Hanna MIZGAJSKA*

Szanse i ograniczenia rozwoju przedsiębiorczości kobiet w Polsce

Wstęp

W krajach postsocjalistycznych Europy Środkowej i Wschodniej niewiele jest publikacji z zakresu przedsiębiorczości kobiet w przeciwieństwie do USA i krajów Unii Europejskiej.

Małe zainteresowanie nauki odrębnością w podejmowaniu i prowadzeniu przez kobiety działalności na własny rachunek, może mieć swoje źródło w sytuacji politycznej i gospodarczej oraz w uwarunkowaniach kulturowych. W ekstenzywnej gospodarce socjalistycznej był sztucznie kreowany popyt na pracę, w tym także kobiet.

W okresie transformacji na skutek bankructwa wielu przedsiębiorstw aktywność zawodowa kobiet gwałtownie zmniejszyła się. Mniejsza konkurencyjność kobiet na rynku pracy spowodowana jest macierzyństwem oraz dużym obciążeniem obowiązkami domowymi. Sposobem na rosnące bezrobocie kobiet może być zakładanie własnych firm.

Podjęte w niniejszym tekście pytanie badawcze dotyczy motywów zakładania firm przez kobiety oraz czynników utrudniających podejmowanie decyzji o założeniu firmy, a następnie jej prowadzenia.

Problematyka przedsiębiorczości kobiet została przedstawiona na tle tendencji w zatrudnieniu kobiet w państwach UE i Polski.

Tendencje w zatrudnieniu kobiet w Polsce na tle Unii Europejskiej

Przedsiębiorczość i przedsiębiorca, to terminy, które stosunkowo niedawno powróciły do codziennego słownictwa. Według [Słownika języka polskiego, 1979] przedsiębiorczość to „zdolność do tego, aby być przedsiębiorczym; posiadanie ducha inicjatywy; obrotność, rzutkość, zaradność. Natomiast przedsiębiorca zdefiniowany jest „jako człowiek, który prowadzi jakieś przedsiębiorstwo na własny rachunek, właściciel przedsiębiorstwa; fabrykant, przemysłowiec”. W literaturze zachodniej przedsiębiorczość opisuje się najczęściej przez pryzmat cech osobowych przedsiębiorcy, jego systemu wartości, motywacji i rzeczywistych zachowań. Ważna jest przy tym umiejętność podejmowania ryzyka, wiążąca się z samodzielną działalnością, nowatorstwo, inicjatywa, oryginalność i silna motywacja sukcesu.

* Autorka jest pracownikiem Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. Artykuł wpłynął do redakcji w czerwcu 2004 r.

Przedsiębiorczość kobiet i podejmowanie przez nie pracy na własny rachunek stanowi skuteczną drogę przeciwdziałania bezrobociu.

Według danych [Employment in Europe 2003] w latach 1995-2001 w krajach UE nastąpił znaczny wzrost zatrudnienia kobiet (o 3,6%) w porównaniu do zatrudnienia mężczyzn (0,4%). Wzrost ten dotyczył szczególnie kobiet w przedziale wiekowym od 25-54 lat. Wskaźnik zatrudnienia kobiet w krajach EU w 2001 roku wynosił 60,2% i był niższy od wskaźnika zatrudnienia mężczyzn (78,3%). Na szczególną uwagę zasługuje wzrost zatrudnienia kobiet w krajach o niskiej aktywności zawodowej, takich jak np. Grecja, Hiszpania i Irlandia. Wraz ze wzrostem zatrudnienia spada wskaźnik bezrobocia kobiet w krajach UE. Wskaźnik bezrobocia kobiet w UE spadł o 2,1 punktu w latach 1999-2002. W 2002 roku wskaźnik bezrobocia kobiet w UE wyniósł 8,7% i był wyższy od wskaźnika bezrobocia wśród mężczyzn (6,9%). Najwyższy wskaźnik bezrobocia kobiet występował w Hiszpanii (17%), Grecji (15%) i Włoszech (13%). Wysokie bezrobocie w tych krajach związane jest z niską aktywnością zawodową kobiet wynikającą z preferencji kulturowych. Najniższy wskaźnik bezrobocia kobiet zanotowano w Luxemburgu (3,3%), Holandii (3,7%) i Austrii (4,2%). Najciekawszy jest przykład Portugalii, która zmniejszyła wskaźnik bezrobocia do 6,0%. W Portugalii z powodu emigracji zarobkowej zmniejszyła się podaż męskiej siły roboczej. Przy czym wejście Portugalii do Unii Europejskiej spowodowało, że kobiety chętnie przyjmowano i akceptowano w zawodach zdominowanych przez mężczyzn.

