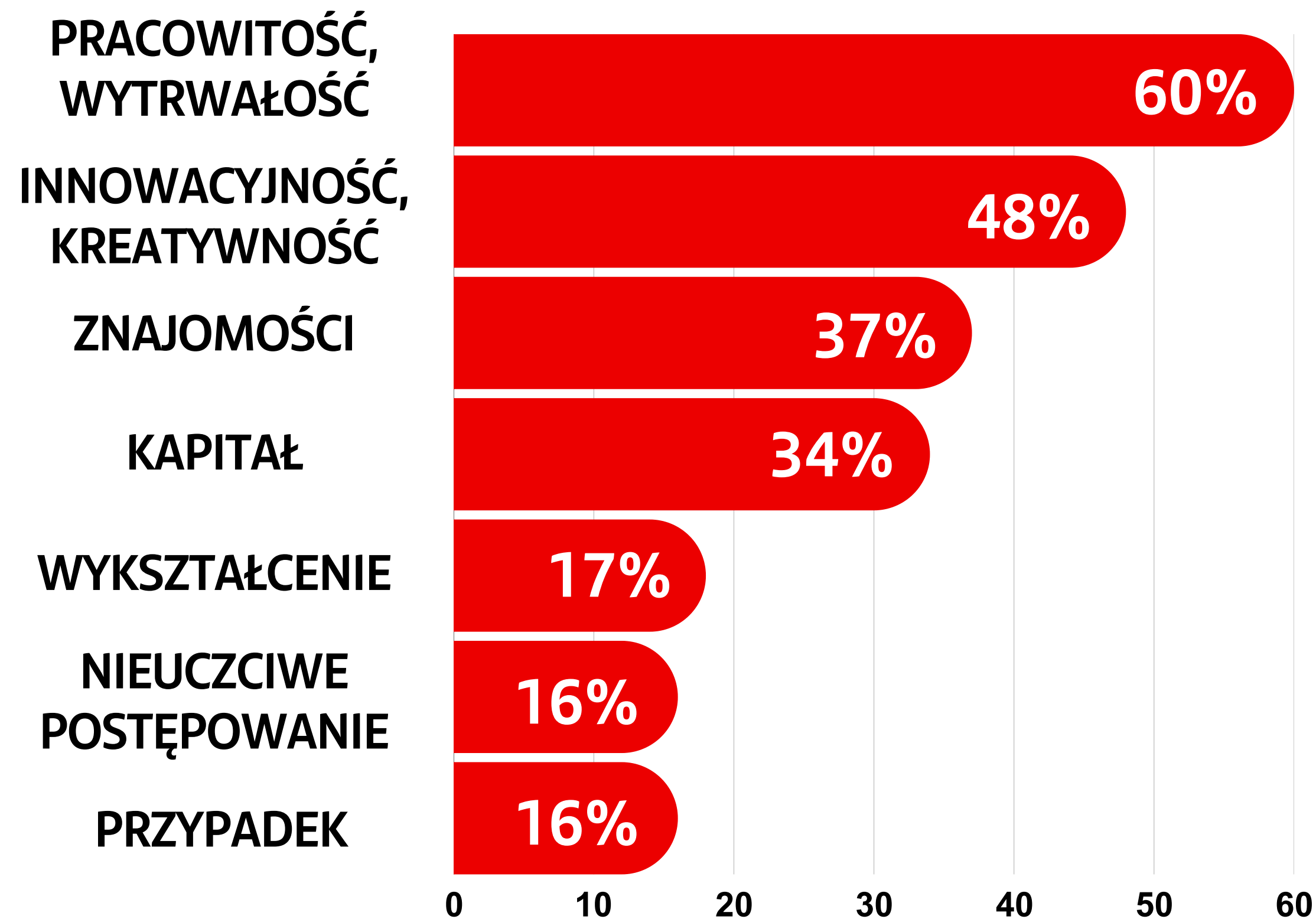


83%

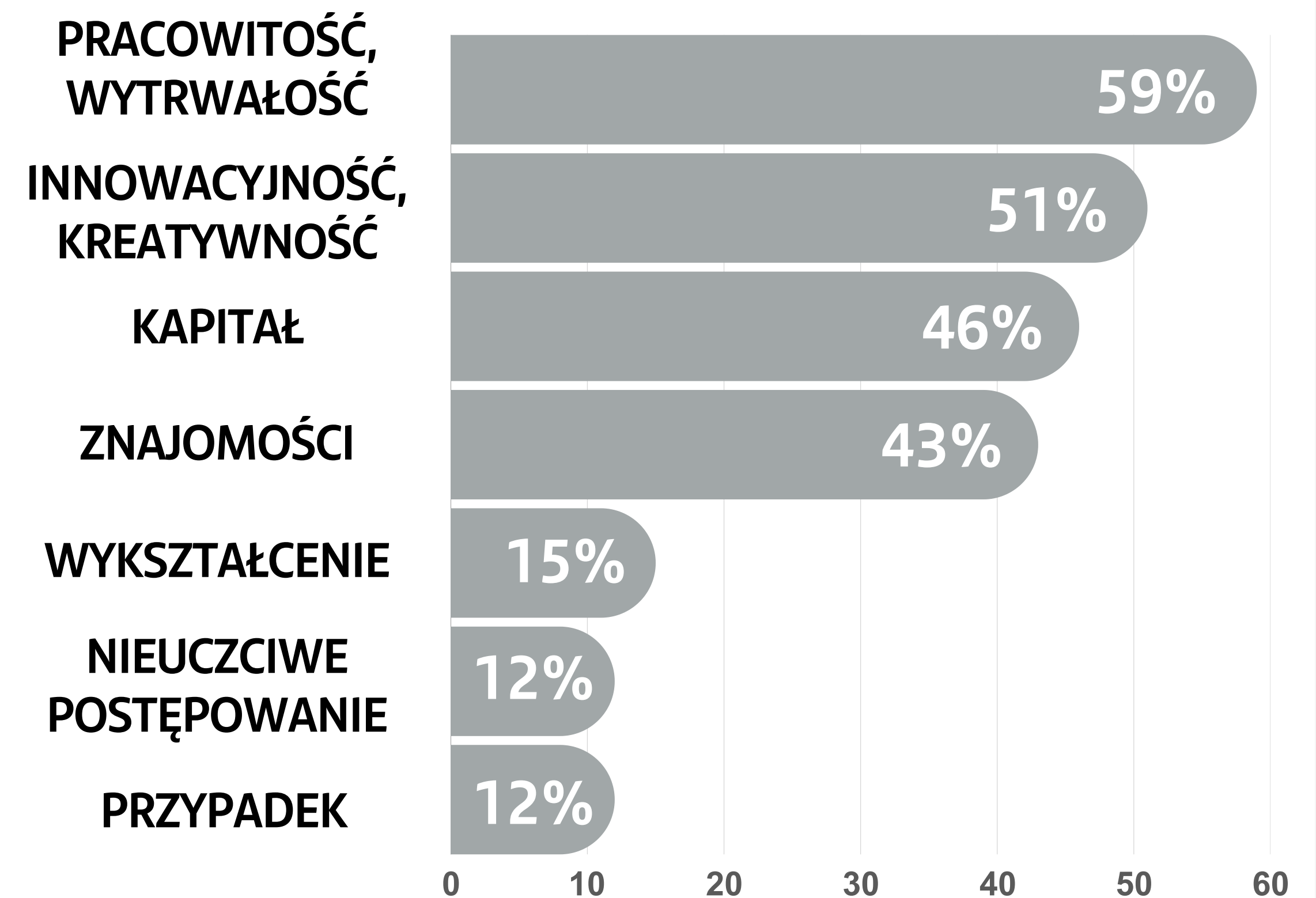
Co jest drogą do sukcesu w przypadku, gdy prowadzi się niewielką firmę w Polsce?



ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW



ODPOWIEDZI RESZTY SPOŁECZEŃSTWA



Skąd mali i średni przedsiębiorcy biorą pieniądze na uruchomienie działalności i jej prowadzenie — zwłaszcza w pierwszych latach?

● ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW

● ODPOWIEDZI RESZTY SPOŁECZEŃSTWA

55% WŁASNE PIENIĄDZE (RODZINNE)

KREDYT **58%**

43% KREDYT

WŁASNE PIENIĄDZE (RODZINNE) **51%**

41% BIEŻĄCA DZIAŁALNOŚĆ

LEASING/WYNAJEM **40%**

34% LEASING/WYNAJEM

BIEŻĄCA DZIAŁALNOŚĆ **28%**

29% DODATKOWA PRACA NA ETACIE

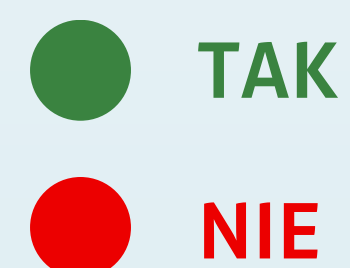
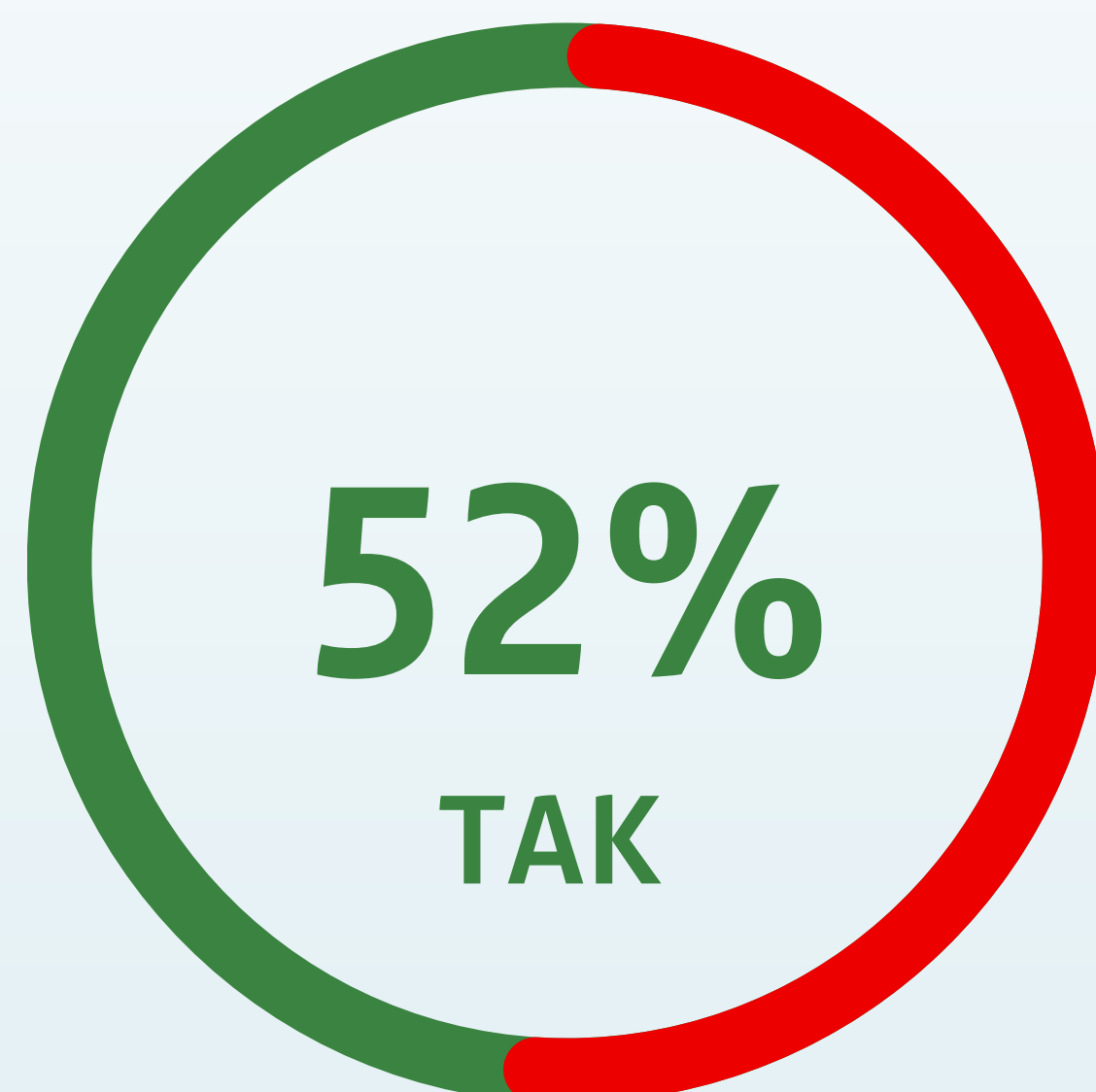
DODATKOWA PRACA NA ETACIE **22%**

12% INWESTOR

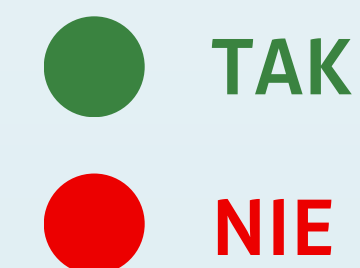
INWESTOR **16%**



Czy natknąłeś się na negatywne stereotypy
dotyczące małych i średnich przedsiębiorców
w Polsce?



Czy negatywne stereotypy na temat
przedsiębiorców mają wpływ na działalność
Twojej firmy?



W jakich obszarach negatywne stereotypy o przedsiębiorcach odbiły się na działalności Twojej firmy?



ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW

W STOSUNKACH
Z KLIENTAMI

27%

W STOSUNKACH
PRACOWNIKAMI

22%

W STOSUNKACH Z
KONTRAHENTAMI

20%

W STOSUNKACH
Z BLISKIMI

20%

W STOSUNKACH
Z INNYMI OSOBAMI

12%

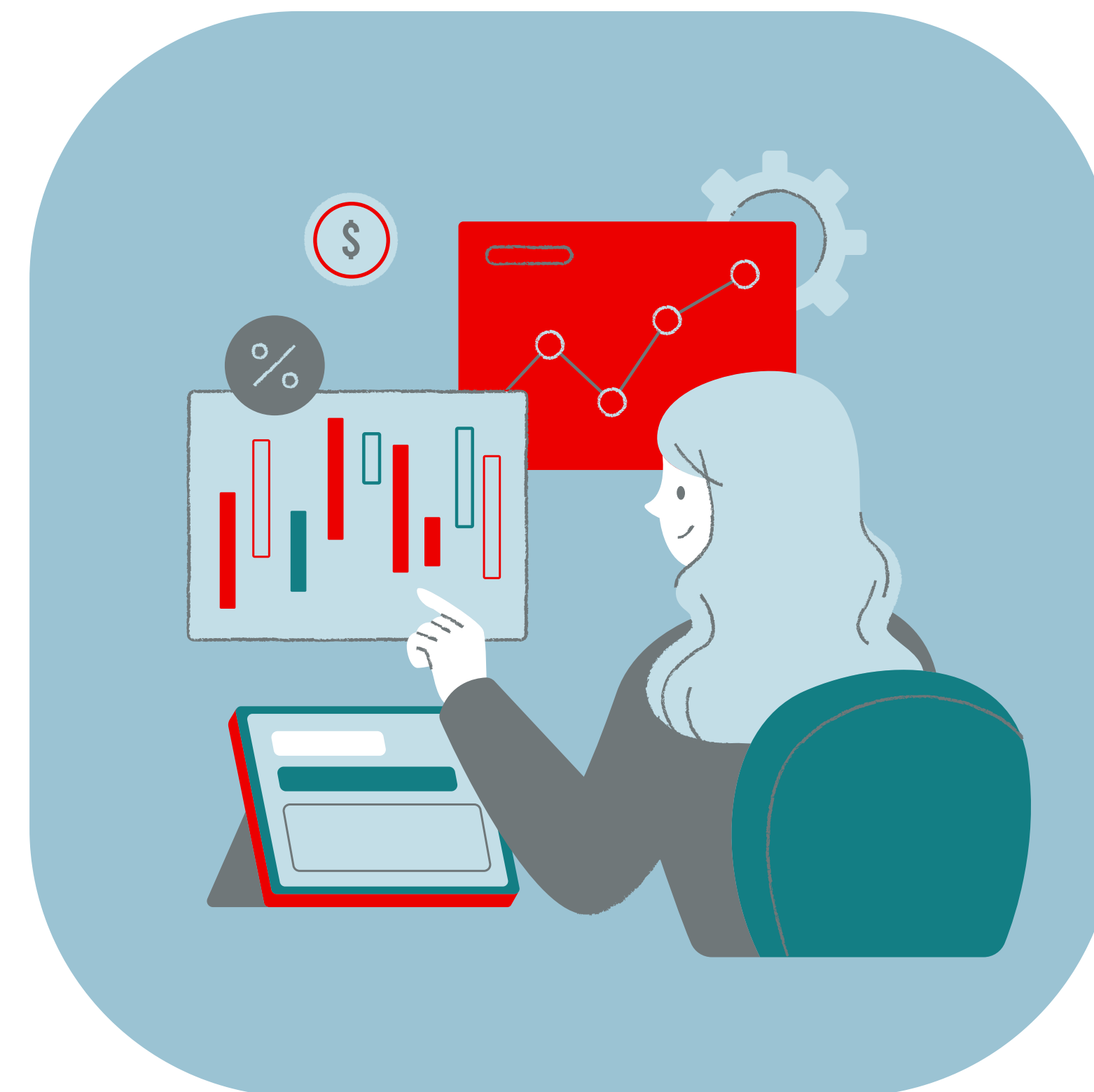
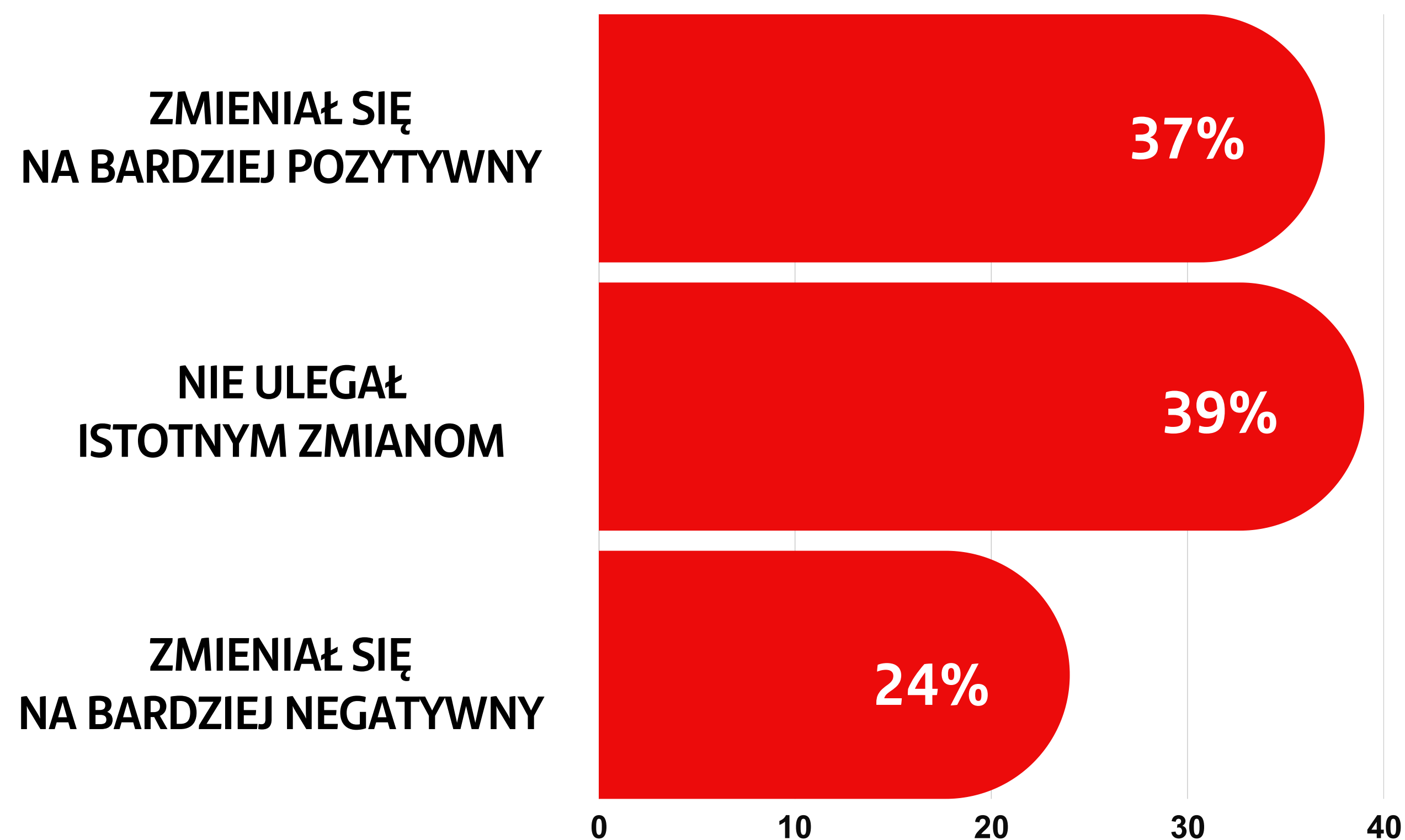
W ŻADNYCH

