

Małgorzata REMBIASZ\*, Paulina SIEMIENIAK\*\*

## **PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ KOBIEŃ – PRZEGLĄD WIELOLETNICH BADAŃ PROWADZONYCH WŚRÓD STUDENTEK WIELKOPOLSKICH UCZELNI**

DOI: 10.21008/j.0239-9415.2021.083.11

Przedsiębiorczość kobiet zalicza się do względnie nowych kierunków badawczych. Zrozumienie jej specyfiki wydaje się szczególnie istotne ze względu na to, że liczba kobiet rozpoczynających działalność gospodarczą w ostatnich dekadach stale rośnie. W licznych opracowaniach wskazuje się jednak na istnienie wielu ograniczeń ich przedsiębiorczości przy współistnieniu stosunkowo dużego potencjału, który może mieć realne znaczenie dla rozwoju gospodarczego kraju oraz regionów.

Celem artykułu jest przedstawienie wniosków płynących z wybranych badań prowadzonych w ostatnim dziesięcioleciu na terenie województwa wielkopolskiego, które były często inspirowane lub stanowiły swoistą kontynuację wieloaspektowych badań prof. Teresy Łuczki na temat uwarunkowań rozwoju sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce i na świecie. Badano następujące problemy: postawy przedsiębiorcze, bariery ograniczające chęć założenia i prowadzenia własnej firmy oraz deklarowany przez respondentów poziom wiedzy biznesowej.

Dalsze badania nad przedsiębiorczością młodych kobiet mogą dostarczyć wiedzy na temat potrzeb edukacyjnych, wdrażania skutecznych instrumentów wsparcia oraz możliwości wpływania na wzrost motywacji do podjęcia aktywnej postawy przedsiębiorczej.

**Słowa kluczowe:** przegląd badań, Wielkopolska, przedsiębiorczość kobiet

---

\* Politechnika Poznańska, Wydział Inżynierii Zarządzania, Instytut Zarządzania i Systemów Informacyjnych, Zakład Przedsiębiorczości i Komunikacji w Biznesie. ORCID: 0000-0001-6605-4499.

\*\* Politechnika Poznańska, Wydział Inżynierii Zarządzania, Instytut Zarządzania i Systemów Informacyjnych, Zakład Przedsiębiorczości i Komunikacji w Biznesie. ORCID: 0000-0002-0910-3394.

## 1. WPROWADZENIE

Jak pisze T. Piecuch, „przedsiębiorczość istnieje, od kiedy istnieje człowiek” (2013, s. 15). Należy jednak zaznaczyć, że nie zawsze doceniano jej znaczenie w gospodarce. Nie każdy system polityczny stwarzał warunki do jej rozwoju i zachęcał do prowadzenia działalności gospodarczej.

Fenomen przedsiębiorczości jako jeden z pierwszych opisał R. Cantillon, który nazwał tak umiejętność dostrzegania okazji i wykorzystywania szansy, jaką stwarza rynek, w celu osiągnięcia zysku motywującego do dalszego skutecznego działania (Siemieniak, 2010). Znaczenie przedsiębiorczości dla rozwoju społeczno-gospodarczego zostało uznane za sprawą poglądów J. Schumpetera (1960), który pojęcie przedsiębiorczości powiązał z innowacyjnością i wykazał, że zyski wynikające z kreatywności i innowacyjności przedsiębiorców są podstawowym czynnikiem rozwoju kapitalizmu (Kaliszczak, 2011).

Przedsiębiorczość jako postawa wiązana jest z określonymi cechami jednostek, które mają umożliwiać skuteczną realizację zamierzeń oraz ułatwiać podejmowanie inicjatywy w zakresie tworzenia i rozwijania przedsiębiorstwa.

Zgodnie z zaleceniem Komisji Europejskiej kompetencje związane z przedsiębiorczością oznaczają: umiejętność korzystania z szans i pomysłów oraz „przekształcanie ich w wartość dla innych osób”; ponadto kreatywność, krytyczne myślenie, inicjatywę, wytrwałość, zdolność do współdziałania (Kopyciński, 2019).

Z kolei zgodnie z definicją sformułowaną przez Global Entrepreneurship Monitor przedsiębiorczość należy rozumieć jako „każdą próbę tworzenia nowej firmy lub nowego przedsięwzięcia, taką jak samozatrudnienie, nową organizację gospodarczą, ekspansję istniejącej organizacji dokonaną przez jednostkę, zespół ludzi lub istniejącą organizację” (PARP, 2014, s. 9).

