

**Leszek Żabiński**

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

## **Współczesne wyzwania dla biznesu w świetle badań przedsiębiorczości międzynarodowej**

**Streszczenie.** Współczesne wyzwania dla biznesu rodzą szanse, na które jedną z kluczowych odpowiedzi, chociaż nie jedyną, jest przedsiębiorczość. Lista źródeł okazji do zmian dzięki przedsiębiorczości, sformułowana kiedyś przez P.F. Druckera, pozostaje ciągle bardzo aktualna. W artykule zaprezentowano wyniki badań empirycznych przedsiębiorczości w układzie międzynarodowym (projekt GEM). Na tle modelu stadiów rozwoju, przedsiębiorczości i konkurencyjności gospodarek rynkowych (kapitalistycznych) przedstawiono główne cechy (atrybuty) przedsiębiorczości jako procesu w 3 grupach krajów. Rozwój przedsiębiorczości w Polsce, lokującej się w grupie krajów stymulowanych efektywnością, na ogół odbiega *in minus* od średniej dla tej grupy państw.

**Słowa kluczowe:** wyzwania dla biznesu, stadia rozwoju, przedsiębiorczość międzynarodowa, konkurencyjność gospodarek rynkowych, badania empiryczne przedsiębiorczości

### **Wstęp**

Celem niniejszego opracowania jest prezentacja i analiza wyników badań empirycznych przedsiębiorczości w układzie międzynarodowym (projekt GEM) jako kluczowego procesu, stanowiącego odpowiedź na współczesne wyzwania dla biznesu, jakie zrodziła globalizacja, w tym rozwój gospodarek rynkowych państw Zachodu, ale też i zagrożenia związane z internacjonalizacją gospodarek.

W opracowaniu przyjęto założenie, że analizę rozwoju przedsiębiorczości w Polsce (na tle grup krajów o różnym poziomie rozwoju i konkurencyjności gospodarek rynkowych tych państw) trzeba odnosić do trzech stadiów rozwoju tych gospodarek: I – stymulowanego podstawowymi czynnikami rozwoju, II – stymulowanego efektywnością i wreszcie III – napędzonego wiedzą i innowacjami. W analizie tej użyto porównywalnego w układzie przestrzennym (międzynarodowym) i czasowym zestawu mierników głównych cech (atrybutów) przedsiębiorczości.

## **1. Współczesne wyzwania dla biznesu a reakcje podmiotów gospodarczych**

Wyzwania dla ekonomisty, badacza i praktyka to określone zjawiska, procesy czy mechanizmy decyzyjne we współczesnych, globalizujących się gospodarkach rynkowych, w ich organizacjach oraz w ich otoczeniu społecznym. Zalicza się do nich te, które tworzą zarówno nowe szanse zrównoważonego rozwoju społeczeństw i gospodarek jako całości, satysfakcjonującej realizacji celów organizacji w nich funkcjonujących, jak i osiągnięcia dobrobytu/dobrostanu każdego człowieka z osobna i jego mikrośrodowiska, ale również te, które rodzą trudne do przewidzenia, szczególnie zagrożenia dla tego rozwoju, aż po jego okresowe załamanie, stagnację a nawet regres.

Wyzwania dla biznesu, kategoria o węższym zakresie przedmiotowym, dotyczy szans i zagrożeń związanych z działalnością aktualnych, już funkcjonujących przedsiębiorstw (czy przedsiębiorców) lub może odnosić się do przedsiębiorców potencjalnych. Może też dotyczyć podmiotów i organizacji, w tym *non profit*, tworzących środowisko makro- czy mezzoeconomiczne (np. regionalne) dla biznesu, kreujące dla niego owe szanse, ale też poprzez niewłaściwą politykę gospodarczo-społeczną, w tym podatkową, lokalizacyjną etc. tworzące zagrożenia dla działalności przedsiębiorstw (przedsiębiorców), np. sprawiając, że określone tereny (rejony) są inwestycyjnie nieatrakcyjne.

Jeśli rozpatrywać wyzwania dla biznesu w kategorii szans (a tylko do tego w tym opracowaniu się ograniczymy z racji jego niewielkiej objętości), to najczęściej wiążą się one z podejmowaniem lub/i prowadzeniem działań przedsiębiorczych przez już istniejące lub nowo zakładane przedsiębiorstwa. Wychodząc od klasycznej już, ale stale aktualnej definicji przedsiębiorcy i przedsiębiorczości P.F. Druckera, że przedsiębiorca to ten, który zawsze poszukuje zmiany,

reaguje na nią i wykorzystuje ją jako okazję<sup>1</sup>, by działać odmiennie i skuteczniej niż dotąd (i niż konkurenci), przypomnijmy za Druckerem źródła tych okazji dla zmian, najczęściej dla innowacji. Cztery pierwsze źródła znajdują się wewnątrz organizacji lub w jej bliskim otoczeniu. Są to:

- nieoczekiwane powodzenie/niepowodzenie/lub zdarzenie zewnętrzne,
- niezgodność między rzeczywistością a wyobrażeniami o niej,
- innowacja wynikająca z potrzeb procesu,
- zmiany w strukturze przemysłu lub strukturze rynku, które wszystkich zaskakują<sup>2</sup>.

Druga grupa źródeł okazji do innowacji mieści się według Druckera w dalszym otoczeniu przedsiębiorstwa (czy nawet jego sektora). Są to takie źródła jak:

- demografia (zmiany w populacji),
- zmiany w postrzeganiu, nastrojach i wartościach,
- nowa wiedza zarówno w dziedzinie nauk ścisłych, jak i innych<sup>3</sup>.

Już pobieżny ogląd tej listy wskazuje na jej wyjątkową aktualność. Jednakże znaczenie przedsiębiorczości w odkrywaniu okazji (szans) dla zmian, których efektem mogą być innowacje (produktowe, technologiczne, ale też biznesowe, społeczne) w bardzo dużym stopniu zależy od:

- a) zespołu czynników mikroekonomicznych (społecznych) osób podejmujących działania przedsiębiorcze,
- b) zespołu czynników makroekonomicznych (społecznych) kształtujących stadia/poziomy rozwoju i konkurencyjności poszczególnych gospodarek rynkowych, w obrębie których są podejmowane działania przedsiębiorcze.

