

## Płeć a motywacje przedsiębiorcze oraz podejmowane przez mikroprzedsiębiorców decyzje zarządcze

Nadesłany: 08.07.15 | Zaakceptowany do druku: 09.10.15

**Julita E. Wasilczuk\***

Większość doniesień literaturowych z badań nad wpływem płci na funkcjonowanie przedsiębiorstw wskazuje na gorsze wyniki kobiet w tym obszarze – zarówno pod względem liczby kobiet w biznesie, jak i osiągnięć firm prowadzonych przez kobiety. Badania te jednak często nie uwzględniają różnic w wielkości początkowej firm, nie biorą także pod uwagę celów i planów ich właścicieli. W wielu wypadkach te ostatnie nie są znane, analiza danych wtórnych uzyskiwanych z takich źródeł jak urzędy statystyczne nie uwzględnia bowiem opinii, odczuć, postrzegania, motywacji, co w dużym stopniu wpływa na funkcjonowanie firm. Biorąc pod uwagę przegląd literatury, zaproponowano model wpływu płci na działalność gospodarczą. Postawiono trzy hipotezy badawcze, które poddano weryfikacji na podstawie badań panelowych przeprowadzonych na 280 przedsiębiorstwach (w roku 2009 i 2012) w ramach Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego.

**Słowa kluczowe:** przedsiębiorczość kobiet, mikroprzedsiębiorstwo, motywacje.

## Entrepreneurial Motivations and Management Decisions Versus Gender in Micro-Firms

Submitted: 08.07.15 | Accepted: 09.10.15

Most literature and empirical studies on the gender effect on the functioning of enterprises indicate underperformance of women in this area, both in terms of the number of women in business and the achievements of companies run by women. These studies, however, often do not take into account differences in the initial size of the companies or the objectives and plans of their owners. In many cases the latter are not known because the analysis of secondary data obtained from statistical offices does not cover feelings, perceptions, motivations which largely affect the functioning of companies. After a short literature review the model of the impact of gender on economic activity was proposed. Within this model, three hypotheses were verified on the basis of panel research conducted among 280 enterprises (2009 and 2012) as part of the Pomeranian Economic Observatory.

**Keywords:** women entrepreneurship, microenterprises, motivations.

**JEL:** L21, L 25, L26

---

\* **Julita E. Wasilczuk** – dr hab., Politechnika Gdańska, Wydział Zarządzania i Ekonomii.

Adres do korespondencji: Politechnika Gdańska, ul. Narutowicza 11/12, 80-233 Gdańsk; e-mail: jwas@zie.pg.gda.pl.

## 1. Wprowadzenie

Wpisanie prostego hasła *women entrepreneurs* lub *women entrepreneurship* w jednej z największych baz internetowych EBSCO wskazuje 483 artykuły opublikowane w czasopismach naukowych w latach 2010–2015 (dane z kwietnia 2015 r. dotyczą publikacji pełnotekstowych w czasopismach naukowych), z czego w dwóch głównych czasopismach dotyczących przedsiębiorczości (*Etnrepreneurship Theory and Practice* oraz *Journal of Business Venturing*) opublikowano 71 artykułów na ten temat. Nie jest to duża liczba, zważywszy na liczbę doniesień medialnych, specjalne sesje tematyczne na konferencjach czy programy pomocowe, które mają przyczynić się do zwiększenia wykorzystania zasobu, jakim są kobiety w gospodarce. Należy także zaznaczyć, że istniejące koncepcje teoretyczne dotyczące przedsiębiorczości nie tłumaczą różnic, jakie występują w firmach prowadzonych przez przedsiębiorców różnej płci, co świadczy o konieczności podejmowania tego typu badań. Wiele ukazujących się artykułów dotyczy krajów rozwijających się (Indie, Peru, kraje Afryki, np. Nigeria, Tanzania) oraz takich, w których przedsiębiorczość kobiet jest raczej działaniem marginalnym (kraje arabskie). Znaczna część artykułów opisuje finansowanie działalności przedsiębiorczej oraz wsparcie, często w postaci *coachingu* lub grup samopomocowych. W polskiej literaturze temat przedsiębiorczości kobiet też nie jest często poruszany, chociaż można zaobserwować dużo portali o charakterze wspierającym kobiety prowadzące lub zamierzające rozpocząć działalność gospodarczą.

Przedsiębiorczość, jak zresztą wiele innych obszarów funkcjonowania, jest jednak cały czas postrzegana jako zjawisko męskie, zarówno na świecie, jak i w Polsce (np. Bullogh, 2013). Nie zmienia tego nawet fakt, że w Polsce udział kobiet przedsiębiorczyń od wielu lat utrzymuje się na jednym z najwyższych poziomów w Europie, powstają artykuły na ten temat, powoływane są gremia i realizowane projekty, które tę przedsiębiorczość mają wspierać. Z drugiej strony nie prowadzi się badań specjalnie poświęconych przedsiębiorczości mężczyzn jako odrębnej grupie, jeżeli już to występuje ona jako grupa porównawcza dla badanych kobiet (analiza artykułów opublikowanych w dwóch czołowych periodykach wymienionych powyżej nie wykazała prac poświęconych mężczyznom przedsiębiorcom).

Brak artykułów na temat przedsiębiorczości mężczyzn nie jest jednak niczym dziwnym, bowiem język opisujący przedsiębiorczość jest związany z typowo męskim światem. Stereotypowy przedsiębiorca to osoba odważna, skłonna ponosić ryzyko, twarda, często wyrachowana, bez reszty oddana swojej firmie, waleczna (Ahl, 2006). Jednocześnie, jak udowodniła Ahl w swojej przełomowej pracy na temat przedsiębiorczości kobiet, stereotyp kobiecości jest ewidentnie sprzeczny z działaniami podejmowanymi przez przedsiębiorców. Niektóre wyniki badań prowadzonych wśród kobiet przedsiębiorczyń pokrywają się z tym stereotypowym postrzeganiem kobiet. I tak, kobieca przedsiębiorczość jest opisywana jako mniej dynamiczna i bardziej

narażona na upadek (Verheul i Thurik, 2001), gorzej finansowana (Hart, Martiarena, Levie i Anyadike, 2011; Jennings i Brush, 2013), a same kobiety jako mniej przedsiębiorcze (Marlow i McAdam, 2013).