Należy zatem zauważyć, że pojęcie przedsiębiorczości charakteryzuje się niejednoznacznością, co potwierdzają badania przeprowadzone wśród studentów wielkopolskich uczelni. Istotę przedsiębiorczości pojmowali oni często w różny sposób; część studentów kojarzyła ją przede wszystkim z prowadzeniem firmy, a inni uważali ją za pewną grupę cech charakteru. Młodzi ludzie dużą wagę przypisywali takim cechom przedsiębiorcy, jak: umiejętności organizacyjne, umiejętność zarządzania ludźmi i działania w zespole, a także pewność siebie, kreatywność, ambicja wyrażająca się dążeniem do osiągnięcia założonych celów (Łuczka, Rembiasz, 2016).

W Polsce rozwój sektora MSP miał trzy etapy: wstępny – faza rozwoju przedsiębiorczości przypadająca na lata 80. (przedtransformacyjna), etap eksplozji przedsiębiorczości (rozpoczął się w 1989 r.) i okres samoregulacji rynkowej (od połowy lat 90. XX w.) (Piasecki, 1997, s. 122). Szczególnie gwałtowne zmiany systemowe początku lat 90., a wśród nich liberalizacja przepisów prawnych, sprzyjały rozwojowi sektora MSP (Anganowski, 2008).

Obecnie uważa się, że przedsiębiorstwa tworzące sektor mikrofirm, małych i średnich firm pełnią istotną funkcję w rozwoju społeczno-gospodarczym. Ich działalność nie tylko intensyfikuje wzrost gospodarczy, ale także wzmacnia pozycję konkurencyjną kraju na światowych rynkach. Stan sektora MSP uznawany jest powszechnie za ważny wskaźnik rozwoju społeczno-gospodarczego.

Celem niniejszego artykułu jest przedstawienie wyników autorskich badań empirycznych i literaturowych na temat przedsiębiorczości kobiet, prowadzonych w ciągu ostatnich dziesięciu lat. W szczególności analizuje się znaczenie potencjalnych przedsiębiorców płci żeńskiej – studentek kierunków ekonomicznych wielkopolskich uczelni. W opracowaniu dokonano przeglądu i zestawienia uzyskanych wyników oraz najważniejszych wniosków. Autorki mają nadzieję, że efekty zaprezentowanych badań staną się pośrednią przyczyną dalszego dynamicznego wzrostu sektora MSP w Wielkopolsce.

## 2. STAN SEKTORA MSP W WIELKOPOLSCE

Rozwój przedsiębiorczości przyjmuje się powszechnie za jeden z podstawowych czynników rozwoju lokalnego. Sektor MSP pełni istotną funkcję w rozwoju regionów. Małe i średni przedsiębiorcy tworzą miejsca pracy i wpływają na poziom dobrobytu społecznego na danym obszarze. Wielkopolska od lat jest zaliczana do regionów o dużym potencjale gospodarczym. Wynika to z zasobów województwa, takich jak: rozwinięta infrastruktura komunikacyjna, dość wysoki poziom kwalifikacji pracowników na rynku pracy oraz atrakcyjne otoczenie biznesowe (Siemieniak, 2015). Ponadto wyniki badań wskazują na istotne różnice w rozwoju przedsiębiorczości i konkurencyjności pomiędzy podregionami centralnymi i peryferyjnymi w Wielkopolsce. Istotną funkcję w tym rozwoju pełni sektor MSP (Olejniczak, Dębicka, 2019).

W 2019 r. podmioty z sektora MSP dominowały wśród ogółu przedsiębiorstw w Wielkopolsce, gdyż stanowiły 99,9% wszystkich podmiotów wpisanych do REGON-u. Zdecydowaną większość z nich stanowiły mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników i było to 96,1% ogółu sektora MSP w regionie. Małe firmy wśród zarejestrowanych podmiotów stanowiły 3,3% ogółu sektora wielkopolskich MSP, a średnie 0,6% ogółu sektora MSP w regionie. Zarówno wśród mikroprzedsiębiorstw, jak i przedsiębiorstw małych dominowały podmioty usługowe. Województwo wielkopolskie plasuje się na trzecim miejscu pod względem liczby przedsiębiorstw z sektora MSP, zaraz po województwie mazowieckim oraz śląskim (Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu, 2020, s. 12-13).

