

Marzena Mażewska

Przedsiębiorczość kobiet w Polsce : motywacje i bariery

Ekonomiczne Problemy Usług nr 47, 83-91

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MARZENA MAŻEWSKA

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ KOBIET W POLSCE. MOTYWACJE I BARIERY

1. WSTĘP

Badania nad rozwojem przedsiębiorczości od kilkadziesiąt lat nabierają coraz bardziej wszechstronnego charakteru, w miarę jak zwiększają się możliwości pozyskania większej ilości informacji ilościowych i jakościowych dotyczących tego zjawiska. W Europie istotnym stymulatorem rozwoju badań nad przedsiębiorczością stało się opracowanie i wdrożenie Strategii Lizbońskiej, która w bardzo istotny sposób skierowała uwagę zarówno rządzących, jak i badaczy na to zjawisko¹. Jednym z czterech głównych celów Strategii jest bowiem rozwój przedsiębiorczości ukierunkowany na stworzenie ułatwień w zakresie podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej². Przyczynkiem do podjęcia tych działań był stale rosnący poziom bezrobocia (przede wszystkim wśród kobiet i młodzieży) we wszystkich państwach Europy.

Równoległe do działań w ramach Strategii Lizbońskiej rozwijała się idea równości płci w życiu rodzinnym i zawodowym zapoczątkowana w latach pięćdziesiątych dwudziestego wieku: „Standardy Wspólnoty dotyczące równego traktowania kobiet i mężczyzn powstawały od 1957 roku. Pierwszym aktem prawnym, który przewidywał konieczność istnienia równych praw kobiet i mężczyzn, był Traktat Rzymski. O równości obu płci mowa jest również w Traktacie Amsterdamskim z 1997 roku (który wszedł w życie w 1999 roku) oraz w dyrektywach Unii Europejskiej. Traktat Amsterdamski zobowiązuje państwa członkowskie do popierania równości kobiet i mężczyzn oraz do stosowania wobec pracujących kobiet i mężczyzn zasady równej płacy za tę samą pracę lub za pracę tej samej wartości. W celu zapewnienia większej skuteczności polityki równościowej Unia Europejska ustanowiła jako jeden z priorytetów promowanie/wspieranie równości płci. Określono to jako *gender mainstreaming*³. Oba te kierunki działań spowodowały wzrost zainteresowania przedsiębiorczością jako zjawiskiem zarówno ekonomicznym, jak i społecznym oraz jej wpływem na rozwój gospodarczy. W tym kontekście coraz szerzej rozwija się również dyskusja nad zaangażowaniem i rolą kobiet w gospo-

¹ Wcześniej jeszcze w Luksemburgu w listopadzie 1997 r. stworzono przesłanki do jej opracowania, podejmując tematykę ograniczania bezrobocia przez „większe zaangażowanie instytucji wspólnotowych w politykę rynku pracy i zwalczania bezrobocia. Częstokwem jego efektem był wzrost liczby osób aktywnych zawodowo oraz obniżenie liczby bezrobotnych w krajach, które podjęły wysiłki na rzecz uelastycznienia rynku pracy oraz dostosowania otoczenia administracyjno-prawnego do potrzeb gospodarczych (ułatwienia dla prowadzenia działalności gospodarczej); Strategia Lizbońska Droga do sukcesu zjednoczonej Europy, Departament Analiz i Społecznych UKIE, Warszawa 2002, s. 10.

² Tamże, s. 11.

³ *Kobiety w Europie, równość płci i sprawiedliwość ekonomiczna w procesie akcesji i integracji z unią europejską*, A. Wilkowska (red.), NEWW – Polska, Gdańsk 2004, s. 3.

darce, a także przyczynkami, które wpływają na zwiększającą się wśród nich aktywność gospodarczą.

