

# **Przedsiębiorczość kobiet w Polsce – stan obecny i perspektywy rozwoju**

**Weronika Piątek**

Politechnika Białostocka, Wydział Inżynierii Zarządzania

e-mail: weronika.piatekk@gmail.com

## **Streszczenie**

W dzisiejszych czasach znaczenie przedsiębiorczości kobiet nieustannie nabiera na znaczeniu. Postęp technologiczny powoduje że z roku na rok sukcesywnie zmniejsza się liczba stanowisk w działach gospodarki tradycyjnie zdominowanych przez kobiety. Równocześnie zwiększa się liczba kobiet posiadających wykształcenie wyższe, ale napotykających sporych przeciwności w dostępie do miejsc pracy, w wyniku czego bezrobocie wśród kobiet jest wyższe niż wśród mężczyzn. Rozwiązaniem może być samozatrudnienie. Wiele badań potwierdza że kobiety są równie przedsiębiorcze jak i mężczyźni co w dużym stopniu przyczynia się do rozwoju gospodarczego. Z ekonomicznego oraz socjalnego punktu widzenia kluczową sprawą wydaje się więc promowanie i ułatwianie przedsiębiorczości kobiet i zwiększanie ich udziału pośród właścicieli firm. Celem niniejszego artykułu jest ocena zjawiska przedsiębiorczości kobiet w Polsce i zarysowanie perspektyw jego rozwoju. Jako metodę badań przyjęto analizę desk research, w której wzięto pod uwagę dane zastane tj. publikacje, raporty, analizy, dane GUS i Eurostat w zakresie analizowanego zjawiska.

## **Słowa kluczowe**

przedsiębiorczość kobiet, bariery przedsiębiorczości kobiet, determinanty przedsiębiorczości kobiet

## Wstęp

Aspekt porównania sytuacji kobiet i mężczyzn z punktu widzenia przedsiębiorczości jest kluczowa do przeprowadzenia rzetelnej analizy ekonomicznej dowolnego kraju. Możemy znaleźć liczne dowody potwierdzające tezę mówiącą o tym, że występowanie nierówności pomiędzy mężczyznami i kobietami w dostępie do rynku pracy i świadczeń pracowniczych jest w stanie nawet zahamować wzrost gospodarczy. Na uwarunkowania kulturowe i ogólne decyzje polityczne panujące w danym kraju w dużej mierze nakłada się polityka. W okresie powojennym w krajach Europy Zachodniej udział kobiet w działalności gospodarczej i politycznej był z reguły niższy niż w krajach Europy Środkowej i Wschodniej. Podczas transformacji nierówności występujące między kobietami i mężczyznami stały się bardziej widoczne, a dyskryminacja położenia kobiet w społeczeństwach postkomunistycznych przybrała na sile. W wielu aspektach rola kobiet w gospodarce zaczęła przypominać standardy panujące w Europie Południowej, a nie te z krajów skandynawskich, w których to dość mocno promuje się politykę egalitaryzmu. W społeczeństwach postkomunistycznych sytuacja kobiet na rynku pracy jest spowodowana także w dużej mierze faktem, iż państwo znacząco wycofało się z prowadzenia polityki opiekuńczej, zwłaszcza w dziedzinach ochrony zdrowia oraz pomocy osobom niepełnosprawnym i ubogim [Dziewiecka-Bokun, 2002, s. 251]. Dodatkowy wpływ mają również brak odpowiedniej polityki karzącej dyskryminację oraz utrwalone stereotypy [Rollnik-Sadowska, 2017, s. 18]. W związku z brakiem konsekwencji karnych pojawiało się wiele dyskryminujących ogłoszeń o pracę oraz liczne przypadki rozpowszechniania upokarzającego wizerunku kobiet. Pomimo iż cechą charakterystyczną państw przechodzących transformację ustrojową był brak nacisku na promocję równości w statusie kobiet i mężczyzn, w Polsce rozpowszechnianie idei równouprawnienia spotkało się z dużymi utrudnieniami ze względu na uwarunkowania religijne i kulturowe, które promują wizerunek kobiety jako wychowawczyni dzieci i osoby dbającej o ognisko domowe na pierwszym miejscu. Nawet kobiety których aktywność zawodowa obfituje w sukcesy uważają za właściwe posiadanie wizerunku osoby umiejętnie dbającej o dom [Płeć a ....., 2004].

