

Barbara Kryk

Dobre praktyki w rozwoju przedsiębiorczości kobiet w Polsce

Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania 37/1, 89-101

2014

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.

Barbara Kryk*

Uniwersytet Szczeciński

DOBRE PRAKTYKI W ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI KOBIEC W POLSCE

STRESZCZENIE

W Polsce, podobnie jak w innych krajach Unii Europejskiej, kobiety stanowią znaczący rezerwuwar niewykorzystanych zasobów pracy, a pomimo lepszego wykształcenia stopa bezrobocia wśród nich jest wyższa niż wśród mężczyzn. Stąd istotne jest pobudzanie przedsiębiorczości u kobiet. Służą temu uregulowania prawne, narzędzia i działania podejmowane w ramach tzw. dobrych praktyk. Stosowanie różnorodnych form wsparcia jest konieczne ze względu na uwarunkowania i bariery utrudniające kobietom funkcjonowanie na rynku pracy oraz prowadzenie działalności gospodarczej. Z tego względu celem artykułu jest przedstawienie dobrych praktyk prowadzonych przez różne instytucje w zakresie pobudzania przedsiębiorczości wśród kobiet. Realizacja celu umożliwi również odpowiedź na pytanie o skuteczność tych działań.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość kobiet, dobre praktyki

Wprowadzenie

Zwiększenie aktywności biznesowej kobiet jest bardzo pożądaną zmianą. Pomimo tego, iż stanowią one ponad połowę populacji społeczeństwa polskiego i są le-

* Adres email: krykb@wneiz.pl

piej wykształcone niż mężczyźni, prowadzą tylko około 1/3 liczby przedsiębiorstw¹. Kobiety stanowią więc dużą część niewykorzystanego potencjału przedsiębiorczości, dlatego obecnie dużą wagę przykładają się do zachęcania pań do podejmowania działalności gospodarczej na własny rachunek. Jest to istotne zwłaszcza w istniejącej sytuacji gospodarczo-społeczno-kulturowej. Z tego względu celem artykułu jest przedstawienie dobrych praktyk różnych instytucji w zakresie pobudzania przedsiębiorczości wśród kobiet na tle istniejących uwarunkowań i barier utrudniających im taką działalność. Realizacja celu umożliwi również odpowiedź na pytanie o skuteczność tych działań.

W opracowaniu wykorzystano raporty oraz dostępne informacje ze stron internetowych instytucji pozarządowych, a do analizy – metodę *desc research* oraz dedukcji.

1. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości wśród kobiet

Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości mogą być wewnętrzne i zewnętrzne. Uwarunkowania zewnętrzne mają charakter społeczno-ekonomiczny i przedsiębiorcy nie mogą na nie wpłynąć, natomiast uwarunkowania wewnętrzne (psychologiczne, osobowościowe) są związane z cechami charakteru, postawami i zachowaniami danej osoby.

Do uwarunkowań zewnętrznych zaliczamy²: dostępność kapitału, system przepisów ekonomiczno-prawnych regulujących powstawanie i funkcjonowanie prywatnych firm, publiczne programy wspierania przedsiębiorczości, system edukacji i szkoleń, badania i rozwój, infrastrukturę komercyjną i zawodową, otwartość rynku/bariery wejścia, uwarunkowania infrastrukturalne, normy kulturowe i społeczne – akceptacja społeczeństwa dla właścicieli firm i własności prywatnej, przekonanie, że samodzielne prowadzenie działalności gospodarczej to dobry sposób zarabiania na życie, sposób postrzegania kobiet jako przedsiębiorczyń i stereotypy

¹ Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2012, PARP, Warszawa 2013.

² Szerzej: E. Lisowska, *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2001; *Przedsiębiorczość w Polsce*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2013 oraz B. Kryk, M. Kotnis, *Business activity conducted by Polish women quoting the example of start-ups in West Pomeranian voivodship*, w: *Innovative SMEs by the Gender and Age around the Mare Balticum*, red. M. Hogeferster, P. Jarke, Published Baltic Sea Academy, t. 13, Hamburg 2014.

z tym związane, istnienie potencjału przedsiębiorczości wśród kobiet, zainteresowanie prowadzeniem biznesu, gotowość do podjęcia decyzji o założeniu własnej firmy.