W krajach Europy Środkowej i Wschodniej poziom aktywności zawodowej kobiet w gospodarce centralnie planowanej był stosunkowo wysoki. W ekstenzywnej gospodarce socjalistycznej zgłaszano zapotrzebowanie na siłę roboczą w tym także pracę kobiet. Ponadto przepisy prawne dotyczące ochrony macierzyństwa oraz stosunkowo dobrze rozwinięta sieć żłobków i przedszkoli sprzyjało łączeniu obowiązków rodzinnych i pracy zawodowej.

W okresie transformacji na skutek bankructwa wielu przedsiębiorstw aktywność zawodowa ludności, w tym kobiet, gwałtownie zmniejszyła się. W Polsce wg GUS współczynnik aktywności zawodowej kobiet w 1988 roku wynosił 57,0% a w 2002 – 49,2%. Według danych Employment in Europe 2003 w 2002 r. wskaźnik zatrudnienia kobiet był najniższy w Polsce, Bułgarii i na Węgrzech. Polska obok Bułgarii, Słowacji charakteryzuje się najniższą aktywnością zawodową kobiet w tej grupie państw oraz najwyższym wskaźnikiem bezrobocia wśród kobiet. Wskaźnik bezrobocia kobiet w Polsce w 2002 roku kształtował się na poziomie 22% [Aktywność ekonomiczna ludności Polski, Warszawa, 2003, GUS].

Porównując wielkość zatrudnienia kobiet w Polsce z danymi z UE uważa się, że główne różnice dotyczą zatrudnienia kobiet w niepełnym wymiarze czasu pracy. W Polsce 8,6% kobiet jest zatrudnionych w niepełnym wymiarze czasu pracy. W UE 24% ogółu zatrudnionych stanowią kobiety pracujące w niepełnym wymiarze czasu pracy [Employment in Europe, 2003].

Przedsiębiorczość kobiet najlepiej ilustrują wskaźniki samozatrudnienia. Według *Community Labour Force Survey* z 2001 roku średni wskaźnik samozatrud-

nienia kobiet w UE wynosił 28%, a dla porównania w USA i w Kanadzie – 35%. W latach od 1995-2001 samozatrudnienie kobiet w UE umiarkowanie zwiększyło się. Trend ten jednak nie był jednakowy we wszystkich państwach Unii. W Danii i Portugalii nastąpiło zmniejszenie liczby kobiet pracujących na własny rachunek. Istotny wzrost nastąpił we Francji, Niemczech, Holandii i Hiszpanii. Przy czym udział kobiet wśród otwierających własne firmy w przemyśle był niski i wynosił 11% natomiast zdecydowanie wyższy był w usługach – 34%.

W Polsce wg GUS w 2002 roku kobiety stanowiły 30,6% wszystkich pracodawców i pracujących na własny rachunek oraz około 63% pomagających członków rodzin [Aktywność ekonomiczna ludności..., op. cit.]. Kobiety zdecydowanie częściej tworzyły miejsca pracy dla innych niż przedsiębiorstwa bez pracowników. W porównaniu do innych krajów wstępujących do UE wskaźnik ten jest niższy od Litwy, Łotwy i Węgier.

Obserwowane dysproporcje między liczbą tworzonych firm przez kobiety i mężczyzn stanowią podstawę do formułowania hipotezy o istnieniu barier utrudniających rozwój przedsiębiorczości kobiet. Pierwsze ograniczenia mogą wystąpić na etapie decyzji o założeniu własnej firmy.

Motywy zakładania własnych firm przez kobiety

W literaturze istnieje podział na czynniki zewnętrzne i wewnętrzne, które skłaniają do zakładania własnych firm. Za przyczyny zakładania własnych firm przyszli przedsiębiorcy przede wszystkim wskazywali na sprzyjające okoliczności na rynku, a rzadziej na rolę tradycji rodzinnych, przykładów rodziców czy układów rodzinnych.

