

Teresa Łuczka, Paulina Siemieniak

Metody finansowego wsparcia przedsiębiorczości kobiet

Marketing i Zarządzanie (d. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu) nr 2 (43), 325-336

2016

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.

Teresa Łuczka¹, Paulina Siemieniak²

Politechnika Poznańska
Wydział Inżynierii Zarządzania

¹ e-mail: teresa.luczka@put.poznan.pl

² e-mail: paulina.siemieniak@put.poznan.pl

Metody finansowego wsparcia przedsiębiorczości kobiet

Kody JEL: G21, G24, G29

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość kobiet, finansowanie MSP, wsparcie przedsiębiorczości

Streszczenie. W artykule przedstawiono znaczenie i stopień wykorzystania poszczególnych metod finansowego wsparcia przedsiębiorczości kobiet w Wielkopolsce, co zostało ukazane w kontekście wyników badań światowych. Właścicielki przedsiębiorstw wysoko oceniają przydatność wsparcia finansowego, lecz jednocześnie niezbyt często je wykorzystują. W artykule wyróżniono najbardziej znaczące formy pomocy finansowej.

Wprowadzenie

Rozwój przedsiębiorczości w dużej mierze uwarunkowany jest przez dostęp do finansowania, tymczasem ograniczenia w tym zakresie są jedną z głównych barier europejskiego sektora MSP. Trudności w pozyskiwaniu zewnętrznych źródeł finansowania w sposób szczególny doświadczają kobiety. Zarówno w Polsce, jak i na świecie statystyczny przedsiębiorca jest mężczyzną, a zgodnie z szacunkami, tylko 30% pracodawców stanowią kobiety. Mimo mniejszej inicjatywy w prowadzeniu działalności gospodarczej kobiety mają wyższe wykształcenie niż mężczyźni, różnią się jednak od nich

profilem wykształcenia, ponieważ częściej wybierają nauki społeczne, ekonomię lub prawo. Kobiety ustępują mężczyznom pod względem liczby rozpoczynających nową działalność gospodarczą, a ich firmy charakteryzują się krótszą przeżywalnością. W związku z tym władze gospodarcze wielu krajów i regionów podejmują wysiłki na rzecz wsparcia przedsiębiorczości kobiet, tak by wykorzystać potencjał każdej jednostki.

Źródła finansowania jako bariera przedsiębiorczości kobiet

Dostęp do finansowania jest jednym z głównych problemów w sektorze europejskim MSP, zaraz po kwestii znalezienia klientów (Zabierowski, Węclawska, Tarnawa, Zadura-Lichota, Bratnicki, 2012). Kapitał własny w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw dominuje na całym świecie. Również w Polsce przeważa finansowanie ze środków własnych. Szacuje się, że w przypadku małych i średnich firm na takim finansowaniu opartych jest 65% inwestycji realizowanych przez przedsiębiorstwo. Przedsiębiorcy niechętnie sięgają także po zewnętrzne źródła finansowania, takie jak kredyty i pożyczki (17% w sektorze MSP), mimo że pod względem ważności stanowią one drugie źródło finansowania (Zabierowski i in., 2012).

Obok barier uniwersalnych, niezależnych od płci właściciela, wyróżnić można grupę ograniczeń specyficznych dla przedsiębiorczości kobiet. Ze-stawienie opinii kobiet pozwala na wyróżnienie czynników ograniczających sukces w prowadzeniu firmy (Kasprzak, 2008, s. 218):

- bariery prawne, brak znajomości prawa i uwarunkowań związanych z działalnością,
- niedoszacowanie kosztów prowadzenia działalności,
- mało atrakcyjna oferta (gorszej jakości, droższa itp.),
- brak motywacji,
- chęć szybkiego zarobku,
- brak inwestowania w rozwój własnych umiejętności, rozwój firmy np. reklamę,
- brak zabezpieczenia finansowego,
- brak wytrwałości, zniechęcanie się porażkami, brak wiary w sukces,
- nastawienie na natychmiastowe korzyści zamiast perspektywy długofalowej,
- brak specjalizacji, zbyt szeroka gama oferowanych usług lub produktów,
- zły dobór wspólników,
- trudności w pozyskaniu klientów.