### 3. KOBIECY A PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

Próba opisanía roli kobiet w gospodarce jest względnie nowym kierunkiem badawczym. Jedną z form ich aktywności na rynku pracy jest zakładanie i prowadzenie własnej działalności gospodarczej. Pierwsze badania nad przedsiębiorczością kobiet pojawiły się na przełomie lat 70. i 80., a w ostatnich dwóch dekadach zaobserwować można wyraźny wzrost zainteresowania tą tematyką. W literaturze przedmiotu można wyróżnić następujące główne nurty w badaniach nad przedsiębiorczością kobiet (Lubacha-Sember, 2016):

- bariery przedsiębiorczości kobiet,
- motywacja do zakładania przedsiębiorstw przez kobiety,
- wsparcie przedsiębiorczości kobiet,
- charakterystyka porównawcza przedsiębiorczości kobiet i mężczyzn.

Przedsiębiorczość kobiet jest zagadnieniem coraz częściej podejmowanym również w polskiej literaturze naukowej, gdzie poruszane są takie tematy, jak: przedsiębiorczość kobiet mających dzieci (Rembiesz, 2016), charakterystyka roli kobiet w firmach rodzinnych (Hadryś-Nowak, Więcek-Janka, 2016), uwarunkowania psychologiczne i kulturowe (Siemieniak, Łuczka, 2016) oraz nowe perspektywy badawcze (Wasilczuk, Licznarska, 2017).

W badaniach nad fenomenem przedsiębiorczości dominuje pogląd, że wymagają one interdyscyplinarnego podejścia: ekonomicznego, psychologicznego oraz społecznego (Gano, Łuczka, 2017). Dążenie do zrozumienia istoty kobiecej przedsiębiorczości uzasadnia fakt zwiększającej się w ostatnich dekadach liczby kobiet rozpoczynających działalność gospodarczą. W literaturze przedmiotu zwraca się uwagę na specyficzne ograniczenia ich przedsiębiorczości przy współwystępowaniu dużego potencjału. Wykorzystanie możliwości i rozwój sektora MSP to z kolei istotne czynniki wzrostu gospodarczego regionu.

Jak dowodzą symulacje ekonomiczne, wzrost stopy aktywności zawodowej Polek w wieku 20-64 w najbliższych latach do średniego poziomu krajów UE 15 oznaczać będzie zwiększenie się o ponad pół miliona liczby pracujących kobiet. W efekcie zysk polskiej gospodarki do 2025 r. może wynieść od 90 mld do 180,7 mld zł, przy szacowanym wzroście PKB w tym okresie średnio o ok. 0,4%-0,94% (Coca-Cola, Deloitte, 2017). Osiągnięcie tych celów możliwe będzie przy wprowadzeniu systemowych zmian podobnych do tych stosowanych w Szwecji, Finlandii, Norwegii czy Islandii. Kraje te wykorzystują procedury ułatwiające łączenie aktywności zawodowej z obowiązkami macierzyńskimi, czego skutkiem są jedne z wyższych stóp aktywności zawodowej kobiet (Coca-Cola, Deloitte, 2017).

W badaniach barier sektora MSP relatywnie rzadko zwraca się uwagę na płeć właściciela. Z raportów na temat wielkopolskiego sektora MSP w 2018 r. wynika, że najczęściej dostrzegane ograniczenia (wśród przedsiębiorców obu płci) to: wyso-

kie koszty pracy, podatki, przepisy prawne i obciążenie biurokracją (Bank Pekao, 2019, s. 585). Ponadto z badań prowadzonych w rejonie Wielkopolski na przełomie 2019 i 2020 r. wynika, że najczęstszymi barierami prowadzenia firmy niezależnie od klasy wielkości były: koszty prowadzenia działalności, pandemia i związane z nią obostrzenia oraz biurokracja. W dalszej kolejności dla firm małych i mikro deklarowanym problemem był spadek popytu, a dla średnich – konkurencja w sektorze (Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu, 2020, s. 42).

Z kolei z badań skoncentrowanych na przedsiębiorczości kobiet wynika, że oprócz barier administracyjno-prawnych, ekonomicznych czy edukacyjnych szczególnie istotne są te o charakterze społecznym (Rolnik-Sadowska, 2010; Łuczka, 2007; Siemieniak, Łuczka, 2016). W przypadku kobiet przedsiębiorców oznaczają one konieczność mierzenia się z konsekwencjami stereotypowych przekonań nie tylko na temat branż i zawodów typowo męskich i kobiecych, ale także podziału ról w rodzinie. Posiadanie małych dzieci, utrudniony dostęp do zinstytucjonalizowanej opieki nad nimi oraz tradycyjny podział obowiązków domowych to bariery specyficzne dla przedsiębiorczości kobiet (Balcerzak-Paradowska i in., 2011).