Od roku 2011 Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) razem z Uniwersytetem Ekonomicznym w Katowicach (zespół prof. M. Bratnickiego) przystąpiła do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), największego międzynarodowego projektu badawczego w dziedzinie przedsiębiorczości, zainaugurowanego w roku 1999 wspólnie przez Babson College (Boston USA) oraz London

<sup>1</sup> P.F. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992, s. 37. „Przedsiębiorczość jest indywidualną cechą ludzkiej osobowości, wyróżniającą się inteligencją, innowacyjnością, umiejętnością dostrzegania uwarunkowań i związków zachodzących między zjawiskami gospodarczymi i zdolnością do organizowania działalności handlowej, przemysłowej i usługowej zapewniającej przewagę dochodów nad kosztami ich uzyskania. Przedsiębiorczość jest nowatorstwem polegającym na poszukiwaniu odmienności w porównaniu z tym, co robią inni, znajdowaniu bardziej skutecznych sposobów działania na rynku, dających wyższą użyteczność produktów i usług oraz wyższą efektywność gospodarowania. Jest [...] działalnością konkurencyjną w stosunku do postępowania innych przedsiębiorstw” (T. Sztucki, *Encyklopedia marketingu*, Wyd. Placet, Warszawa 1998, s. 260).

<sup>2</sup> Ibidem, s. 44.

<sup>3</sup> Ibidem.

Business School. W cytowanych w tym artykule badaniach z roku 2011 uczestniczyły 54 kraje świata, w tym Polska (52% ludności świata i 84% światowego PKB)<sup>4</sup>.

W badaniach tych przedsiębiorczość badano w dwóch poziomach: mikro- i makroekonomicznym.

1. Na poziomie mikroekonomicznym badano osoby z populacji generalnej; poziom ten obejmował podstawowe składniki przedsiębiorczości, takie jak:

- nastawienia, czyli postrzegane szanse i zdolności, lęk przed porażką oraz status przedsiębiorczości (w ocenie badanego w danym kraju),
- działania przedsiębiorcze: dobrowolne/przymusowe oraz ich motywy (np. wykorzystanie szansy, wzrost dochodu, z przymusu etc.),
- aspiracje i orientacje przedsiębiorcze, np. wzrost, innowacje.

Na tym poziomie badano też przedsiębiorczość w różnych stadiach rozwoju (tzw. preprzedsiębiorcy, nowi przedsiębiorcy, przedsiębiorcy w dojrzałych firmach etc.) oraz tzw. intraprzsiębiorczość (przedsiębiorczość organizacyjna w już istniejących firmach)<sup>5</sup>.

2. W przekroju makroekonomicznym badano główne (ramowe) czynniki przedsiębiorczości w danym kraju<sup>6</sup>, które są charakterystyczne dla danego stadium rozwoju badanej gospodarki rynkowej (danego kraju)<sup>7</sup>.

W następnym punkcie zostanie przedstawiony model stadiów/poziomów rozwoju gospodarczego, a więc i konkurencyjności współczesnych gospodarek rynkowych. Jednocześnie są to stadia rozwoju tych gospodarek, w których w różny sposób, w każdym stadium/poziomie, wspierana jest przedsiębiorczość, kreuje się jej odpowiednie czynniki, które są jednocześnie czynnikami wzrostu/rozwoju gospodarczego i konkurencyjności. Poza tym trzeba zauważyć, że na różnych poziomach rozwoju gospodarczego (i konkurencyjności) przedsiębiorczość może mieć nieco inny charakter; nie we wszystkich stadiach mogą dominować te same składniki przedsiębiorczości, przedsiębiorczość w różnym zakresie może występować w poszczególnych sektorach itp. Poza tym przedsiębiorczość, co uwzględniono w tych badaniach, charakteryzuje się, w zależności od warunków, różnym potencjałem w zakresie tworzenia miejsc pracy i może przybierać postać:

<sup>4</sup> *Global Entrepreneurship Monitor Polska*, oprac.: P. Zbierowski, D. Węclawska, A. Tarnawa, P. Zadura-Lichota, M. Bratnicki, GEM, PARP, UE w Katowicach, Warszawa 2012, s. 7.

<sup>5</sup> Badania te przeprowadza się w każdym kraju, w każdym roku na próbie/populacji osób dojrzałych (co najmniej 2000 osób) metodą CATI przy użyciu telefonu stacjonarnego lub komórkowego.

<sup>6</sup> Próba obejmuje co najmniej 36 specjalistów z różnych dziedzin przedsiębiorczości w danym kraju.

<sup>7</sup> W roku 2011 zbadano 55 krajów, w tym 25 europejskich, 12 azjatyckich, 12 południowo-amerykańskich, 3 afrykańskie oraz USA, Meksyk i Australię (zob. *Global Entrepreneurship Monitor...*, s. 14).

- a) przedsiębiorczości o wysokim potencjale tworzenia miejsc pracy, co jest związane z zakładaniem i prowadzeniem przedsięwzięcia we wczesnym stadium o średnich bądź wysokich oczekiwaniach w zakresie tworzenia miejsc pracy<sup>8</sup>,
- b) przedsiębiorczości o niskim potencjale tworzenia miejsc pracy, czyli zakładanie i prowadzenie przedsięwzięcia we wczesnym stadium o niskich oczekiwaniach (lub braku oczekiwań) w zakresie tworzenia nowych miejsc pracy<sup>9</sup>,
- c) przedsiębiorczości w miejscu pracy, czyli przedsiębiorczości w już istniejącej firmie, inaczej intraprzsiębiorczości czy przedsiębiorczości organizacyjnej<sup>10</sup>.

## 2. Stadia rozwoju/konkurencyjności współczesnych gospodarek rynkowych a wyzwania rozwojowe

### 2.1. Stadia rozwoju gospodarek rynkowych

Modele opisowe (empiryczne), prezentujące stadia rozwoju krajów w aspekcie typowych dla nich czynników (filarów) przedsiębiorczości i konkurencyjności, mogą być pomocne w identyfikowaniu wyzwań rozwojowych, w tym wyzwań dla biznesu, także dla Polski i działających w naszym kraju przedsiębiorstw<sup>11</sup>.