Mimo że czynnik finansowy stanowi ograniczenie, które nie jest związane z pełnieniem specyficznej dla kobiet roli matki, w sposób szczególny

odnieć go można do przedsiębiorczości kobiet. W zakresie finansowania zewnętrznego przedsiębiorczość kobiet charakteryzuje się następującymi cechami (Łuczka, 2013):

- właścicielki MSP w większym stopniu preferują wykorzystywanie własnych środków finansowych,
- mają trudności w uzyskaniu *venture capital* (od 2,5% do 4,0%),
- doświadczają dyskryminacji na rynku kredytowym (na przykład w USA),
- mają mniejszą wiarygodność kredytową ze względu na mniejszą trwałość (niższy o 2% do 4% wskaźnik przetrwania).

Trudności doświadczane przez kobiety wiążą się z ograniczonym dostępem do kredytów bankowych. Przyczyn tego zjawiska upatrywać można w następujących właściwościach (Łuczka, 2013, s. 166):

- wielkość przedsiębiorstwa,
- branża,
- opóźniony start w związku z koniecznością opieki nad dzieckiem,
- większa zachowawczość kobiet,
- mniejsza skłonność do ryzyka.

A zatem zarówno cechy samych kobiet, jak i charakterystyka prowadzonych przez nie przedsiębiorstw może sprawiać, że rzadziej poszukują one zewnętrznego finansowania oraz że dla banków są mało atrakcyjnymi klientami.

Finansowanie kobiecych przedsiębiorstw w świetle badań światowych

W światowej literaturze przedmiotu wskazuje się, że na wzrost przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety wpływają (Brush, Carter, Gatewood, Greene, Hart, 2006):

- instytucjonalne źródła finansowania (banki, „aniołowie biznesu”, *venture capital*),
- czynniki indywidualne (predyspozycje, motywacja, doświadczenie zawodowe oraz umiejętności nabyte w drodze szkolenia),
- pomysły na przedsięwzięcie (innowacja vs. powtarzalność),
- zasoby (społeczne, finansowe, organizacyjne, materialne, techniczne – umożliwiają wprowadzenie pomysłu w życie)
- branża (nasylenie rynku, duża konkurencyjność ogranicza wzrost).

Analiza porównawcza wskazuje, że mężczyźni trzy razy częściej niż właścicielki firm szybko rosnących korzystali ze wsparcia „aniołów biznesu” i *venture capital* (14,4% i 3,6%) (Robb, Coleman, Stangler, 2014). Z kolei wyniki badań przeprowadzonych wśród przedsiębiorstw high-tech zarządzanych przez kobiety pokazują, że 72,1% z nich doświadcza proble-

mów finansowych w uruchamianiu firm, prawie 80% wykorzystuje oszczędności jako główne źródło finansowania, 31% korzystało z wsparcia „aniołów biznesu”, a 14% z *venture capital* (Robb, Coleman, Stangler, 2014, s. 4). Przyczyn niewielkiego udziału kobiet w grupie przedsiębiorców wykorzystujących finansowanie ze strony „aniołów biznesu” upatruje się w niewielkim zainteresowaniu tego typu wsparciem. Według badań przeprowadzonych w latach 2000–2004 w USA właścicielki złożyły tylko 8,9% wniosków (Becker-Blease, Sohl, 2010). W tych samych badaniach nie wykazano różnicy w szansach zdobycia finansowania aniołów biznesu pomiędzy przedsiębiorstwami kobiet (13,33%) a mężczyzn (14,79), którzy składali wnioski. Niewielki udział kobiet wśród korzystających ze wsparcia „aniołów biznesu” jest zatem wynikiem rzadkiego poszukiwania tego typu finansowania przez same kobiety.

Innym ciekawym zjawiskiem regulującym finansowanie ze strony „aniołów biznesu” jest homofilia (*homophily*). Fenomen ten polega na poszukiwaniu przez przedsiębiorców inwestowania ze strony aniołów-inwestorów tej samej co oni płci (Becker-Blease, Sohl, 2010). Można zatem przypuszczać, że większy udział aniołów-inwestorów płci żeńskiej zwiększy udział kobiet-przedsiębiorców wśród osób korzystających z tego typu finansowania.

