

Orłowska, Aldona

Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości gospodarczej kobiet

Zeszyty Naukowe Ostroleckiego Towarzystwa Naukowego 24, 235-245

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.

UWARUNKOWANIA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI GOSPODARCZEJ KOBIET¹

THE CONDITIONS OF WOMEN ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

Wprowadzenie

Doświadczenie krajów wysoko rozwiniętych wskazuje, że prywatna przedsiębiorczość jest kołem zamachowym gospodarki. W krajach rozwijających się, takich jak Polska, rozwój małych i średnich przedsiębiorstw staje się jednym z priorytetowych celów polityki gospodarczej rządu. Wysokie bezrobocie pociąga za sobą zmianę zachowań ludzi w kierunku aktywnego poszukiwania pracy, zdobywania nowych kwalifikacji albo podejmowania działalności na własny rachunek. Przedsiębiorczość gospodarcza kobiet jest szczególnie ważna, gdyż daje możliwość wyrównywania szans kobiet i mężczyzn na rynku pracy i jest jednym z czynników przyczyniających się do zmniejszenia bezrobocia wśród kobiet.

W ostatnich latach dokonują się dość szybkie zmiany w mentalności i społecznym postrzeganiu ról kobiecych i męskich, co przekłada się także na zmiany na polu kobiecej przedsiębiorczości. Przedsiębiorczość jest pojęciem, którym posługuje się nie tylko nauka, często bywa ono używane w życiu codziennym. Potocznemu rozumieniu tego terminu odpowiada definicja zaproponowana przez *Nowy słownik poprawnej polszczyzny* PWN (1996), która wskazuje, że: „przedsiębiorczość to chęć i zdolność do podejmowania różnych zadań, zwłaszcza w dziedzinie przemysłu i handlu”. Taki sposób definiowania przedsiębiorczości ułatwia utożsamianie jej z takimi cechami osobowymi jak: pomysłowość, zaradność, obrotowość, kreatywność. Do celów niniejszego opracowania najbardziej przydatna jest

* dr, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie.

¹ Badania przeprowadzone w Katedrze Organizacji i Zarządzania UWM w Olsztynie.

definicja, która mówi, że przedsiębiorczość kobiet najszerzej i najlepiej ujawnia się w wypadku działalności na własny rachunek, ale również poprzez postawy przedsiębiorcze wśród kobiet bezrobotnych, osiąganie przez kobiety stanowisk kierowniczych, ubieganie się o mandaty poselskie i senatorskie².

Skłonność do podejmowania ryzyka jest cechą indywidualną, którą chętnie przypisuje się przedsiębiorcom ze względu na to, że założenie własnej firmy zawsze łączy się z ryzykiem. Prywatny przedsiębiorca nie tylko ryzykuje na polu finansowym, lecz także rezygnuje z innych możliwości kształtowania kariery zawodowej, naraża na szwank swoje stosunki rodzinne i dobre samopoczucie psychiczne. Oprócz tego właściciel ponosi wszystkie ewentualne koszty finansowe i emocjonalne swojej decyzji. Chęci przedsiębiorców do podejmowania ryzyka wynikają z umiejętności dostosowania się do zmian gospodarczych³. Silna skłonność do ryzyka cechująca większość przedsiębiorców może być pochodną przekonania o posiadaniu kontroli nad przyszłymi zdarzeniami.

Przedsiębiorcy dostrzegają w otaczającym ich świecie więcej okazji do założenia własnej firmy niż inni. Często wycofują się z jednego przedsięwzięcia, mniej lub bardziej udanego, po to by wykorzystać kolejną nadarżającą się okazję. Rzadko bowiem zdarza się, by osoba prowadząca własną działalność powróciła do najemnej pracy zawodowej. Najczęściej szansę na odniesienie sukcesu przedsiębiorcy widzą w nowoczesnych, innowacyjnych technologiach, które pozwalają tworzyć nowe produkty, usługi, materiały itd. Dostrzeganie korzystnych uwarunkowań przez przedsiębiorców wynika z dostępu do informacji oraz gotowości wykorzystania tych informacji i operowania nimi. Wysoki poziom wykształcenia i duże doświadczenie wpływają dodatnio na zdolność dostrzegania okazji na rynku.