W postępującej gospodarce wolnorynkowej stereotypy kulturowe wiążą się z potencjalnym ryzykiem ograniczenia dostępu kobiet do zatrudnienia oraz do awansu zawodowego. Wpływ stereotypów uwidacznia się na przykładzie obecności „dyskryminujących przywilejów” spotykanych w prawie pracy oraz polityce społecznego zabezpieczenia. Bardzo wiele kobiet pracujących w gałęziach gospodarki uznawanych typowo za kobiece (takie jak służba zdrowia czy edukacja) nie odczuło korzyści jakie przyniósł proces transformacji. Kobiety zdały sobie sprawę, że będąc

pracownikami prędeż czy później napotkają w swojej karierze na szklany sufit - niewidzialną barierę utrudniającą kobietom dojście do wysokich pozycji w biznesie lub polityce. Szklany sufit jest "niewidzialny", ponieważ zazwyczaj w każdym konkretnym przypadku utrudnień awansowych organizacje znajdują dla nich inne wytłumaczenia, ale jednocześnie na poziomie całej populacji, stosując analizę statystyczną da się zaobserwować że kobiety posiadające takie same kwalifikacje jak mężczyźni rzadziej awansują i zyskują niższe uposażenia. W konsekwencji to zjawisko przyczyniło się do rozwoju sektora prywatnego w Polsce powodując zakładanie wielu małych firm. Kobiety poszukując drogi na lepsze życie postawiły na bycie przedsiębiorczymi [Millard 1999].

Według H. Stevensona i J.A. Timmonsona przedsiębiorczość jest to poszukiwanie, tworzenie i wykorzystywanie szans. Najczęściej z pojęciem przedsiębiorczości utożsamiamy tworzenie własnego przedsiębiorstwa, a za osobę będącą przedsiębiorcą uznajemy tego, kto własną działalność gospodarczą prowadzi. Przedsiębiorczość to dość złożony proces składający się z wielu etapów-pierwszym jego etapem jest identyfikacja szansy i zdefiniowanie koncepcji przedsięwzięcia. Jest to etap twórczy, nie oderwany jednak od realiów-koncepcja musi uwzględniać kontekst i opierać się na wiedzy pozyskanej przez przedsiębiorcę. Gdy okaże się wystarczająco dobra, można przejść do dalszych etapów, czyli wprowadzenia koncepcji w życie, zarządzania ją oraz jej rozwojem [Nazarko, 2015]. Każdy kolejny etap wymaga wiedzy i kompetencji które zapewnią większe prawdopodobieństwo sukcesu [Glinka, Gudkova, 2011, s. 38]. Obecnie rozwój małych oraz średnich przedsiębiorstw jest ważnym czynnikiem rozwoju gospodarki oraz tworzenia nowych miejsc pracy, dlatego na jej ważność od lat naciska Komisja Europejska. Publikacja Small Business Act (SBA) podkreśla, że to właśnie rozwój małych oraz średnich przedsiębiorstw powinien odgrywać kluczową rolę w polityce Unii Europejskiej, ponieważ ich wzrost i innowacyjność determinują przyszły dobrobyt w Unii [Komisja Europejska, 2011].

W czerwcu 2010 roku przyjęto nową strategię społecznego rozwoju Unii Europejskiej przypadającą na lata 2010-2020, o nazwie „Europa 2020”. Kładzie się w niej nacisk na fakt, iż to małe i średnie przedsiębiorstwa mają największy wkład we wzrost zatrudnienia oraz wielki wkład w tworzenie PKB. Ogólnie rzecz biorąc z punktu widzenia całej gospodarki to właśnie w tym sektorze kobiety działają najczęściej. Ich przedsiębiorczość znacząco przyczynia się do tworzenia nowych produktów jak i miejsc pracy. W krajach w których w działalności gospodarczej kobiety mogą realizować się bez przeszkód odnotowuje się gwałtowny wzrost ekonomiczny, co wskazuje na to że wykorzystanie przedsiębiorczości tkwiącej w kobietach oraz ich liczebności w społeczeństwie w głównej mierze przyczynia się do wzrostu dobrobytu całego społeczeństwa [Borowska 2013, s. 153]. W publikacjach naukowych

podkreśla się, iż styl kierowania uwarunkowany jest percepcją cech i zachowań charakterystycznych dla płci [Moczydłowska, Percepcja..., 2017, s. 9-21; Moczydłowska, 2017, s. 49].