Analiza dotychczasowych badań prowadzonych na temat przedsiębiorczości kobiet skłania do wskazani czterech głównych ich nurtów: 1) stopnia zaangażowania kobiet i mężczyzn w działania przedsiębiorcze; 2) różnic w barierach, które napotyka każda z tych grup, ze szczególnym uwzględnieniem źródeł finansowania; 3) różnic lub podobieństw w sposobie zarządzania firmą i na koniec 4) różnic lub podobieństw w uzyskiwanych efektach działań przedsiębiorczych. Należy zaznaczyć, że czwarty z tych obszarów jest bezpośrednio związany z treścią pozostałymi, stąd też jego eksploracja pozwala na szersze spojrzenie na zagadnienie dotyczące różnic i podobieństw, uwzględniające także bariery, sposób zarządzania firmą czy stopień zaangażowania w jej działalność. W tabeli 1 zebrano główne wątki występujące w literaturze, z komentarzem odnoszącym się do zaobserwowanych różnic pomiędzy kobietami a mężczyznami w biznesie<sup>1</sup>.

Obszar	Różnice pomiędzy kobietami i mężczyznami w biznesie
Angażowania się w działalność gospodarczą	Kobiety w mniejszym stopniu angażują się w różne formy przedsiębiorczej aktywności – dotyczy to całego świata (GEM) i dotyczy to kobiet na każdym poziomie wykształcenia, także przedsiębiorczości akademickiej (Jennings i Brush, 2013). Udział kobiet w ogólnej liczbie przedsiębiorców w 28 krajach UE wynosi 31%, w Polsce 34%, najwięcej w Liechtensteinie – 43% (European Commission, 2014)
Bariery, w tym finansowe	W gospodarkach rynkowych, w krajach demokratycznych kobiety doświadczają takich samych barier ekonomicznych, natomiast w większym stopniu doświadczają barier instytucjonalnych, m.in. wynikających z braku lub niedostatecznej liczby placówek opiekuńczych dla dzieci, ale także ze strony instytucji nieformalnych (tradycyjne podejście do roli kobiety, postrzeganie przedsiębiorczości jako zajęcia męskiego) (Aidis, Welter, Smallbone i Isakova, 2007) wynikających z macierzyństwa (dostęp do opieki nad dziećmi). Firmy prowadzone przez kobiety są finansowane na niższym poziomie (Jennings i Brush, 2013), co może wynikać z mniejszych możliwości zabezpieczenia kredytu (Muravyev, Tálavera i Schafer, 2009; Sabarwal i Terrell, 2008), co może być efektem prowadzenia firm w usługach, które nie są kapitałochłonne (Verheul i Thurik, 2001), a niekiedy wynikać z dyskryminacji
Obierane strategie, czy też organizacja i praktyki zarządcze w firmach	Firmy kobiece częściej działają w usługach, rzadziej w produkcji, częściej są firmami prowadzonymi w domu, rzadziej eksportują (Jennings i Brush, 2013; Kyu Soo Ha i Sang Bum Kim, 2013; European Commission, 2014)
Uzyskiwane efekty działań przedsiębiorczych	Firmy kobiece są mniejsze pod względem zatrudnienia, przychodów (Sabarwal i Terrell, 2008) oraz kapitału (Muravyev, Tálavera i Schafer, 2009). Rosną wolniej. Nie ma jednoznacznych badań wskazujących na niższe prawdopodobieństwo przetrwania tych firm (Sabarwal i Terrell, 2008; Jennings i Brush, 2013; Kalnins i Williams, 2014)

Tab. 1. Główne wątki i spostrzeżenia dotyczące różnic pomiędzy kobietami a mężczyznami w biznesie. Źródło: opracowanie własne.

Przytoczone w tabeli informacje wskazują jednoznacznie na różnice w przedsiębiorczości kobiecej, w literaturze jednak można znaleźć także dowody na ich brak. I tak, badania nad różnicami w wynikach, celach, obieranych strategiach i praktykach zarządzania pomiędzy kobietami i mężczyznami (Chaganti i Parsuraman, 1996) wskazały podobieństwa w zarządzaniu, wzroście zatrudnienia, zwrocie z aktywów, a jedyna różnica dotyczyła niższego poziomu sprzedaży. Z kolei Ahl (2006) zauważyła, że różnice pomiędzy przeciętnymi zachowaniami wśród przedsiębiorców tej samej płci są większe niż różnice pomiędzy przeciętnymi zachowaniami tych dwóch płci. Opisany przez Sabarwal i Terrel (2008) przegląd badań prowadzonych na dużych próbach badawczych także wskazuje na sprzeczne ich wyniki.

Podsumowując przegląd piśmiennictwa na temat przedsiębiorczości kobiet, można przedstawić ogólne wnioski. Wnioski te będą dotyczyły jedynie badań, które ukazywały wyniki firm prowadzonych przez kobiety. W pierwszej kolejności należy postawić pytanie o przedmiot podejmowanych badań. Jeżeli wynik funkcjonowania firmy jest rozpatrywany jedynie jako wartość zysku, sprzedaży, dochodów, zatrudnienia itp., to pojawia się pytanie, dlaczego nie bierze się pod uwagę wielkości początkowych – kobiety zakładają mniejsze firmy, angażują niższy kapitał, bardzo często firmy funkcjonują w domu (Sabarwal i Terrell, 2008). Gorsze wyniki firmy nie powinny być określane jedynie przez pryzmat osiąganych wielkości (zysk, wielkość sprzedaży, zatrudnienie), powinny natomiast uwzględniać takie czynniki, jak wielkość początkowa, kapitał zakładowy czy też branża, w której firma działa.

Po drugie, nawet jeżeli prowadzone na dużą skalę analizy statystyczne wprowadzają elementy kontroli takich zmiennych, jak branża, wielkość początkowa, kapitał zakładowy, to analizy obejmują informacje podstawowe, zbierane masowo, które nie pozwalają wyciągać jednoznacznych wniosków na temat motywacji do rozpoczęcia działalności, motywacji wzrostowych, oczekiwań dotyczące przyszłości, obieranych przez przedsiębiorców celów itp. Takie informacje są możliwe do uzyskania jedynie poprzez badania terenowe i właśnie tę lukę badawczą autor starał się wypełnić.