Jednym z takich modeli jest zarówno model przedstawiony na rysunku 1, opracowany na Światowe Forum Ekonomiczne w Davos w roku 2008 (m.in. z udziałem M.E. Portera), jak i jego wcześniejsze wersje opracowane w roku 2001. Ten ostatni prezentuje trzy stadia rozwoju krajów, zidentyfikowane na podstawie szerokiego zestawu 110 wskaźników – w 207 krajach obejmujących wybrane cechy gospodarek, społeczeństw oraz systemu ustrojowo-instytucjonalnego badanych

<sup>8</sup> Te trzy rodzaje przedsiębiorczości mierzy się odpowiednimi miernikami: pierwszy tzw. miernikiem MHEA (*medium/high job growth expectation early – stage entrepreneurial activity*), drugi miernikiem SLEA (*solo/low expectation early-stage entrepreneurial activity*), trzeci miernikiem EEA (*entrepreneurial employee activity*). Zob. *Global Entrepreneurship Monitor...*, s. 13-14.

<sup>9</sup> Ibidem.

<sup>10</sup> Ibidem.

<sup>11</sup> Ich większa, naszym zdaniem, przydatność na potrzeby tej identyfikacji, niż modeli teoretycznych budowanych, a w ostatnich latach nawet empirycznie weryfikowanych w ramach ekonomii tzw. głównego nurtu (np. nowej ekonomii klasycznej, postkeynesistów itp.), wynika z tego, że nie ograniczają się tylko do kwestii wzrostu gospodarczego, lecz koncentrują się, pod wpływem ekonomii instytucjonalnej, na rozwoju ujmowanym integralnie jako proces ewolucji kultury, społeczeństwa i gospodarki. Modele te nawiązują też koncepcyjnie do rozwijanego w ramach nauk o zarządzaniu nurtu analiz konkurencyjności międzynarodowej krajów, regionów i branż (grup firm), w tym do metody diamentu konkurencyjności M.E. Portera (i jego kolejnych rozwijanych wersji).

Progi dochodu wyznaczające stadium rozwoju kraju (PKB/c w USD)		Stadium rozwoju a podstawowe filary konkurencyjności gospodarki	Udział poszczególnych filarów konkurencyjności w rozwoju kraju	
Stadium I		Stadium I: Podstawowe wymagania/tanie czynniki Instytucje prywatne i publiczne Infrastruktura transportowa, komunikacyjna, energetyczna Stabilność makroekonomiczna (kontrola inflacji stóp procentowych, kosztów obsługi i zadłużenia) Zdrowie i podstawowa edukacja/szkolnictwo	Filary konkurencyjności	Udział w % rozwoju
Gospodarki stymulowane tanimi czynnikami	< 2000		Tanie czynniki produkcji	60
Przejście od stadium I do stadium II	2 000-3 000		Stymulatory efektywności	35
			Innowacje	5
			Podstawowe metody konkurowania	
			Konkurencja cenowa, informacyjna	
Stadium II		Stadium II: Stymulatory efektywności Szkolnictwo wyższe i wyszkolenie Efektywność rynku produktów Efektywność rynku pracy Rozwój rynku finansowego Gotowość technologiczna Rozmiar rynku vs. Orientacja proeksportowa	Filary konkurencyjności	Udział w % rozwoju
Gospodarki stymulowane efektywnością	3 000-9 000		Tanie czynniki produkcji	40
Przejście od stadium I do stadium II	9 000-17 000		Stymulatory efektywności	50
			Innowacje	10
			Podstawowe metody konkurowania	
			Konkurencja jakościowa, promocyjna	
Stadium III		Stadium III: Innowacje Złożoność biznesu Innowacje (technologiczne i systemowe)	Filary konkurencyjności	Udział w % rozwoju
Gospodarki stymulowane innowacjami	> 17 000		Tanie czynniki produkcji	20
			Stymulatory efektywności	50
			Innowacje	30
			Podstawowe metody konkurowania	
			Metody hiperkonkurencji	
			Metody kooperacji / kooperacji	

Rys. 1. Stadia rozwoju krajów – ich filary konkurencyjności stymulujące rozwój (w % wpływu)

Źródło: opracowanie na podstawie *The Global Competitiveness Report 2008-2009*, World Economic Forum, ed. K. Schwab, M.E. Porter, s. 3 i n. (cyt. za *Innowacyjna Polska w Europie 2010, Szanse i zagrożenia dla trwałego rozwoju*, red. U. Płowiec, PWE, Warszawa 2010, s. 269-272).

państw pod względem ich międzynarodowej konkurencyjności (i poziomu innowacyjności). Te stadia to:

- stadium I: gospodarki, których rozwój (i konkurencyjność) opiera się na tzw. podstawowych czynnikach wytwórczych;
- stadium II: gospodarki stymulowane efektywnością (jej poprawą);
- stadium III: gospodarki, których rozwój przede wszystkim zależy od innowacji.

W każdym stadium rozwoju występują wszystkie filary (czynniki) przedsiębiorczości i konkurencyjności, ale inne są proporcje ich udziałów, a co za tym idzie, dominują odmienne metody/strategie konkurowania przedsiębiorstw<sup>12</sup>.

W stadium I rozwój gospodarczy kraju bazuje na tanich zasobach nisko kwalifikowanej pracy i surowcach, a przedsiębiorstwa, orientując się na produkcję produktów o niskiej jakości dla masowych rynków, o niskiej sile nabywczej klientów, konkurują głównie ceną (niska produktywność, niskie koszty pracy). Podstawowe znaczenie dla rozwoju krajów, w tym wspierania przedsiębiorczości, mają: tworzone szeroko rozumiane instytucje prywatne i publiczne, budowana infrastruktura transportowa, komunikacyjna i energetyczna, utrzymywana stabilność makroekonomiczna, zapewniona podstawowa opieka zdrowotna i edukacyjna ludności. I chociaż udział innowacji na tym etapie rozwoju oszacowano w badanym modelu na poziomie około 5%, to ich oddziaływanie na rozwój jest z pewnością większe. Mogą to być nie tylko pojedyncze innowacje technologiczne (produktowe), ale również nowatorskie modele biznesu czy zarządzania. Świadczą o tym zarówno przykłady z przeszłości<sup>13</sup>, jak i współczesne<sup>14</sup>.

<sup>12</sup> Poniższe omówienie tego modelu, za opracowaniem U. Płowiec, *Kształtowanie gospodarki i społeczeństwa odpowiadających cywilizacji wiedzy*, w: *Innowacyjna Polska...*, s. 269 i n. Jego wersja wykorzystywana na cele badań przedsiębiorczości w układzie globalnym jest zamieszczona w pracy: N. Bosma, S. Wennekers, J.E. Arnorors, *Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Cross the Glob*, ERA, London 2012, s. 12.