Przedsiębiorców charakteryzują specyficzne dla nich procesy myślowe. Występują różnice w myśleniu właścicieli firm i tych, którzy sami nie prowadzą żadnej działalności. Największa różnica polega na tym, że przedsiębiorcy w swoim myśleniu nastawieni są przeważnie na przyszłość i teraźniejszość, tzn. skupiają się wokół aktualnych wydarzeń i problemów oraz planów na przyszłość, podczas gdy wszyscy pozostali często oddają się myśleniu o przeszłości i wyobrażaniu sobie „co by było, gdyby...”. Taki sposób myślenia rzadko towarzyszy przedsiębiorcom ze względu na jego negatywne skutki w postaci obniżenia poczucia własnej wartości i sprawności działania. Ma on jednak także pozytywne strony, pozwala przeanalizować sytuację i dostrzec błędy. Przewaga myślenia przyszłościowego kosztem myślenia o przeszłości sprawia, że przedsiębiorcy mają skłonność do nadmiernego optymizmu i przeświadczenia o sprawowaniu kontroli nad wieloma zdarzeniami. Taka organizacja procesów poznawczych z jednej strony

² E. Lisowska, *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej*, Wydawnictwo SGH, Warszawa 2001.

³ M. Sikora, *Przetransformować się na kogoś innego, definiowanie sytuacji pracy*, w: M. Marody (red.), *Między rynkiem a etatem: społeczne negocjowanie polskiej rzeczywistości*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2000.

ułatwia angażowanie się w sytuacje niepewne i obciążone dużym ryzykiem oraz kontynuowanie działań wbrew przeszkodom, z drugiej strony może doprowadzić do uporczywego trwania przy nieskutecznych sposobach działania⁴.

Celem badań prezentowanych w niniejszym artykule było zidentyfikowanie ograniczeń przedsiębiorczości kobiet oraz zwrócenie uwagi na wagę pomocy ze strony instytucji państwowych dla kobiet-właścicielek firm. Badania przeprowadzone zostały w 2008 r. wśród 60 kobiet z województwa warmińsko-mazurskiego prowadzących własną działalność gospodarczą.

Specyfika badanych firm

Spośród respondentek 38,3% to kobiety w wieku 41–50 lat. Kolejną pod względem liczebności kategorią wiekową kobiet, które zdecydowały się na prowadzenie własnej firmy, jest przedział od 21 do 30 lat. Spośród wszystkich ankietowanych osób co czwarta nie ukończyła 30 lat. Kobiety z wykształceniem średnim i wyższym stanowiły 86,6% badanych. Kobiety z niższym poziomem wykształcenia trudniej odnajdują się w zmieniających warunkach rynkowych, jednak 3,3% badanych legitymowało się wykształceniem podstawowym. Niemniej te gorzej wykształcone rzadziej decydują się na taką formę aktywności zawodowej, choć w praktyce życia gospodarczego odnaleźć można przykłady firm z sukcesem prowadzonych przez kobiety o niskim poziomie wykształcenia. Spośród objętych badaniami kobiet co trzecia posiadała ponad 20-letni staż pracy. Zdobyte doświadczenie zawodowe jest na pewno czynnikiem ułatwiającym prowadzenie własnego biznesu.

Najwięcej z firm prowadzonych przez respondentki działa na rynku powyżej 10 lat. Wskazuje to, że firmy te są umiejętnie kierowane i zdolne do przetrwania w zmiennych warunkach. Ponad 38% wszystkich firm należących do kobiet objętych badaniami to firmy, które na rynku działają nie dłużej niż 3 lata, czyli powstały w okresie poakcesyjnym, a część z nich była dofinansowywana ze środków UE.