Poziom zasobów finansowych wykazuje korelację ze wzrostem przedsiębiorstw. Mężczyźni rozpoczynają prowadzenie biznesu z dwa razy większym kapitałem niż kobiety, co znajduje wyraz w rozwoju ich firm. Aczkolwiek, zgodnie z badaniami KFS, wiodące i rosnące firmy kobiet posiadają ten kapitał wyższy niż przeciętnie inne firmy ogółem. Szacuje się, że 2% kobiecych firm szybko rosnących generuje więcej niż milion dolarów, a mniej niż milion takich firm należy do samozatrudnionych (Robb, Coleman, Stangler, 2014).

Fundusze wspierające mają większe znaczenie dla kobiet niż dla mężczyzn. W badaniach innych autorów nie stwierdzono gorszego dostępu do kapitału przez kobiety (McGrath Cohoon, Wadhwa, Mitchell, 2010). Różnice nie wystąpiły też w zakresie dostępu do kredytu bankowego i *venture capital*, aczkolwiek autorzy zastrzegają, że badana próba mogła być zbyt mała. Tym, co wyróżnia kobiety zgodnie z tymi wynikami jest to, że prawie dwa razy częściej próbują pozyskać kapitał od partnerów biznesowych.

Jak już wspomniano, dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania kobiety wykorzystują niechętnie, zarówno jeśli chodzi o wsparcie płynące z kredytów bankowych, jak i od nowych udziałowców. Równocześnie kobiety, które decydują się na skorzystanie z kredytu bankowego napotykać na trudności. W przypadku MSP prowadzonych przez kobiety mówić można o zjawisku podwójnej dyskryminacji kredytowej przedsiębiorstw: ze względu na

wielkość oraz ze względu na płeć. Firmy kobiet mają zatem ograniczony dostęp do ułatwień związanych z pozyskaniem finansowania. Spowodowane jest to przede wszystkim brakiem zdolności (*lack of capacity*) kobiecych przedsiębiorstw oraz brakiem zaufania do tych firm ze strony instytucji finansowych. Stąd na przykład w Bangladeszu instytucje rządowe, Bangladesh Bank, SME Foundation, organizacje pozarządowe, instytucje finansowe, a także partnerzy publiczno-prawni podejmują działania na rzecz podniesienia wiarygodności kredytowej dyskryminowanych przedsiębiorstw. Aktywność ta świadczy o zmianie w postrzeganiu kobiecej przedsiębiorczości i akceptacji zmian w zakresie podziału ról społecznych (Rahman, 2009).

Gospodarka finansowa kobiet w Wielkopolsce

Wyniki badań z udziałem reprezentatywnej grupy wielkopolskich właścicielek pokazują, że najczęściej korzystają one z dotacji lub nie korzystają z żadnej formy finansowego wsparcia swojej działalności (Siemieniak, 2014). Tylko jedna piąta badanych zaciągnęła kredyt (por. tab. 1).

Tabela 1

Wykorzystywane wsparcie finansowe przez przedsiębiorcze kobiety

Forma wsparcia finansowego:	Procent*
Kredyty, kredyty preferencyjne	21,1
Pożyczki	10,7
Poręczenie lub gwarancje	2,9
Leasing	13,8
Factoring	0,8
Fundusze pożyczkowo-poręczeniowe	0,8
Fundusze inwestycyjne	1,3
<i>Venture capital</i> lub aniołowie biznesu	0
Dotacje	31,3
Ulgi podatkowe	14,1
Zwolnienia podatkowe	3,1
Umorzenia lub zaniechania należności niepodatkowych np. ZUS	2,6
Programy bezzwrotne np. Kapitał Ludzki	17,4
Programy zwrotne lub częściowo zwrotne np. Jessica, Jeremi, Jaspers	0,8
Żadne z powyższych	31,5
Inne	3,1

*Odpowiedzi nie sumują się do 100%, ze względu na dowolną liczbę wskazań.

Źródło: badania własne.

Wśród tzw. innych rodzajów wsparcia finansowego wymieniane były: Europejski Fundusz Społeczny, oszczędności rodzinne i własne, wkład finansowy współmałżonka, pożyczki niskoprocentowe, PFRON. Stanowią one jednak niewielką część wykorzystywanej pomocy.