Z raportu „Zawód-prezesa! Diagnoza przedsiębiorczych kobiet” możemy dowiedzieć się że na świecie działa ponad 200 milionów firm które są prowadzone przez kobiety. W Polsce 33,4% firm jest założonych oraz prowadzonych przez kobiety, dzięki czemu mieścimy się w czołówce krajów Europy, dla których średnia wynosi 31,3%. Najwyższe wskaźniki przedsiębiorczości kobiet obecnie są obserwowane w rozwijających się krajach o niskich i średnich dochodach- w rankingu przoduje Senegal, w którym aż 37% dorosłych kobiet prowadzi własną firmę. Należałoby dodać że w Europie średnio tylko 5,4% dorosłych kobiet pracuje na własną rękę [Pokojska i inni, 2017, s. 20].

Wraz ze wzrostem odsetka przedsiębiorczych kobiet niestety w Polsce spada całościowy wskaźnik aktywności zawodowej Polek. Wynosi on 61,4%, co oznacza że aż 4 na 10 kobiet ani nie pracuje, ani nie szuka w danym momencie pracy. Najbardziej rzuca się to w oczy w grupie najmłodszych kobiet, tzn. tych do 24 roku życia oraz w grupie kobiet powyżej 55 roku życia, które stanowią prawie połowę wszystkich nieaktywnych zawodowo kobiet w Polsce. Założenie własnego przedsiębiorstwa może być w takim przypadku całkiem dobrym pomysłem wejścia lub powrotu na rynek pracy, chociaż nie jest to jedyna motywacja która kieruje kobietami zakładającymi własny biznes [Pokojska i inni, 2017, s. 22].

## 1. Istota, determinanty i bariery przedsiębiorczości kobiet

Pojęcie bycia przedsiębiorczym jest sumą wielu czynników. Możemy je podzielić na czynniki wewnętrzne, takiej jak dążenie do niezależności, chęć osiągnięcia wyższych dochodów oraz niezależność finansowa, negatywne doświadczenia z pracy najemnej, chęć rozwoju zawodowego, sprzyjające warunki na rynku, brak innych opcji zatrudnienia, zagrożenie bezrobociem czy też poczucie większej pewności pracy przy pracy na własny rachunek [Borowska 2013, s. 154].

Czynnikami zewnętrznymi które przyczyniają się do podjęcia działalności gospodarczej są determinanty krajowe oraz determinanty ramowe. Mianem determinantów krajowych określa się cechy gospodarki takie jak jej otwartość, stabilność pieniądza, dynamika wzrostu oraz efektywne działanie rynku. Istotne znaczenie mają jednak determinanty ramowe ponieważ mają one bezpośrednie działanie na gospodarkę-działają hamując ją lub wpierając. Pojęcie determinantów ramowych obejmuje takie czynniki jak: politykę publiczną (podatki i regulacje prawne), do-

stępność kapitału (łatwość uzyskania środków finansowych dla nowych i rozwijających się firm, programy publiczne wspierania przedsiębiorczości, edukację i szkolenia, badania i rozwój (zakres w jakim prowadzą one do stworzenia nowych biznesowych możliwości), komercyjną i zawodową infrastrukturę (jakość oraz możliwość współpracy z podwykonawcami oraz dostawcami różnych usług), dostęp do infrastruktury technicznej (dostęp do Internetu, wody, telekomunikacji, gazu, elektryczności) a także normy kulturalno-społeczne (zakres w jakim oddziałują one wspierająco lub zniechęcająco do podejmowania i rozwijania działalności gospodarczej). W Holandii w ramach programu SCALES przeprowadzono badania w których wykazano że możemy wyróżnić pewne czynniki determinujące poziom przedsiębiorczości pośród kobiet i mężczyzn w skali makro w poszczególnych krajach. Na wysokość poziomu przedsiębiorczości mają wpływ głównie: rozwój technologiczny (kobiety zatrudnione w sektorze zaawansowanych technologii które obecnie stanowią bardzo ważną sferę gospodarki są niestety mniejszością), PKB i poziom bezrobocia (wzrostowi zamożności kraju, wyrażanemu w PKB per capita towarzyszy popyt na usługi, które w głównej mierze dostarczają przedsiębiorstwa prowadzone przez kobiety, natomiast im wyższy jest poziom bezrobocia tym większy jest udział kobiet w przedsiębiorczości jako że jest to jedyny sposób na uzyskanie dochodu), czynniki kulturowe (na które składają się wartości i przekonania, które kształtują postawy przedsiębiorcze) [Glinka, Gudkova, 2011, s. 66-68].