Jak wskazują zgromadzone informacje, prawie połowa (41,7%) respondentek nie korzystała z żadnej pomocy, rozpoczynając działalność gospodarczą. Jednak wśród tych, które zdecydowały się na korzystanie z oferowanej pomocy, najwięcej kobiet wzięło pożyczki preferencyjne udzielane głównie przez urzędy pracy i lokalne stowarzyszenia wspierające przedsiębiorczość na danym terenie (23,3%). Te same placówki oferują także szkolenia, w których wzięło udział 13,3% ankietowanych, i konsultacje oraz porady, z których korzystało 10% właścicielek badanych firm. Co dziesiąta respondentka skorzystała z innej formy pomocy, np. pożyczki udzielonej przez rodzinę, znajomych.

⁴ M. Lewicka, *Aktor czy obserwator. Psychologiczne mechanizmy odchylenia od racjonalności*, Pracownia Wydawnicza PTP, Olsztyn 1993.

Kobiety objęte badaniami prowadzą przede wszystkim jednoosobowe firmy zarejestrowane jako działalność osoby fizycznej – 90% wybrało taką właśnie formę prawną, zaledwie 10% to firmy działające jako spółki cywilne. Badane firmy należą przede wszystkim do sektora małych i średnich przedsiębiorstw, gdzie dominują podmioty osób fizycznych.

Ankietowane kobiety prowadziły w przeważającej części działalność usługowe, zajmujące się m.in. doradztwem finansowym, usługami kosmetycznymi i fryzjerskimi. Duża część respondentek prowadzi też firmy handlowe, są to głównie sklepy spożywcze, odzieżowe itd. Mimo ciągłego postępu w przełamywaniu ogólnie panującego przekonania co do podziału ról kobiet i mężczyzn, kobiety nadal pewniej czują się w branżach dobrze im znanych. Co piąta respondentka prowadzi działalność produkcyjną bądź transportową. Na uwagę zasługuje także fakt, że 18,3% kobiet prowadzi firmy w branży budowlanej, uznawanej za typowo męską. Jest to przykład, który pokazuje, że trendy rynkowe pomagają w przezwyciężaniu stereotypów i dodają kobietom odwagi do wchodzenia na nowe, do tej pory nieznane dla nich rynki i branże. Najwięcej spośród badanych firm ma zasięg lokalny (61,7%), znacznie mniej, bo 16,7%, działa na rynku regionalnym, 15% na terenie całego kraju, 6,6% respondentek wskazało zaś działanie na rynku europejskim.

Ponad 22% respondentek podało, że w roku 2007 ich przychody netto były wyższe niż w roku poprzedzającym. Jednocześnie 28% uznało, że przychód osiągnie ten sam poziom. Łącznie można uznać, że sytuacja połowy firm, które objęły badania, nie pogorszyła się. Około 13% respondentek prowadzi swoją firmę od roku, dlatego nie mogło odpowiedzieć na to pytanie. Sytuacja firm objętych badaniami, chociaż małych, jest raczej stabilna i pozwala pozytywnie prognozować na przyszłość.

Motywy i bariery przedsiębiorczości kobiet

Zmieniające się warunki na rynku pracy oraz zmiany społeczno-gospodarcze wpływają na zwiększanie się liczby firm prowadzonych przez kobiety, które zachęczone wsparciem ze strony najbliższego otoczenia dążą do znalezienia zatrudnienia, samorealizacji.

Przedsiębiorcze postawy kobiet często są tłumione lub osłabiane przez społeczne stereotypy, wciąż ograniczające kobiety głównie do roli matek i żon. Rodzina i konieczność jej utrzymania dla kobiet bywa zarówno czynnikiem motywującym do założenia firmy (trudności materialne, brak pracy), jak i barierą przedsiębiorczości (trudności pogodzenia obowiązków rodzinnych i pracy zawodowej). Zdecydowana większość spośród objętych badaniami to kobiety zamężne (85%). Zaledwie 15% z nich to kobiety samotne.