2. MOTYWACJE I BARIERY W PODEJMOWANIU DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ PRZEZ KOBIETY

W literaturze zagranicznej szczegółowo analizowane są aspekty wyceny pracy kobiet zajmujących się domem i prowadzone porównania z ich możliwościami zarobkowania przy wykonywaniu pracy najemnej⁴ wskazujące względy ekonomiczne jako jeden z głównych przyczynków do podejmowania działalności gospodarczej przez kobiety. Kobiety pracujące na własny rachunek mają większe szanse na uzyskanie wynagrodzenia adekwatnego do posiadanych kwalifikacji oraz włożonego wysiłku. Jak wynika z badań zarówno zagranicznych⁵, jak i polskich kobiety przedsiębiorczynie zarabiają więcej aniżeli kobiety utrzymujące się z pracy najemnej⁶.

Jednym z ważniejszych obszarów badawczych związanych z kobiecą przedsiębiorczością jest zagadnienie motywacji i barier w podejmowaniu działalności gospodarczej przez kobiety. Jego rola w analizowaniu zjawiska kobiecej przedsiębiorczości ma zasadnicze znaczenie, motywacje i bariery są bowiem podstawą dalszych zachowań kobiet przedsiębiorców i sposobu kształtowania przez nie strategii rozwoju tworzonych firm.

Analiza szeregu czynników wpływających na zjawisko kobiecej przedsiębiorczości, a przede wszystkim: podział ról w rodzinie, funkcjonujące wśród menedżerów stereotypy dotyczące kobiet w postaci ich mniejszej efektywności w pracy i niższej decyzyjności oraz warunki, jakie stwarza państwo kobietom, aby mogły godzić macierzyństwo z pracą zawodową, wskazuje, że w warunkach polskich bardzo częstą przyczyną gospodarczej aktywności kobiet jest fakt, iż prowadzenie własnej firmy w Polsce jest dla kobiet łatwiejsze niż pokonywanie barier zarówno w drodze do uzyskania zatrudnienia, jak i stanowiska kierowniczego.

Czynniki wpływające na podejmowanie przez kobiety działalności gospodarczej na własny rachunek można podzielić na:

- osobiste, wynikające zarówno z osobowości, jak i sytuacji życiowej kobiet;
- polityczno-gospodarcze – będące stymulantami decyzji gospodarczych przedsiębiorców.

Według najnowszych badań przeprowadzonych w 2008 roku wśród kobiet przez PKPP Lewiatan do czynników natury osobistej należy zaliczyć przede wszystkim:

- trudność pogodzenia obowiązków rodzinnych z pracowniczymi w tradycyjnym systemie organizacji i czasu pracy (45,9%),
- chęć realizacji własnych pomysłów i marzeń (33,5%),

⁴ A. Dijkstra, J. Plantega, *Ekonomia i płeć*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.

⁵ J. Wagner, *What a Difference a Y makes-Female and Male Nascent Entrepreneurs in Germany in: Female and Male Nascent Entrepreneurs in Germany*, Small Business Economics (2007) 28:1–21 oraz w J. Gładys-Jakóbiak, K. Górak-Sosnowska, *Kobiety zatoki: sytuacja na rynku pracy oraz w biznesie*. „Kobieta i Biznes”, Warszawa 2008.

⁶ E. Lisowska, *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej*, „Monografie i Opracowania” nr 494, SGH, Warszawa 2001, s. 29 oraz *Rola kobiet w innowacyjnej przedsiębiorczości wysokich technologii, Raport końcowy z badań jakościowych*, PARP, Warszawa 2007, s. 34.

- chęć wykorzystania własnej wiedzy i umiejętności niewykorzystywanych w warunkach pracy na etacie (17,7%),
- względy ekonomiczne (13,5%).