Wykres 1. Czynniki zewnętrzne wpływające na decyzje o założeniu własnej firmy

Źródło: [Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000-2001, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2002, s. 290]

Dla kobiet ważnym motywem dla założenia własnej firmy był brak innych możliwości pracy (41%) oraz brak pracy (34%) (wykres 1). Badania Demoskopu z 2001 roku potwierdzają wyniki badań prowadzonych przez Lisowską w latach 1995-1996 w Polsce, na Ukrainie i na Litwie. Wg [Lisowskiej, 2001] problem bezrobocia był bardziej dotkliwy w Polsce niż w innych krajach. Zagrożenie bezrobociem jako motywacja założenia własnej firmy była tym częściej deklarowana im krótszy był okres istnienia firmy. W Polsce tylko 10% kobiet, które zakładały firmę przed 1989 rokiem wskazywały na tę motywację, natomiast podawało ją aż 46% spośród kobiet, które zakładały firmę w 1994 lub 1995 roku. Trzeba podkreślić, że kobiety z wykształceniem średnim trzy razy częściej niż z wykształceniem wyższym wskazywały na ważność tego czynnika. Równocześnie, wg badań Demoskopu z 2001 roku, co trzecia respondentka wskazuje, obok braku innych możliwości pracy, na sprzyjające okoliczności na rynku jako na powód założenia własnej firmy. Takie optymistyczne podejście jest jednak u kobiet rzadsze niż u mężczyzn. Na uwagę zasługuje odsetek kobiet, które częściej od mężczyzn za przyczyny założenia własnej firmy podawały przykład rodziców lub układy rodzinne. Wydaje się, że w miarę rozwijania się gospodarki rynkowej nowe wzorce kulturowe w rodzinie preferujące pracę „na swoim” będą częściej motywować do rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej.

Do czynników, które zaklasyfikowano jako wewnętrzne, należą czynniki związane z cechami osobowości przedsiębiorcy, a wśród nich: dążenie do samodzielności, potrzeba godziwych zarobków, wewnętrzna potrzeba działania, chęć udowodnienia wartości, skłonność do ryzyka, osobista kreatywność.

Wykres 2. Czynniki wewnętrzne wpływające na decyzje o założeniu własnej firmy

Źródło: [Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000-2001, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2002, s. 291]

Z cytowanych badań Demoskopu (wykres 2) wynika, że motywacje kobiet i mężczyzn są podobne. Najważniejsze czynniki przy założeniu własnej firmy to dla obu grup: dążenie do samodzielności, potrzeba godziwych zarobków, chęć udowodnienia własnej wartości i skłonność do ryzyka. Badanie Demoskopu w zakresie wpływu czynników wewnętrznych potwierdza wyniki pracy Lisowskiej z 1995 roku. W obu badaniach motywacje do zakładania własnych firm były podobne. Różnice dotyczyły chęci udowodnienia własnej wartości. Czynniki te, szczególnie w badaniach Lisowskiej, były wyraźnie częściej deklarowane przez kobiety niż przez mężczyzn, co mogłoby potwierdzać tezę, że kobieta wciąż musi się bardziej starać niż mężczyzna, by osiągnąć satysfakcjonującą pozycję społeczną.

Motywacje do założenia własnej firmy w Polsce porównano z wynikami badań w Wielkiej Brytanii [Elliot, Weller, Cooney, 2001]. Również dla kobiet w Wielkiej Brytanii najważniejszą motywacją jest potrzeba samodzielności, chęć sprostania wyzwaniu oraz osiągnięcie wyższych zarobków. Natomiast mniejsze znaczenie ma obawa przed bezrobociem. Ponadto zdecydowanie mniejszy odsetek kobiet aniżeli mężczyzn deklarował jako przyczynę założenia firmy chęć użycia najnowszych technologii oraz uzyskania wyższych zarobków.

Przedsiębiorczość kobiet w różnych branżach

Segregacja zawodowa jest jedną z przyczyn osiągania przez kobiety niższych dochodów. W krajach UE 10% kobiet zatrudnionych na najwyższych stanowiskach w firmie otrzymuje średnio o 35% niższe wynagrodzenie od mężczyzn na tych samych stanowiskach [Employment in Europe, 2000]. Wg Employment in Europe 2003 wynagrodzenie kobiet w krajach UE jest przeciętnie o 16% niższe od mężczyzn. W Polsce jest to szczególnie widoczne w tzw. zawodach sfeminizowanych, jak: ochrona zdrowia i opieka socjalna i edukacja. Jeżeli bierze się pod uwagę tę samą grupę zawodową np. nauczycieli to okazuje się, że zarobki kobiet stanowią 85% zarobków mężczyzn [Lisowska, 2001]. Z kontroli przeprowadzonej przez Państwową Inspekcję Pracy w 1999 roku wynikało, że kobiety jako szefowe w 1998 zarabiały mniej o 3% od mężczyzn, a w 1999 roku już 13% mniej od mężczyzn [Mazur, 2001]. Dane wskazują na dyskryminację kobiet, która zaczyna się już w momencie rekrutacji (45% ogłoszeń o pracy kierowanych jest do mężczyzn, 25% do kobiet, a 30% ogłoszeń nie wskazuje płci).