Wyniki przedstawionych badań pozwoliły na stwierdzenie, że wielkopolskie właścicielki pomimo niezbyt częstego korzystania, jednocześnie wysoko cenią: dotacje, ulgi i zwolnienia podatkowe oraz programy bezwrotne. Właścicielki firm pozytywnie oceniają kredyty, a konkretnie ich znaczenie w rozpoczynaniu i rozwijaniu działalności gospodarczej. Jako bardzo – lub raczej – przydatne oceniło je kolejno ok. 30% i 25% osób. Około 20% badanych nie ma zdania na temat przydatności tej formy wsparcia przedsiębiorczości (por. tab. 2). Zastanawia dlaczego, mimo że ponad połowa właścielek dostrzega istotne znaczenie kredytów, tylko jedna piąta wykorzystuje płynące z nich wsparcie.

Tabela 2

Ocena wsparcia finansowego. Kobiety przedsiębiorcze (%)

	Zupełnie nieprzydatne	Raczej nieprzydatne	Trudno powiedzieć	Raczej przydatne	Bardzo przydatne	Nie znam/nie słyszałam	Brak odpowiedzi
Kredyty, kredyty preferencyjne	3,4	6,8	20,6	25,5	29,9	13,6	10,2
Pożyczki	4,2	8,1	24,0	23,7	25,3	2,3	12,5
Poręczenia lub gwarancje	6,5	6,8	33,1	20,3	15,1	5,5	12,8
Leasing	5,2	5,7	21,9	22,9	28,9	4,4	10,9
Factoring	5,2	10,7	26,8	14,6	8,6	20,3	13,8
Fundusze pożyczkowo-poręczeniowe	6,3	9,4	31,8	16,4	12,2	10,4	13,5
Fundusze inwestycyjne	6,3	8,6	32,0	16,7	15,6	8,6	12,2
Venture capital lub aniołowie biznesu	6,0	7,6	24,0	9,1	6,3	33,1	14,1
Dotacje	3,1	3,4	13,8	15,6	49,5	6,0	8,6
Ulgi podatkowe	2,6	2,9	13,3	19,8	45,1	5,5	10,9
Zwolnienia podatkowe	2,3	3,6	14,3	17,2	43,8	6,3	12,5
Umorzenia lub zaniechania należności niepodatkowych np. ZUS	2,6	3,9	19,5	15,4	35,9	9,1	13,5
Programy bezwrotne (np. Kapitał Ludzki)	1,8	3,9	17,4	13,5	42,4	9,4	11,5
Programy zwrotne lub częściowo zwrotne (np. Jessica, Jeremie, Jaspers)	2,9	6,0	21,4	12,8	17,2	26,6	13,3
Inne	0,3	–	–	–	1,0	–	4

Badanie na grupie 384 kobiet, zamieszkujących Wielkopolskę.

Źródło: badania własne.

Z innych badań przeprowadzonych w Wielkopolsce wynika, że kobiety w większym stopniu niż mężczyźni, opierają swoją gospodarkę finansową

na kapitale własnym i kredycie handlowym (por. tab. 3). Dwukrotnie rzadziej wykorzystują jednak kredyt długoterminowy, a leasing – pięciokrotnie rzadziej. Najlepszą strukturę kapitałową zdają się przejawiać przedsiębiorstwa, których właścicielami są zarówno kobiety, jak i mężczyźni (Łuczka, 2013).

Tabela 3

Płeć przedsiębiorcy a struktura kapitału MSP

Płeć właściciela	Struktura kapitału					Liczba MSP
	Kapitał własny	Kredyt długoterminowy	Kredyt krótkoterminowy	Leasing	Kredyt handlowy	
Kobiety	82,1	2,7	3,9	0,8	10,5	71
Mężczyźni	76,9	6,2	3,6	3,9	9,4	236
Kobiety i mężczyźni	76,2	4,2	6,0	5,8	7,7	50
Σ 357						

Źródło: T. Łuczka (2013). *Makro i mikroekonomiczne determinanty struktury kapitału w małych i średnich przedsiębiorstwach*. Poznań: Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej.