Motywy działań przedsiębiorczych mogą być rozpatrywane jako pozytywne i negatywne (tab. 1). Kobiety objęte badaniami wskazywały motywy negatywne

inicjujące rozpoczęcie przez nie działalności gospodarczej, w tym najczęściej: bezrobocie (20,3%) oraz potrzebę godziwych zarobków (12,8% wskazań). Przedsiębiorczość może, według respondentek, w istotny sposób wpłynąć na zmniejszenie poziomu bezrobocia i jego negatywnych skutków. Często jednak kobiety decydowały się na założenie własnej firmy dlatego, że dążyły do samodzielności (18%) oraz odczuwały wewnętrzną potrzebę bycia aktywną (10,5%). Współczesne kobiety bardzo często jako miernik sukcesu, oprócz udanego życia rodzinnego, stawiają sukces zawodowy, dlatego dążą do samodzielności, dostrzegają i chętnie wykorzystują nadarzające się na rynku okazje (ponad 10% wskazań). Można przypuszczać, że w przyszłości motywacje pozytywne zyskają na znaczeniu w podejmowaniu decyzji o rozpoczęciu własnej działalności gospodarczej kosztem motywów negatywnych.

Tabela 1. Motywy podejmowania działalności gospodarczej

Motywy	% wskazań
Bezrobocie	20,3
Dążenie do samodzielności	18,0
Potrzeba godziwych zarobków	12,8
Wewnętrzna potrzeba bycia aktywną	10,5
Sprzyjające okoliczności na rynku	10,5
Nadarzająca się okazja zarobienia	9,8
Przykład rodziców	9,0
Doświadczenie zdobyte w poprzedniej pracy	6,0
Brak wyjścia z sytuacji, brak szans i perspektyw na awans	3,0

Źródło: opracowanie na podstawie badań ankietowych.

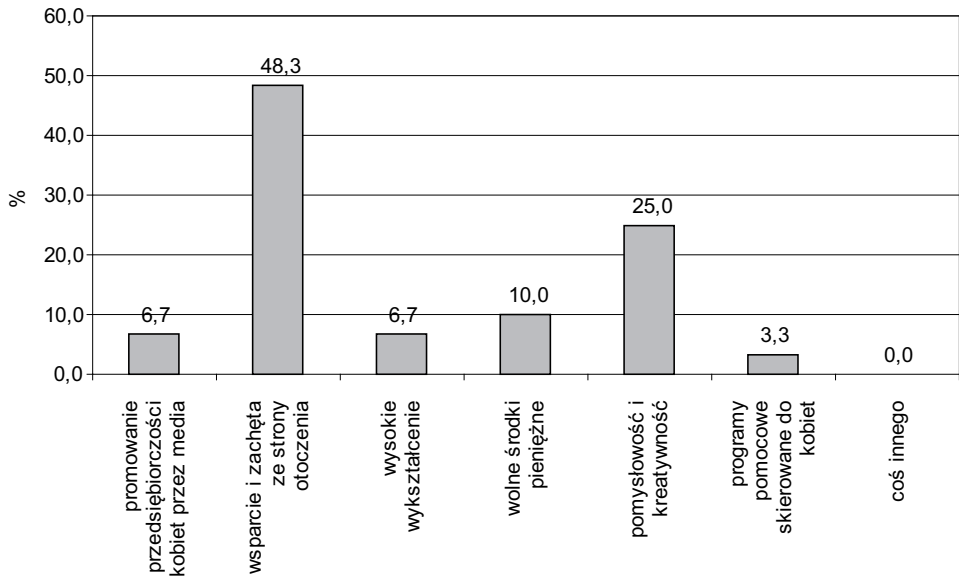
Przedsiębiorczość jest dla kobiet nie tylko źródłem utrzymania i zapewnienia sobie wyższego statusu społecznego, ale także powodem satysfakcji, życiowego spełnienia i elementem sukcesu (rys. 1).