W świetle tych liczb uważa się, że założenie własnej firmy jest dla kobiet łatwiejsze niż zdobycie wyższego stanowiska kierowniczego w innej firmie. Dodatkowym argumentem na rzecz zakładania własnych firm jest fakt, że kobiety – właścicielki (7531 zł) zarabiają więcej niż kobiety – menedżerowie (6506 zł) [Lisowska, 2000].

Według *Raportu o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000-2001* liczba kobiet przedsiębiorców jest bardzo niska. Kobiety kierujące własnymi przedsiębiorstwami stanowiły 20% wśród kierującymi fir-

mami mikro tzn. firm zatrudniających do 9 pracowników. W firmach małych, zatrudniających od 10 do 49 pracowników firmy prowadzone przez kobiety stanowiły 6% ogółu przedsiębiorstw. W grupie firm średnich i dużych, zatrudniających powyżej 49 pracowników, kobiety były prawie nieobecne (wykres 3).

Wykres 3. Wielkość firmy a płeć właściciela

Źródło: [Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000-2001, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2002, s. 289]

Wielkości te wskazują na małą skalę aktywności polskich kobiet jako szefów – pracodawców małych i średnich firm.

Z pracy [Mazur, 2001] wynika, że na podjęcie własnej działalności decydują się kobiety w wieku 35-45 lat o wykształceniu średnim zawodowym (około 40%) lub wyższym (około 10%). Kobiety, które były wcześniej bezrobotne zakładają własne firmy w przedziale wiekowym od 40-50 lat. Większość z nich ma wykształcenie średnie techniczne – 52,7% i aż 30% wykształcenie wyższe. Do czasu pobierania zasiłku dla bezrobotnych część z nich pracowała na stanowiskach kierowniczych. Wg [Lisowskiej, 2001] w zbiorowości właścicieli firm zwraca uwagę stosunkowo wysoki udział kobiet stanu wolnego – 25% (przeważnie panien i rozwódek, rzadziej wdów), wyższy niż dla ogółu pracujących kobiet.

Na podstawie danych GUS można sformułować tezę o utrzymywaniu się w Polsce charakterystycznego podziału w działalności gospodarczej na branże preferowane przez kobiety oraz branże będące domeną mężczyzn.

Przykłady typowo „kobiecej” działalności gospodarczej to: handel artykułami spożywczymi (74% to kobiety), handel odzieżą (82%), kwaciarnie (79%), apteki (100%), handel wielobranżowy (67%), usługi kosmetyczne, fryzjerskie (prawie 100%) [Raport o stanie..., 2002].

Branże, w których przeważają kobiety, to: biura rachunkowe, agencje reklamowe, agencje nieruchomości oraz biura turystyczne. Z kolei branże, w których dominują mężczyźni, to: branża motoryzacyjna, serwis techniczny, prowadzenie remontów, prowadzenie prac budowlanych i stolarskich. Kobiety coraz częściej i aktywniej działają w bardzo dynamicznych i trudnych branżach, takich jak turystyka, handel nieruchomościami i branża reklamowej, co jest sprzeczne ze stereotypowym poglądem o niechęci kobiet przedsiębiorców do podejmowania ryzyka i prawdziwych wyzwań tzw. wielkiego biznesu. W ostatnim okresie rozwija się również przedsiębiorczość kobiet wiejskich głównie w dziedzinie handlu, usług rolniczych i turystycznych, a także przetwórstwa rolno-spożywczego. Przedsiębiorczość wiejska w coraz większym stopniu jest nastawiona na agroturystykę. Coraz więcej gospodarstw wiejskich przyjmuje „letników”. W 1992 roku taką działalność rozpoczęło 500 gospodarstw, a w 1995 roku już 2000. Kobiety wiejskie są szefami przedsiębiorstw zajmujących się przetwórstwem owocowo-warzywnym, produkcją tworzyw sztucznych, a także prowadzą szkoły jeździeckie.