W literaturze przedmiotu podkreśla się, że brak zaufania do zewnętrznych źródeł finansowania można wiązać ze zjawiskiem „mentalności kredytowej małego i średniego przedsiębiorcy” (Łuczka, 2013). Oznacza to, że przedsiębiorcy preferują finansowanie z kapitału własnego. Z ekonomicznego punktu widzenia jest to uzasadnione, ponieważ kapitał obcy zawsze pociąga za sobą koszty, jednak niekorzystanie z niego hamuje rozwój firmy i uniemożliwia dopasowanie do pojawiających się na rynku szans wzrostu obrotów.

Interesujących wniosków w tym zakresie dostarczają wyniki badań Bławata (2004). Zdaniem tego autora poziom środków finansowych, a więc na przykład dostępu do kredytów bankowych nie wykazuje korelacji ze stopą przetrwania przedsiębiorstwa. Większą szansę na przetrwanie mają natomiast firmy prowadzone przez mężczyzn, osoby z wyższym wykształceniem oraz większe przedsiębiorstwa (Bławat, 2004). W świetle tych wyników płeć wydaje się być podstawowym czynnikiem determinującym utrzymanie się firmy na rynku i ma większe znaczenie niż dostęp do zewnętrznego finansowania.

Kierunki wsparcia przedsiębiorczości kobiet

W zakresie wsparcia przedsiębiorczości mówić można o istnieniu rozbieżności pomiędzy potrzebami beneficjentów a udzielanym wsparciem. Potencjalni przedsiębiorcy, a więc osoby, które zamierzają rozpocząć własną

działalność gospodarczą oczekują przede wszystkim początkowego finansowania biznesu, transferu *know-how* oraz pomocy w załatwianiu spraw formalnych, podatkowych i prawnych. Zapotrzebowanie dotyczy pomocy o charakterze kompleksowym oraz związanego z finansowaniem (Dobrowolski, 2011). Organizacje udzielając wsparcia rzadko kiedy dokonują pomiarów jego skuteczności (tylko 50%), co może skutkować niską jego efektywnością. Wśród działań wspierających, których faktycznie potrzebują przedsiębiorcy wymienia się następujące (Dobrowolski, 2011):

- doradztwo doświadczonych biznesmenów (np. program „Mentor”),
- tworzenie internetowej społeczności przedsiębiorców, w celu wymiany informacji i tworzenia sieci nieformalnych kontaktów (*networking*),
- odciążenie od biurokracji przez zapewnienie szerokiego zakresu wsparcia: księgowego, podatkowego, prawnego, sprawozdawczego, IT, możliwość załatwiania większości spraw zdalnie, wycofanie konieczności podawania tych samych informacji do wielu różnych urzędów,
- wsparcie finansowe, w postaci reinwestycji środków (inwestycje kapitałowe zamiast bezzwrotnych dotacji) oraz inwestycje w tworzenie infrastruktury otoczenia biznesu.

Wyniki badania Centrum Badania Opinii Społecznej przeprowadzonego w grupie polskich kobiet pokazują, że ponad połowa badanych wolałaby prowadzić własną firmę niż pracować najemnie (Lisowska, 2008). Najczęściej wymienianym powodem braku decyzji o założeniu własnego przedsiębiorstwa były:

- brak środków finansowych na rozpoczęcie działalności,
- zbyt duże ryzyko,
- zbyt skomplikowane formalności.

Większość respondentek twierdziła, że najbardziej potrzebuje pomocy finansowej, jednak zapytane o to, czy rozważały możliwość zaciągnięcia pożyczki na rozpoczęcie własnej działalności 65% nie brała takiej ewentualności pod uwagę. Jako przyczynę podawano zbyt duże ryzyko, związane z brakiem możliwości późniejszej spłaty. Kobiety pytano też o nazwy organizacji, które pomagają osobom rozpoczynającym działalność gospodarczą. Najczęściej wybierana odpowiedź, świadczy o tym, że nie słyszały lub trudno im powiedzieć, czy słyszały o takich instytucjach.