34%

0 5 10 15 20 25 30 35

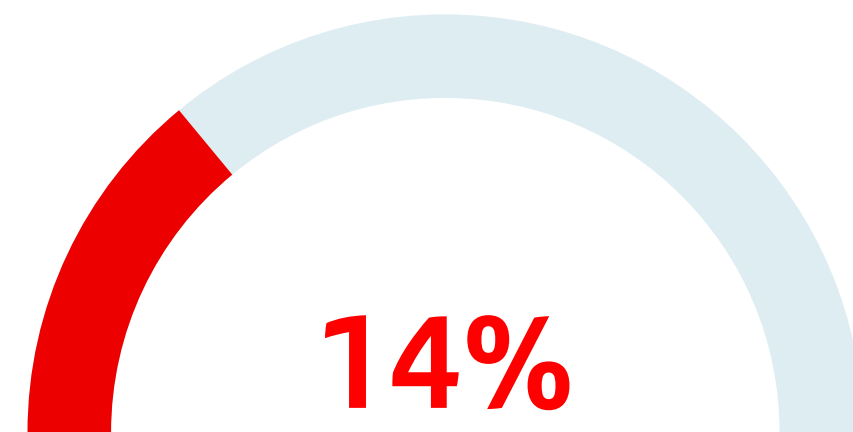
Jak kształtował się wizerunek małych i średnich przedsiębiorców w ciągu ostatnich dziesięciu lat?

 ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW



Jakie są najbardziej szkodliwe stereotypy na temat małych i średnich przedsiębiorców w Polsce?

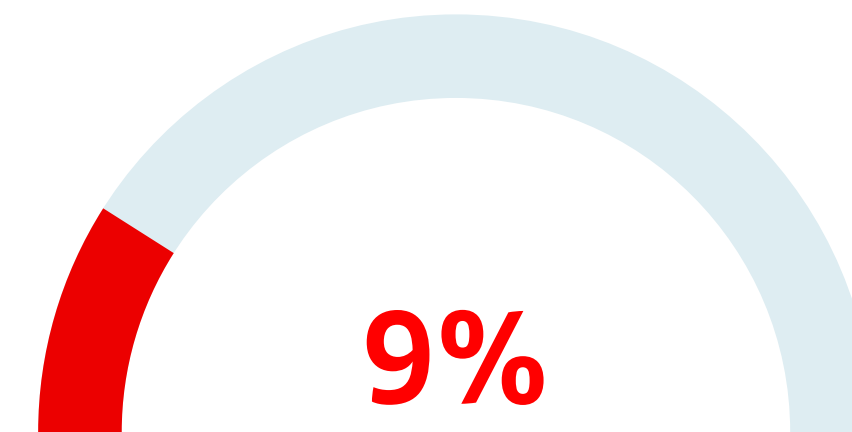
 ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW



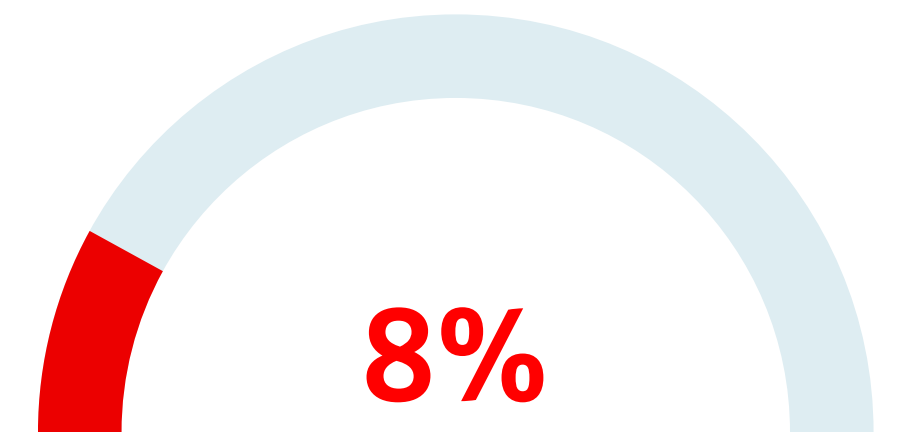
KOMBINATORZY



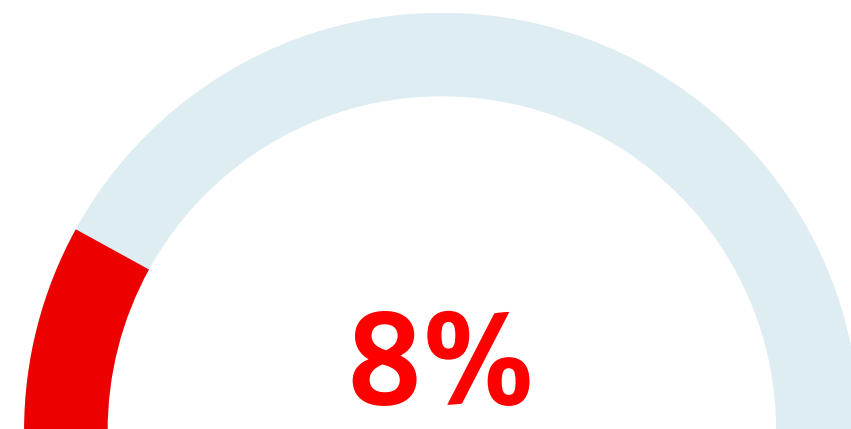
NIEUCZCIWI



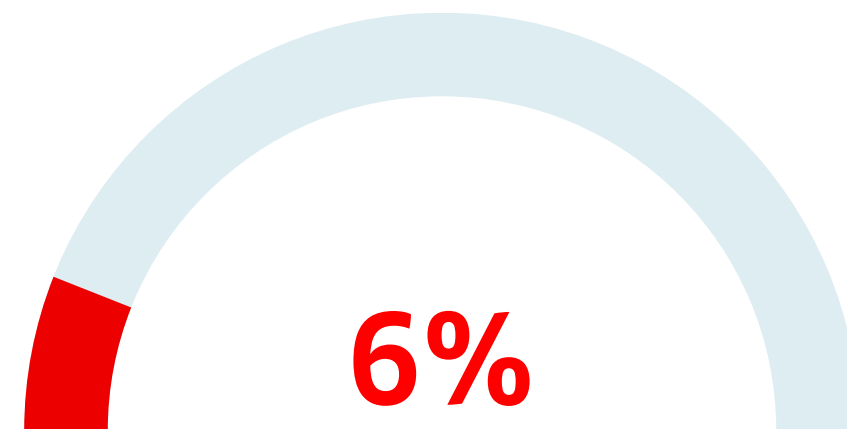
OSZUŚCI / CWANIACY



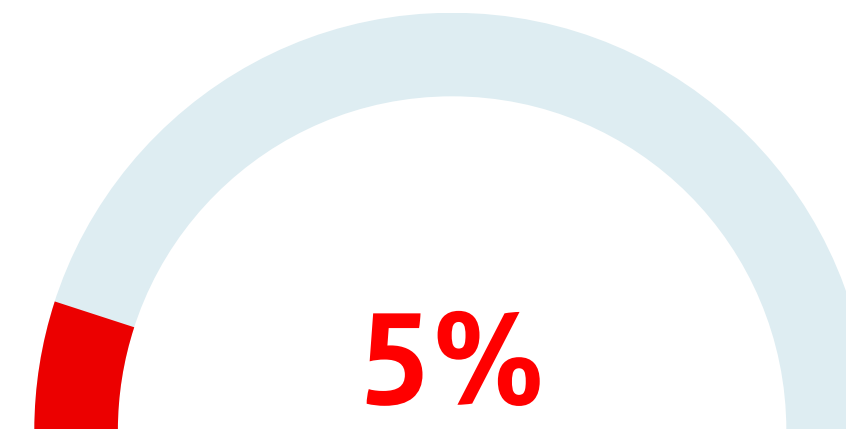
WYZYSKIWACZE



ZŁODZIEJE / KRADNĄ



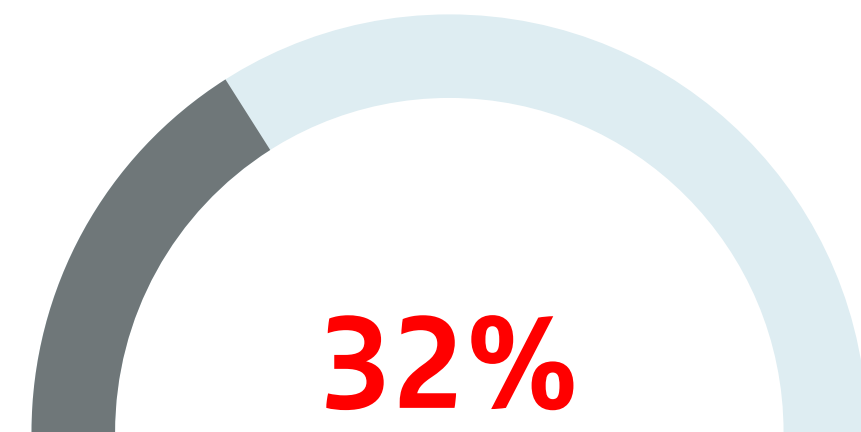
NIE SZANUJĄ PRACOWNIKÓW



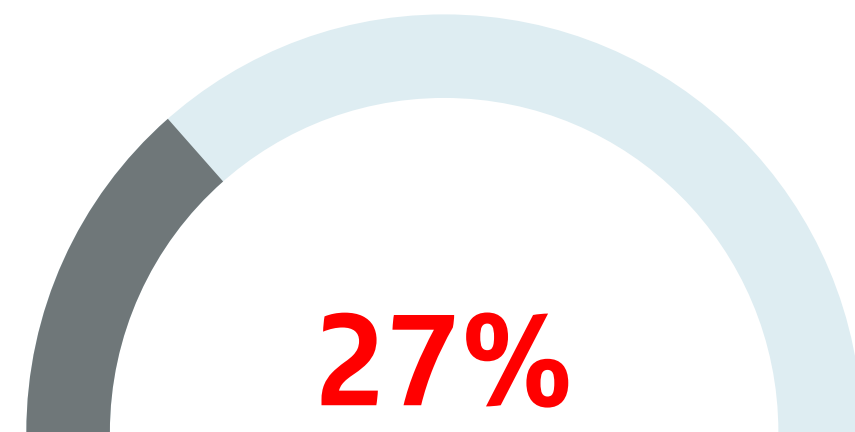
BOGACI

Co powstrzymuje Cię przed założeniem własnej działalności gospodarczej?

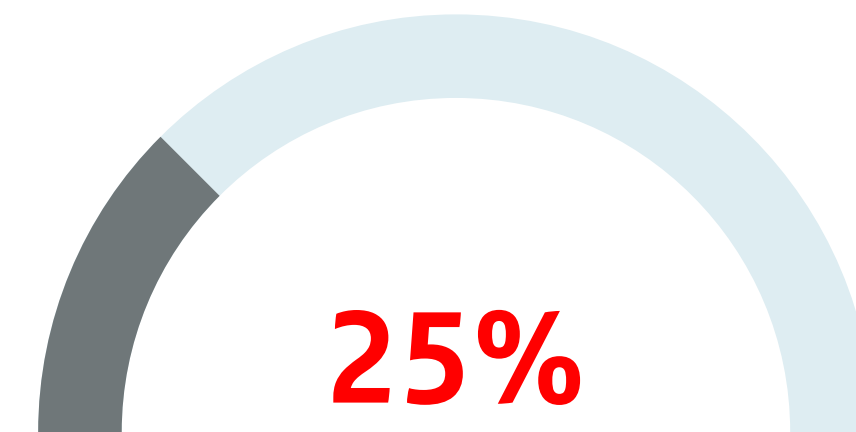
● ODPOWIEDZI OSÓB NIEPROWADZĄCYCH WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI



WYSOKIE KOSZTY (US, ZUS)