Modele zarządzania firmami

W literaturze zachodniej dotyczącej zarządzania firmami przez kobiety i mężczyzn ścierają się dwa poglądy [Chaganti, 1986]. Część autorów na podstawie przeprowadzonych badań udowadnia, że sposób zarządzania firmą przez kobiety jest inny aniżeli mężczyzn. Tłumaczą to faktem zróżnicowanych przyczyn założenia firmy przez kobiety, innej charakterystyki osobowości, sił i słabości jako liderów firm. W ślad za tym powstał tzw. kobiecy model strategicznego zarządzania (tablica 1). Inni twierdzą, że sposób zachowania kobiet i mężczyzn jako przedsiębiorców jest bardzo podobny. Wyniki badań tych autorów sugerują, że strategiczne zarządzanie w przedsiębiorstwie prowadzonym przez kobiety jest takie same jak w przedsiębiorstwie, którego właścicielem jest mężczyzna. W związku z tym charakterystyka przedsiębiorczości kobiet i mężczyzn jest taka sama, rosnące firmy mają te same wyzwania, podobne problemy i możliwości. Na zasadzie kontrastu dla kobiecego modelu zarządzania wyróżniono przedsiębiorczy model zarządzania, który sugeruje, że kobiety – właścicielki przedsiębiorstw w ten sam sposób, co przedsiębiorczy mężczyźni, zarządzają firmami. Dla obu modeli zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwach prowadzonych przez kobiety opisano elementy tego zarządzania, takie jak: wspólne wartości dla prowadzonego biznesu, strategia biznesu, sposób finansowania, pracownicy i ich umiejętności, styl kierowania i wyniki.

W kobiecym modelu zarządzania dominują wartości dla biznesu konserwatywne tj. zorientowane na przetrwanie, a nie na rozwój i osiągnięcie wysokich zysków. Kobiety zakładają swoje firmy w branżach usługowo-handlowych uznawanych za „kobiece” np. salony piękności, małe sklepy, restauracje, usługi pielęgniarstwa i dietetyczne oraz agencje nieruchomości. Cele ekonomiczne

biznesu leżą między „osiągnięciami osobistymi” a „bycie swoim szefem”. W strategii marketingowej szukają małych lokalnych nisz rynkowych i preferują usługi. Często niski kapitał firmy nie pozwala na jej rozwój. Tradycyjne sposoby zarządzania finansami są oparte na braku systemu informacyjnego i monitoringu finansowego. Firmy te nie korzystają z konsultingu. Ponadto ich styl zarządzania oparty jest raczej na emocji, intuicji i zorientowaniu na ludzi aniżeli odnoszący się do wyników.

Tablica 1

Modele zarządzania firmami

Kobięcy model zarządzania	Przedsiębiorczy model zarządzania
• umiarkowane nastawienie na zysk	• agresywne nastawienie na zysk
• celem osobista satysfakcja	• celem wzrost firmy
• sprzedają produkty na lokalnej niszy rynkowej	• sprzedają zdywersyfikowane produkty na dużych rynkach
• niski kapitał	• w miarę wzrostu kapitał pożyczony
• słabe zarządzanie finansami, nie korzystają z konsultingu	• zatrudniają ekspertów
• styl kierowania przyjazny, zorientowany na załogę	• wraz ze wzrostem firmy profesjonalny styl kierowania, delegują zadania
• zyski i wzrost niskie	• zyski w miarę rozwoju firmy rosną

Źródło: [Chaganti, 1986]