Dodatkowe spostrzeżenie wynikające z przeglądu literatury jest takie, że badania nad przedsiębiorczością kobiet zazwyczaj są prowadzone właśnie przez kobiety. Dlatego też spostrzeżenie Marlow i Swail (2014) dotyczące tworzenia się swoistego getta empirycznego i teoretycznego jest bardzo na miejscu. Może to doprowadzić do koncentracji badań na obszarach, w których wykazuje się różnice, a nie na głównym nurcie badań, odnoszącym się do postrzegania okazji, rozpoczęcia działalności itp.

## 2. Przegląd literatury

Niezależnie od wyników prowadzonych badań, które jak wykazano nie prowadzą do jednoznacznych wniosków, można spróbować znaleźć odpowiedź na pytanie: Jeżeli kobiece przedsiębiorstwa/kobiety przedsiębiorczy-

nie różnią się od tych prowadzonych przez mężczyzn, to dlaczego? Wyjaśnienia tych różnic można poszukiwać w uwarunkowaniach wewnętrznych (dotyczących samej kobiety i środowiska/rodziny, w której funkcjonuje), jak i zewnętrznych (które można by odnieść do formalnych i nieformalnych instytucji). Na uwarunkowania wewnętrzne wpływa, przypisywana kobiecie przez społeczeństwo, rola społeczna wynikająca z macierzyństwa oraz opieki nad starszymi członkami rodziny (Complex Consulting Katarzyna Blicharska-Czubara, 2011). Rola ta determinuje motywacje założycielskie, cele obieranie w firmie i motywacje rozwojowe firm. Z kolei działania podejmowane w firmie są pochodną motywacji kobiet. Do uwarunkowań wewnętrznych można także dołączyć różnice psychologiczne, do których najczęściej zalicza się niższy poziom akceptowanego ryzyka (obszerny przegląd literatury na temat podejścia do ryzyka w zależności od płci w: Brindley, 2005), chociaż najnowsze badania temu przeczą (Maxfield, Shapiro, Gupta i Hass, 2010).

Ważnym elementem uwarunkowań wewnętrznych są motywacje właścicieli małych przedsiębiorstw, w tym kobiet przedsiębiorczyń. Prowadzone w latach 90. badania wskazywały przede wszystkim na występowanie takich motywów, jak: znudzenie pracą, szklany sufit, brak możliwości samorealizacji – który w przeglądzie na literaturowym sporządzonym przez Orhan (2005) zajął pierwsze miejsce zarówno wśród kobiet, jak i mężczyzn. Kolejny już się różni – zdobycie pozycji, odpowiedni status i prestiż to motywy mężczyzn (Shane, Kolvereid i Westhead, 1991), natomiast chęć pomocy innym czy motywy społeczne to z kolei domena kobiet (Thompson i Hood, 1991). Generalnie jednak uznawano, że kobiety kierują się motywami negatywnymi, czyli koniecznością (Orhan, 2005), chociaż nie było jednomyślności co do różnic w motywach (Brush, 1992). W XXI wieku zestaw motywacji przedsiębiorczych niewiele się zmienił i chociaż akcenty są już nieco inaczej rozłożone, jednak przewaga motywów negatywnych przy podejmowaniu działalności gospodarczej przez kobiety cały czas jest w badaniach podkreślana (Singer, Amoros i Moska, 2015, s. 13).

Motywy, jakimi kierują się preprzedsiębiorcy przy podejmowaniu decyzji o rozpoczęciu działalności, mają duże znaczenie w późniejszej działalności prowadzonych przez nich firm, chociaż w przypadku kobiet mogą one ulegać z czasem zmianom. Okres, w którym kobieta przy podejmowaniu decyzji zawodowych musi brać także pod uwagę macierzyństwo oraz jego implikacje, jest ograniczony do momentu uzyskania przez dzieci przynajmniej wieku szkolnego. Z czasem kobiety, które decydowały się na rozpoczęcie działalności gospodarczej, kierując się przeświadczeniem, że pozwala ona pogodzić pracę zarobkową z opieką nad dziećmi, zmieniają motywację i wiele takich przedsiębiorczyń z konieczności zaczyna przeradzać się w przedsiębiorczynie z wyboru.

Uwarunkowania zewnętrzne są często tematem badań w ramach feminizmu liberalnego, który dowodzi, że gorsze wyniki funkcjonowania kobiet,



także w obszarze prowadzenia własnej firmy, powinny być upatrywane w ograniczeniach zewnętrznych lub różnych formach dyskryminacji, np. gorszym dostępie do edukacji, finansowania, szkoleń. W przypadku krajów europejskich trudno jednak znaleźć wiele dowodów na dyskryminację ze względu na płeć, chociaż w większości krajów, także w Polsce, uwidacznia się dyskryminacja płacowa, która w 2013 r. w Unii Europejskiej wynosiła przeciętnie 16,4% (dane Eurostat). Badania kobiet w Polsce wskazują, że nie czują się one dyskryminowane, a zdarza się, że to mężczyźni w większym stopniu wskazują na płeć jak czynnik dyskryminujący, pomimo iż przeciętny dochód Polki jest o 1/4 niższy niż Polaka (Czapiński i Panek, 2013, s. 364–367). Jeżeli jednak przeanalizuje się niektóre uwarunkowania prawne w Polsce, można znaleźć przykłady nie tyle dyskryminacji, ile braku wyrównywania szans ze względu na płeć. Nie chodzi tutaj o lepsze traktowanie kobiet na rynku pracy, ale o umożliwienie im, jeżeli tego chcą, pełnienia przypisanych społecznie ról, wynikających np. z macierzyństwa, przy jednoczesnej możliwości normalnego funkcjonowania w społeczeństwie. Takimi przykładami są: utrudnienia w przejściu na urlop macierzyński w przypadku prowadzenia własnej firmy, brak wsparcia instytucjonalnego w postaci dostępu do publicznych placówek opiekuńczych itp.