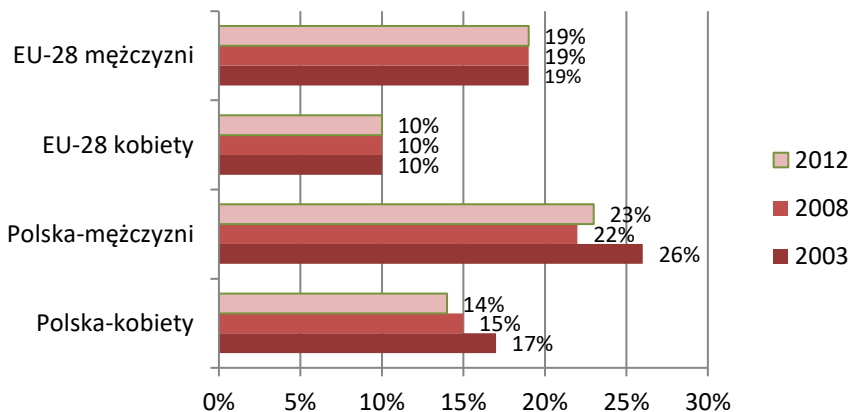
W kolejnych badaniach SCALES potwierdzono hipotezę że zarówno na mężczyzn jak i na kobiety zasadniczo wpływają te same czynniki, lecz niektóre z tych nich takie jak bezrobocie i poziom zadowolenia z życia dają odmienny efekt. W powtórzonym badaniu zwrócono uwagę także na dodatkowe czynniki wpływające na wysokość poziomu przedsiębiorczości kobiet. Uwzględniono czynniki społeczno-geograficzne (sytuacja rodzinna, wiek, poziom wykształcenia, płeć, pochodzenie etniczne, poprzednie doświadczenie w samozatrudnieniu) oraz czynniki instytucjonalne (dostępność kapitału, system opieki nad dzieckiem, urlopy rodzicielskie, koszty rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej) [Glinka, Gudkova 2011, s. 68].

W związku z nie tak dawno zapoczątkowaną zmianą podejścia do roli społecznej kobiety oprócz barier ogólnych napotykały także tylko te dotyczące płci pięknej. Do barier ogólnych, które są tak samo problematyczne również dla mężczyzn zaliczamy głównie bariery podatkowe, bariery administracyjne (wszelkie procedury administracyjne, które są uciążliwe i kosztowne), bariery zatrudnienia (nieelastyczne prawo pracy), szarą strefę (przedsiębiorstwa, które ukrywają wielkość przychodów i stan zatrudnienia, co obniża konkurencyjność dla firm działających zgodnie z pra-

wem z uwagi na ponoszone realnie koszty prowadzenia działalności) a także konkurencję ze strony uprzywilejowanych przedsiębiorstw (podmioty państwowe które działają na sprzyjających warunkach w strefach ekonomicznych, które mają umarzane podatki i składki na ubezpieczenie społeczne, posiadają ułatwiony dostęp do funduszy unijnych i otrzymują pomoc publiczną. Za najbardziej uciążliwe uznaje się przepisy dotyczące VAT oraz tak zwane paropodatki, czyli pozapłacowe koszty pracy których wysokość znacząco wpływa na zmniejszenie konkurencyjności przedsiębiorstw małych i średnich. Na tle ukazanej sytuacji dotyczącej barier ogólnych wypadałoby dodać, iż istnieją szczególne bariery napotymane przez kobiety, utrudniające im bycie przedsiębiorczymi. Według analityków Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości jeden z najważniejszych czynników które utrudniają Polkom realizację zamiaru założenia własnej działalności gospodarczej jest zaniżona ocena swoich kompetencji dotyczących przedsiębiorczości [Glinka, Gudkova, 2011, s. 68].