Z kolei przedsiębiorczy model zarządzania zakłada, że zachowanie liderów firm jest niezależne od płci. Część kobiet zakłada swoje przedsiębiorstwa w branżach uznawanych za tradycyjnie męskie, jak: budownictwo, produkcja, transport, komunikacja, finanse, ubezpieczenia i wycena nieruchomości. Są to branże, które wymagają wysokich kwalifikacji. Kobiety i mężczyźni mają ten sam „męski” styl podejmowania decyzji w firmie i zorientowani są na osiągnięcie celów nakierowanych na osiągnięcie sukcesów. Kobiety-przedsiębiorcy, tak samo jak ich koledzy, posiadają ten sam profil przedsiębiorcy. Wyraża się on wysoką motywacją, dużą samodzielnością, agresywnością, niezależnością, zorientowaniem na cel i przywództwo. Celem firmy jest jej wzrost. Tak jak w innych firmach, przedsiębiorcze kobiety zaczynają od kilku zatrudnionych, od małych zasobów i usiłują przetrwać. Firmy te realizują strategię opartą na sprzedaży zdywersyfikowanych produktów na dużych rynkach. W miarę wzrostu biznesu, co dzieje się dzięki pożyczonemu kapitałowi, zatrudnianiu ekspertów i osiąganiu wyższej rentowności właścicielki dążą do zaadoptowania agresywnej strategii i wprowadzenia bardziej formalnych struktur i systemów, takich jak: planowanie cash – flow, kontrolę dochodów i zapasów. Wprowadzają profesjonalny styl kierowania, delegują zadania i zatrudniają wyszkolonych pracowników na pełen etat do zarządzania rutynowymi operacjami. W miarę rozwoju firmy rosną zyski. Planowanie i budżetowanie stają się podstawowymi czynnościami przy zwróconej uwadze na długoterminową strategię.

W Polsce brakuje badań, z których wynikałyby różnice w sposobie zarządzania przedsiębiorstwami przez kobiety i mężczyzn. Jedne z niewielu badań

korespondujących z tą tematyką są badania prowadzone w latach 1994-1995 przez Zapalską wśród 40 kobiet i 150 mężczyzn [Zapalska, 1997]. Z jej opracowania wynikało, że kobiety najczęściej zakładały swoje firmy w branży komputerowej, doradztwie, sprzedaży i reklamie. Natomiast mężczyźni w branżach uważanych tradycyjnie za „męskie” tzn. w produkcji, dystrybucji i budownictwie. Kobiety przy wyborze profilu firmy kierowały się swoim doświadczeniem z wcześniejszej pracy w przedsiębiorstwach państwowych pracując w administracji, dziale sprzedaży, marketingu czy reklamie.

Na pytanie o cele prowadzonego przedsięwzięcia, prawie 99% ankietowanych mężczyzn odpowiedziało, że rozpoczynali swoją przedsiębiorczą działalność w celu osiągnięcia zysku w krótkim okresie czasu (tablica 2). Osiągnięcie tego celu nie wymaga akumulacji kapitału i zwiększonych inwestycji. Większość kobiet (89%), w przeciwieństwie do mężczyzn, za cel prowadzonej firmy wyznaczyło sobie osiągnięcie zysków w dłuższym okresie czasu. Takie podejście do biznesu wymaga większych funduszy na akumulację kapitału. Według badań cytowanej autorki właścicielki firm (92% odpowiedzi), aby osiągnąć swój cel zwracają większą uwagę od ankietowanych mężczyzn (32% odpowiedzi), na wdrażanie innowacji i wprowadzenie nowego produktu i usługi jako czynników gwarantujących sukces firmie.

Tablica 2

Cele nowo utworzonych firm

Cele	Kobiety	Mężczyźni
	Odpowiedzi w %	
Długoterminowe zyski	89	12
Osiąganie zysków w krótkim okresie	59	99
Podział zysku:		
Zwiększenie obrotu	75	57
Kupno środków trwałych	25	15
Inwestycje poza firmą	17	15
Konsumpcja	5	38
Inne	0	5

Źródło: [Zapalska, 1997]

Na podstawie wycinkowych badań Zapalskiej trudno powiedzieć, jaki model strategicznego zarządzania prezentują polskie przedsiębiorstwa prowadzone przez kobiety. Można natomiast sugerować, że część z nich to firmy, zawierające elementy przedsiębiorczego zarządzania.

Ograniczenia dla przedsiębiorczości kobiet w Polsce

Na podstawie wyników badań prowadzonych przez *Demoskop* w 2001 r. wśród przedsiębiorców wyodrębnia się bariery: organizacyjne, ekonomiczne, edukacyjne i społeczno-kulturowe [Raport o stanie..., 2002]. Ważność i hierar-

chia tych barier została zbadana przy zakładaniu firm oraz w trakcie prowadzenia przedsiębiorstwa.