<sup>13</sup> Uprzemysłowienie amerykańskiego rolnictwa w XIX w. jest związane nie tylko z działalnością technologiczną i produkcyjną wynalazcy mechanicznej żniwiarki Cyrusa Mc Cormicka, lecz także z opracowaniem i wdrożeniem przez niego pionierskiego systemu marketingu, obejmującego projektowanie (i udoskonalanie) tego produktu na potrzeby gospodarstw farmerskich, trafną politykę ustalania cen, łączoną ze sprzedażą ratalną, umożliwiającą zakup tego produktu przez rolników na poczet ich przyszłych dochodów, nowoczesne łączenie sprzedaży z serwisem dla klienta, a nawet badania rynkowe i konkurentów. Według P.F. Druckera, McCormik był autentycznym przedsiębiorcą, ojcem zarządzania biznesem, który znalazł naśladowców dopiero na początku XX w. (zob. P.F. Drucker, *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992, s. 39-40; T. Sztucki, *Encyklopedia marketingu*, Placet, Warszawa 1998, s. 162).

<sup>14</sup> Do najbardziej znanych przykładów współczesnych należy działalność założonego w roku 1976 w Bangladeszu przez prof. Muhammada Yunusa, laureata Pokojowej Nagrody Nobla z roku 2006, banku dla ludzi ubogich (Grameen Banku), udzielającego mikrokredytów ubogim przedsiębiorczym kobietom na sfinansowanie działalności gospodarczej, a także finansującym

W następnym, II stadium rozwoju, wraz z rosnącymi kosztami pracy i potrzebą coraz efektywniejszych metod produkcji, przedsiębiorczość i konkurencyjność gospodarek rynkowych kształtują przede wszystkim tzw. stymulatory efektywności (efektywnie działające rynki pracy, rynek finansowy, towarowe, gotowość przedsiębiorstw do zmian technologicznych i wyboru skutecznych systemów zarządzania, inwestycje w kapitał ludzki itp.), a przedsiębiorstwa konkurują jakością przetworzonych produktów i sprawnością obsługi klienta docelowego. Od wspomnianych stymulatorów, ich rozwoju, może zależeć też rozwój przedsiębiorczości.

Upowszechniający się wtedy w przedsiębiorstwach marketing (jako koncepcja prowadzenia biznesu zorientowanego na klienta) wnosi też, według J.J. Lambina, wkład w rozwój demokracji gospodarczej, ponieważ: a) jego punktem wyjścia jest analiza oczekiwań konsumentów, b) steruje decyzjami w zakresie inwestycji i produkcji na podstawie antycypowania potrzeb rynku, c) respektuje różnorodność upodobań i preferencji dzięki segmentacji rynku i rozwojowi ofert sprzedażowych dostosowanych do potrzeb rynku, d) pobudza innowacyjność i przedsiębiorczość<sup>15</sup>.

W stadium III o poziomie rozwoju, w tym przedsiębiorczości i konkurencyjności gospodarek (regionów i firm), decydują przede wszystkim przełomowe i kontynuowane innowacje, wyrafinowane, złożone biznesy, subsydiujące popołudniu z państwem rozwój działalności innowacyjnej, wiedzochołonnej (B + R). Tak wyposażone firmy skutecznie potrafią rywalizować (i jednocześnie współpracować ze sobą) na rynkach globalnych, w warunkach hiperkonkurencji. Uważa się, że na tym etapie rozwoju kluczowa rola państwa w popieraniu przedsiębiorczości polega na tworzeniu i komercjalizacji wiedzy<sup>16</sup>.

## 2.2. Wyzwania rozwojowe

Według U. Płowiec Polska, dla której PKB/c wyniósł w 2008 r. 13 861 USD, na podstawie oceny tego syntetycznego kryterium, już została zaklasyfikowana

---

stypendia dzieciom tych kobiet na podejmowanie studiów wyższych, co okazało się skutecznym sposobem walki z ubóstwem w tamtejszym społeczeństwie, oraz dało początek podobnym przedsięwzięciom w innych krajach, m.in. w Indiach. Od roku 2008 ten samofinansujący się bank, o 97% stopie zwrotu kredytów, ma swoje oddziały również w ubogich dzielnicach kilku miast USA, m.in. w Nowym Jorku. Koncepcja funkcjonowania Grammen Banku daje się, moim zdaniem, zinterpretować w kategoriach nowoczesnego modelu zarządzania i marketingu relacyjnego (partnerskiego), opartego na kapitale zaufania interesariuszy organizacji, a który na ogół, w teorii, przypisuje się firmom, w tym bankom działającym w krajach wysoko rozwiniętych. (Zob. M. Yunus, *Przedsiębiorstwo społeczne. Kapitalizm dla ludzi*, Concordia, Warszawa 2011).

<sup>15</sup> Zob. J.J. Lambin, *Strategiczne zarządzanie marketingowe*, WN PWN, Warszawa 2001, s. 34-35.

<sup>16</sup> *Global Entrepreneurship Monitor...*, s. 12.



razem z kilkoma państwami środkowo- i wschodnioeuropejskimi, do etapu przejścia ze stadium II do stadium III (gospodarki innowacyjnej)<sup>17</sup>.

Kwalifikacja ta wydaje się jednak w przypadku Polski przedwczesna, mimo że Polska uzyskała w latach 2009-2010 stosunkowo wysoki wskaźnik globalnej konkurencyjności (GCI) – 4,33, zajmując 46 miejsce na liście zbadanych krajów (pierwsze miejsce Szwajcaria z GCI = 5,60). Poza systemem instytucjonalnym gospodarki rynkowej oraz względną stabilnością makroekonomiczną naszego kraju (na tle innych państw europejskich), wiele podstawowych czynników rozwoju, charakterystycznych dla stadium I, nie spełnia jeszcze w Polsce niezbędnych wymagań. Należą do nich infrastruktura techniczna i społeczna<sup>18</sup> (w tym słabość społeczeństwa obywatelskiego), stan i funkcjonowanie publicznej sfery ochrony zdrowia, a nawet edukacja (zwłaszcza na poziomie kształcenia zawodowego).