Jak wskazują prezentowane dane, czynnikiem najbardziej stymulującym przedsiębiorczość kobiet jest wsparcie i zachęta, jakie otrzymują ze strony najbliższego otoczenia. Ważna jest także pomysłowość i kreatywność. Niewielki odsetek ankietowanych uznał, że promowanie przedsiębiorczości kobiet i specjalne programy pomocowe skierowane do kobiet są tym najważniejszym czynnikiem, który zachęca do zakładania własnej firmy. Nie oznacza to jednak, że te czynniki w ogóle nie wpływają na podejmowanie decyzji o otwarciu nowego przedsięwzięcia, często są początkiem myślenia o własnej firmie lub elementem utwierdzenia się o słusznie podjętej decyzji.

Kolejnym zagadnieniem, które obejmowało przeprowadzone badania, były bariery przedsiębiorczości. Można je podzielić na te, które dotyczą przedsiębior-

ców niezależnie od płci i wynikają z ogólnych uwarunkowań panujących w danej gospodarce, i na te, które dotyczą tylko kobiet i są wynikiem stereotypowego patrzenia na role kobiece i męskie. Do pierwszego rodzaju barier przedsiębiorczości można zaliczyć m.in. obciążenie pozapłacowymi kosztami pracy, które badane kobiety uznały w przeważającej większości za bardzo istotny problem (60%). Ten stan rzeczy może być przyczyną niewielkiego poziomu zatrudnienia w firmach prowadzonych przez respondentki. Inną przeszkodą w prowadzeniu własnej firmy, zaliczaną do tej samej grupy barier, jest wysokość podatków (76,7% wskazań). Bariery te w takim samym stopniu dotyczą także firm kierowanych przez mężczyzn.

Rysunek 1. Czynniki sprzyjające tworzeniu firm przez kobiety



Źródło: opracowanie na podstawie badań ankietowych.

Do mniej istotnych i uciążliwych problemów przedsiębiorczości kobiet respondentki zaliczyły brak wiedzy o różnych formach pomocy. Spośród ankietowanych kobiet 35% uznało to za bardzo istotny problem. Ich zdaniem pomoc nie jest dostatecznie promowana i brak jest informacji na temat jej różnych form oferowanych przedsiębiorcom. Natomiast co piąta respondentka podkreśliła, że brak owej wiedzy nie jest dla nich problemem.

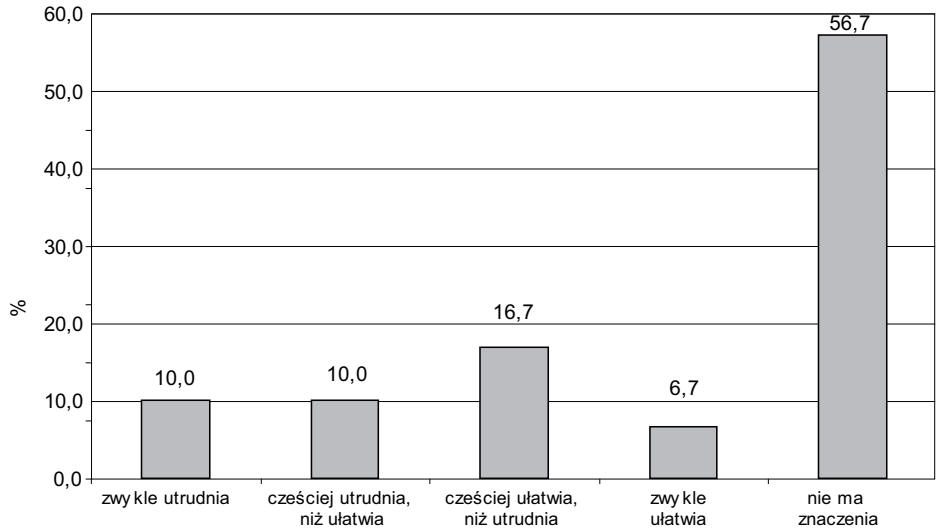
Kolejnym, bardzo dużym problemem dla ponad połowy respondentek jest biurokracja w kontaktach z bankami i urzędami. Tylko 10% nie widzi w tym żadnego utrudnienia. Biurokracja może być szczególnie uciążliwa dla osób, które dopiero zakładają własną firmę i muszą w związku z tym wzmocnić swoje kontakty z bankami i urzędami.