Zarówno uwarunkowania zewnętrzne, jak i wewnętrzne łączy element macierzyństwa/opieki, pod warunkiem że kobiety takie role będą chciały pełnić. Nic więc dziwnego, że niemal w każdym opracowaniu dotyczącym przedsiębiorczości kobiet, przewija się motyw macierzyństwa, a prawdopodobnie w niedługim czasie także motyw opieki nad starszymi członkami rodziny. Goffee i Scase (1985) opracowali model łączący przywiązanie do tradycyjnych ról oraz przedsiębiorczość. Zidentyfikowali cztery typy kobiet na podstawie ich przywiązania do wartości przedsiębiorczych (wysokie versus niskie) oraz przywiązania do tradycyjnych ról kobiecych (wysokie versus niskie). Pierwszy typ to *kobieta konwencjonalna* (wysokie/wysokie) – osoba, która zakłada firmę, by zwiększyć dochody rodziny, ale jej wybór branży wskazuje na wysokie powiązanie z tradycyjnymi rolami kobiecymi (restauracje, catering, opieka nad dziećmi itp.). *Kobieta domowa* to osoba o niskim przywiązaniu do roli przedsiębiorczej, ale wysokim do roli kobiecej, dlatego też jeżeli już zakłada firmę, to dlatego by móc w elastyczny sposób łączyć domowe obowiązki z możliwością zarobkowania. *Kobieta innowatorka* – o wysokim przywiązaniu do idei przedsiębiorczych, ale niskim do tradycyjnych ról kobiecych – poszukuje samospelnienia poprzez wykorzystywanie okazji, bardziej zależy jej na pełnieniu ról związanych z przedsiębiorczością, niekoniecznie chce się realizować w roli tradycyjnie przypisanej kobietom. *Kobieta radykalna*, o niskim przywiązaniu do obu ról, w przedsiębiorczości widzi możliwość zdobycia pozycji w społeczeństwie. Przypisanie kobiet do poszczególnych ról pozwoliłoby w sposób pełniejszy wytłumaczyć różnice w efektach osiągniętych w działalności gospodarczej. Wynikają one bowiem



w dużym stopniu z motywacji, co zostało już zasygnalizowane wcześniej. Model Goffee'a i Scase'a, chociaż powstał w połowie lat 80. XX wieku, wpisuje się w pojawiające się coraz częściej rozważania na temat różnic pomiędzy samymi kobietami prowadzącymi działalność gospodarczą, nie tylko różnic pomiędzy kobietami a mężczyznami, o czym pisała także Ahl (2006).

### 3. Metoda badań

Na podstawie dotychczasowych rozważań zaproponowano model badawczy wskazujący na dużą rolę uwarunkowań wewnętrznych i zewnętrznych, które wpływają zarówno na motywacje oraz cele biznesowe, jak i na funkcjonowanie założonych przez kobiety firm (rysunek 1). Model ten wskazuje na wpływ płci, a dokładnie motywacji oraz celów, jakimi kierują się kobiety, na decyzje założycielskie. Zakłada się, że motywacje oraz cele powodują, że otwierane przez kobiety firmy są mniejsze, a wartość zaangażowanego kapitału niższa. Ponadto, jak wynika z analiz, kobiety prowadzą działalność w sektorach nisko kapitałowych (usługi socjalne, zdrowotne, edukacyjne), co jednak powoduje także niższą stopę zysku (European Commission, 2014), czyli są to firmy zlokalizowane w domu, co ogranicza możliwości zwiększania zatrudnienia. To wszystko z kolei determinuje dalsze funkcjonowanie tych firm. Zarówno motywacje, jak i cele są kształtowane przez uwarunkowania wewnętrzne oraz zewnętrzne, o czym już wspomniano. W modelu uwzględniono także wpływ płci na skalę sukcesu (nie analizowano, czym ten sukces ma się przejawiać – stopą przeżycia, rozwoju tudzież wzrostu), przy czym – podobnie jak w przypadku decyzji założycielskich – zakłada się, że decyzje zarządcze są także kształtowane w dużym stopniu przez uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne.



Rys. 1. Wpływ płci na działania przedsiębiorcze. Źródło: opracowanie własne.



Opierając się na tak skonstruowanym modelu, postawiono trzy hipotezy badawcze oraz hipotezy pomocnicze:

- H1: istnieje związek pomiędzy płcią a początkową wielkość zatrudnienia w firmie;
- H2: płeć różnicuje motywacje przedsiębiorcze, a przedsiębiorczość kobieca ma częściej charakter wymuszony;
- H3: istnieje związek pomiędzy płcią a podejmowanymi decyzjami zarządczymi w przedsiębiorstwie, zwłaszcza:
  - H3p: istnieje związek pomiędzy płcią a planami przedsiębiorców,
  - H3c: istnieje związek pomiędzy płcią a celami przedsiębiorców,
  - H3k: istnieje związek pomiędzy płcią a zasilaniem finansowym przedsiębiorstwa,
  - H3i: istnieje związek pomiędzy płcią a podejmowanymi inwestycjami w przedsiębiorstwie.

Powyższe hipotezy zostały poddane weryfikacji przy wykorzystaniu wyników badań panelowych przeprowadzonych w województwie pomorskim w ramach projektu Pomorskie Obserwatorium Gospodarcze (POG) w 2009 r. i 2012 r.

Projekt POG został zainicjowany w roku 2006 badaniami wśród 2 000 przedsiębiorców prowadzących firmy zatrudniające 10 osób i więcej. Jego kolejne edycje zakładały powrót do początkowej próby badawczej, w odstępach 2–3-letnich. W roku 2009 (trzecia edycja projektu) do badań dołączono 1 005 firm mikro z województwa pomorskiego działających w dziewięciu powiatach. W roku 2012 (czwarta edycja projektu) firmy te zostały ponownie przebadane, udało się jednak dotrzeć jedynie do 290, z czego dla 10 nie można było ustalić płci właściciela. Wyjściowa próba badawcza z 2009 r. zakładała, że badane firmy powinny być założone w roku 2005 i później, czyli w momencie pierwszego badania miały maksimum cztery lata. Drugim wymogiem było zatrudnianie przynajmniej jednej osoby, oprócz właściciela menedżera, co pozwoliło przynajmniej częściowo wybrać firmy, które nie stanowiły jedynie miejsca pracy dla właściciela. Ten fakt oraz młody wiek firmy przesądzał o wysokim potencjale rozwojowym przedsiębiorstw z próby badawczej.