Ponadto trudno mówić o efektywnym oddziaływaniu w naszym kraju wielu stymulatorów efektywności właściwych dla II stadium rozwoju. Takich, jak np.: efektywny, elastycznie funkcjonujący rynek finansowy, w tym system bankowy alokujący produktywnie oszczędności i finansowo wspierający przedsiębiorców i innowatorów; występowanie na dużą skalę gotowości firm polskich do wdrażania i wykorzystywania istniejących technologii, zwłaszcza teleinformatycznych (ICT) dla wzmocnienia własnej produktywności; rozwinięta proeksplozja orientacja gospodarki czy efektywnie funkcjonujące szkolnictwo wyższe (zwłaszcza publiczne). W Polsce nie funkcjonuje też, na odpowiednim poziomie rozwoju, tzw. środowisko biznesu produktów systemowych (innowacyjnych)<sup>19</sup>. I chociaż można stwierdzić, że wiele z wyżej wymienionych stymulatorów efektywności, a nawet podstawowych czynników rozwoju, nie działa jeszcze zadowalająco także w krajach wysoko rozwiniętych, w tym w USA, to jedynie może to spowalniać, a nie hamować budowy innowacyjnych, wysoce konkurencyjnych gospodarek tych państw, przede wszystkim Stanów Zjednoczonych<sup>20</sup>.

<sup>17</sup> Krajami tymi są: Chorwacja, Estonia, Węgry, Łotwa, Litwa i Rosja (U. Płowiec, *Kształtowanie gospodarki i społeczeństwa odpowiadających cywilizacji wiedzy*, w: *Innowacyjna Polska...*, s. 272).

<sup>18</sup> Gwoli ścisłości trzeba jednak zauważyć, że w ramach Polskiej Strategii Rozwoju Kraju 2007-2015 realizuje się priorytety inwestowania w infrastrukturę techniczną i energetyczną, w poprawę jakości regionalnej polityki spójności oraz w aktywa niematerialne (kapitał ludzki) i innowacyjną gospodarkę (w tej kolejności), wsparte środkami pomocowymi UE.

<sup>19</sup> Zob. L. Żabiński, *The strategic business environment of systemic products in Poland. Developmental conditions against the background of the Central/Eastern European countries*, „*Journal of Economics & Management*” 2009, t. 6, s. 217-237.

<sup>20</sup> Bardziej krytycznie ocenia to w odniesieniu do USA noblista J.E. Stiglitz, pisząc m.in. o amerykańskim sektorze finansowym „rozdętym ponad miarę i opartym na oszukańczych podstawach, nieskłonny (z wyboru) do kredytowania małych i średnich przedsiębiorstw (innowacyjnych,

Dzieje się tak, ponieważ firmy zachodnie, uczestniczące w globalnej rywalizacji z przedsiębiorstwami zlokalizowanymi w gospodarkach wyłaniających się (w tym w Chinach), nie mogą już dłużej konkurować z nimi na bazie niskich kosztów czy nawet metodami konkurencji jakościowej. Jedynym skutecznym sposobem konkurowania staje się szybka komercjalizacja wyników nowej technologii (najlepiej przełomowych innowacji). Stwarza to jednak szczególne wyzwania dla biznesu, w tym marketingu przedsiębiorstw i banków, zarówno o pozytywnych, jak i negatywnych konsekwencjach. Wyzwania te ujawniły się z ogromną mocą w okresie bezpośrednio poprzedzającym wybuch kryzysu globalnego i w trakcie jego przebiegu.

### **3. Rozwój przedsiębiorczości w Polsce (na tle grup krajów o różnym poziomie rozwoju i konkurencyjności)**

Dla realizacji zachowań przedsiębiorczych ważna jest zarówno percepcja samej przedsiębiorczości przez zainteresowane osoby (ich odsetek badanej populacji ludności danego kraju), jak i wykazywane przez te osoby postawy przedsiębiorcze. Do składników tej kategorii, rozpoznawanych w cytowanych badaniach, należały:

- intencje przedsiębiorcze, mierzone jako procent ludności w wieku 18-64 lat, zamierzający rozpocząć działalność gospodarczą w ciągu najbliższych lat;
- kwestia rozpoznawania szansy biznesowej i jej wykorzystanie, co jest początkiem procesu przedsiębiorczości, które odzwierciedlał odsetek badanej ludności angażującej się w ten proces;
- autoweryfikacja przez badanych przedsiębiorców ich zdolności przedsiębiorczych, a ściślej wiedzy i umiejętności niezbędnych w działaniach przedsiębiorczych;
- strach przed porażką, występujący u ludzi podejmujących działania przedsiębiorcze i mogące je dość skutecznie hamować.

tworzących nowe miejsca pracy), sektorze energetycznym tego kraju, w spornej części nienadającym się do utrzymania ze względów środowiskowych”, „ruinie dużych połaci sektora produkcji”, „średnio gorszych usługach zdrowotnych świadczonych przez nieefektywny amerykański system opieki zdrowotnej” (z enklawami niedoścignionej w świecie takiej opieki), nieefektywnym sektorze transportu i edukacji (podstawowej i średniej) etc. Według Stiglitz, „długookresowa przewaga konkurencyjna USA to instytucje szkolnictwa wyższego (państwowe i nonprofit) i tworzony w nich postęp technologiczny. Ale sama edukacja uniwersytecka nie wypełni treścią długofalowej całej strategii gospodarczej Ameryki” (J. Stiglitz, *Freefall, Jazda bez trzymanki*. Wyd. PTE, Warszawa 2010, s. 225-226).

Tabela 1. Postawy i percepcja przedsiębiorczości w wybranych krajach  
(w % respondentów-przedsiębiorców)

Kraj	Intencje przedsiębiorcze	Rozpoznawanie szansy	Zdolności przedsiębiorcze	Strach przed porażką
I. Kraje zorientowane na podstawowe czynniki produkcji	34,20	53,60	59,05	34,20
Bangladesz	31,99	64,43	23,63	63,05
Nigeria	57,65	85,54	83,68	29,78
Wenezuela	28,40	48,45	66,86	23,48
II. Gospodarki zorientowane na efektywność	28,30	40,30	52,01	37,20
Chiny	43,36	48,84	43,90	34,94
Brazylia	32,27	43,06	52,78	35,32
Łotwa	27,99	23,65	46,53	44,74
Polska	26,94	33,10	51,99	54,05
Słowacja	24,43	23,08	52,92	44,76
Węgry	21,90	14,22	39,98	44,54
III. Gospodarki zorientowane na innowacje	12,40	34,90	41,00	43,10
Belgia	11,98	42,97	43,99	41,96
Czechy	14,62	23,90	39,22	39,84
Niemcy	7,60	35,17	37,14	49,92
Szwecja	10,42	21,49	40,32	37,05
USA	15,77	36,25	55,69	37,14

Źródło: *Global Entrepreneurship Monitor Polska*, oprac. zbiorowe, GEM PARP, UE w Katowicach, Warszawa 2012, tab. 1, s. 16-17.