Większość tych uwarunkowań dotyczy wszystkich przedsiębiorców bez względu na płeć i właściwie tylko system edukacji oraz normy kulturowe i społeczne w większym stopniu (a właściwie w dużym) odnoszą się do kobiet, wpływając na ich decyzje o podjęciu działalności gospodarczej.

Obok uwarunkowań zewnętrznych istotną rolę odgrywają **cechy osobowościowe**. Z tego względu w badaniach ankietowych, przeprowadzonych dla potrzeb raportu *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce*, zapytano przedsiębiorców, jakie cechy powinien mieć przedsiębiorca. Analizując odpowiedzi kobiet i mężczyzn, można zauważyć zbieżność ich poglądów w tym zakresie, albowiem różnice w granicach 1–3% wskazań przy poszczególnych cechach są mało istotne. Za najważniejsze cechy badani uznali: pracowitość (średnio 49,5% wskazań), cierpliwość (średnio 32%) oraz kreatywność i innowacyjność (średnio 28,5%). Natomiast do najmniej ważnych zaliczyli: posiadanie szerokich kontaktów w otoczeniu (średnio 8,5% wskazań), „odporność” na niepowodzenia (średnio 7,5%) oraz posiadanie wiedzy z zakresu prowadzenia i zarządzania przedsiębiorstwem (6%). Można więc powiedzieć, że nie ma cech, które predestynowałyby w sposób szczególny kobiety lub mężczyzn do podejmowania samodzielnej działalności gospodarczej³.

2. Bariery rozwoju przedsiębiorczości

Bariery rozwoju przedsiębiorczości mogą mieć charakter zarówno ogólny i dotyczyć wszystkich prowadzących firmy bez względu na płeć, jak i specyficzny, odnoszący się tylko do kobiet. Z badań ankietowych, przeprowadzonych dla potrzeb wspomnianego raportu, wynika, że bariery rozwoju przedsiębiorczości wskazywane przez respondentów odnoszą się w takim samym stopniu do kobiet, jak i do mężczyzn. Przedsiębiorcy bez względu na płeć wskazywali na te same trudności w prowadzeniu firmy i w większości były to bariery o charakterze instytucjonalnym. W znacznej liczbie przypadków odsetek kobiet i mężczyzn wskazujących na określoną barierę był prawie identyczny. Największą trudnością dla przedsiębiorców obu płci (1/3 wskazań) były zbyt wysokie pozapłacowe koszty pracy (podatki, ZUS) oraz

³ *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce*, PARP, Warszawa 2011, s. 60 i n.

zdobywanie nowych klientów (też prawie 1/3). Znacznie mniej kłopotliwe okazały się mało elastyczne prawo pracy oraz konkurencja ze strony szarej strefy (średnio po 6,5% odsetka wskazań). Na podstawie tych wyników można powiedzieć, że powyższe bariery mają charakter powszechny i dotyczą wszystkich przedsiębiorców bez względu na płeć⁴.

Obok powyższych barier w badaniu jakościowym, stanowiącym uzupełnienie do wspomnianych badań ilościowych, wskazywano dodatkowo na następujące ograniczenia w prowadzeniu działalności gospodarczej: politykę fiskalną państwa, bariery administracyjne, bariery edukacyjne związane z systemem edukacji formalnej oraz korzystaniem z odpowiednich kursów i szkoleń, brak odpowiedniej wiedzy na temat wsparcia swojej przedsiębiorczości w różnorodnych zakresach, utrudniony dostęp do nowoczesnej infrastruktury, informacji i badań.

Większość tych ograniczeń ma również charakter powszechny i nie dotyczy określonej płci. Udało się jednak wskazać bariery szczególnie odczuwane przez przedsiębiorczynie, związane z tradycyjną socjalizacją i postrzeganiem roli kobiety przez pryzmat żony i matki, która powinna przedkładać dbanie o ognisko domowe nad karierę, trudnościami w godzeniu obowiązków zawodowych z rodzinnymi, niedostatkami instytucjonalnej opieki nad dziećmi, młodzieżą i innymi osobami wymagającymi opieki w rodzinie.