## **2. Sytuacja kobiet przedsiębiorczych w Polsce (na tle Unii Europejskiej)**

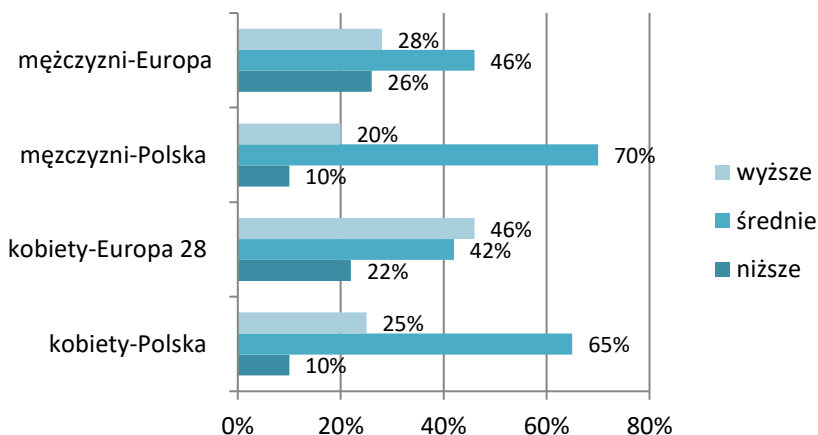
Z raportu Global Entrepreneurship Monitor wynika, że polskie kobiety są coraz bardziej zainteresowane możliwością założenia własnej firmy i jeśli chodzi o rozpoznawanie szans biznesowych, nie różnią się znacząco od mężczyzn-39% kobiet i 40% mężczyzn uważa że potrafi zauważyć je w swoim otoczeniu i wykorzystać. Panie czują jednak większe obawy przed założeniem firmy i gorzej wypadają w samoocenie przygotowania do tej roli-54% kobiet i 67% mężczyzn uważa, że jest wystarczająco wykwalifikowana aby prowadzić własny biznes. Panie bardziej obawiają się niepowodzenia-62% kobiet boi się porażki, u mężczyzn wskaźnik jest trochę niższy i wynosi 55%. Polska jednak dobrze wypada w postawach przedsiębiorczych na tle innych krajów Unii Europejskiej - raporty pokazują że polskie kobiety częściej dostrzegają w swoim otoczeniu szanse biznesowe, mają większe przekonanie co do posiadania wystarczających umiejętności zarządzania firmą, ale jednak w porównaniu do mieszkanki innych krajów częściej odczuwają lęk przed porażką [Glinka, Gudkova, 2011, s. 69].



**Rys. 1.** Procentowy udział przedsiębiorców na przestrzeni lat 2003-2012

Źródło: Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>, [25.05.2018].

Potwierdza to raport Komisji Europejskiej z 2014 roku, w którym widzimy że poziom przedsiębiorczości kobiet w Polsce i Polaków ogółem systematycznie rośnie i pozytywnie różni się od średniego poziomu krajów Unii.



**Rys. 2.** Wykształcenie kobiet - przedsiębiorców

Źródło: Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>, [25.05.2018].

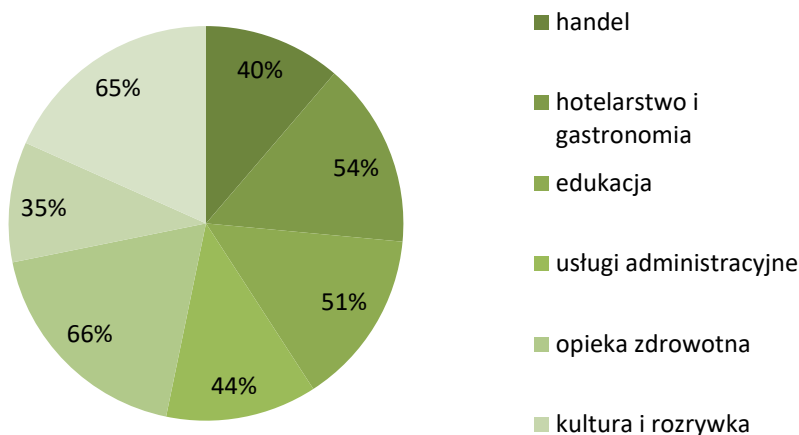
Z danych Komisji Europejskiej wynika, że najbardziej skłonne do założenia własnej firmy w Polsce są osoby ze średnim wykształceniem, a najmniej osoby z wykształceniem niższym przy czym, różnice te są o wiele większe w przypadku kobiet i mężczyzn polskich niż w krajach Unii ogółem.

Największe bariery napotymane przez kobiety które chcą założyć własny biznes w Polsce są tak jak zostało już wspomniane są podobne jak w przypadku mężczyzn: trudności podatkowe, bariery administracyjne, nieelastyczne prawo pracy. Kolejnym problemem na który napotyka się raczej już tylko kobiety jest postawa wobec przedsiębiorców i tradycyjna socjalizacja, która utrwała stereotypowy podział ról społecznych ze względu na płeć. Kobiety bardziej obawiają się reakcji najbliższych na decyzję o założeniu własnego biznesu- obawiają się braku akceptacji podjęcia pracy na własny rachunek i głównie obawa o to czy zgodzą się wziąć odpowiedzialność za część obowiązków związanych z gospodarstwem domowym tak, aby umożliwić przedsiębiorczymi realizację zawodową [Glinka, Gudkova 2011, s. 70].