Kolejne bariery zaliczyć można do barier typowych dla przedsiębiorczości kobiet. Należą do nich nierówne traktowanie płci oraz konieczność łączenia obowiązków zawodowych z obowiązkami rodzinnymi. Jak wskazują zgromadzone dane, ponad połowa (58,3%) ankietowanych nie odczuwa problemu nierównego traktowania płci. Niestety, są też kobiety, które stykają się z tym problemem, a 13,3% respondentek uznało go za bardzo istotny, co oznacza, że szczególnie dotkliwie odczuwają one dyskryminację podczas prowadzenia działalności.

Podobnie rzecz się ma z problemem łączenia obowiązków rodzinnych i zawodowych. Co szósta respondentka uważa to za bardzo istotną barierę ograniczającą przedsiębiorczość; jest on szczególnie dotkliwy dla młodych kobiet posiadających małe dzieci. Mimo to dużo respondentek nie widzi w łączeniu obowiązków żadnego problemu; są to przede wszystkim kobiety dojrzałe, których dzieci są już samodzielne, oraz panny i wdowy, osoby często nieposiadające rodziny.

Czasami kobiety spotykają się z krytyką swojej aktywności zawodowej, z niewłaściwym traktowaniem ze strony pracowników, klientów i kontrahentów oraz urzędników. Ponad połowa objętych badaniami kobiet nie miała do czynienia z taką sytuacją (54%). Jednak co czwarta z respondentek doświadczyła krytyki swojej aktywności zawodowej. Z reguły ankietowane kobiety cieszą się szacunkiem i poważaniem u swoich podwładnych, potrafią równie skutecznie jak mężczyźni budować swój autorytet, mimo że często używają innych metod. Kobiety bywają bardziej empatyczne i skłonne do kompromisów, przez co zyskują sobie sympatię i budują bardziej partnerskie stosunki z pracownikami. Czasem jednak takie podejście bywa wykorzystywane przez pracowników, a 13% respondentek przyznało, że zdarzało im się doświadczyć niewłaściwego traktowania ze strony pracowników. Co czwarta kobieta deklaruje, że spotkała się z niewłaściwym traktowaniem ze strony klientów i kontrahentów, z drugiej jednak strony zdecydowanie ponad połowa nie miała takich problemów (62%). Sytuacja wśród kobiet objętych badaniami nie przedstawia się źle, wiele z nich radzi sobie bardzo dobrze w kontaktach z klientami, nie ma problemów z nawiązywaniem współpracy z nowymi kontrahentami. Najbardziej niekorzystnie wygląda sytuacja, jeżeli chodzi o opinie respondentek na temat ich kontaktów z pracownikami urzędów. Ponad 45% badanych kobiet oświadczyło, że spotkały się ze złym traktowaniem w urzędach. Duża biurokracja zmusza przedsiębiorców do częstych kontaktów z urzędnikami, którzy czasem nie wykazują się profesjonalizmem i pozytywnym nastawieniem do petenta. Wydaje się jednak, że problem niewłaściwego traktowania przedsiębiorców przez urzędników dotyczy w tym samym stopniu kobiet co i mężczyzn.

Przy rozważaniach uwarunkowań przedsiębiorczości kobiet bardzo istotne są odczucia i wrażenia, jakie towarzyszą samym kobietom w czasie prowadzenia własnej firmy (rys. 2).

Rysunek 2. Wpływ bycia kobietą na prowadzenie działalności gospodarczej

Źródło: opracowanie na podstawie badań ankietowych.

Ponad połowa z badanych kobiet (56,7%) uważa, że płeć nie ułatwia i nie utrudnia prowadzenia własnej firmy. Respondentki przyczyn swoich ewentualnych trudności lub ułatwień dopatrują się w innych czynnikach niż płeć. Pozostała część ankietowanych kobiet wskazuje, że zauważyła wpływ płci na prowadzenie firmy. Z przedstawionych danych wynika, że co piąta respondentka uważa, iż bycie kobietą w jakimś stopniu utrudnia ich sytuację. Można przypuszczać, że kobiety te spotkały się z przejawami nierównego traktowania płci. Wiele kobiet (23,4%) ma zdanie przeciwne. Częściej dostrzegają plusy bycia kobietą i uważają, że płeć pomaga im w prowadzeniu własnej firmy.