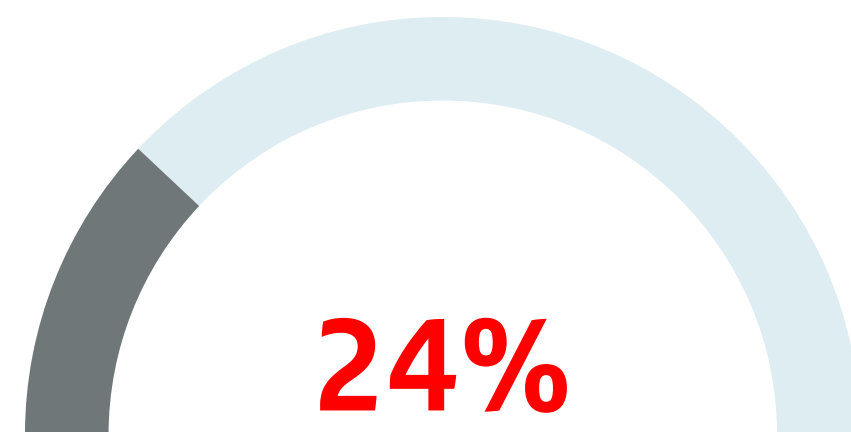
BRAK ŚRODKÓW
FINANSOWYCH



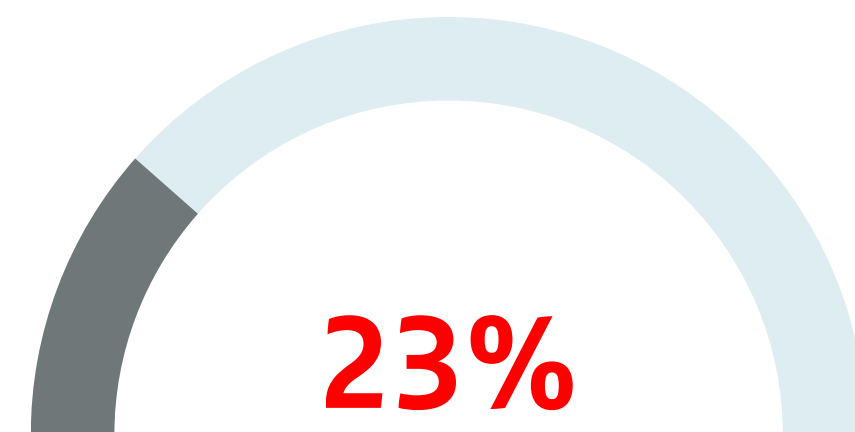
OBAWA PRZED
NIESTABILNOŚCIĄ DOCHODÓW



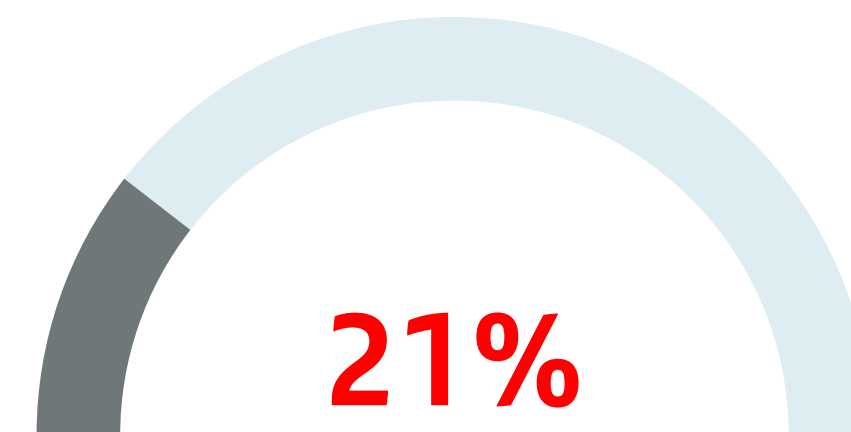
BRAK POMYSŁU
NA BIZNES



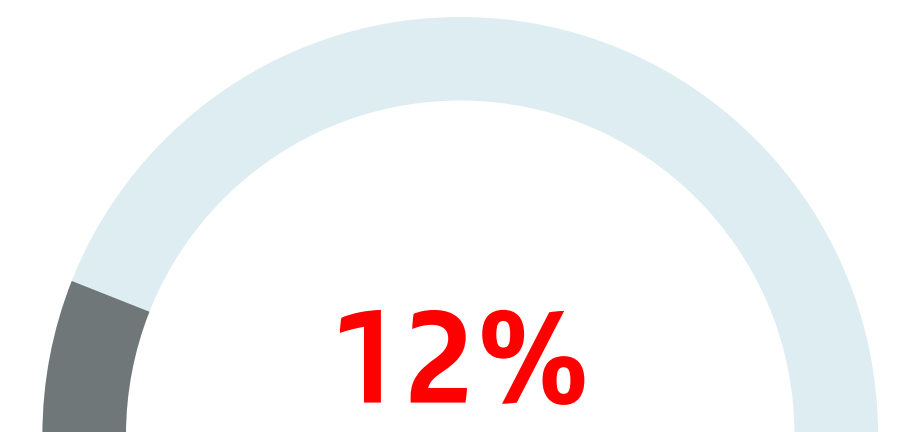
POCZUCIE, ŻE SIĘ NIE NADAJĘ



STRACH PRZED RYZYKIEM

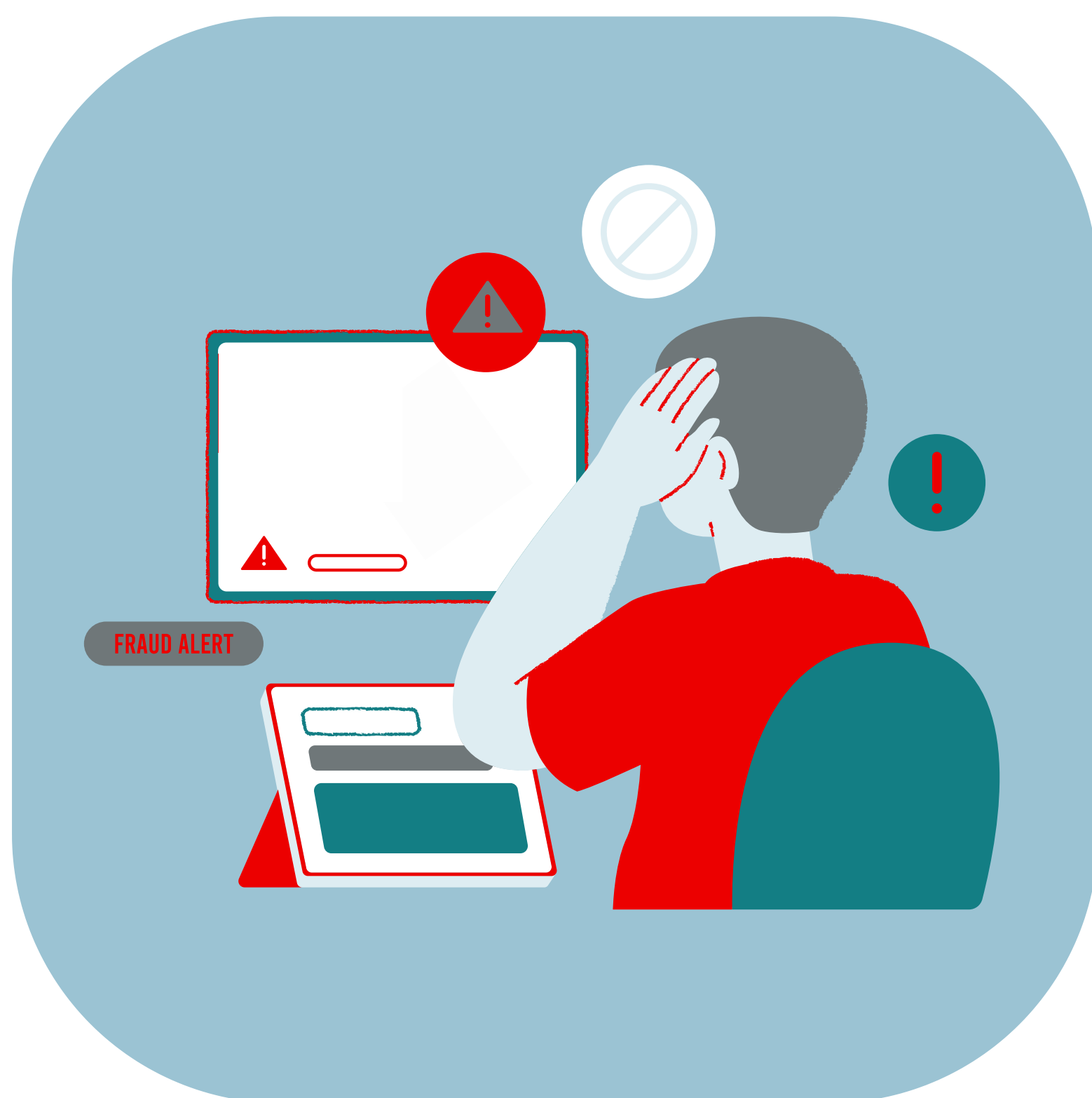


BIUROKRACJA,
SKOMPLIKOWANE PRZEPISY



BRAK WIEDZY,
WYKSZTAŁCENIA

Co czujesz, gdy stykasz się z negatywnymi stereotypami na temat polskich przedsiębiorców?



ODPOWIEDZI PRZEDSIĘBIORCÓW

OBOJĘTNOŚĆ

23%

ZŁOŚĆ

14%

SMUTEK / PRZYKROŚĆ

9%

NIE PRZEJMUJĘ SIĘ TYM,
IGNORUJĘ TO

9%

0 5 10 15 20 25

5. Komentarze eksperckie

Statystyka, która robi wrażenie...



Aż 70% przedsiębiorców doświadcza podczas prowadzenia biznesu trudności, na które odpowiedź mogłoby znaleźć Państwo.

~dr Jacek Santorski



Bardzo interesujące są określenia najbardziej pasujące do przedsiębiorców, z którymi respondenci się zetknęli na co dzień. Okazało się, że pejoratywne określenia wybrało od 1/5 do 1/4 badanych przedsiębiorców, ale tylko co dziesiąty badany z ogółu populacji. To dość niezwykłe.

~Piotr Kuczyński



Fakt, że 32% osób nieprowadzących działalności gospodarczej wskazało, że nie zdecydowałyby się na założenie własnej firmy z uwagi na wysokie podatki i składki społeczne pokazuje, że potencjał przedsiębiorczości Polaków nie jest w pełni wykorzystany.

~Robert Pėkas

Statystyka, która robi wrażenie...



Z perspektywy Rzecznika MŚP ważne są te fragmenty raportu, które wskazują na bariery w prowadzeniu działalności. 72% przedsiębiorców podkreśla, że warunki prowadzenia biznesu w Polsce są trudne i powinny być ułatwione. To zbieżne z moimi obserwacjami.

~Agnieszka Majewska



Polscy przedsiębiorcy są niezwykle zaangażowani, ciężko pracują i biorą na siebie ogromną odpowiedzialność. Aż 65% respondentów deklaruje przeciążenie obowiązkami, a 67% twierdzi, że prowadzi działalność uczciwie i zgodnie z prawem. Dla wielu z nich impulsem do założenia firmy była potrzeba niezależności (59%) oraz pasja (36%).

~ Jakub Poręcki



dr Jacek Santorski