Odpowiedz na pytanie jaki faktyczny wpływ mają możemy szukać w badaniu „Zawód-Prezeska! Diagnoza przedsiębiorczości kobiet” w którym przeprowadzono ankiety starające się określić jaką grupę bierze się pod uwagę mówiąc o kobiecie przedsiębiorczej. Mianem przedsiębiorczynie możemy określić kobietę która prowadzi własną działalność gospodarczą zatrudniającą co najmniej jedną osobę poza sobą samą. Definicja ta została stworzona na podstawie danych GUS, które wykazują że z 4 milionów działalności gospodarczych zarejestrowanych w Polsce to tak zwane mikroprzedsiębiorstwa-firmy zatrudniające maksymalnie dziesięciu pracowników, z czego jednak  $\frac{3}{4}$  firm stanowią firmy jednoosobowe. W badaniu „Zawód-prezeska! Diagnoza przedsiębiorczości kobiet” które zostały użyte w opracowaniu tego artykułu ustalono że największa grupa, bo prawie połowa badanych, to prezeski w wieku 36-45 lat, które już po zgromadzeniu doświadczenia zawodowego zdecydowały się zacząć pracować „na swoim”-46%. Jedna trzecia kobiet posiadających firmy jest w wieku poniżej 36 lat (29%), a co czwarta przedsiębiorczynie biorąca udział w badaniu więcej niż 46 lat. Co najbardziej wpływa na czas zakładania własnego biznesu? Z omawianego badania wynika że do najbardziej sprzyjających czynników zaliczyłyby młody wiek, który chroni przed koniecznością godzenia obowiązków rodzinnych z zawodowymi. Najbardziej wygodnym momentem na zapoczątkowanie własnej działalności wydaje się więc być okres bezpośrednio po zakończeniu nauki, biorąc też pod uwagę korelację młodości z okresem większej skłonności do podejmowania ryzyka oraz większym optymizmem co do powodzenia zamierzonego planu. Jednak z drugiej strony przed założeniem własnego biznesu dobrze jest posiadać już pewne doświadczenie co do pracy w firmie- jak pokazuje badanie 67%



respondentek przed rozpoczęciem własnej działalności zdążyło już nabyć doświadczenie poprzez pracę w innej instytucji lub firmie. Z ankiety wynika, że z roku na rok coraz więcej polskich kobiet decyduje się na założenie własnej działalności gospodarczej przez poszukiwanie nowych kierunków rozwoju, dążenie do zmiany kariery zawodowej lub polepszenia swojej sytuacji ekonomicznej. Stosunkowo dla niewielu kobiet założenie własnej firmy jest sposobem na powrót na rynek pracy po dłuższej nieobecności, spowodowanej bezrobociem czy też urlopem macierzyńskim bądź wychowawczym [Pokojska i inni, 2017, 28 s.]. Ciekawy jest udział kobiet w poszczególnych sektorach gospodarki przeanalizowany w 2012 roku.



**Rys. 3.** Udział procentowy przedsiębiorstw kobiet w poszczególnych sektorach gospodarki

Źródło: Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>, [25.05.2018].

Z danych Eurostatu wynika, że większość kobiet decyduje się na założenie działalności gospodarczej w obszarach opieki zdrowotnej i z nią związanych, a najmniej wybiera działalność w sektorze kultury i rozrywki. Więcej przedsiębiorstw założonych przez kobiety niż mężczyzn znajdziemy w sektorach: hotelarstwo i gastronomia, edukacja, opieka zdrowotna. Udział kobiet jako przedsiębiorców ogółem w 2012 roku wyniósł 34%, ze wzrostem o 4,2% w latach 2004-2012 i o 3% w latach 2009-2012 co ukazuje gwałtowny wzrost w ilości przedsiębiorstw zakładanych przez kobiety [Eurostat, 2018].

Sukces działalności gospodarczej pozytywnie oddziałuje na rozwój męża/partnera-20% mężczyzn którzy obserwują powodzenie firmy żony/partnerki decyduje się na pracę „na swoim”. Pokazuje to stopniową zmianę postrzegania tradycyjnego wzorca rodziny oraz modelu związku w którym to mężczyzna zajmuje się karierą zawodową i utrzymywaniem rodziny a kobieta opieką nad domem, jednak wciąż co siódmy mąż/partner „prezeski” preferowałby aby jego żona/partnerka nie pracowała tylko zajmowała się domem. Jedna na osiem przedsiębiorczyń przebywała wcześniej na urlopie macierzyńskim bądź wychowawczym. Niewiele, bo tylko 6% respondentek nie podejmowało się żadnej pracy lub pracowało dorywczo. Na punkt widzenia możliwości podołania obowiązkom narzucanym przez prowadzenie własnego biznesu rzutuje także sytuacja życiowa w jakiej znajduje się kobieta w danej chwili. 58% ankietowanych pozostawało w związku (nieformalnym bądź formalnym) a 45% miało już dzieci w momencie rejestrowania działalności. 13% kobiet zakładających własny biznes samotnie wychowywała dziecko lub dzieci a co czwarta była singielką [Pokojska i inni, 2017, 28 s.].