Struktura wskazań wyraźnie mówi, że dla kobiet wciąż istotnym elementem ich życia pozostaje rodzina i obowiązki z nią związane. Z drugiej strony, sposób funkcjonowania polskich firm nie stwarza dogodnych warunków do realizacji celów rodzinnych i zawodowych, jakie stawiają przed sobą kobiety. Równie istotnym przyczynkiem do podejmowania aktywności gospodarczej okazuje się chęć sprawdzenia się przez kobiety w działaniach twórczych wymagających posiadania wizji, umiejętności samodzielnego tworzenia od podstaw organizmów gospodarczych obciążonych ryzykiem finansowym i wymagających podejmowania szeregu skomplikowanych decyzji inwestycyjnych i zarządczych. W ścisłym powiązaniu z tym dążeniem pozostaje brak satysfakcji z pracy etatowej przejawiający się w poczuciu niedostatecznego wykorzystania potencjału wiedzy i umiejętności, jakimi dysponują kobiety. Umieszczenie względów ekonomicznych na dalszej pozycji wskazywać może z jednej strony na posiadanie poczucia pewnej stabilności finansowej ze strony małżonka/partnera, z drugiej zaś znaczenie wcześniej wymienionych czynników – być może – okazuje się silniejsze niż bodźce *stricte* ekonomiczne.

Do czynników zewnętrznych o charakterze społeczno-gospodarczym mających istotny wpływ należy zaliczyć przede wszystkim:

- Zjawisko „szklanego sufitu” – niewidzialnych przeszkód, które oddzielają kobiety od najwyższych szczebli kariery.
- Zjawisko „lepkiej podłogi”, czyli trwałe przypisanie zawodów zdominowanych przez kobiety do najniższego poziomu dochodów⁷.
- Regulacje prawne skłaniające przedsiębiorców do zamiany pracowników etatowych w podwykonawców.
- Stopniowo zmniejszające się bezpieczeństwo stabilnego zatrudnienia w firmach oraz zanikające korzyści z posiadania statusu pracownika.

Zjawisko „szklanego sufitu” dotyczy przede wszystkim kobiet aspirujących do osiągnięcia eksponowanych stanowisk zarządczych. Zarówno w sferze gospodarczej, jak i publicznej kobiety w Polsce wciąż stanowią dość nieliczną grupę: „Na podstawie danych PKW można obliczyć, iż najliczniejszą grupę radnych stanowią panie w radach gmin – ponad 18 proc., w radach powiatów – jest ich niecałe 16 proc., natomiast najmniej kobiet radnych jest w sejmikach województw – powyżej 14 proc. Z kadencji na kadencję procentowy udział kobiet w samorządzie terytorialnym rośnie. Jednak, jeśli chodzi o liczbę kobiet na stanowiskach kierowniczych, to wśród wójtów, burmistrzów i prezydentów odsetek kobiet wynosi 6,3 proc.”⁸. Sytuacja ta bez względu na ilość i intensywność deklaracji co do wspierania aspiracji zawodowych i politycznych kobiet w ciągu ostatnich kilkadziesiąt lat nie uległa znaczącej zmianie. Również utrzymujący się wciąż niższy poziom wynagrodzeń w grupach zawodowych zdominowanych przez kobiety, takich jak oświata, służba zdrowia, opieka społeczna i prace biurowe obok stopniowo zwiększających się ograniczeń w finansowaniu sektorów zabezpieczenia społecznego przez państwo przyczyniają się do podejmowania decyzji o zmianie dotychczasowej str-

⁷ Zjawiska te szeroko opisane zostały w: *Szklany sufit. Bariery i ograniczenia karier kobiet*, A. Titkow (red.), Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2003.

⁸ M. Mażewska, *Interesy kobiet w programach partii politycznych*, [w:] *Samorząd Kobiet*, A. Czerwiński (red.), NEWW – Polska, Gdańsk 2006, s. 27.

tegi rozwoju kariery zawodowej przez wiele kobiet. Również raport opracowany w 2007 roku na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości „Rola kobiet w innowacyjnej przedsiębiorczości wysokich technologii” wskazuje, iż część kobiet ma sprecyzowane plany zawodowe, w tym chęć awansu. Większość jednak chce zdobywać wiedzę, doskonalić się w swoim zawodzie i ewentualnie stopniowo osiągać awans. Najsilniejszy nacisk na doskonalenie kładą kobiety specjalistki, pracownicy naukowo-techniczni i kadra zarządzająca, zwłaszcza w firmach stosujących wysokie i średnie technologie oraz osoby będące na stanowiskach wymagających bieżącej wiedzy prawnej⁹.