Psycholog biznesu, przedsiębiorca

“ —
| *Sukcesywnie maleje liczba osób uprzedzonych,* |
| *na rzecz przewagi tych, którzy nam ufają.* — ”

To ciekawe badanie pokazuje ewolucję społecznego odbioru biznesu z zachowaniem jak dotąd **trwałego „DNA”**: przedsiębiorcy są doceniani za ich **wielki wysiłek, determinację i rezultaty, budzą społeczne zaufanie, zwłaszcza w mniejszych ośrodkach, a jednocześnie nadal w dużej części odbierani jako nie dość „czysto” prowadzący swoje firmy i biznesy.**

Proporcja opinii się zmienia - sukcesywnie maleje liczba osób uprzedzonych, na rzecz przewagi tych, którzy nam ufają. Badanie przeprowadzone w latach 90-tych przez prof. Lenę Kolarską – Bobińską pokazywało, że ponad 75 procent polskiego społeczeństwa postrzegało nas wówczas jako „przewalaczy”. Już tamto badanie ujawniło pewne paradoksy- opinia ta nie przeszkadzała większości badanych Polaków (60%) życzyć sobie, aby ich dzieci zostały przedsiębiorcami... .

Kolejnym krokiem badaczy w mojej opinii powinno być zwrócenie się w większym stopniu do wnętrza polskich firm. Wiemy, że ciężko pracujemy i jesteśmy zmęczeni, badania nie pokazują jednak jak pracujemy nad sobą. Jak “folwarczność” polskich firm stopniowo ustępuje przywództwu opartemu na odpowiedzialności, mniejszej hierarchii, delegowaniu, podmiotowości, jak stopniowo rośnie liczba firm rodzinnych, które przeszły udane sukcesje, jak otwieramy się zarówno na nowe technologie, a jednocześnie wrażliwość społeczna rośnie.



Robert Rękas Prezes Zarządu PSH Lewiatan

“*Raport pokazuje, jak ważne jest uświadamianie społeczeństwa o codziennych wyzwaniach, z jakimi mierzą się mali i średni przedsiębiorcy.*”

Jako zarządzający jedną z największych sieci sklepów detalicznych w Polsce, prowadzonych przez 2100 przedsiębiorców, każdego dnia obserwuję z bliska realia polskiego biznesu. Raport jasno pokazuje, że **praca MŚP jest postrzegana jako trudna i wymagająca**, z czym w pełni się z tym zgadzam. Często jest to praca niedoceniana, a przecież to właśnie te firmy stanowią fundament naszej gospodarki, generując znaczną część polskiego PKB.