### 3. Perspektywy rozwoju w zakresie przedsiębiorczości kobiet

Warto zwrócić uwagę na fakt, że w przypadku przedsiębiorczości na wczesnym etapie (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity - wskaźnik wczesnej przedsiębiorczości, oznaczający odsetek przedsiębiorców w populacji, którzy prowadzą działalność do 3,5 lat) odsetek przedsiębiorstw zakładanych przez kobiety rośnie. Spada również różnica w liczbie firm kierowanych przez mężczyzn w porównaniu do ilości firm kierowanych przez kobiety. TEA dla mężczyzn w latach 2011-2013 spadło z 13,1% do 12,3%, a dla kobiet wzrosło z 5,1% do 6,1%. Biorąc pod uwagę bardziej ustabilizowane przedsiębiorstwa (działające powyżej 3,5 roku) można także zaobserwować dynamiczny wzrost odsetka firm prowadzonych przez kobiety (z 2,9% do 3,8%) lecz mimo wszystko bardziej znaczący przyrost w tej kategorii należy do mężczyzn (z 7,1% do 9,2%). Dane GUS pokazują, że przybywa mikroprzedsiębiorstw, w których-wśród wśród właścicieli i współwłaścicieli są kobiety. Jeśli chodzi o bardziej ustabilizowane podmioty (działające powyżej 3,5 roku), również obserwujemy dynamiczny wzrost odsetka przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety (z 2,9 do 3,8 %), jednak znacznie większy przyrost w tej kategorii dotyczy firm należących do mężczyzn (z 7,1 do 9,2 %). Wyniki badań PARP nie wskazują na różnice [PARP, 2014].

Analiza projektów PARP związanych ze wsparciem przedsiębiorczości kobiet (m.in. Women for Women) ukazuje, że kobiety będące przedsiębiorcami potrzebują

zindywidualizowanego wsparcia (np. asysty, coachingu, mentoringu). Mile widziane są organizacje zrzeszające kobiety zajmujące się biznesem jako że pozostaje on ciągle domeną mężczyzn. Są one ważne i potrzebne, ponieważ umożliwiają wymianę doświadczenia i budowanie własnego potencjału a około połowa nieaktywnych zawodowo kobiet ( w czym Polska niestety przoduje w Europie) w sprzyjających warunkach byłaby skłonna podjąć się prowadzenia własnego biznesu [PARP, 2014].

## **Podsumowanie**

Kluczowe motywacje przedstawicieli obu płci powodujące zakładanie własnych biznesów są tożsame. Są nimi głównie dążenie do możliwości samodzielnego decydowania, chęć wyższych zarobków, wrodzone cechy przedsiębiorcze oraz skłonność do podejmowania ryzyka. Pomimo to kobiety są znacznie częściej niż mężczyźni motywowane wizją bezrobocia, brak wyboru innych możliwości zarabiania na utrzymanie a także chęcią udowodnienia własnej wartości-pokazania że potrafią poradzić sobie nie tylko z zajęciami stereotypowo kobiecymi jak prowadzenie domu czy opieka nad dziećmi. Badania nad stylami zarządzania pokazują że znacząco się one różnią. Podczas gdy kobiety wolą bardziej partnerskie, mniej zhierarchizowane struktury, wymagają więcej czasu na podejmowanie decyzji bo biorą pod uwagę więcej informacji oraz konsekwencje wyboru, mężczyźni o wiele częściej zarządzają w sposób autorytarny i mniej uwagi poświęcają roli pracownika w firmie. W Polsce postawy przedsiębiorcze były generowane głównie transformacją gospodarczą oraz jej skutkami, takimi jak plajtowanie państwowych spółek, brak pracy, spadek zapotrzebowania rynku na siłę roboczą. Było to bardziej dokuczliwe dla kobiet niż dla mężczyzn. Odpowiedzią na to było często zakładanie firm przez kobiety w celu zapewnienia sobie lepszego życia. Wiele kobiet posiada cechy przedsiębiorcze-są ambitne, nie boją się podejmowania ryzyka, lubią wyzwania. W obecności możliwości cechy te mogą się ujawnić i uaktywnić, powinny być także wzmacniane przez odpowiednią edukację oraz politykę państwa dążącą do wyrównywania szans kobiet na rynku pracy. Problem funkcjonowania przedsiębiorstw zarządzanych przez kobiety jest obecnie coraz chętniej podejmowany w naukach o ekonomii czy też zarządzaniu. Wynika to z faktu zachęcania w Polsce jak i w innych krajach Unii Europejskiej do zakładania własnych działalności gospodarczych. Pomimo rosnącej liczby kobiet prowadzących własne firmy ich udział jest wciąż niższy niż mężczyzn w ogólnych rozrachunkach. Dzieje się tak głównie przez szereg barier, powodowany głównie krzywdzącymi stereotypami dotyczącymi roli kobiety.