Ograniczenia rozwoju przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety wynikać mogą z negatywnego stosunku do podejmowania roli właścicieli firm oraz stereotypów ról płciowych, których efektem jest przyjmowanie przez kobiety hierarchii wartości akcentujących znaczenie rodziny. Na skutek tego właścicielki spędzają w firmie mniej czasu lub wybierają działalność usługową, której prowadzenie możliwe jest w miejscu zamieszkania (Zięba, 2010).

W wielu raportach i publikacjach naukowych zwraca się uwagę na istnienie ograniczeń, co stanowi uzasadnienie dla badań ukierunkowanych na określenie przydatności poszczególnych rodzajów wsparcia przedsiębiorczości kobiet zakładających i prowadzących działalność gospodarczą (Siemieniak, 2015).

#### **4. PRZEGLĄD AUTORSKICH BADAŃ NA TEMAT PRZEDSIĘBIORCZOŚCI KOBIECI**

Poniżej przedstawiono wnioski płynące z badań prowadzonych w ostatnim dziesięcioleciu przez autorki niniejszego artykułu na terenie województwa wielkopolskiego, niekiedy wraz ze współpracownikami. Wiele z nich było inspirowanych lub stanowiło swoistą kontynuację wieloaspektowych badań prof. Teresy Łuczki dotyczących uwarunkowań rozwoju sektora MSP w Wielkopolsce, Polsce i na świecie.

Tematem podejmowanym w wieloletnich badaniach były postawy przedsiębiorcze młodych kobiet oraz mężczyzn wkraczających na rynek pracy i ich zamiary związane z rozpoczęciem działalności gospodarczej w przyszłości.

Omawiane w niniejszym artykule badania zostały zrealizowane metodą ilościową w formie ankiety audytoryjnej z wykorzystaniem autorskich kwestionariuszy. W tabeli 1 zaprezentowano wyniki badań porównawczych na temat postaw przedsiębiorczych studentek i studentów wielkopolskich uczelni prowadzonych na przestrzeni ostatnich lat.

Tabela 1. Zestawienie wyników badań dotyczących deklaracji studentów związanych z założeniem i prowadzeniem działalności gospodarczej

Rok badania	Odpowiedź na pytanie: Czy chcesz założyć własną firmę teraz lub w przyszłości?	Odpowiedzi w %	
		Kobiety	Mężczyźni
2010	Tak	50,0	54,0
	Nie	6,0	40,0
	Nie wiem	44,0	3,0
	Już prowadzę firmę	1,0	3,0
2016	Tak	43,5	42,5
	Nie	10,9	9,5
	Nie wiem	44,2	42,5
	Już prowadzę firmę	1,4	5,5
2017	Tak	33,0	33,4
	Nie	4,5	13,0
	Nie wiem	57,2	42,6
	Już prowadzę firmę	5,3	11,0
2018	Tak	39,0	47,6
	Nie	59,7	38,1
	Już prowadzę firmę	1,3	14,3
2020	Tak	34,5	44,5
	Nie	26,3	18,5
	Nie wiem	39,5	22,2
	Już prowadzę firmę	0,0	14,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie Łuczka, Przybysz, 2010; Łuczka, Rembiasz, 2016; Rembiasz, Siemieniak, Pawlak, 2017; Rembiasz, Siemieniak, 2018; Rembiasz, 2020.

Przedstawione w niniejszym artykule wyniki stanowią rozwinięcie badań empirycznych przeprowadzonych w 2010 r. w grupie 125 studentów na terenie województwa wielkopolskiego (Łuczka, Przybysz, 2010). Kolejne badanie zostało przeprowadzone po sześciu latach na dwóch uczelniach również działających w Wielkopolsce. Wzięła w nim udział grupa złożona z 64 studentek i 39 studentów pierwszego roku oraz 74 studentek i 34 studentów trzeciego roku. Wyniki ujawniły, że aż połowa (50,1%) studentek i 38,5% studentów pierwszego roku planowało założyć własną firmę, a 2,6% studentów już ją prowadziło. Co ciekawe, więcej młodych mężczyzn niż kobiet jeszcze nie wiedziało, czy w przyszłości chce założyć