Generalnie z analizy wyników badań na temat przedsiębiorczości kobiet, zawartych w różnych raportach wynika, że w naszym kraju nie ma podziału na przedsiębiorczość „kobiecą” i „męską”⁵. Właściciele firm – niezależnie od płci – mają podobne nadzieje, oczekiwania, obawy, funkcjonują w jednakowych uwarunkowaniach oraz stykają się z podobnymi problemami i barierami (instytucjonalnymi, ekonomicznymi, prawnymi). **Jednak kobiety wskazywały dodatkowo na jeden czynnik**, który w bardzo istotny sposób utrudnia im prowadzenie działalności gospodarczej i pracę – **obciążenie obowiązkami opiekuńczymi wobec dzieci, zwłaszcza małych, i wymagających opieki/pomocy członków rodziny**. Z tego powodu przy uruchamianiu narzędzi mających wspierać przedsiębiorczość należy uwzględnić sytuację kobiet związaną z macierzyństwem i wypracować rozwiązania wspierające funkcje opiekuńcze rodziny. To wymaga również odpowiednich zmian w systemie edukacji oraz unowocześnienia norm kulturowych i społecznych. Istotną rolę w tym

⁴ Tamże, s. 66 i n.

⁵ Tamże oraz *Przedsiębiorczość w Polsce...*

zakresie odgrywają m.in. różne inicjatywy (w tym wymiana dobrych praktyk), które mają na celu wspieranie kobiet w podejmowaniu i prowadzeniu samodzielnej działalności gospodarczej oraz godzeniu obowiązków rodzinnych i zawodowych. Wymiana dobrych praktyk wpisuje się w realizację rekomendacji zmian sprzyjających przedsiębiorczości kobiet, zwłaszcza tych adresowanych indywidualnie do kobiet oraz ukierunkowanych na ułatwianie godzenia obowiązków zawodowych i rodzinnych⁶.

3. Dobre praktyki w zakresie pobudzania przedsiębiorczości kobiet

Celowość działań zmierzających do wspierania i promowania przedsiębiorczości kobiet jest potwierdzona m.in. w Rezolucji Parlamentu Europejskiego w sprawie przedsiębiorczości kobiet w małych i średnich przedsiębiorstwach z dnia 23.09.2011 r. (2010/275 (INI)), co potwierdza dużą rangę tego zagadnienia. W ramce 1 przedstawiono wybrane zapisy dotyczące omawianego zagadnienia.

Ramka 1. Wybrane zapisy z rezolucji

25. Zwraca się do państw członkowskich o podkreślanie roli organizacji pozarządowych we wspieraniu i ułatwianiu przedsiębiorczości kobiet.
28. Uznaje znaczenie ambasadorów, np. Europejskiej Sieci Ambasadorów Kobiecej Przedsiębiorczości (ENEFA), które podkreśla rolę, jaką kobiety mogą odegrać w tworzeniu miejsc pracy i wspieraniu konkurencyjności poprzez zachęcanie kobiet i młodych dziewcząt do zakładania własnych przedsiębiorstw.
29. Wzywa Komisję do przeprowadzenia kampanii promującej aktywność zawodową kobiet w aspekcie zakładania własnych przedsiębiorstw.

Inicjatywa Komisji Europejskiej stanowiła swego rodzaju „koło zamachowe” rozwoju instytucji pozarządowych we wszystkich państwach członkowskich Unii Europejskiej (pierwszą z nich była utworzona w 2009 roku ENEFA), które zajęły się propagowaniem przedsiębiorczości wśród kobiet w różnorodny sposób. Poniżej

⁶ *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce... oraz Przedsiębiorczość w Polsce...*

przedstawiono najważniejsze organizacje funkcjonujące w Polsce wraz z ich logo (ramka 2) oraz przykłady innych istotnych działań zainspirowanych wspomnianą rezolucją.

Ramka 2. Logo najważniejszych instytucji pozarządowych zajmujących się propagowaniem przedsiębiorczości wśród kobiet



Źródło: strony internetowe organizacji.