## Literatura

1. Balcerzak-Paradowska B., Bednarski M., Głogosz D., Kusztełak P., Ruzik-Sierdzińska A., Mirosław J. (2011) *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce*. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa
2. Borowska A. (2013), *Determinanty i bariery przedsiębiorczości kobiet w Polsce*. Economics and Management, nr 3, Białystok
3. Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>, [28.03.2014]
4. Dziewiecka-Bokun, L. (2002), *Central and Eastern Europe in Transition*, Social Policy in East Europe, Vol.5
5. Glinka B., Gudkova S. (2011), *Przedsiębiorczość*. Wolter Kluwers Polska, Warszawa
6. Komisja Europejska (2011), *Przegląd programu „Small Business Act” dla Europy*, Bruksela
7. Millard, F. (1999), *Polish Politics and Society*, London and New York: Routledge.
8. Moczydłowska J.M. (2017) *Percepcja cech i zachowań osób na stanowiskach kierowniczych przez pryzmat ich płci*, Zarządzanie Zasobami Ludzkimi, nr 3-4
9. Moczydłowska J.M. (2017), *Istota i determinanty przedsiębiorczości – analiza teoretyczna*, [w:] *Przedsiębiorczość a źródła przewagi konkurencyjnej w gospodarce opartej na wiedzy*, pr. zb. pod red. M. Makowca, A. Pietruszki-Ortyl, Wyd. UE w Krakowie, Kraków
10. Moczydłowska J.M., Szydło J. (2016), *Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w ocenie studentów polskich i ukraińskich – analiza porównawcza*, *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, t. 17, z. 9, cz. 2
11. Nazarko Ł. (2015), *Cele i funkcje badań foresightowych w małych i średnich przedsiębiorstwach*, *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, Nr 229
12. Pawluczuk A. (2013), *Podnoszenie przedsiębiorczości wśród studentów poprzez zespołowe prace projektowe*, *Problemy Zarządzania*, Vol 11, nr 3
13. Piątek W., Kobylińska U. (2018), *Oczekiwania pokolenia Y wobec rynku pracy na przykładzie Polski i Hiszpanii*, *Akademia Zarządzania*, 3(2).
14. *Płeć a możliwości ekonomiczne w Polsce: czy kobiety straciły na transformacji?* (2004). Departament Walki z Ubóstwem i Zarządzania Gospodarką Regionu Europy i Azji Środkowej.
15. Pokojka J., Mikiewicz K., Rynkowska M., Włoch R., Pokorska M. (2017), *Zawód-prezesa! Diagnoza przedsiębiorczości kobiet*. Uniwersytet Warszawski, Warszawa
16. *Raport z badania global entrepreneurship monitor* (2014). Global Entrepreneurship Monitor, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa
17. Rollnik-Sadowska E. (2017), *Sytuacja kobiet na rynku pracy w woj. podlaskim*, raport za badań WUP, Białystok

# **Determinants and barriers to female entrepreneurship in Poland**

## **Abstract**

Women's participation in starting and managing their own businesses is becoming significantly important nowadays. Technological development step by step reduces the number of vacancies in those sectors of economy in which have been traditionally working. Number of good educated and qualified woman is constantly growing, but despite that unemployment among women is still higher than the male unemployment. Women seeks opportunity to be financial independent in self-employment, which is crucial to economy, because by starting a company they develop economy, create new products and job places. It is necessary to focus on promoting and facilitating entrepreneurship among women due to it's high potential.

## **Keywords**

female entrepreneurship, barriers to female entrepreneurship, determinants of female entrepreneurship