Zaskakujące, a zarazem znamienne jest, że podczas gdy my, przedsiębiorcy, sami siebie oceniamy przede wszystkim jako osoby ciężko pracujące i zaradne, to **osoby nie będące przedsiębiorcami częściej przypisują nam negatywne cechy**. Zaznaczają jednocześnie, że to co ich samych powstrzymuje przed pracą na własny rachunek, to wysokie podatki, składki społeczne i trudność w zachowaniu work-life balance.

Ta rozbieżność w postrzeganiu pokazuje, jak **ważne jest uświadamianie społeczeństwa o codziennych wyzwaniach**, z jakimi mierzą się mali i średni przedsiębiorcy.

Prowadzenie własnej firmy to nie tylko szansa na niezależność, czy potencjalne wyższe dochody, ale przede wszystkim ogromny wysiłek, ryzyko i odpowiedzialność. **Większe firmy mają doradców**, którzy pomagają im w sprawach podatkowych i księgowych, mniejsze muszą się z tym tematem mierzyć samodzielnie, spędzając dużo czasu na studiowaniu i wdrażaniu przepisów. **Im więcej regulacji i bardziej są one złożone, tym wyższe są koszty zewnętrzne i wewnętrzne prowadzenia działalności**. Dlatego tak istotne są inicjatywy wspierające sektor MŚP, aby nasza codzienna praca mogła przynosić satysfakcję i większe korzyści całej gospodarce.



Piotr Kuczyński

Analitik rynków finansowych

“ —

“To dość niezwykle, że przedsiębiorcy są bardziej krytyczni w stosunku do siebie niż ogół Polaków.”

— ”

Niezwykłość tego badania polega na tym, że badał postawy i opinie przedsiębiorców o nich samych oraz opinię wszystkich Polaków na temat przedsiębiorców.

W wielu punktach opinie i poglądy przedsiębiorców niewiele się różnią od opinii ogółu Polaków. Owszem, przedsiębiorcy mają nieco lepsze mniemanie o sobie, niż całość populacji Polski, ale nie są to różnice, które mogą niepokoić. Na przykład stwierdzenie „kondycja gospodarki zależy w dużej mierze od MŚP” twierdząco odpowiada 72% przedsiębiorców i 66% ogółu badanych. **Dlaczego ogół badanych mniej docenia rolę MŚP?** Z prostego powodu – **Polacy generalnie mało interesują się gospodarką i ekonomią** i stąd mniejsza ich wiedza na temat roli MŚP. Uważam jednak, że jeśli 2/3 badanych uznaje dużą rolę MŚP dla gospodarki to jest to wyraz dużego uznania dla tego sektora. **Zadziwiająco zbieżne** są opinie na temat tego, że prowadzenie działalności gospodarczej jest trudne i powinno być ułatwione przez państwo (około 3/4 badanych przedsiębiorców i ogółu Polaków odpowiada na twierdząco na to pytanie.).

Bardzo interesujące są odpowiedzi na pytanie o to, jakie określenia najbardziej pasują do przedsiębiorców, z którymi stykasz się na co dzień. Okazało się, że **pejoratywne określenia wybrało od 1/5 do 1/4 badanych przedsiębiorców, ale tylko co dziesiąty badany z ogółu populacji**. To dość niezwykle, że przedsiębiorcy są bardziej krytyczni w stosunku do siebie niż ogół Polaków. Nawiasem mówiąc widać jaką drogę przeszła Polska przez 36 lat – **za czasów PRL byłoby to zapewne ponad 50% określeń negatywnych**.

Interesująca jest też odpowiedź na pytanie: „Czy natknąłeś się na negatywne stereotypy na temat małych i średnich przedsiębiorców?”. To pytanie ujawnia, że **atmosfera otaczająca MŚP tylko pozornie jest tak różowa**, bo ponad połowa badanych jednak natknęła się na takie opinie. Umiarkowanie pozytywne jest jednak to, że 1/3 uważa, iż te **stereotypy mają negatywny wpływ na działalność firmy**.

Przedsiębiorcy i ogół badanych nieco inaczej odpowiadają na pytanie o to „**co jest drogą do sukcesu, jeśli prowadzi się niewielką firmę w Polsce**”. Na pozór odpowiedzi są podobne, bo w obu badanych grupach najczęściej odpowiedzi zyskały pracowitość, wytrwałość oraz innowacyjność i kreatywność. Nieco inaczej wygląda jednak potrzeba posiadania kapitału. Dla 34% przedsiębiorców to ważna sprawa, ale jeśli chodzi o ogół Polaków to blisko 50%. Być może ta różnica wynika z tego, że wśród przedsiębiorców jest wielu z **segmentu JDG**, którym kapitał nie jest niezbędny do rozpoczęcia działalności.



Agnieszka Majewska Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców

“*Ważne jest kształtowanie pozytywnego, opartego na faktach wizerunku przedsiębiorców, którzy każdego dnia podejmują realne ryzyko, tworząc miejsca pracy i budując lokalne społeczności.*”

Wyniki raportu są jednoznaczne. Wskazują, że **sektor MŚP** postrzegany jest jako **bardzo istotny dla polskiej gospodarki** — około 70 procent badanych dostrzega jego fundamentalne znaczenie dla stabilności i rozwoju kraju. Taka **świadomość społeczna to istotny kapitał**, który warto wzmocniać i rozwijać, równocześnie budując zrozumienie dla codziennych wyzwań, z jakimi mierzy się sektor.

Z perspektywy Rzecznika MŚP ważne są te fragmenty raportu, które wskazują na bariery w prowadzeniu działalności. 72% przedsiębiorców podkreśla, że **warunki prowadzenia biznesu w Polsce są trudne i powinny być ułatwione**. To zbieżne z moimi obserwacjami, dlatego od początku kadencji sygnalizuję potrzebę redukcji obciążeń administracyjnych, uproszczenia przepisów oraz zapewnienia przewidywalności regulacji.

Raport pokazuje także **wyraźny kontrast pomiędzy obrazem przedsiębiorcy w oczach społeczeństwa a tym, jak widzą samych siebie osoby prowadzące działalność gospodarczą**. **Z jednej strony są oni postrzegani jako pracowici, zaradni i odpowiedzialni, z drugiej wciąż mierzą się z nieprzychylnymi stereotypami**, które mogą negatywnie wpływać na relacje z otoczeniem. Dlatego tak ważne jest kształtowanie pozytywnego, opartego na faktach wizerunku przedsiębiorców — ludzi, którzy każdego dnia **podejmują realne ryzyko, tworząc miejsca pracy i budując lokalne społeczności**.

Wnioski z opracowania stanowią cenny materiał analityczny i mogą być punktem wyjścia dla działań legislacyjnych, edukacyjnych i komunikacyjnych wzmacniających pozycję MŚP. Budowa kultury sprzyjającej przedsiębiorczości to wspólne zadanie administracji publicznej, instytucji rynku i samych przedsiębiorców.



2025