Polska Ambasada Przedsiębiorczości Kobiet (APK) to fundacja⁷, której misją jest propagowanie idei przedsiębiorczości wśród kobiet i wspieranie rozwoju firm prowadzonych przez kobiety. Jej celem jest zwiększenie liczby aktywnych kobiet prowadzących własne firmy oraz pokazanie, że w naszym kraju kobiety są gotowe zakładać własne, stabilne przedsiębiorstwa i tworzyć nowe miejsca pracy. Ambasada tworzy programy partnerskie i rozwija sieci współpracy różnych środowisk gospodarczych, w których właścicielki firm nawiązują nowe kontakty i tworzą dobre relacje biznesowe, wymieniają doświadczenia, uzyskują wsparcie i rozwijają własną markę – stosując wysokie standardy etyki i jakości oraz kierując się zasadą równych szans – dla budowy i rozwoju nowoczesnego społeczeństwa obywatelskiego.

⁷ www.ambas.pl (15.04.2014).

Najważniejszą inicjatywą Ambasady jest powołanie w 2012 roku **Polskiej Sieci Ambasadorów Przedsiębiorczości Kobiet**, tworzonej przez kobiety, które odniosły sukces, prowadząc swoje firmy i aktywnie angażując się w działalność na rzecz społeczeństwa. Ich osiągnięcia są potwierdzone wyróżnieniami w rankingach przedsiębiorczości oraz nagrodami za działalność społeczną. Każdego roku do grona Ambasadorów Przedsiębiorczości Kobiet ma być zapraszanych sto kolejnych pań prowadzących firmy reprezentujące różne branże i regiony geograficzne Polski. Zadaniem każdej z nich jest prezentowanie dobrych wzorców, dzielenie się wiedzą i doświadczeniem, zachęcanie i inspirowanie innych kobiet do zakładania własnej działalności gospodarczej.

Tworzeniu Sieci Ambasadorów Przedsiębiorczości Kobiet towarzyszy kampania edukacyjna „Odnosiłaś sukces? Bądź wzorem dla innych”, poprzez którą idea wspierania przedsiębiorczości kobiet będzie docierać do szerokich kręgów społecznych.

Ambasadorki Przedsiębiorczości Kobiet:

1) pomagają kobietom:

- zakładać i rozwijać własne firmy, promując wśród nich przedsiębiorczość jako nowy styl życia;
- zdobywać więcej klientów, zwiększać sprzedaż produktów i usług ułatwiających utrzymanie równowagi między pracą zawodową a życiem rodzinnym, zwłaszcza w zakresie innowacyjnych rozwiązań ICT, opieki nad dziećmi, zdrowia rodziny i zdrowego stylu życia;
- uzyskać łatwy dostęp do ważnych i praktycznych informacji, dobrych wzorców, inspirujących pomysłów biznesowych, unikalnych możliwości uczenia się od liderów biznesu, wsparcia instytucji publicznych i preferencji w dostępie do kredytów oraz dofinansowania publicznego;
- współpracować ze wszystkimi organami i instytucjami mogącymi oddziaływać na systemowe rozwiązywanie problemów kobiet przedsiębiorców, aby mogły lepiej godzić obowiązki domowe z pracą zawodową;
- wspierać wszystkie inicjatywy kobiet służące artykulacji ich potrzeb w upraszczaniu procedur i przepisów, regulujących działania biznesowe oraz w likwidacji barier środowiskowych, mentalnych, kulturowych oraz komunikacji interpersonalnej.

2) opracowują bazę wiedzy do wspomagania rozwoju przedsiębiorczości kobiet.

Z Ambasadą Przedsiębiorczości Kobiet związane są Fundacja Przedsiębiorczości Kobiet oraz Sieć Przedsiębiorczych Kobiet.

Misją **Fundacji Przedsiębiorczości Kobiet** jest propagowanie idei przedsiębiorczości wśród kobiet i wspieranie rozwoju prowadzonych przez nie firm⁸. Fundacja oferuje kompleksowe wsparcie dla kobiet, które kierują własnym losem i decydują się na inicjowanie własnej działalności gospodarczej. Głównym jej celem jest wspieranie kobiet, które albo już od dawna prowadzą swoje firmy, niedawno je założyły, albo planują to dopiero zrobić.