W celu określenia najważniejszych obszarów wsparcia, które ułatwią wielkopolskim kobietom zakładanie i prowadzenie przedsiębiorstw, a tym samym doprowadzą do zwiększenia liczby przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety w perspektywie najbliższych kilkadziesiąt lat powołano celowo dobrany zespół ekspertów (Siemieniak, 2014). Biorący udział

w badaniu metodą Delphi określili dwa obszary wsparcia: doradczo-szkoleniowy oraz finansowy. Eksperci orzekli, że tego typu pomoc ma znaczenia zarówno na etapie zakładania, jak i prowadzenia przedsiębiorstwa.

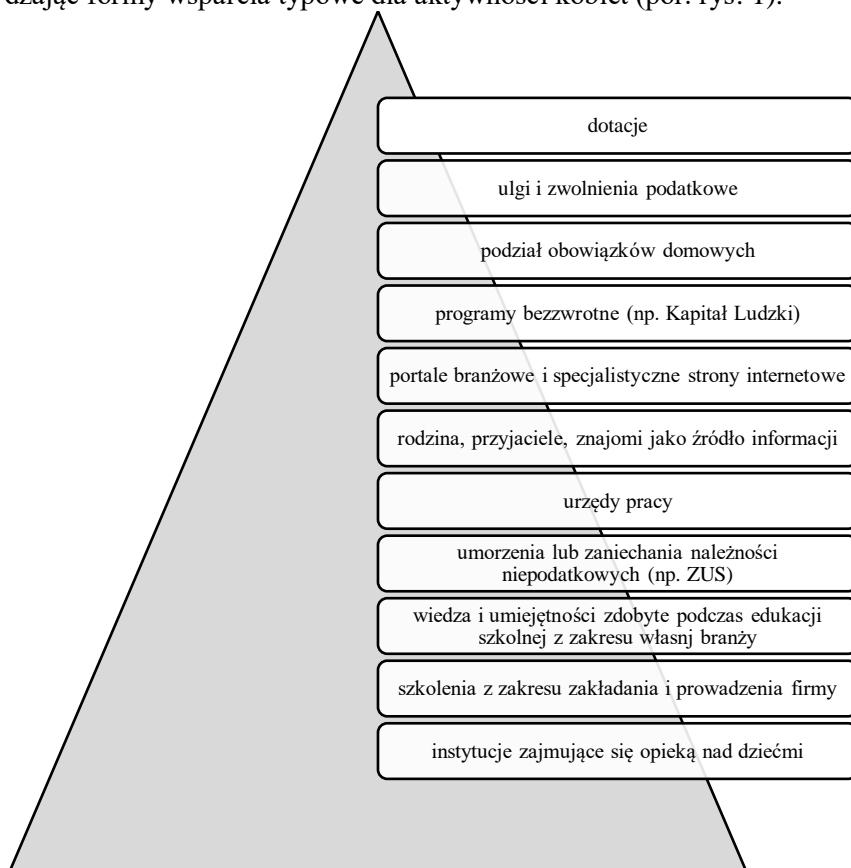
Eksperci wyrazili następujące opinie na temat metod wsparcia finansowego w zakładaniu i prowadzeniu przedsiębiorstw przez kobiety w Wielkopolsce:

1. Kredyty są najważniejszym źródłem finansowania MSP, jednak korzystanie z tej formy jest ograniczane przez strach ludzi przed braniem kredytów i odsetkami. Podobną obawę, związaną z koniecznością spłaty przy braku możliwości mogą odczuwać przedsiębiorcy w związku z pożyczkami. Kredyty i pożyczki postrzegane są jako ważne źródło wsparcia, choć w ograniczonym stopniu są wykorzystywane. Kredyt jest bardzo ważnym źródłem finansowania, stąd jego duża przydatność w kontekście zakładania i prowadzenia firm przez kobiety. Zdaniem ekspertów finansowanie zewnętrzne ma ogromne znaczenie, w pewnych sytuacjach pożyczka może więc być istotnym argumentem za podjęciem decyzji na temat przedsiębiorczości.
2. Umorzenia lub zaniechania należności niepodatkowych np. ZUS są formą ryzykowną w zastosowaniu.
3. Fundusze inwestycyjne – wątpliwe jest skorzystanie z tej formy w rozpatrywanych przypadkach (tj. w kontekście zakładania i prowadzenia przedsiębiorstw przez kobiety).
4. Rola „aniołów biznesu” i *venture capital* jest znikoma we wspieraniu przedsiębiorczości kobiet. Poza tym wpływ wsparcia ze strony *venture capital* lub „aniołów biznesu” zależy od wielu czynników i konkretnej sytuacji. Wśród ekspertów pojawiła się opinia, że te formy wsparcia nie zwiększają szans kobiet w bardziej znaczącym stopniu niż mężczyźni. Podobnie w przypadku dotacji, ulg podatkowych, zwolnień podatkowych, umorzeń lub zaniechań należności niepodatkowych np. ZUS.