Wykres 4. Najczęściej deklarowane bariery spotykane przy zakładaniu firmy

Źródło: [Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2000-2001, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2002, s. 292]

Do barier, które najczęściej kobiety – przedsiębiorcy deklarowały jako nie-sprzyjające założeniu firmy, należały bariery organizacyjne związane z polityką państwa i finansowe (wykres 4). Do barier organizacyjnych (61%) zalicza się nadmiar spraw administracyjnych związanych z otwarciem firmy. Z polityką państwa związane są niejasne przepisy prawne (53%) oraz brak reguł rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw (49%) rozumianych jako brak jasnej polityki państwa dla tego sektora. Dopiero na kolejnym miejscu znalazły się bariery związane z brakiem środków finansowych (43%) i brakiem kapitału początkowego (41%) często uważane za główną barierę przedsiębiorczości. Interesującym wydaje się fakt, że wszystkie z wymienionych barier są rzadziej wymieniane przez kobiety aniżeli przez mężczyzn.

Wykres 5. Najczęściej deklarowane bariery ekonomiczne spotykane przy prowadzeniu firmy

Źródło: [Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2000-2001, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2002, 293]

Z kolei do barier związanych z prowadzeniem przedsiębiorstwa należą bariery ekonomiczne, edukacyjne i społeczne (wykres 5).

Spośród barier ekonomicznych występujących w trakcie prowadzenia przedsiębiorstwa najbardziej dotkliwe są wysokie podatki (76% kobiet). Wysokie podatki powodują, zdaniem właścielek firm – rozwijanie się szarej strefy i ograniczenie rozwoju legalnych firm. Kolejna bariera to nadmiar spraw administracyjnych (66%). Badane właścicielki firm podkreślały nadmiar biurokracji w przedsiębiorstwach będący wynikiem np. obecnego kodeksu pracy, który nakłada na pracodawcę wiele czasochłonnnych obowiązków. Duża konkurencyjność firm jest szczególnie odczuwana przez kobiety (68%). Ta bariera związana jest z trudnym dostępem do innowacji. Dzisiejsze wymagania związane z konkurencją na rynku obligują do wprowadzania nowych technologii. Bardzo ważną barierą jest mała płynność finansowa (61%) związana z zatorami płatniczymi. Trudności w ściąganiu należności i niewydolność w tym zakresie polskich sądów to często powtarzane zagrożenia dla funkcjonowania ma-

łych firm. W przypadku barier ekonomicznych zauważa się prawidłowość, że kobiety bardziej aniżeli mężczyźni odczuwają niedogodności powstałe podczas prowadzenia firm.

Przedsiębiorcy najczęściej twierdzą, że przeszkadza im w działaniu brak wiedzy prawniczej i ekonomicznej. Przy czym ten niedostatek jest bardziej odczuwalny przez kobiety aniżeli mężczyzn. W przypadku barier edukacyjnych najwięcej kobiet – właścielek przedsiębiorstw przyznaje się do nieznanomości prawa podatkowego (52%), niewystarczającej wiedzy z zakresu rachunkowości i księgowości (44%) oraz prawa pracy (40%) (wykres 6). Z braku wiedzy związanej z funkcjonowaniem firmy wynikają potrzeby dokształcania się z wykorzystaniem różnych form, jakie są oferowane przez rynek. Przeszkodą w korzystaniu ze szkoleń jest ich stosunkowo wysoki koszt i trudność w wyborze właściwej oferty. Sytuacja od 2004 roku pogorszy się, bo Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) wycofała się z refundacji szkoleń z zakresu zarządzania małą firmą. Jednocześnie niewiele jest szkoleń kierowanych specjalnie do kobiet.

Wykres 6. Najczęściej deklarowane bariery edukacyjne uświadamiane w trakcie prowadzenia firmy

Źródło: [Raport o stanie małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2000-2001, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2002, s. 294]

W odróżnieniu od barier organizacyjnych, ekonomicznych i edukacyjnych bariery społeczno-kulturowe dotyczą tylko kobiet. Bariery związane z płcią dotyczą kwestii dyspozycyjności w pracy, predyspozycji do prowadzenia firmy i umiejętności związanych z prowadzeniem danej branży. Przysłowiowa mniejsza dyspozycyjność kobiet związana jest z pełnieniem przez nie obowiązków żony i matki. Przyzwolenie społeczne na aktywność zawodową i osiąganie sukcesów na tym polu występuje pod warunkiem, że nie odbywa się to kosztem wywiązywania się z obowiązków domowych i rodzinnych. W Polsce wciąż powszechny jest pogląd, że w sytuacji gdy brakuje miejsc pracy, większe do nich prawo mają mężczyźni niż kobiety. Z tym stwierdzeniem wg badań [Lisowskiej, 2001] zgadza się 55% społeczeństwa w tym 58% mężczyzn i 52% kobiet, oraz 73% przedstawicieli elit politycznych i 57% – elit gospodarczych. Dla porównania w Szwecji udział osób zgadzających się z tym poglądem nie przekracza 10%, w Norwegii – 17%, a w USA – 26%.