Wyniki badań ujawniają prawidłowości dotyczące kształtowania się zjawiska i procesu przedsiębiorczości dość dalekie od potocznej, w tym medialnej wiedzy o tym procesie (zob. tab. 1).

Generalnie ujmując, intencje przedsiębiorcze i aktywne rozpoznawanie oraz podejmowanie szans biznesowych są najczęstsze w krajach o najniższym stopniu rozwoju (odpowiednio 34,2% i 53,6% badanych), trochę rzadsze w gospodarkach zorientowanych na efektywność (28,3% i 40,3% badanych), a najrzadsze w gospodarkach zorientowanych na innowacje (12,4% i 34,9%). Polska na tle średniej państw drugiej grupy wygląda z odpowiednimi wskaźnikami trochę gorzej (odpowiednio 26,94% i 33,1%), znacznie gorzej natomiast jest, jeśli chodzi o odsetek osób/badanych przedsiębiorców, którym towarzyszy strach przed ewentualną porażką (54,05% wobec średniej dla państw zorientowanych na efektywność 37,2% oraz zorientowanych na innowacje 43,1%). Autoocena zdolności/kwalifikacji badanych polskich przedsiębiorców tylko nieznacznie odbiega od średniej dla drugiej grupy państw (51,99% wobec 52,01%).

Taki generalny przebieg prawidłowości opisujących częstotliwość występowania określonych postaw przedsiębiorczych i percepcji samej przedsiębiorczości można wyjaśnić różnymi przyczynami (które powinny być przedmiotem osobnych badań). I tak w gospodarkach o niskim poziomie rozwoju można zakładać występowanie większej liczby zarówno intencji przedsiębiorczych (wysokie bezrobocie), jak i rozpoznawania szans rozwojowych (wiele dziedzin gospodarki nierozwiniętych), niż w krajach o wyższym poziomie rozwoju gospodarczego. Wiadomo też, że kultura przedsiębiorczości mocniejsza jest w krajach słabiej rozwiniętych (o gospodarce rynkowej), a wraz z rozwojem gospodarczym spada zainteresowanie przedsiębiorczością jako wyborem zawodowym, obniża się status przedsiębiorczości oraz obecność przedsiębiorczości w mediach<sup>21</sup>.

Ważnym aspektem (atrybutem) procesu przedsiębiorczości są etapy jego zaawansowania, obejmujące:

- etap I – rozpoczęcie prowadzenia działalności, obejmujący pierwsze trzy miesiące jej prowadzenia przez tzw. preprzedsiębiorców (inna nazwa to „noworodki” – *nascent entrepreneurs*),
- etap II – dalsze prowadzenie działalności przez przedsiębiorców (do osiągnięcia przez nową firmę wieku 3,5 roku), których określa się jako nowych przedsiębiorców (inne określenie to „dzieci biznesu” – *baby business*).

Oba te etapy wlicza się do ważnego wskaźnika badań GEM, tzw. całkowitej przedsiębiorczości we wczesnej fazie TEA (*Total Early-stage Entrepreneurial Activity*)<sup>22</sup>.

Istotne są również: dalszy okres działania przedsiębiorczych firm, powyżej 3,5 roku oraz miernik osób porzucających założony biznes<sup>23</sup>.

Uzyskane wyniki badań znowu zdają się zaprzeczać dotąd przyjmowanym prawidłowościom, tym razem odnośnie do etapów, a więc poziomu zaawansowania działalności przedsiębiorczej (im wyższy etap, tym wyższy poziom tego zaawansowania). Zwykle poziom tego zaawansowania tłumaczono tzw. „krzywą U”, obrazującą zależność między miernikami TEA a PKB *per capita* w danym kraju. Według tej krzywej poziom przedsiębiorczości we wczesnej fazie jest najwyższy (najczęstszy) w krajach o niskim poziomie rozwoju, spada wraz z rozwojem (w krajach stymulowanych efektywnością), aby zwiększyć się po przekroczeniu pewnego poziomu PKB (w gospodarce stymulowanej innowacyjnością). Zależność tę tłumaczono największymi potrzebami w zakresie nasycenia rynku w dobra podstawowe we wczesnym stadium rozwoju, oraz dużymi trudnościami w podjęciu działań przedsiębiorczych, przede wszystkim innowacyjnych na drugim etapie rozwoju. Tymczasem aktualne wyniki badań (tab. 2) zdają się

<sup>21</sup> *Global Entrepreneurship Monitor...*, s. 19.

<sup>22</sup> *Ibidem*, s. 22.

<sup>23</sup> *Ibidem*, s. 25.

Tabela 2. Wybrane charakterystyki przedsiębiorczości (1)

Cechy Kraj	Przedsiębiorczość w różnych stadiach rozwoju (w % badanych przedsiębiorców)				
	preprzedsiębiorcy	nowi przedsiębiorcy	TEA	dojrzałe firmy	wyjścia
I. Kraje zorientowane na czynniki produkcji	11,15	5,47	16,62	6,10	5,23
II. Kraje zorientowane na efektywność	8,38	5,95	14,33	7,25	4,32
– Polska	5,97	3,09	9,06	4,97	4,22
III. Kraje zorientowane na innowacje	3,97	3,05	7,02	7,22	2,70

  

Cechy Kraj	Motywy podejmowania działalności przedsiębiorczej w krajach Grupy Wyszehradzkiej (w %)			
	zwiększenie dochodu (1)	utrzymanie dochodu (2)	niezależność (3)	motyw mieszany (4)
– Polska	16,0	53,0	16,0	15,0
– Węgry	16,0	42,0	15,0	28,0
– Czechy	26,0	31,0	32,0	11,0
– Słowacja	18,0	29,0	16,0	37,0

