

## Pomysł to za mało. Najtrudniejszy krok w polskiej przedsiębiorczości

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 24, luty 2026 12:26

Tomasz Smaś

Odslony: 908

---

Prowadzenie własnego biznesu pozostaje jedną z najczęściej deklarowanych ambicji zawodowych w Polsce. Z najnowszego badania „The Future of Business Report” wynika, że 63 proc. respondentów chciałoby mieć własną firmę. Jednocześnie widać wyraźnie, że dla wielu osób marzenie to kończy się na etapie planowania.

Wśród badanych 43 proc. deklaruje, że posiada pomysł na biznes, ale pozostaje on w sferze koncepcji. Co więcej, w grupie osób z pomysłem aż 36 proc. nigdy nie podjęło próby jego realizacji. Dane te pokazują, że kluczowym wyzwaniem nie jest dziś brak przedsiębiorczych aspiracji, lecz przejście od idei do realnego działania.

Jedynie 17 proc. ankietowanych aktywnie rozwija swój pomysł, a 41 proc. znajduje się na etapie pracy nad projektem. Oznacza to, że znaczna część potencjału przedsiębiorczości pozostaje w fazie przygotowań, bez przełożenia na faktyczne uruchomienie działalności.

### Motywacje silniejsze niż pasja

Analiza motywacji pokazuje pragmatyczne podejście do własnego biznesu. Najczęściej wskazywanym powodem jest chęć zwiększenia dochodów (43 proc.) oraz potrzeba wolności i większej autonomii (29 proc.). Dopiero na trzecim miejscu pojawia się pasja (25 proc.). Własna firma postrzegana jest więc przede wszystkim jako narzędzie poprawy sytuacji finansowej i sposobu pracy, a dopiero w dalszej kolejności jako forma realizacji zainteresowań.

Równocześnie respondenci wskazują konkretne bariery. Najczęściej wymieniany jest brak finansowania (33 proc.), następnie lęk przed porażką (23 proc.) oraz brak wiedzy, jak zacząć (19 proc.). To właśnie te czynniki tworzą lukę między deklaracją a działaniem. Wyniki sugerują, że wsparcie kapitałowe oraz praktyczne przeprowadzenie przez proces zakładania firmy mogłyby znacząco zwiększyć liczbę nowych przedsięwzięć.

### Sprzedaż bez granic i rosnąca rola zrównoważonego rozwoju

Preferencje dotyczące modelu sprzedaży rozkładają się niemal równomiernie między sklep stacjonarny, model hybrydowy, marketplace oraz własny sklep internetowy. Przyszli przedsiębiorcy rozważają więc różne scenariusze i oczekują elastycznych narzędzi dopasowanych do odmiennych kanałów.

Istotnym czynnikiem zwiększającym atrakcyjność startu pozostaje handel międzynarodowy. Choć 73 proc. badanych ma świadomość, że platformy marketplace umożliwiają sprzedaż globalną, ponad połowa uważa ją za wymagającą dużych inwestycji lub specjalistycznej wiedzy. Mimo to 72 proc. deklaruje, że możliwość sprzedaży za granicą zwiększyłaby atrakcyjność rozpoczęcia działalności. Dostęp do szerszej grupy odbiorców i dodatkowe źródło dochodów są tu kluczowymi motywatorami.

Coraz większe znaczenie ma również zrównoważony rozwój. Aż 73 proc. respondentów wskazuje, że byłby on ważnym elementem ich działalności. W praktyce oznacza to ograniczanie odpadów opakowaniowych, energooszczędną logistykę czy sprzedaż produktów używanych i odnowionych. Dla wielu osób nie jest to już element wizerunkowy, lecz realny sposób prowadzenia biznesu.

### Pokolenia: te same marzenia, inne bariery

## Pomysł to za mało. Najtrudniejszy krok w polskiej przedsiębiorczości

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: wtorek, 24, luty 2026 12:26

Tomasz Smaś

Odsłony: 908

---

Badanie pokazuje różnice pokoleniowe. Wśród najmłodszych wyższy jest odsetek osób posiadających pomysł na biznes oraz deklarujących chęć prowadzenia własnej firmy. Jednocześnie to właśnie młodszy pokolenie częściej zatrzymują się na etapie planów – większa część z nich nigdy nie podjęła próby uruchomienia działalności.

Największą barierą dla tej grupy jest brak wiedzy, jak zacząć. Starsi respondenci częściej wskazują obawy związane z ryzykiem, formalnościami oraz kwestiami prawno-podatkowymi. Różnice widać również w podejściu do sprzedaży globalnej – młodszy pokolenie dostrzega w niej atrakcyjność i szansę rozwoju, starsi częściej koncentrują się na aspekcie dochodowym.

Wyniki badania prowadzą do jednego wniosku: przedsiębiorczy potencjał w Polsce jest wysoki, lecz wciąż niewykorzystany. O sukcesie nie decyduje już wyłącznie pomysł, lecz dostęp do narzędzi, wiedzy i wsparcia, które pozwolą przekuć koncepcję w pierwszą sprzedaż. To właśnie ten moment – między marzeniem a realnym startem – okazuje się dziś największym wyzwaniem dla przyszłych przedsiębiorców.

*Źródło: IP*