W wielu przypadkach eksperci, potencjalni przedsiębiorcy oraz właścicielki mają inne opinie na temat przydatności różnych form wsparcia finansowego dla rozwoju przedsiębiorczości kobiet (Siemieniak, 2014). W zdecydowanej większości przypadków eksperci oraz potencjalni przedsiębiorcy przeceniają znaczenie poszczególnych możliwości wsparcia rozwoju przedsiębiorstw. I tak eksperci wysoko wartościują: ulgi podatkowe, zwolnienia podatkowe, umorzenia lub zaniechania należności niepodatkowych np. ZUS, programy zwrotne lub częściowo zwrotne. Właścicielki nie potwierdzają tak dużego znaczenia tych form wsparcia dla rozwoju przedsiębiorczości. Mimo że wiele z nich postrzegają jako ważne, trochę niżej szacują ich wartość. Wyjątkowym optymizmem w ocenie znaczenia wsparcia charakteryzują się potencjalni przedsiębiorcy-kobiety. Wszystkie wymienione w badaniu formy

wartościują wyżej niż właścicielki, znające realia prowadzenia przedsiębiorstwa. Zdaniem potencjalnych przedsiębiorców-kobiet bardzo przydatne w prowadzeniu własnej działalności są: dotacje, ulgi, zwolnienia podatkowe, programy bezzwrotne (np. Kapitał Ludzki). Nadmiernie pozytywna, zawyżona w stosunku do rzeczywistości ocena może być przyczyną rozczarowań i frustracji nowych przedsiębiorców oraz stanowić częściowe wytłumaczenie niskiej przeżywalności nowo powstałych firm.

Wśród różnych form wsparcia przedsiębiorczości wielkopolskie właścicielki firm podkreślają znaczenie tych, związanych z obszarem finansowania. Pomoc finansowa stanowi cztery z jedenastu najbardziej znaczących metod wsparcia, nie tylko zajmując czołowe miejsca, ale również wyprzedzając formy wsparcia typowe dla aktywności kobiet (por. rys. 1).



Rysunek 1. Najbardziej znaczące formy finansowego wsparcia przedsiębiorczości wielkopolskich kobiet

Źródło: badania własne.

Wielkopolskie właścicielki przedsiębiorstw sektora MSP w obszarze finansowych metod wsparcia najwyżej oceniły: dotacje, ulgi podatkowe, zwolnienie podatkowe, umorzenia lub zaniechania należności niepodatkowych np. ZUS, programy bezzwrotne, np. Kapitał Ludzki. Są to formy najlepiej oceniane przez kobiety z następującymi cechami demograficznymi: młode (do 39 roku życia), bezdzietne lub z trójką dzieci i więcej, w związkach nieformalnych, z wykształceniem zawodowym, mieszkające na wsi, prowadzące przedsiębiorstwo na etapie powstawania. W grupie metod o nieokreślonym wpływie na rozwój przedsiębiorczości znajdują się: poręczenia lub gwarancje, factoring, fundusze pożyczkowo-poręczeniowe, fundusze inwestycyjne, *venture capital* i/lub „aniołowie biznesu”. Są to jednocześnie metody, z których korzysta bardzo niewiele właścielek. Kredyty i pożyczki oceniane są jako niosące wsparcie, jednak badane kobiety podchodzą do nich z pewną rezerwą, ponieważ w związku z żadną zmienną demograficzną metody te nie są oceniane jako bardzo przydatne.