Najważniejsze obszary działalności statutowej fundacji:

- propagowanie idei przedsiębiorczości wśród kobiet i rozwój firm prowadzonych przez kobiety;
- promowanie usług ułatwiających utrzymanie równowagi pomiędzy pracą i życiem rodzinnym;
- inicjowanie i wspomaganie współpracy kobiet przedsiębiorców;
- popularyzowanie dobrych praktyk i prezentacja przykładów sukcesów kobiet przedsiębiorców;
- wspieranie i promowanie rozwoju intelektualnego i kulturowego w społeczeństwie z uwzględnieniem grup społecznie zagrożonych wykluceniem społecznym.

Sieć Przedsiębiorczych Kobiet to społeczność osób zainteresowanych przedsiębiorczością kobiet. Jest to społeczność wirtualna, która manifestuje swoją obecność na spotkaniach regionalnych i ogólnopolskich wydarzeniach. Jej celem jest stworzenie płaszczyzny spotkań, wymiany doświadczeń i wzajemnych inspiracji. Sieć jest także miejscem edukacji i źródłem wiedzy na temat szeroko pojętej przedsiębiorczości. Informuje o szkoleniach, warsztatach i kursach, konferencjach, a także je organizuje. Należą do niej zarówno osoby, które już prowadzą swoje własne firmy i chcą je dalej rozwijać, jak i te, które dopiero chcą założyć swoje własne firmy. Są w niej także Ambasadorki Przedsiębiorczości Kobiet.

Do Sieci Przedsiębiorczych Kobiet może zapisać się każdy. Członkostwo jest bezpłatne i daje wiele przywilejów, w tym możliwość uczestnictwa w następujących programach fundacji: 100 Nowych Firm i Program Mentoringowy⁹.

Klub Kobiet Przedsiębiorczych (KKP) funkcjonuje od kilku lat w Poznaniu. Stanowi swego rodzaju forum do wspierania różnych inicjatyw kobiet biznesu. Jednym z jego celów jest budowanie platformy relacji biznesowych, które trwale wpły-

⁸ www.fundacjakobiet.org/misja-i-kampania-spoleczna/ (5.04.2014).

⁹ www.fundacjakobiet.org/siec-przedsiębiorczych-kobiet/ (5.04.2014).

wają na jakość i dynamikę środowiska biznesowego Wielkopolski. Dotychczasowe działania zaowocowały następującymi formami współpracy¹⁰: Partnerzy Biznesowi, Partnerzy, oferowanie współpracy i usług biznesowych, spotkania KKP w celu wymiany doświadczeń, konferencje.

Przykłady działań Klubu wspierających i promujących przedsiębiorczość kobiet: bezpłatne szkolenia dla kobiet z zakresu przedsiębiorczości, profesjonalne konsultacje biznesowe, projekt „Szkoła Przedsiębiorczości”, warsztaty „Zostań liderem doskonałym”, szkolenie „Mediacje pracownicze, czyli jak zarządzać w sytuacji konfliktowej”, konferencja „CSR i flexicurity – podstawa biznesu wielkopolskich przedsiębiorstw”.

Klub Przedsiębiorczych Kobiet (KPK) rozpoczął pracę w Płocku w 2012 roku od spotkania motywacyjno-rozwojowego, które spodobało się tak bardzo, że kontynuowano je co tydzień. Od 2013 roku spotkania te odbywają się dwa razy w tygodniu, co świadczy o tym, że są potrzebne. Celem klubu jest¹¹:

- poznanie ze sobą różnych kobiet, z których każda może zaoferować coś innego, podzielić się z innymi własnymi doświadczeniami osobistymi, zawodowymi czy biznesowymi;
- organizacja cyklicznych spotkań networkingowych sprzyjających poznawaniu nowych partnerów biznesowych i kreacji nowych pomysłów biznesowych, a także prowadzenie praktycznych szkoleń biznesowych dla kobiet i nie tylko;
- realizacja warsztatów szkoleniowych, wspomagających rozwój zawodowy kobiet.

Klub zorganizował już wiele szkoleń i warsztatów, np. „Droga ku niezależności finansowej”, „Sztuka networkingu”, „Empatia w negocjacjach”, „Działaj skutecznie – od małych kroków do wielkiego celu”. W 2014 roku rozpoczął realizację dużego projektu „Akademia KPK” – cyklu spotkań biznesowych kierowanych szczególnie do pań.