Badania zostały przeprowadzone przy wykorzystaniu kwestionariusza. Analizą objęto pytania odnoszące się do postawionych hipotez, tam gdzie było to zasadne, przeprowadzono test zgodności  $\chi^2$ , przy poziomie istotności 0,05.

#### 4. Przedsiębiorczość kobieca na Pomorzu

Uczestniczące w badaniach firmy w większości zajmowały się działalnością handlową lub usługową, co z racji ich skali działalności jest zupełnie zrozumiałe. Rozkład prowadzonej działalności w zależności od płci wskazywał na niemal taki sam udział firm usługowych prowadzonych przez kobiety



i mężczyzn (odpowiednio 78% i 79%), przewagę 3 punktów procentowych kobiet w firmach handlowych (17%), 2-punktową przewagę mężczyzn w firmach produkcyjnych (7%). Można więc założyć, że reprezentacja płci w poszczególnych branżach była zbliżona do reprezentacji płci w całym badaniu.

Firmy prowadzone przez kobiety były zdecydowanie mniejsze, przeciętne zatrudnienie w 2009 r. wyniosło 2,05, podczas gdy w firmach prowadzonych przez mężczyzn 2,5. Zatrudnienie w firmach kobiecych w roku 2012 jeszcze się obniżyło i wyniosło 1,5 osoby, podczas gdy w firmach prowadzonych przez mężczyzn się nie zmieniło. Żadna z firm prowadzonych przez kobiety nie była w momencie pierwszego badania większa niż 5 osób, podczas gdy 17 ich męskich odpowiedników zatrudniało powyżej pięciu osób (tabela 2). Ponieważ badane firmy były firmami młodymi, najwyżej czteroletnimi, zaprezentowane wielkości zatrudnienia wpisują się w dotychczasowe wyniki, wskazujące na mniejszą wielkość początkową firm kobiecych, można więc powiedzieć, że hipoteza H1 została potwierdzona.

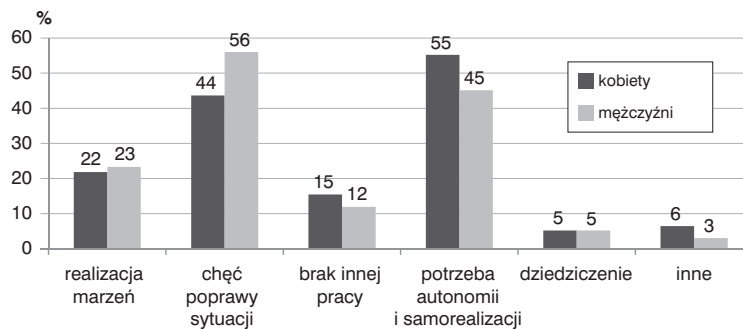
Wielkość zatrudnienia	2009		2012	
	kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni
1	35	75	55	120
2	23	59	9	26
3	10	25	8	14
4	7	16		9
5	3	10		11
6		7	1	6
7		5	1	1
8		4		2
9		1		2
10–15			1	8
30				1
Brak odpowiedzi			2	3
Razem	78	202	78	202

Tab. 2. Zatrudnienie w badanych firmach w latach 2009 i 2012. Źródło: opracowanie własne.

W przypadku najmniejszych podmiotów bardzo duży wpływ na ich funkcjonowanie ma osoba przedsiębiorcy, jego nastawienie, motywacje, odczucia. W przebadanej grupie 89% kobiet czuło się osobami przedsiębiorczymi, mężczyźni 81%, co przy bardzo niskiej wartości testu  $\chi^2$ : p-wartość = 0,0000 przy poziomie istotności  $\alpha = 0,05$  wskazuje na wpływ płci na zaobserwowaną

różnicę. Można więc założyć, że badane kobiety na równi z mężczyznami czuły się osobami przedsiębiorczymi, co świadczyłoby pośrednio o pozytywnych motywach rozpoczęcia działalności gospodarczej.

Negatywnych motywów, czyli przedsiębiorczości wymuszonej, nie potwierdza także analiza kolejnego pytania. Kobiety w większym stopniu (55%) niż mężczyźni (45%) odczuwały potrzebę autonomii oraz samorealizacji ( $\chi^2$ : p-wartość = 0,0185 przy poziomie istotności  $\alpha = 0,05$ ), którą realizowały poprzez rozpoczęcie działalności gospodarczej, i ten motyw był najczęściej przez nie wybierany (rysunek 2). Dla mężczyzn z kolei najczęściej wybieranym motywem była chęć poprawy sytuacji materialnej (56%), przez kobiety wskazywana na drugim miejscu (44%) (wy wpływ płci na rozkład odpowiedzi nie został potwierdzony testem  $\chi^2$ : p-wartość = 0,1602 przy istotności  $\alpha = 0,05$ ). Motywem zdecydowanie negatywnym był brak innej pracy częściej wskazywany przez kobiety (różnica 3 punktów procentowych), ponadto różnice rozkładu odpowiedzi w przypadku tego motywu wskazują na zależność od płci (test  $\chi^2$ : p-wartość = 0,0000 przy poziomie istotności  $\alpha = 0,05$ ). W przypadku pozostałych motywów nie odnotowano większych różnic we wskazaniach.



Rys. 2. Motywacje założycielskie właścicieli w zależności od płci. Źródło: opracowanie własne.