Osoby rozpoczynające i prowadzące własną działalność gospodarczą mogą bardzo często korzystać z pomocy różnych instytucji i starać się o wsparcie finansowe. Kobiety jako grupa, która oprócz barier przedsiębiorczości dotyczących wszystkich musi zmagać się także z przełamywaniem zakorzenionych w świadomości społecznej stereotypów i przekonań, powinna móc liczyć na szczególne wsparcie. Zdecydowana większość (76,7%) respondentek stwierdziła, że programy skierowane tylko do kobiet mogą zachęcić je do zakładania firm, być pobudką i mobilizacją do podjęcia konkretnej decyzji. Kobiety wiedzą, z jakimi problemami borykały się przed założeniem własnej firmy, dlatego stwierdziły, że takie programy to dobry stymulator przedsiębiorczości.

Tylko 32% spośród ankietowanych kobiet starało się o pomoc publiczną dla swoich przedsięwzięć. Spowodowane to mogło być zarówno brakiem wiary w szanse otrzymania takiej pomocy, jak i zniechęceniem wynikającym z dużej formalizacji takich starań i konieczności spełnienia licznych warunków.

Podobnie przedstawia się sytuacja, jeżeli chodzi o podejmowanie działań w celu pozyskania środków z europejskich funduszy strukturalnych. Zaledwie 20% respondentek przyznaje, że podejmowało takie działania, natomiast 80% nie podjęło nawet próby uzyskania dodatkowych pieniędzy i wsparcia, które jest dostępne dzięki akcesji Polski do Unii Europejskiej. Wiele kobiet nie potrafi wykorzystać nadarżającej się okazji, przez co rozwój przedsiębiorczości kobiet nie następuje tak dynamicznie, jak się tego oczekuje. Jednak programy strukturalne stają się coraz bardziej popularne, informacje o nich są coraz szerzej dostępne, dlatego można przypuszczać, że w przyszłości zwiększy się odsetek kobiet, które zdecydują się skorzystać z tego typu pomocy. Najczęściej wskazywane cele, na jakie kobiety zamierzają starać się o pomoc publiczną, przedstawia tabela 2.

Tabela 2. Cele, na jakie respondentki zamierzają starać się o pomoc publiczną

Cel	% wskazań
Zwiększenie zatrudnienia	21,7
Nawiązanie współpracy handlowej, produkcyjnej, usługowej	16,7
Budowy/remonty	13,3
Zakup nieruchomości	10,0
Komputeryzacja firmy	3,3
Inne	3,3
Nie dotyczy	31,7

Źródło: opracowanie na podstawie badań ankietowych.

Wśród badanych kobiet, które zamierzają w przyszłości starać się o pomoc publiczną, 21,7% chciałoby przeznaczyć ją na zwiększenie zatrudnienia w firmie, a 16,7% na nawiązanie współpracy handlowej, produkcyjnej i usługowej. Są to najbardziej niewralgiczne punkty w działaniu każdej firmy, wymagają dużych zasobów pieniężnych. Spośród badanych kobiet 13,3% chciałoby pomoc publiczną przeznaczyć na rozbudowę i remonty.

Ponieważ wzrasta świadomość konieczności promowania kobiet na rynku pracy oraz coraz głośniejsze wskazuje się na ich problemy w tym zakresie, można przypuszczać, że w przyszłości wzrośnie także liczba programów, projektów i szkoleń skierowanych tylko i wyłącznie do kobiet, co ośmieli je i zachęci do częstszego korzystania z takiej formy pomocy przy uruchamianiu i prowadzeniu własnych firm. Często bowiem wskazuje się na potencjał tkwiący w kobietach, ich kreatywność, odpowiedzialność, zdolność do poświęceń. Czasami wystarczy tylko je ośmielić i pomóc uwierzyć w sukces.