Również regulacje prawne w sferze prawa pracy i ubezpieczeń społecznych przyczyniają się do zwiększonej aktywności gospodarczej kobiet. Wprowadzone w ostatnim czasie regulacje wprowadzające ulgi w opłacaniu składek ZUS przez początkujących przedsiębiorców spowodowało, iż wielu przedsiębiorców namawia swoich pracowników do zamiany pracy etatowej na podwykonawstwo. Również zmiany w prawie pracy zwiększające obciążenia związane z utrzymaniem stanowisk pracy są elementem wpływającym na liczbę podmiotów gospodarczych.

Z badań przeprowadzonych przez E. Lisowską w 2005 roku wynika, że motywacje do założenia własnej firmy wśród kobiet i mężczyzn nie różnią się znacząco. Kobiety w podobnym do mężczyzn procencie wskazują na motywacje wynikające z dążenia do samodzielności, chęć wykorzystania doświadczenia zdobytego w poprzedniej pracy oraz sprzyjające okoliczności na rynku. Częstszym motywem wśród kobiet jest jednak obawa przed bezrobociem – 25% przy 19% wśród mężczyzn, ale również poczucie posiadania wrodzonej przedsiębiorczości, 30% kobiet wskazało taką przyczynę wobec 17% badanych mężczyzn.

Tabela 1
Główne motywacje do założenia firmy

Motywacje	Kobiety	Mężczyźni
Dążenie do samodzielności	65%	68%
Potrzeba godziwych zarobków	38%	48%
Wrodzona przedsiębiorczość	30%	17%
Doświadczenie zdobyte w poprzedniej pracy	31%	31%
Skłonność do ryzyka	9%	12%
Zagrożenie bezrobociem	25%	19%
Sprzyjające okoliczności na rynku	20%	20%

Źródło: Wyniki badania ankietowego z 2005 r. przeprowadzonego przez E. Lisowską w ramach badań statutowych Kolegium Gospodarki Światowej SGH.

Takie zróżnicowanie w motywacjach wśród płci z jednej strony wynika z powszechnie znanego zjawiska większego bezrobocia wśród kobiet niż w grupie mężczyzn. Według danych GUS na koniec I kwartału 2009 bez zatrudnienia pozostawało 21,4% kobiet w wieku 19–24 lat, 32,1% w wieku 25–34 lata oraz 42,2% kobiet po 45 roku ży-

⁹ Por. *Rola kobiet w innowacyjnej przedsiębiorczości wysokich technologii, Raport końcowy z badań jakościowych*, PARP, Warszawa 2007, s. 33-34.

cia¹⁰. Z drugiej strony przekonanie kobiet o wrodzonych predyspozycjach przedsiębiorczych w części wynika z faktu większego zaangażowania w codzienne obowiązki organizacyjne życia rodzinnego od najmłodszych lat. Stąd ich poczucie sprawności organizacyjnej i przedsiębiorczości jest większe niż u mężczyzn.

Natomiast identyfikacja barier w podejmowaniu działalności przez kobiety i mężczyzn ma bardziej zróżnicowany charakter. Można powiedzieć, że bariery w mniejszym stopniu zależne od potencjalnych przedsiębiorców, takie jak szerzący się biurokracyzm, brak ustalonych reguł rozwoju firm czy niedostateczne zasoby finansowe oceniane są przez kobiety i mężczyzn pod względem ważności na jednakowym poziomie. Natomiast bariery związane z bieżącym zarządzaniem firmą, do których należą problemy z organizacją sprzedaży, zakupem wyposażenia i surowców oraz znalezieniem pracowników, kobiety oceniają znacząco niżej niż mężczyźni, co jest zgodne z motywacjami wskazanymi w tabeli 2.