Motyw autonomii i samorealizacji należy do motywów pozytywnych, natomiast motywy finansowe najczęściej, chociaż nie zawsze, są przypisywane do grupy motywów negatywnych. Motywem zdecydowanie negatywnym jest brak innej pracy. Ponieważ każdy respondent mógł wskazać do trzech motywów, rozkład odpowiedzi nie pozwala jednoznacznie wskazać, czy kobiety kierowały się częściej motywami negatywnymi niż mężczyźni czy nie. Agregacja odpowiedzi wskazujących na motywy pozytywne (autonomia i realizacja marzeń) oraz motywów negatywnych (pozostałe, w tym inne, które jak wynika z analizy odpowiedzi, także należą do negatywnych) wskazuje na przewagę tych pierwszych w przypadku kobiet (77% versus 68%). Tym samym hipotezę H2 należy uznać za zweryfikowaną jedynie w części

dotyczącej zróżnicowania motywacji, a w części dotyczącej przewagi motywów negatywnych wśród kobiet za niezweryfikowaną.

W roku 2009 respondenci zostali zapytani o plany dotyczące zatrudnienia oraz cele, jakie sobie stawiają w biznesie (rozwój, stagnacja, zmniejszenie aktywności). Analiza odpowiedzi dotycząca planów zmian w zatrudnieniu wykazała, że kobiety nie chciały zwiększać zatrudnienia w takim samym stopniu jak mężczyźni (tabela 3). Jednak wartość testu  $\chi^2$  nie pozwala wnioskować, że płeć rzeczywiście wpłynęła na zróżnicowanie planów (hipoteza H3p).

Plany dotyczące zatrudnienia	Kobiety (%)	Mężczyźni (%)
Zmniejszenie zatrudnienia	5	1
Utrzymanie zatrudnienia	49	44
Zwiększenie zatrudnienia	46	53
Brak odpowiedzi	0	2
Suma	100	100

Tab. 3. Plany dotyczące zmian w zatrudnieniu w 2009 r. w zależności od płci (test  $\chi^2$ : p-wartość = 0,1267 przy poziomie istotności  $\alpha = 0,05$ ). Źródło: opracowanie własne.

Wskazane przez kobiety i mężczyzn w roku 2009 cele przedsiębiorstw nie różniły się, taki sam odsetek kobiet i mężczyzn obrał sobie za cel rozwój firmy (80%). Można tym samym odrzucić hipotezę pomocniczą H3c mówiącą o zróżnicowaniu celów przedsiębiorców ze względu na ich płeć.

Kobiety rzadziej korzystały z kredytów przy finansowaniu działalności swoich firm, co wynika z pytania zadanego im w 2012 r. (tabela 4). Jednak wartość testu  $\chi^2$  nie pozwala jednoznacznie potwierdzić hipotezy H3k.

Kredytowanie działalności	Kobiety (%)	Mężczyźni (%)
Nie	79	76
Tak	17	24
Brak odpowiedzi	4	0
Suma	100	100

Tab. 4. Kredytowanie działalności gospodarczej w zależności od płci przedsiębiorcy (test  $\chi^2$ : p-wartość = 0,0916 przy poziomie istotności  $\alpha = 0,05$ ). Źródło: opracowanie własne.

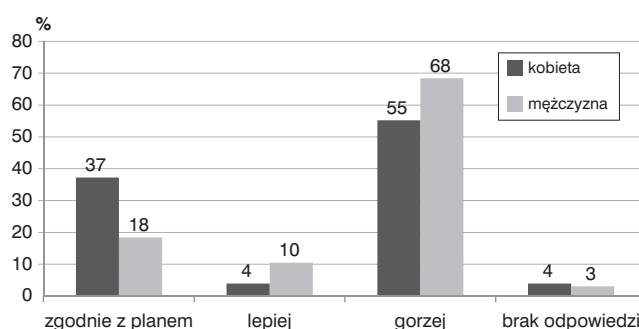
Kobiety także rzadziej inwestowały w swoje firmy, 72% kobiet wobec 84% mężczyzn wskazało na inwestycje w ciągu dwóch lat przed badaniem (wartość testu  $\chi^2$ : p-wartość = 0,0187 przy poziomie istotności  $\alpha = 0,05$ ). Tym samym hipoteza H3i została potwierdzona.

Powrót do tej samej próby badawczej pozwolił na precyzyjne określenie zmian zatrudnienia, jakie zaszły w badanych firmach. Tabela 5 przedstawia rozkład zmian zatrudnienia w firmach prowadzonych przez kobiety i mężczyzn.

Zmiany zatrudnienia w badanych firmach	Kobiety (%)	Mężczyźni (%)
Spadek	55	53
Bez zmian	27	25
Wzrost	14	21
Brak odpowiedzi	4	1
Suma końcowa	100	100

Tab. 5. Rozkład zmian zatrudnienia w firmach prowadzonych przez obie grupy respondentów (test  $\chi^2$  : p-wartość = 0,2608 przy poziomie istotności  $\alpha = 0,05$ ). Źródło: opracowanie własne.

Porównanie na pierwszy rzut oka wypada na niekorzyść firm kobiecych: 14% z nich zwiększyło zatrudnienie, podczas gdy takich firm męskich było o 7 punktów procentowych więcej. Jednak wartość testu  $\chi^2$  ( $\chi^2$  : p-wartość = 0,2608 przy poziomie istotności  $\alpha = 0,05$ ) nie pozwala jednoznacznie wypowiedzieć się, czy to płeć właściciela była determinantą tych zmian. Poszukując dodatkowych informacji na temat zmian zatrudnienia, przeanalizowano relację pomiędzy planami deklarowanymi w roku 2009 a rzeczywistymi zmianami, jakie w tym okresie nastąpiły. Analiza ta wykazała, że kobiety w mniejszym stopniu planowały wzrost zatrudnienia (o czym powyżej), ale w większym stopniu ich plany zostały zrealizowane (rysunek 3), a wartość testu  $\chi^2$  dowodzi, że wynik ten można wiązać z płcią respondentów.



Rys. 3. Zgodność planów z 2009 r. dotyczących zatrudnienia z rzeczywistymi zmianami zatrudnienia w firmach (test  $\chi^2$  : p-wartość = 0,0047 przy poziomie istotności  $\alpha = 0,05$ ). Źródło: opracowanie własne.