Stowarzyszenie Academia Economica (SAE) stanowi wyspecjalizowaną pozarządową organizację doradczą-ekspercką. Jego misją jest budowanie przyjaznego klimatu do rozwoju przedsiębiorczości na Mazowszu. Stowarzyszenie stworzyło i rozwija model współpracy umożliwiający stabilny rozwój zarówno przedsię-

¹⁰ <http://www.klubkp.pl/strefa/ogloszenie/81> (15.04.2014).

¹¹ www.sea.plock.pl (15.04.2014).

biorstw, jak i organizacji pozarządowych. Jego zadaniem jest wspieranie rozwoju postaw przedsiębiorczych i społecznych wśród mieszkańców regionu, ze szczególnym uwzględnieniem kobiet.

Członkami SAE są osoby aktywnie działające na rynku lokalnym i regionalnym, specjaliści i eksperci w swoich obszarach zawodowych. Stowarzyszenie jest związane z wcześniej wymienionym Klubem Przedsiębiorczych Kobiet.

Projekty realizowane przez SAE: networkingowe śniadania biznesowe, „Światowy tydzień przedsiębiorczości Płock – 2013”, prowadzenie punktu konsultacji biznesowych, CSR Akademia Odpowiedzialnego Biznesu, Gala Biznesu.

Obserwatorium Równości Płci – to nowa instytucja, w ramach której Instytut Spraw Publicznych będzie kontynuował dotychczasowe działania na rzecz równouprawnienia kobiet i mężczyzn. Obserwatorium jest inicjatywą pozarządową mającą na celu analizowanie, monitorowanie i promowanie równości płci w Polsce na wszystkich płaszczyznach, w tym w biznesie. Poprzez działania grupy ekspertów i ekspertek, zajmujących się problematyką konstytucyjnej zasady równości kobiet i mężczyzn, monitorują działania legislacyjne, aktywność rządu i administracji publicznej. Ponadto informują o tym, jakie stanowisko zajmuje Rzeczpospolita Polska na arenie międzynarodowej w kwestiach związanych z równością płci.

Obserwatorium ma być platformą zbierającą informacje o ciekawych projektach i inicjatywach związanych z równouprawnieniem w Polsce oraz Europie Środkowo-Wschodniej. Na stronie internetowej organizacji są zamieszczane publikacje z zakresu równouprawnienia kobiet¹².

W ramach dobrych praktyk mających pobudzać przedsiębiorczość wśród kobiet, organizowane są konkursy promujące ułatwianie kobietom godzenia życia rodzinnego z pracą zawodową. Do najbardziej znanych należą:

- „Firma równych szans” – konkurs organizowany od 2006 roku, promujący przedsiębiorstwa wyróżniające się szczególnymi osiągnięciami w dziedzinie zarządzania i wrażliwością na sprawy pracownicze związane z realizacją polityki równościowej. W pierwszej edycji konkursu wzięły udział pięćdziesiąt dwa przedsiębiorstwa, a w 2012 roku – już sto trzydzieści. Nagrody i wyróżnienia są przyznawane osobno w kategoriach MSP i duże przedsiębiorstwa.

¹² www.rownoscpłci.pl (15.04.2014).

- „Firma przyjazna rodzinie” – konkurs adresowany do pracodawców wprowadzających politykę prorodzinną, wychodzącą poza standardy prawa pracy, umożliwiającą kobietom stabilne funkcjonowanie na rynku pracy. Oferują oni np. elastyczne godziny pracy, wyprawkę dla bobasa, czyli „becikowe od prezesa”, pracę zdalną (*home-office*), dodatki do pensji, opiekę medyczną dla kobiet w ciąży.
- „Firma przyjazna ojcom” – konkurs skierowany do pracodawców wspierających udział ojców w urloпах rodzicielskich. Od uczestników konkursu wymaga się przestrzegania zasady równości w zatrudnieniu i obowiązkach. W takich podmiotach głównymi kryteriami zatrudnienia i utrzymania pracy są jakość i efektywność pracy, a nie płeć.
- „Firma przyjazna mamie” – konkurs promujący przedsiębiorstwa wyróżniające się specjalnymi programami oferowanymi kobietom w ciąży i matkom. W ramach tych programów oferowane są np. dodatkowy trzydziestodniowy płatny urlop, pokój dla karmiących mam, możliwość wyjścia po sześciu godzinach pracy, ale z zaliczeniem ośmiu godzin, miejsca parkingowe dla ciężarnych, pikniki rodzinne, elastyczne formy zatrudnienia, kartę Medicaver uprawniającą do rodzinnego porodu, karnety na fitness dla kobiet w ciąży i mam przebywających na urloпах macierzyńskich.