Tabela 2
Podstawowe bariery w zakładaniu firm

Rodzaj bariery	Kobiety	Mężczyźni
Nadmiar spraw organizacyjnych (biurokracyzm)	61%	63%
Niejasne przepisy prawne	53%	53%
Brak ustalonych reguł rozwoju małych i średnich firm	49%	50%
Brak finansów	43%	45%
Brak kapitału początkowego	41%	41%
Brak odpowiedniego lokalu	26%	31%
Trudności ze znalezieniem pracowników	24%	29%
Problemy z organizacją sprzedaży	16%	24%
Trudności z zakupem wyposażenia	15%	21%
Brak surowców	12%	18%
Problemy z rejestracją firmy	9%	10%

Źródło: Bariery przedsiębiorczości kobiet. Raport z badań IPSOS-Demoskop, Warszawa 2001.

Kiedy uwzględni się przyczynki osobiste i polityczno-gospodarcze aktywności gospodarczej kobiet w Polsce nie budzi zdziwienia fakt, że stanowią one aż 40% samozatrudnionych i prawie 30% wszystkich przedsiębiorców w Polsce.

Jak wynika z badań opublikowanych przez E. Lisowską w 2006 roku, polskie przedsiębiorczynie mają najczęściej około 40 lub więcej lat, są zamężne, posiadają wykształcenie średnie zawodowe i wyższe, głównie o specjalizacji ekonomicznej, humanistycznej, lub średnie ogólne.

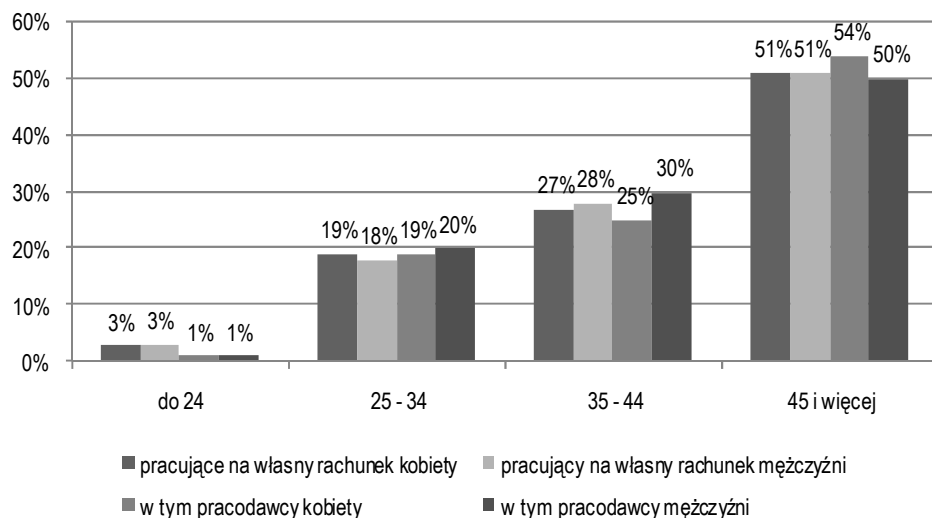
¹⁰ Bezrobocie rejestrowane I kwartał 2009, GUS Informacje i opracowania statystyczne, Warszawa 2009.

Tabela 3
 Udział kobiet wśród ogółu samozatrudnionych w wybranych krajach członkowskich Unii Europejskiej wg danych na 2007 rok

Kraj	Ogółem samozatrudnieni	Samozatrudnione kobiety	% samozatrudnionych kobiet w ogólnej liczbie samozatrudnionych
Austria	842	324	38
Belgia	703	243	35
Czechy	941	265	28
Dania	183	49	27
Estonia	58	18	30
Irlandia	366	66	18
Niemcy	4451	1561	35
Polska	3782	1522	40