  

Cechy Kraj	Przedsiębiorczość w sektorach gospodarki wg wskaźnika TEA (w %)				
	sfera pozyskiwania surowców	sfera produkcji	usługi B2B	usługi B2C	razem usługi
I. Kraje zorientowane na czynniki produkcji	9,02	25,53	6,97	58,48	65,45
II. Kraje zorientowane na efektywność	5,99	27,25	14,73	52,03	66,76
– Polska	3,71	46,96	21,23	28,11	49,34
III. Kraje zorientowane na innowacje	3,87	22,25	28,46	45,42	73,88

Źródło: jak przy tab. 1, s. 25-26, 28, 36.

wskazywać, że również wysoki poziom przedsiębiorczości we wczesnym stadium (miernik –TEA) jest cechą wielu krajów stymulowanych efektywnością (np. Łotwa 11,85%, Brazylia 14,89%, Chiny 24,01%)<sup>24</sup>.

<sup>24</sup> Ibidem, s. 22-24.

Ciekawe, że Polska (wskaźnik TEA = 9,06) mieści się w dalszej części grupy krajów stymulowanych efektywnością (średnia dla tej grupy 14,33), ale gdyby ją zaliczyć do krajów stymulowanych innowacjami (średnia dla tych krajów 7,02), to posiadałaby najwyższy wskaźnik dla tej grupy państw po USA (12,34) i Australii (10,5), ale przed Czechami (7,64) czy Wielką Brytanią (7,29)<sup>25</sup>.

Charakterystyczną cechą procesu przedsiębiorczości jest zarówno udział tzw. dojrzałych firm w tym procesie, jak i porzucanie prowadzonego biznesu. Średni największy udział dojrzałych firm występuje – jak wynika z przeprowadzonych badań (tab. 2) – w krajach średnio rozwiniętych, stymulowanych efektywnością (7,25), niewiele mniejszy jest w gospodarkach stymulowanych innowacjami (7,22), a najniższy w gospodarkach najslabiej rozwiniętych (średnia 6,10). Na tym tle sytuacja przedsiębiorczości w Polsce (z miernikiem 4,97) nie wygląda najlepiej. Natomiast trochę lepiej wygląda niższy miernik „wyjścia” z biznesu, rzadziej porzucanego (4,22), niż średnia dla krajów drugiej grupy (4,32).

Jak wiadomo, różne są motywy podejmowania działań z zakresu przedsiębiorczości. Różnie też można je dzielić oraz wiązać z okresem przeżycia firmy i poziomem odnoszonych sukcesów rynkowych. Jednym z takich podziałów jest podział firm zakładanych z chęci wykorzystania szansy (te firmy uważa się za dłużej utrzymujące się na rynku i odnoszące większe sukcesy rynkowe), oraz firm powstałych z przymusu. Według cytowanych badań GEM, w Polsce występuje niekorzystna struktura motywacji przedsiębiorczości (miernik szansy jako motywu powstania firmy wynosi 4,55, miernik przymusu: 4,3), podczas gdy np. w Czechach te mierniki wynosiły odpowiednio 5,42 i 2,09, na Słowacji 10,18 i 3,91, a w USA 9,07 i 2,62<sup>26</sup>.

Interesujący jest też układ motywów podejmowania działalności przedsiębiorczej w krajach Grupy Wyszehradzkiej, przedstawiony w tabeli 2. Najlepszą strukturą motywów przedsiębiorczości wykazują się w tej grupie krajów Czechy, należące do gospodarek stymulowanych innowacjami, gdzie dominują motywy związane z wykorzystaniem szansy. Ma to na celu zwiększenie dochodu przedsiębiorcy (26% badanych) oraz niezależność, bycie na swoim (32% badanych). Motyw przymusu, przekładający się na konieczność utrzymania dochodu (31% badanych) oraz motyw mieszany (11% badanych), pozostaje w „mniejszości” (42%) w stosunku do motywu pierwszego (58% badanych). Analogiczne wskaźniki dla Polski wynoszą odpowiednio  $16\% + 16\% = 32\%$  oraz  $53\% + 15\% = 68\%$ , a więc przeważa motyw drugi (firmy zakładane z przymusu).

Ciekawy jest też obraz przedsiębiorczości według różnych sektorów gospodarki oraz miejsce Polski w tym obrazie (tab. 2). W krajach zorientowanych na podstawowe czynniki produkcji wczesna przedsiębiorczość w największym

<sup>25</sup> Ibidem, s. 24.

<sup>26</sup> Ibidem, s. 28.

Tabela 3. Wybrane charakterystyki przedsiębiorczości (2)

Cechy Kraj	Aspiracje/orientacje przedsiębiorców w krajach Grupy Wyszehradzkiej (w % respondentów-przedsiębiorców)					
	orien- tacja między- na- rodowa	nowy rynek	nowy produkt	nowa lub naj- nowsza techno- logia	wysoka techno- logia	two- rzenie miejsc pracy
– Polska	17,10	44,00	74,52	23,51	6,17	30,24
– Słowacja	18,28	39,78	42,26	42,36	3,10	21,07
– Węgry	29,03	56,23	46,62	23,85	9,72	30,81
– Czechy	19,90	43,54	58,60	46,95	5,78	27,84

Cechy Kraj	Przedsiębiorczość o niskim i wysokim potencjale tworzenia miejsc pracy (w %)	
	SLEA	MHEA
I. Kraje zorientowane na czynniki produkcji	3,1	10,8
– Bangladesz	4,2	7,8
– Wenezuela	4,6	12,3
II. Kraje zorientowane na efektywność	4,7	8,0
– Chiny	7,9	11,2
– Łotwa	5,4	5,3
– Polska	4,3	4,7
– Słowacja	6,1	8,1
– Węgry	3,2	4,3
III. Kraje zorientowane na innowacje	2,5	3,9
– Czechy	3,8	3,9
– USA	4,0	5,8

Źródło: jak przy tab. 1, s. 37-39.

zakresie obejmuje usługi konsumpcyjne (58,48%), przy małym zakresie usług dla biznesu (6,97%). Duże zainteresowanie przedsiębiorczości usługami wysokie jest też w krajach stymulowanych efektywnością (średnia dla usług 66,76%), przy czym dla Polski, mieszczącej się w tej grupie państw jest ono dużo niższe (49,34%). Nasz kraj posiada natomiast duży udział tzw. wczesnej przedsiębior-

czości w sferze produkcji (46,96%), prawie dwukrotnie wyższy niż średnia dla tej sfery w grupie krajów stymulowanych efektywnością (27,25%). Bardzo ciekawy jest też obraz sektorowy przedsiębiorczości w grupie krajów najwyżej rozwiniętych (stymulowanych innowacjami i mocno zserwicyzowanych), w których przedsiębiorczość dominuje przede wszystkim w sektorze usług (73,88%), z dużym udziałem usług biznesowych (28,46%), dość jeszcze sporym w sferze produkcji (22,25%) i małym w sektorze paliwowo-surowcowym (3,87%).

