

Młodzi Polacy chcą rozwijać własne pomysły biznesowe bez rezygnacji z bezpieczeństwa, jakie daje główne zatrudnienie. Aż 83% przedstawicieli pokolenia Z rozważa rozpoczęcie dodatkowej działalności obok pracy – wynika z raportu eBay „The Future of Business Report”. W grupie badanych powyżej 30. roku życia taką możliwość bierze pod uwagę 74% respondentów.

Przedsiębiorcze ambicje są wysokie: 63% wszystkich badanych chce prowadzić własny biznes, a kolejne 26% tego nie wyklucza. Jednak 43% pozostaje na etapie pomysłu, 36% nigdy nie próbowało wystartować, a 17% aktywnie rozwija projekt. Dla Polaków problemem nie jest więc brak chęci, lecz zbyt ryzykowna i skomplikowana droga do rozpoczęcia sprzedaży.

To nie chwilowa tendencja, lecz strategiczne planowanie

Dodatkowa działalność to dla młodych osób bezpieczny sposób na sprawdzenie pomysłu. Wśród przedstawicieli Generacji Z, którzy rozważają taką opcję, 43% planuje sprzedawać co najmniej raz w tygodniu, 31% – co miesiąc, a 13% – okazjonalnie. Pokazuje to, że dla wielu osób przed 30. rokiem życia nie jest to jedynie doraźny sposób na dorobienie, lecz przemyślany krok w kierunku samodzielności finansowej.

Dla Pokolenia Z ważne są zarówno dodatkowe dochody, wskazywane przez 36% badanych, jak i możliwość zachowania głównej pracy podczas testowania pomysłu (24%). Jednocześnie 39% wszystkich respondentów deklaruje, że niski koszt rozpoczęcia działalności byłby dla nich czynnikiem motywującym. Niemal co piąty badany poniżej 30. roku życia chce sprawdzić, czy jego koncepcja może w przyszłości stać się pełnowymiarowym biznesem (19%), a dla podobnej grupy punktem wyjścia jest pasja (20%). Działalność po godzinach może więc łączyć rozwijanie zainteresowań z budowaniem pierwszych doświadczeń przedsiębiorczych.

Przyszli przedsiębiorcy są elastyczni w wyborze kanałów sprzedaży. W całej badanej grupie 26% wskazuje sklep stacjonarny, po 25% model hybrydowy i marketplace, a 23% własną stronę lub sklep internetowy. Łącznie 48% respondentów jako preferowany model wskazuje sprzedaż online. Szczególnie dla młodych osób takie wyjście może być wartościowym sposobem na przetestowanie oferty i pozyskanie pierwszych klientów bez budowania pełnej infrastruktury na starcie.

Młodzi myślą globalnie i stawiają na technologie

Globalny zasięg również przyciąga przedsiębiorców. 73% wszystkich badanych wie, że marketplace'y umożliwiają sprzedaż na rynkach zagranicznych, a dla 72% taka możliwość zwiększa atrakcyjność rozpoczęcia biznesu. Najważniejsze korzyści dla wszystkich Polaków to dostęp do szerszego grona odbiorców (51%) i dodatkowe przychody (50%). Przedstawiciele Pokolenia Z są o 4 punkty procentowe częściej niż starsi badani motywowani możliwością sprzedaży globalnej.

Jednocześnie 53% respondentów uważa, że sprzedaż na rynkach zagranicznych wymaga znaczących inwestycji lub specjalistycznej wiedzy. Młodzi chcą więc od początku myśleć szerzej niż lokalnie, ale potrzebują prostych narzędzi, które ułatwią im przejście od ambicji do działania.

W tym procesie ważną rolę może odgrywać technologia. Pokolenie Z jest o 19 punktów procentowych częściej niż osoby 30+ bardzo dobrze zaznajomione z AI. W całej grupie 73% respondentów uważa, że sztuczna inteligencja skraca czas i wysiłek potrzebne do rozpoczęcia działalności. AI może więc pomóc

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: czwartek, 24, wrzesień 2026 12:11

Alicja Cisowska

Odsłony: 592

początkującym przedsiębiorcom sprawniej przejść od pomysłu do pierwszych działań biznesowych.

Bariery i wyzwania regulacyjne

Mimo wysokiej gotowości do działania, przedstawiciele Generacji Z wskazują konkretne bariery. Dla 39% młodych osób przeszkodą jest brak wiedzy, od czego zacząć, a 38% obawia się ryzyka finansowego. Co istotne, 23% osób z tego pokolenia wspomina także brak czasu jako czynnik utrudniający rozpoczęcie dodatkowej działalności.

W szerszym kontekście zakładania własnego biznesu 33% wszystkich badanych wymienia brak finansowania, a 23% obawę przed porażką. Wyniki więc pokazują, że ograniczanie kosztów i upraszczanie wejścia na rynek może pomóc przyszłym przedsiębiorcom – w tym młodszym osobom – przejść od ambicji do działania.

Raport eBay „The Future of Business Report” pokazuje, że pokolenie Z chce rozwijać biznes etapami – od pomysłu i pasji, przez pierwszą sprzedaż, aż po dalszy rozwój. Młodzi są cyfrowo kompetentni, myślą globalnie i chętnie testują nowe modele działania, ale potrzebują jasnej wiedzy, niskiego progu wejścia i narzędzi ograniczających codzienną złożoność.

Źródło: IP