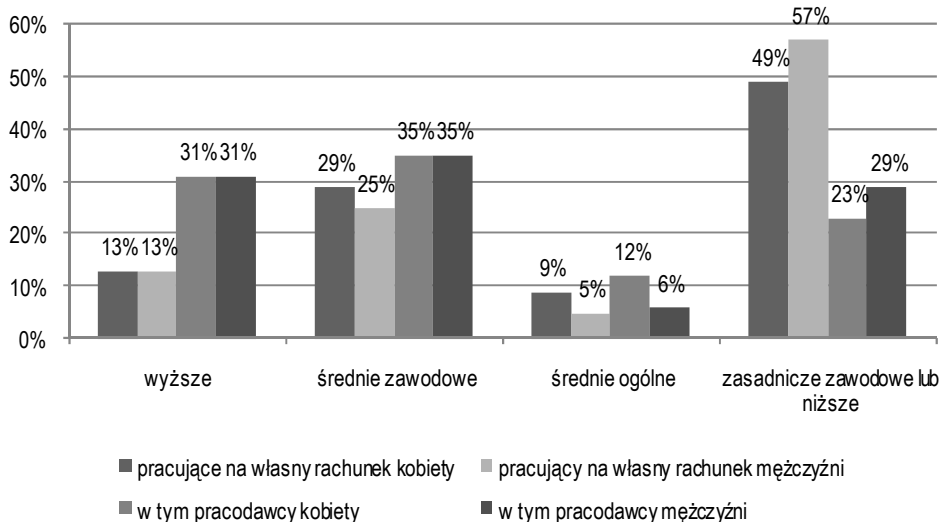
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostat.

Liczba kobiet przedsiębiorców największa jest w grupie wiekowej powyżej 45 lat, także kobiety w wieku średnim przejawiają dużą aktywność w prowadzeniu działalności gospodarczej. Również w charakterze pracodawcy kobiety przejawiają aktywność podobną do mężczyzn w odpowiednich grupach wiekowych.



Wykres 1. Struktura kobiet i mężczyzn pracujących na rachunek własny według wieku (2005)

Źródło: E. Lisowska, *Polki są najbardziej przedsiębiorcze w Europie*. „Nowe Życie Gospodarcze” 2006.



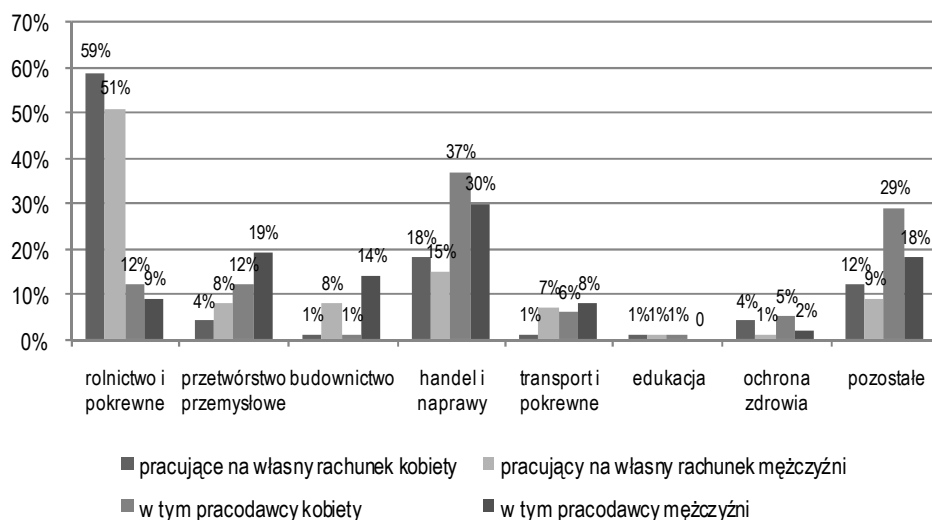
Wykres 2. Struktura kobiet i mężczyzn pracujących na rachunek własny według poziomu wykształcenia (2005)

Źródło: E. Lisowska, *Polki są najbardziej przedsiębiorcze w Europie*. „Nowe Życie Gospodarcze” 2006.

Jak wynika z powyższego wykresu, jedynie w grupie osób z zasadniczym i niższym wykształceniem mężczyźni nieco częściej są przedsiębiorcami niż kobiety. W pozostałych grupach wykształcenia liczba kobiet i mężczyzn jest porównywalna lub z przewagą kobiet przedsiębiorców. Wynika to po części z faktu, że kobiety w Polsce są nieco lepiej wykształcone od mężczyzn. Również w grupie pracodawców w tych przedziałach wiekowych kobiety pozostają na równi z mężczyznami.