W praktyce we wszystkich niemal krajach mamy do czynienia z trudno uchwytnymi przeszkodami, które blokują kobietom dostęp do rynku pracy i stanowisk kierowniczych. Te niewidzialne przeszkody tzw. szklany sufit (glass ceiling) można scharakteryzować jako [Lisowska, 2001]:

- brak społecznego poparcia dla zajmowania przez kobiety stanowisk kierowniczych,
- występowanie nieformalnych zasad doboru na takie stanowiska: zasady te preferują mężczyzn ulokowanych w sieci kontaktów zawodowych i politycznych,
- uwarunkowane kulturowo przyzwyczajenie, że to kobiety opiekują się dziećmi i zajmują domem, a mężczyźni zarabiają pieniądze, kierują i rządzą.

Uwarunkowania kulturowe są trudne do niwelowania, dlatego w niektórych krajach (głównie skandynawskich) wprowadzono przepisy mające na celu przeciwdziałanie gorszemu traktowaniu kobiet na rynku pracy. Dotyczy to zarówno płac za pracę równej wartości, jak i równego dostępu do awansu. Prawodawstwo Unii Europejskiej dopuszcza wprowadzenie środków zapewniających określone korzyści dla płci niedostatecznie reprezentowanej w danej dziedzinie życia gospodarczego czy politycznego.

Bibliografia

- Aktywność ekonomiczna ludności Polski, 2003 Warszawa, GUS.
- Benchmarking enterprise policy, Result from the 2002 scoreboard, Commission staff working document, [2002], SEC (2002) 1213, European Commission.
- Chaganti R., [1986], *Management in women – owned enterprises*, Journal of Small Business Management, October.
- Elliot C., Weller P., Cooney T., [2001], *The Small Business Service's research agenda on female entrepreneurship*, [w:] Technology – Education – Enterprise 2001, An Enterprise Odyssey, 31st European Small Business Seminar, Dublin, Irland 12 th – 14th September.
- Employment in Europe, [2000], European Commission, Directorate – General for Employment and Social Affairs, Unit A.1.

- Employment in Europe*, [2003], European Commission, Directorate – General for Employment and Social Affairs, Unit A.1.
- Lisowska E., [2000], *Style zarządzania polskich kobiet menedżerów w świetle wyników badania ankietowego*, Zeszyty Naukowe Kolegium Gospodarki Światowej SGH, nr 8 Warszawa.
- Lisowska E., [2001], *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej*, SGH, Warszawa, s. 117.
- Mazur B., [2001], *Kobiety w polskim biznesie*, [w:] *Przedsiębiorczość kobiet – wyzwanie XXI wieku*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok, praca pod red. Barbary Kożuch.
- Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2000-2001*, [2002], Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa.
- Słownik języka polskiego*, [1979], PWN, Warszawa s. 968.
- Zapalska A., [1997], *A profile of women entrepreneurs and enterprises in Poland*, *Journal of Small Business Management*, October.

OPPORTUNITIES AND BARRIERS TO DEVELOPMENT OF FEMALE ENTREPRENEURSHIP

Summary

Unlike the USA and the European Union Member States, in the post-communist countries of Central and Eastern Europe publications on female entrepreneurship are scarce. Limited interest on the part of researchers in specific reasons for taking up and conducting business activity by women was partly due to the political and economic situation. In an extensive socialist economy there was high demand for labour, including female labour. It was also the maternity protection legislation and a relatively well developed network of day nurseries and kindergartens which contributed to combining family responsibilities with employment.

In the transition period, due to bankruptcy of many enterprises women's economic activity declined dramatically. Establishment of own businesses by women is an alternative to growing unemployment.

The article investigates reasons for setting up own firms by women in Poland, conditions influencing decisions on establishment of business, and obstacles to running companies. The obstacles to business activity have been divided into economic, educational, social and cultural ones. An analysis of these factors is preceded by a presentation of characteristics of fields of women's business activity in Poland, as well as "female business" strategy and managerial methods.

The issues of female entrepreneurship have been presented against the background of trends in female employment in the EU Member States and in Poland.