Patrząc na całą badaną próbę, widać że przedsiębiorcy (niezależnie od płci) wykazali się raczej nadmiernym optymizmem i ponad połowa z nich nie zrealizowała planów wzrostu zatrudnienia (55% kobiet i 68% mężczyzn), 4% kobiet i 10% mężczyzn zwiększyło zatrudnienie, pomimo iż tego nie planowało. Jeżeli jednak za miarę sukcesu planowania przyjąć zgodność planów z ich realizacją, nawet jeżeli te plany dotyczyły zmniejszenia lub co najmniej utrzymania, a nie zwiększenia zatrudnienia, okazuje się, że kobiety w 37% plany te zrealizowały, podczas gdy tylko 18% mężczyzn osiągnęło taki sukces.

Wynik ten prowokuje pytanie, czy jest to przypadek wynikający z pesymizmu (więcej kobiet zakładało spadek zatrudnienia i więcej go osiągnęło) czy też świadomie obrana strategia w okresie spowolnienia gospodarczego, a taki okres właśnie był badany. Trudno na to pytanie odpowiedzieć, trudno także o jednoznaczne stwierdzenie, czy należy ten wynik poczytać jako pozytywny dla kobiet czy też nie. Z jednej strony wiadomo bowiem, że zatrudnienie, chociaż wymieniane jako najprostszy miernik wzrostu firmy, nie należy do tych najbardziej przez przedsiębiorców pożądaných, można zwiększyć działalność firmy, a tym bardziej ją rozwinąć bez zwiększania zatrudnienia. Z drugiej strony wzrost zatrudnienia to większy potencjał wytwórczy.

## 5. Wnioski i dyskusja

Badania literaturowe nie potwierdzają jednoznacznie różnic w działaniu firm prowadzonych przez kobiety i mężczyzn, chociaż efekt tego działania w postaci wzrostu zatrudnienia i wzrostu sprzedaży wskazuje na gorsze wyniki w firmach kobiecych. Badając zagadnienia związane z efektem działania firmy, z pewnością należy brać pod uwagę uwarunkowania początkowe, które determinują późniejsze działania kobiet, czyli np. początkową wielkość czy zaangażowany kapitał. Przeprowadzone na Pomorzu badania dowiodły, że młode firmy (do 4 lat) są zróżnicowane pod względem liczby zatrudnionych – firmy kobiece zatrudniały o niemal pół osoby mniej, a po trzech latach przeciętne zatrudnienie w tych firmach spadło o jedną osobę.

Jedną z wykazywanych w literaturze przyczyn różnych efektów funkcjonowania firm prowadzonych przez właścicieli różnej płci jest motywacja założycielska. Według badań prowadzonych w różnych krajach kobiety, które decydując się na rozpoczęcie działalności, kierują się motywami negatywnymi (brak innej pracy, konieczność godzenia obowiązków rodzinnych z pracą zawodową itp.). Przedsiębiorczość wymuszona zazwyczaj prowadzi do gorszych wyników, co zostało potwierdzone w badaniach przeprowadzonych przez Wasilczuk (2005). W opisanych w artykule badaniach hipoteza dotycząca zróżnicowania motywów w zależności od płci została potwierdzona jedynie w przypadku niektórych z nich, nie została natomiast potwierdzona w części mówiącej o większym udziale motywów negatywnych u kobiet. Co więcej, to mężczyźni w większym stopniu niż kobiety takimi motywami się kierowali.

Ta różnica pomiędzy badaniami światowymi a badaniami na Pomorzu może świadczyć o różnicach kulturowych. Polki były często skazane na radzenie sobie w trudnych sytuacjach, po pierwsze z racji dosyć dramatycznej przeszłości historycznej (powstania, klęski, wojny), po drugie z racji ciężkiego okresu gospodarki centralnie planowanej. Być może wzorzec kobiety bohatersko znoszącej przeciwności losu został zaszczepiony w kolejnych pokoleniach, wpływając na postawy kobiet w Polsce. W dzisiejszych czasach, gdy tego typu negatywnych bodźców nie ma, kobiety sobie świetnie radzą i czują się przedsiębiorcze w większym stopniu niż mężczyźni. I to właśnie może wpływać na fakt, że kobiety w równym stopniu co mężczyźni planują swoje firmy rozwijać, chociaż rozwój ten w mniejszym stopniu chcą opierać na wzroście zatrudnienia.

Ta ostatnia różnica, chociaż uwidoczniła się w rozkładzie odpowiedzi, nie została jednak potwierdzona testem  $\chi^2$ . Nie została także potwierdzona hipoteza dotycząca kredytowania, różnica w rozkładzie odpowiedzi, wskazywałaby, że kobiety rzadziej korzystają z kredytu, jednak była ona na tyle mała, że test  $\chi^2$  jej nie potwierdził. Nie ma za to wątpliwości, że kobiety w mniejszym stopniu inwestują w swoje firmy, może to zresztą wynikać z faktu, że firmy te są zdecydowanie mniejsze niż firmy prowadzone przez mężczyzn.

Ostatnim spostrzeżeniem badawczym jest fakt mniejszego wzrostu zatrudnienia w firmach kobiecych, chociaż w większym stopniu kobiety zrealizowały plany zatrudnieniowe (dotyczące także jego zmniejszenia i utrzymania) niż mężczyźni. Mniejszy wzrost zatrudnienia (a statystycznie dla całej badanej grupy – jego spadek), niekoniecznie świadczy o gorszych wynikach kobiet w porównaniu z mężczyznami. W powyższych rozważaniach nie uwzględniono bowiem wielu pominiętych w badaniach aspektów, takich jak np. czas poświęcany działalności przedsiębiorczej<sup>2</sup>, miejsce lokalizacji firmy (firmy prowadzone w domu z góry są skazane na mniejszy wzrost zatrudnienia), sytuacja rodzinna kobiety (liczba i wiek dzieci, starszych rodziców, status matrymonialny itp.).