Rodzaje działalności gospodarczej, w które najczęściej angażują się kobiety to przede wszystkim sfera handlu i usług, w tym obsługa nieruchomości i firm. Ponadto przejawiają aktywność w obszarze edukacji i służby zdrowia. Taka tendencja jest zgodna zarówno z przedstawionymi wcześniej przyczynkami polityczno-gospodarczymi, jak i ogólnie uznanymi predyspozycjami kobiet w zakresie komunikacji, umiejętności organizacyjnych czy przejawianiu empatii w odniesieniu do współpracowników i klientów.

Podsumowując, można stwierdzić, że rozwój zjawiska aktywizacji kobiet w zakresie podejmowania działalności gospodarczej w Polsce w głównej mierze uwarunkowany jest trzema głównymi przyczynkami. Po pierwsze ciągle jeszcze dość mocno utrzymujące się stereotypy – w postaci mniejszej przydatności do pracy w firmie oraz niższego wynagrodzenia za nią – w odniesieniu do roli kobiet w gospodarce skutkują ich większą aktywizacją w zakresie podejmowania działalności gospodarczej. W drugiej kolejności polityka państwa (regulacje w zakresie BHP i ubezpieczeń społecznych) również przyczyniająca się do upowszechniania zjawiska samozatrudnienia wśród kobiet. W końcu też niebagatelną sprawą wobec pogarszających się możliwości zabezpieczenia osób zależnych w rodzinie jest fakt, iż elastyczność funkcjonowania, jaką umożliwia prowadzenie działalności gospodarczej, jest dla wielu kobiet elementem stymulującym do zakładania firm.



Wykres 3. Struktura kobiet i mężczyzn pracujących na rachunek własny według rodzajów działalności (2005)

Źródło: E. Lisowska, *Polki są najbardziej przedsiębiorcze w Europie*. „Nowe Życie Gospodarcze” 2006.

SUMMARY

Women's entrepreneurship becomes an economically important phenomenon in Poland. At present, about 30% firms are founded and managed by women. There is a range of reasons, which incline a Polish woman to start her own business. The range includes personal factors, mostly the necessity of reconciling the house duties with the professional duties, and difficulties in a professional advance. The social-economic policy has also influence on women's business activity. It stimulates entrepreneurship development because of creating adverse conditions for keeping working relations in firms.

Translated by Marzena Mażewska

LITERATURA:

1. Bezrobocie rejestrowane I kwartał 2009, GUS Informacje i opracowania statystyczne, Warszawa 2009;
2. Dijkstra A. Plantega J., *Ekonomia i płeć*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005;
3. Employment In Europe 2008, European Commission 2008;
4. Gładys-Jakóbiak J., Górak-Sosnowska K., *Kobiety zatoki: sytuacja na rynku pracy oraz w biznesie*. „Kobieta i Biznes”, Warszawa 2008;

5. *Kobiety w Europie, równość płci i sprawiedliwość ekonomiczna w procesie akcesji i integracji z Unią Europejską*, A. Wilkowska (red.), NEWW – Polska, Gdańsk 2004.
6. Lisowska E., *Polki są najbardziej przedsiębiorcze w Europie*. „Nowe Życie Gospodarcze” 2006;
7. Lisowska E., *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej*, „Monografie i Opracowania” nr 494, SGH, Warszawa 2001;
8. Mażewska M., *Interesy kobiet w programach partii politycznych*, [w:] *Samorząd Kobiet*, A. Czerwiński (red.), NEWW – Polska, Gdańsk 2006;
9. *Rola kobiet w innowacyjnej przedsiębiorczości wysokich technologii*, Raport końcowy z badań jakościowych, PARP, Warszawa 2007;
10. *Strategia Lizbońska Droga do sukcesu zjednoczonej Europy*, Departament Analiz i Społecznych UKIE, Warszawa 2002;
11. *Szklany sufit. Bariery i ograniczenia karier kobiet*, Titkow A. (red.), Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2003;
12. Wagner J., *What a Difference a Y makes-Female and Male Nascent Entrepreneurs in Germany in: Female and Male Nascent Entrepreneurs in Germany*, *Small Business Economics* (2007) 28:1–21.