Podsumowanie

Przedsiębiorczość jest dla kobiet szansą na odniesienie sukcesu zawodowego bez konieczności pokonywania trudności z nierównym traktowaniem płci w miejscu pracy. Daje ona także możliwość łączenia obowiązków rodzinnych i zawodowych według własnego uznania. Można przypuszczać, że rosnąca liczba programów promujących kobiety jako właścicielki firm wpłynie na wzrost przedsiębiorczości wśród nich, a kobiety dużo chętniej będą korzystały z oferowanych im programów pomocowych. Przeprowadzone badania potwierdzają przypuszczenie, że pojawienie się na rynku programów przeznaczonych tylko dla kobiet byłoby dużą motywacją i ułatwieniem dla niezdecydowanych. Zdecydowana większość (76,7%) ankietowanych kobiet stwierdziła, że dzięki nim mogłaby wzrosnąć liczba firm zakładanych przez kobiety.

W swojej działalności kobiety napotykają również wiele barier, głównie są one związane z warunkami ekonomicznymi panującymi w kraju. Kobietom w skutecznym prowadzeniu własnej firmy przeszkadzają przede wszystkim biurokracja, wysokie podatki i koszty pracy, natomiast bariery związane z płcią przez większość kobiet nie są odczuwalne. Spośród ankietowanych kobiet 56,7% uznało, że płeć nie ma znaczenia przy prowadzeniu własnej firmy, a 23,4% stwierdziło, że bycie kobietą raczej im w tym pomaga. Brakuje im zaś informacji na temat możliwości związanych z pomocą publiczną; stosunkowo niewielki odsetek kobiet korzysta z funduszy zarówno krajowych, jak i unijnych.

BIBLIOGRAFIA

- Lewicka M. 1993.** *Aktor czy obserwator. Psychologiczne mechanizmy odchyień od racjonalności.* Pracownia Wydawnicza PTP. Olsztyn.
- Lisowska E. 2001.** *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej.* Wydawnictwo SGH. Warszawa.
- Sikora M. 2000.** *Przetransformować się na kogoś innego, definiowanie sytuacji pracy [w:] M. Marody (red.), Między rynkiem a etatem: społeczne negocjowanie polskiej rzeczywistości.* Wydawnictwo Naukowe Scholar. Warszawa.

STRESZCZENIE

Niniejszy artykuł prezentuje wyniki badań dotyczące uwarunkowań rozwoju przedsiębiorczości gospodarczej kobiet. W swojej działalności kobiety napotykają wiele barier, głównie są one związane z warunkami ekonomicznymi panującymi w kraju. Kobietom w skutecznym prowadzeniu własnej firmy przeszkadzają przede wszystkim biurokracja, wysokie podatki i koszty pracy, natomiast bariery związane z płcią nie są odczuwalne. Spośród ankietowanych kobiet większość uznała, że płeć nie ma znaczenia przy prowadzeniu własnej firmy, natomiast co piąta stwierdziła, że bycie kobietą raczej im w tym pomaga. Przeprowadzone

badania wskazują, że pojawienie się na rynku programów przeznaczonych tylko dla kobiet byłoby dużą motywacją i ułatwieniem dla niezdecydowanych. Zdecydowana większość respondentek stwierdziła, że dzięki nim mogłaby wzrosnąć liczba firm zakładanych przez kobiety.

SŁOWA KLUCZOWE: przedsiębiorczość kobiet, bariery przedsiębiorczości

SUMMARY

In the article the results of women entrepreneurship development were shown. In their activity they are facing a lot of obstacles, mainly caused by the economic factors in Poland. The main barriers in effective way of running the business are: bureaucracy, high taxes and cost of labor. It is worth mentioning that barriers connected with sex are highly invisible. Among the respondents, majority of them acknowledged that sex has nothing to do with running own business. More than 20% claimed that being a women even helped with that. The results showed that appearance of the programs allocated for women would be a major motivation and short cut for the irresolute ones. Thanks to them the number of firms set up by women would increase dramatically.

KEYWORDS: entrepreneurship, women entrepreneurship