Prowadząc badania nad przedsiębiorczością na małą skalę, badacz zawsze boryka się z problemem braku rzetelnych odpowiedzi na zadawane pytania lub w ogóle brakiem odpowiedzi na pytania drażliwe. Do takich pytań zalicza się pytania dotyczące finansów. Pomimo iż w ramach badań małych i średnich przedsiębiorstw uczestniczących w panelu Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego dopiero przy trzeciej edycji wprowadzono pytanie o wysokość obrotów, umieszczając w kafeterii jedynie przedziały wartości, współpracujący z nami anonimowo przedsiębiorcy (w liczbie 660) w ponad 60% nie zdecydowali się udzielić odpowiedzi. Wobec braku możliwości dotarcia do rzetelnych danych wskazujących sytuację przedsiębiorstwa na przestrzeni kilku lat, trudno wnioskować na temat rzeczywistych efektów tego funkcjonowania. Ponadto brak konfrontacji takich danych z pytaniami dotyczącymi motywacji, a przede wszystkim celów i planów, nie pozwala w sposób jednoznaczny na ocenę aktywności firmy.



W ostatnim okresie postuluje się odejście w badaniach nad przedsiębiorczością od badań masowych, na niejednorodnych grupach podmiotów, na rzecz badań na jednorodnych podmiotach, na mniejszą skalę, ale za to dotyczących głębiej badanych zjawisk. Być może, to jest droga do zbudowania rzetelnej wiedzy, między innymi na temat przedsiębiorczości kobiet, uwzględniającej także uwarunkowania rodzinne, kulturowe, a może też psychologiczne, które na tę przedsiębiorczość mogą wpływać.

### Przypisy

- <sup>1</sup> Przywołano jedynie niektóre prace dotyczące przedsiębiorczości kobiet, szerszy przegląd piśmiennictwa na ten temat między innymi w: Jennings i Brush, 2013.
- <sup>2</sup> Kobiety w UE-28 pracują przeciętnie 36,4 godziny w swoich firmach, podczas gdy mężczyźni 44,3 (European Commission, 2014).

### Bibliografia

- Ahl, H. (2006). Why research on women entrepreneurs needs new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (5), 595–621.
- Aidis, R., Welter, F., Smallbone, D. i Isakova, N. (2007). Female entrepreneurship in transition economies: The case of Lithuania and Ukraine. *Feminist Economics*, 13 (2), 157–183.
- Brindley, C. (2005). Barriers to women achieving their entrepreneurial potential. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11 (2), 144–161, <http://dx.doi.org/10.1108/13552550510590554>.
- Brush, C. (1992). Research on women business owners: past trends, a new perspective and future directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (4), 5–30.
- Complex Consulting Katarzyna Blicharska-Czubara. (2011). *Zawodowa rola kobiet w społeczeństwie obywatelskim. Wielowymiarowy model dyskryminacji kobiet*. Szczecin: Complex Consulting Katarzyna Blicharska-Czubara.
- Chaganti, R. i Parasuraman, S. (1996). A study of the impacts of gender on business performance and management patterns in small business. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21 (2), 73–75.
- Czapiński, J. i Panek, T. (2013). Diagnoza społeczna 2013 warunki i jakość życia Polaków. *Contemporary Economics* (October).
- Eurostat. (2015). Pozyskano z: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tesem180&plugin=1> (14.08.2015).
- Goffee, R. i Scase, R. (1985). *Women in Charge*. London: Allen & Unwin.
- Hart, M., Martiarena, A., Levie, J. i Anyadike, M. (2011). Gender, resource acquisition and expected future size of start-ups in the United Kingdom. *GEM UK Working Paper*, (1).
- Hisrich, R.B. (1987). Women entrepreneurs a longitudinal study. W: *Frontiers in Entrepreneurship Research* (s. 187–189). Wellesley: Babson College.
- Jennings, J. i Brush, C. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literatur? *The Academy of Management Annals*, 7 (1), 661–713.
- Kalnins, A. i Williams, M. (2014). When do female-owned business out-survive male-owned businesses? A disaggregated approach by industry and geography. *Journal of Business Venturing*, 29, 822–835.

- Kyu Soo Ha i Sang Bum Kim. (2013). Are women's attitudes toward business and desire to start a business different from men's? *Academy of Entrepreneurship Journal*, 19 (3), 43–62.
- Marlow, S. i McAdam, M. (2013). Gender and entrepreneurship: Advancing debate and challenging myths. Exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 19 (1), 114–124.
- Marlow, S. i Swail, J. (2014). Gender, risk and finance: Why can't a woman be more like a man? *Entrepreneurship & Regional Development*, 26 (1–2), 80–96, <http://dx.doi.org/10.1080/08985626.2013.860484>.
- Maxfield, S., Shapiro, M., Gupta, V. i Hass, S. (2010). Gender and risk: Women, risk taking and risk aversion in management. *An International Journal*, 25 (7), 586–604.
- Muravyev, A., Talavera, O. i Schafer, D. (2009). Entrepreneurs' gender and financial constraints: Evidence from international data. *Journal of Comparative Economics*, 37 (2), 270–286.
- Orhan, M. (2005). Why women enter into small business ownership. W: S. Fielden i M. Davidson, *International Handbook of Women and Small Business Entrepreneurship* (s. 3–17). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Sabarwal, S. i Terrell, K. (2008). Does gender matter for firm performance? Evidence from Eastern Europe and Central Asia. *Policy Research Working Paper* (4704).
- Shane, S., Kolvereid, L. i Westhead, P. (1991). An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. *Journal of Business Venturing*, 6 (6), 431–446.
- Singer, S., Amoros, J. i Moska, D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor: 2014 Global Report*. Pozyskano z: <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202014%20Global%20Report.pdf>.
- European Commission. (2014). *Statistical Data on Women Entrepreneurship in Europe*. Brussel: European Commission.
- Thompson, J. i Hood, J. (1991). *A Comparison of Social Performance in Female-owned and Men-owned Small Business*. Referat wygłoszony na Annual Academy of Management Meeting. Entrepreneurship Division, Miami.
- Todericiu, R., Muscalu, E. i Ghituete, A. (2010). Breaking the glass ceiling – female entrepreneurship. *Annals of the University of Oradea Faculty of Economics*, 1 (2), 1048–1054.
- Verheul, I. i Thurik, R. (2001). Start-up capital: “Does gender matter?”. *Small Business Economics*, 16, 329–345.
- Wasilczuk, J.E. (2005). *Wzrost małych i średnich przedsiębiorstw – aspekty teoretyczne i badania empiryczne*. Gdańsk: Politechnika Gdańska.