Podsumowanie

Nawet w krajach europejskich z zaawansowaną równością płci oraz pomimo wysiłków rządowych na rzecz kształtowania klimatu sprzyjającego przedsiębiorczości, udział kobiet wśród ogółu przedsiębiorców pozostaje niezmienny lub rośnie tylko nieznacznie. Poza działaniami obejmującymi doradztwo, szkolenia, programy mentorskie i działania promocyjne, zmierza się do pokonywania utrudnień w postaci ograniczonego dostępu do pożyczek bankowych i zwiększania popularności finansowania małych firm. Wymienione w artykule metody wsparcia finansowego często pozostają niewykorzystane, o czym świadczą wyniki badań przeprowadzonych z udziałem wielkopolskich kobiet – to zastanawiające, zwłaszcza w kontekście wysokiej oceny przydatności pomocy finansowej, na etapie powstawania przedsiębiorstwa.

Bibliografia

- Becker-Blease, J.R., Sohl, J.E. (2010). *The Effect of Gender Diversity on Angel Group Investment*. Pobrano z: onlinelibrary.wiley.com (20.08.2015).
- Bławat, F. (2004). *Przetrawianie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Brush, C.G., Carter, N.M., Gatewood, E.J., Greene, P.G., Hart, M.M. (2006). *Growth-oriented Women Entrepreneurs and Their Businesses: A Global Research Perspective*, Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- Dobrowolski, P. (2011). *Jak wspierać rozwój przedsiębiorczości? Badanie mechanizmów wsparcia rozwoju przedsiębiorczości w Polsce oraz rekomendacje ich zmian*. Warszawa: Wydawnictwo Fundacji Initium.

- Kasprzak, R. (2008). *Mikroprzedsiębiorstwa kobiet- zarządzanie i rozwój*. W: E. Lisowska, R. Kasprzak (red.), *Zarządzanie mikroprzedsiębiorstwem. Podręcznik dla przedsiębiorczej kobiety*. Warszawa: Wydawnictwo Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.
- Lisowska, E., Kasprzak, R. (2008). *Zarządzanie mikroprzedsiębiorstwem. Podręcznik dla przedsiębiorczej kobiety*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa.
- Łuczka, T. (2013). *Makro i mikroekonomiczne determinanty struktury kapitału w małych i średnich przedsiębiorstwach*. Poznań: Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej.
- McGrath Cohoon, J., Wadhwa, V., Mitchell, L. (2010). *Are Successful Women Entrepreneurs Different from Men*. Pobrano z: ssrn.com/abstract=1604653 (10.09.2015).
- Poznańska, K. (2007). Przetrawianie małych i średnich przedsiębiorstw – koncepcje i ich weryfikacja empiryczna w gospodarce polskiej. W: T. Łuczka (red.) *Male i średnie przedsiębiorstwa. Szkice o współczesnej przedsiębiorczości*. Poznań: Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej.
- Rahman, Md.M. (2009). *Credit Worthiness of Women Entrepreneurs in Bangladesh*, (04/2009). Pobrano z: ssrn.com/abstract=1424275, (27.07.2015 r.).
- Robb, A., Coleman, S., Stangler, D. (2014). *Source of Economic Hope: Women's Entrepreneurship*. (19.11.2014). Kansas City: Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Siemieniak, P. (2014). *Metody wspierania przedsiębiorczości kobiet w Wielkopolsce* (niepublikowana praca doktorska). Poznań: Politechnika Poznańska.
- Zabierowski, P., Węclawska, D., Tarnawa, A., Zadura-Lichota, P., Bratnicki, M. (2012). *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2011*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – PIB.

Methods of Financial Support for Women's Entrepreneurship

Keywords: women's entrepreneurship, financing of SMEs, business support

Summary. The main objective of the paper was to determine the significance and extend of use of financial methods of supporting women's entrepreneurship in Greater Poland. It is shown in the context of global research on funding for women's businesses. Women-ownes highly evaluate the usefulness of the financial support, but they dont'use it often. Determining the causes of this phenomenon requires further research. The article highlights the most significant forms of financial support for women's entrepreneurship.

Translated by Paulina Siemieniak

Cytowanie

Łuczka, T., Siemieniak, P. (2016). Metody finansowego wsparcia przedsiębiorczości kobiet. *Marketing i Zarządzanie*, 2 (43), 325–336.