Jeszcze innymi, istotnymi atrybutami przedsiębiorczości w badanych grupach krajów są jej aspiracje, związane z kierunkami/orientacjami rozwoju. W badaniach przedsiębiorczości GEM (zob. tab. 3), na przykładzie państw należących do Grupy Wyszehradzkiej wyróżniono:

- orientację międzynarodową, w której przewodzą Węgry (29,03%), Polska ma ją najslabszą (17,1%),
- orientację przedsiębiorczości na nowe rynki, gdzie też przewodzą Węgry (56,23%), ale Polska zajmuje drugie miejsce (44,0%),
- orientację na nowy produkt, w której Polska jest pierwsza (74,52%), przy słabszej pozycji Czech (58,6%),
- orientację na nowe lub wspólne technologie (w których ulegamy Węgrom),
- orientację na tworzenie miejsc pracy, gdzie z wyjątkiem odstającej *in minus* Słowacji, państwa nowej grupy mają dość jednolitą pod względem tego kryterium przedsiębiorczość.

W badaniach GEM bada się też udziały przedsiębiorczości o niskim oraz wysokim potencjale tworzenia miejsc pracy. Niski potencjał w tym względzie oznacza zamiar stworzenia, w ramach jednego przedsięwzięcia przedsiębiorczego (firmy) mniej niż 5 nowych miejsc pracy w porównywalnym okresie. Z danych zawartych w tabeli 3 wynika, że:

- największy potencjał pod tym względem mają kraje zorientowane na czynniki produkcji, przy czym przedsiębiorczość o wysokim potencjale tworzenia miejsc pracy jest trzykrotnie większa niż ta o niskim potencjale (odpowiednie mierniki: 3,1 i 10,8),
- prawie równie wysoki potencjał przedsiębiorczości mają kraje zorientowane na efektywność, ale udział przedsiębiorczości o potencjale wysokim jest „tylko” dwukrotnie większy (będąca w tej grupie Polska ma zdecydowanie gorsze wyniki),
- kraje zorientowane na innowacje mają przedsiębiorczość o przewadze tworzenia większej liczby miejsc pracy, jednak przy najslabszych pod tym względem wynikach (łączny potencjał jest najniższy w porównaniu z poprzednimi grupami państw).



## Podsumowanie

Badanie zjawiska przedsiębiorczości i to jeszcze w przekrojach międzynarodowych z wielu powodów nie jest łatwe (m.in. trudności związane z porównywalnością wielkości mierników przedsiębiorczości). W powyższym artykule trudności te w znacznym stopniu ograniczono, posługując się wynikami porównywalnych studiów międzynarodowych nad przedsiębiorczością w krajach o gospodarkach rynkowych, bazujących na zbiorze standardowych mierników tego procesu, a ponadto lokując jego analizę w trzech grupach krajów o różnym poziomie rozwoju i konkurencyjności tych gospodarek.

Nasz kraj, mimo dość utartej potocznej opinii o dużej przedsiębiorczości Polaków, oraz mimo poglądu, że przechodzimy obecnie do stadium III rozwoju gospodarek rynkowych (stymulowanego innowacjami), w tych badaniach nad rozwojem przedsiębiorczości na ogół wypadł *in minus* w stosunku do średniej dla grupy państw znajdujących się na etapie przejścia do tego stadium rozwoju. Są zatem potrzebne dalsze badania, również o charakterze empirycznym w odniesieniu do wpływu na rozwój przedsiębiorczości w naszym kraju zjawiska spowolnienia gospodarczego czy wręcz kryzysu globalnego.

## Literatura

- Bosma N., Wennekers S., Arnorors J.E., *Global Entrepreneurship Monitor 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees Cross the Glob*, ERA, London 2012.
- Drucker P.F., *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, PWE, Warszawa 1992.
- Global Entrepreneurship Monitor Polska*, oprac. P. Zabierowski, D. Węclawska, A. Tarnawa, P. Zadura-Lichota, M. Bratnicki, GEM, PARP, UE w Katowicach, Warszawa 2012.
- Innowacyjna Polska w Europie 2010. Szanse i zagrożenia dla trwałego rozwoju*, red. U. Płowiec, PWE, Warszawa 2010.
- Lambin J.J., *Strategiczne zarządzanie marketingowe*, WN PWN, Warszawa 2001.
- Stiglitz J., *Freefall. Jazda bez trzymanki*, Wyd. PTE, Warszawa 2010.
- Sztucki T., *Encyklopedia marketingu*, Wyd. Placet, Warszawa 1998.
- Yunnus M., *Przedsiębiorstwo społeczne. Kapitalizm dla ludzi*, Concordia, Warszawa 2011.
- Żabiński L., *The strategic business environment of systemic products in Poland. Developmental conditions against the background of the Central/Eastern European Countries*, „Journal of Economics & Management” 2009, t. 6.

### **Contemporary business challenges in the light of international entrepreneurship research**

**Summary.** Present-day business challenges produce chances for which one of key answers is entrepreneurship. However, it is not the only answer. The list of sources of opportunities for changes, offered at some point by P.F. Drucker, is still very valid. The paper discusses the results of empirical research on entrepreneurship in its international context (the GEM project). Against the background of the model of stages of development, entrepreneurship and competitiveness of market (capitalist) economies, main characteristics (attributes) of entrepreneurship as a process are shown in three groups of countries. The development of entrepreneurship in Poland, which is placed in the group of countries stimulated by effectiveness, is generally lower than average for this group of countries.

**Key words:** challenges for business, stages of development, international entrepreneurship, competitiveness of market economies, empirical research on entrepreneurship