Dużą rolę w upowszechnianiu i egzekwowaniu polityki równościowej na wszystkich płaszczynach, w tym w odniesieniu do przedsiębiorczości, odgrywa Pełnomocnik Rządu ds. Równego Traktowania (do 2008 roku był to Pełnomocnik Rządu ds. Równego Statusu Kobiet i Mężczyzn). Biuro Pełnomocnika miało wpływ na przepisy dotyczące luki płacowej (różnicy w płacach kobiet i mężczyzn)¹³, obecności kobiet na najwyższych stanowiskach, aktywnego ojcostwa, zmian w Kodeksie pracy w zakresie równego traktowania w pracy i wynagradzania, zakazu dyskryminacji w ustawie o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy.

Przedstawione działania edukacyjne, doradcze, motywacyjne czy usługowe instytucji pozarządowych i rządowych, propagujące przedsiębiorczość kobiet, wpisują się w realizację rekomendacji służących temu celowi. Wypełniają one również niedostatki działań formalnych w tym zakresie.

¹³ Od dwóch lat obchodzony jest w Polsce tzw. Dzień Równej Płacy, czyli taki dzień w roku, gdy następuje zrównanie płac kobiet z płacami mężczyzn. Był to pięćdziesiąty ósmy dzień roku.

Podsumowanie

Z przeprowadzonej analizy wynika, że w istniejących uwarunkowaniach gospodarczych i przy ograniczonych możliwościach finansowych państwa rozwój różnych instytucji pozarządowych i form wspierających aktywność biznesową kobiet oraz wymiana dobrych praktyk na ten temat odgrywają znaczącą rolę w tym zakresie. Stosunkowo duża liczba inicjatyw wykreowanych w relatywnie krótkim czasie świadczy o ogromnym zapotrzebowaniu na nie, a pośrednio – o ich skuteczności. Miejmy nadzieję, że dzięki nim polepszy się sytuacja kobiet (nie tylko w biznesie), zwięźle określana przez historyków stwierdzeniem: „równe prawa i nierówne szanse”.

Literatura

<http://www.klubkp.pl/strefa/ogloszenie/81>.

Kryk B., Kotnis M., *Business activity conducted by Polish women quoting the example of start-ups in West Pomeranian voivodship, w: Innovative SMEs by the Gender and Age around the Mare Balticum*, red. M. Hogeforster, P. Jarke, Published Baltic Sea Academy, t. 13, Hamburg 2014.

Lisowska E., *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2001.

Prawo sprzyjające przedsiębiorczości kobiet w Polsce. Rekomendacje zmian, red. A. Kurowska, PARP, Warszawa (na prawach rękopisu) 2011.

Przedsiębiorczość kobiet w Polsce, PARP, Warszawa 2011.

Przedsiębiorczość w Polsce, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2013.

Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2012, PARP, Warszawa 2013.

www.ambas.pl.

www.fundajakobiet.org/siec-przedsiębiorczych-kobiet.

www.rownoscplci.pl.

www.sea.plock.pl.

GOOD PRACTICES IN THE DEVELOPMENT OF WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP IN POLAND

Abstract

In Poland, as in other European Union countries, women represent a significant reservoir of unused labor resources, and the rate of unemployment among them is higher than men despite their better education. Hence, it is important to stimulate entrepreneurship among women. To achieve that legal regulations, tools and actions taken under the so-called. good practices are used. The use of various forms of support is necessary due to the existing conditions and barriers of women functioning on the labor market and economic activity. Therefore, the aim of this article is to present good practices conducted by various institutions in stimulating entrepreneurship among women. Realization of the aim will also answer to the question – whether these measures are effective?

Translated by Joanna Czarnecka

Keywords: women's entrepreneurship, good practices

JEL Codes: A1, J4