swoje przedsiębiorstwo. Wśród studentów trzeciego roku 2,7% kobiet i 8,8% mężczyzn prowadziło już własną firmę, a 37,9% studentek i 47% studentów deklarowało zamiar jej założenia w bliższej lub dalszej przyszłości. Ponadto w przypadku studentów trzeciego roku kobiety częściej niż mężczyźni nie potrafiły określić swoich planów co do prowadzenia firmy. Analiza porównawcza wskazuje, że procent studentów pierwszego roku, którzy nie planują prowadzenia własnej firmy, jest dwukrotnie niższy niż w przypadku studentów trzeciego roku i wynosi ok. 7% dla pierwszej grupy i ok. 15% dla grupy drugiej. Zestawienie wyników badań z 2010 i 2016 r. ujawnia, że w 2016 r. mniejsza liczba studentów planowała założenie przedsiębiorstwa. Mogły mieć na to wpływ odmienna sytuacja gospodarcza kraju oraz fakt, że próba badawcza składała się głównie ze studentów mieszkających i uczących się w aglomeracji poznańskiej, która charakteryzuje się od lat jedną z najniższych stóp bezrobocia w Polsce (Łuczka, Rembiasz, 2016).

Na początku 2017 r. przeprowadzono badania, którymi objęto studentów trzech wielkopolskich uczelni. Grupa składała się zarówno ze studentów kierunków ekonomicznych, jak i technicznych, które kończą się uzyskaniem stopnia inżyniera. Uzyskano 166 wypełnionych kwestionariuszy. Cel badania stanowiło m.in. określenie różnic w postawach przedsiębiorczych ze względu na płeć, preferowane sposoby finansowania i możliwości wykorzystania Internetu w planowanej lub prowadzonej działalności gospodarczej. Zgodnie z uzyskanymi wynikami 38,3% badanych studentek oraz 44,4% studentów wykazywało postawę przedsiębiorczą. Wśród mężczyzn uczestniczących w ankiecie było dwa razy więcej osób, które już w czasie studiów prowadziły własną firmę. Jednocześnie zdecydowany brak zamiarów przedsiębiorczych deklarowało więcej studentów niż studentek (Rembiasz, Siemieniak, Pawlak, 2017).

Z badania przeprowadzonego w 2018 r. na dwóch poznańskich uczelniach niepublicznych wynikało, że studentki przejawiały niższą aktywność przedsiębiorczą i rzadziej planowały założenie własnej firmy, a częściej preferowały zatrudnienie na stanowisku kierowniczym w cudzej firmie (Rembiasz, Siemieniak, 2018).

Z kolei w badaniu przeprowadzonym na początku 2020 r., mającym na celu ocenę znaczenia roli przedsiębiorczości społecznej w gospodarce przez potencjalnych przedsiębiorców, chęć rozpoczęcia własnej działalności gospodarczej zadeklarowało 34,5% badanych kobiet, negatywnie nastawionych wobec własnej przedsiębiorczości było 26,3% badanych, a 39,5% nie wiedziało, czy chce prowadzić własne przedsiębiorstwo (Rembiasz, 2020). Na niski stopień zainteresowania działalnością gospodarczą wpływ mogły mieć dobra sytuacja gospodarcza i perspektywy łatwego znalezienia pracy. Ponadto opisywane badania dotyczyły sytuacji sprzed pandemii COVID-19.

Warto jednak zauważyć, że przeprowadzone równoległe badania, których głównym celem było zbadanie poczucia well-being wśród studentek – potencjalnych przedsiębiorczyń, wskazały, że odsetek kobiet zainteresowanych rozpoczęciem i prowadzeniem działalności gospodarczej był wyższy i wynosił 40,1% (Siemieniak, Rembiasz, 2021).

Jak wcześniej wspomniano, istotną kwestią podnoszoną w badaniach nad przedsiębiorczością kobiet są bariery ich rozwoju oraz możliwości ich przezwyciężenia. Rozwój przedmiotowych badań ma istotne znaczenie w kontekście tworzenia konkretnych instrumentów wsparcia oraz założeń polityki społecznej i edukacyjnej kraju. W tabeli 2 zaprezentowano ważniejsze wnioski w tym zakresie.

Tabela 2. Główne nurty i zagadnienia szczegółowe w wybranych badaniach dotyczących barier przedsiębiorczości kobiet

Bariery przedsiębiorczości kobiet	Przykładowe wnioski z autorskich badań
<ul style="list-style-type: none"> <li>– obciążenie obowiązkami macierzyńskimi</li> <li>– konflikt ról rodzicielskich i zawodowych</li> <li>– tradycyjny podział ról w rodzinie</li> <li>– stereotypy wyznaczające zawody, branże, działania właściwe dla kobiet i mężczyzn</li> <li>– ograniczenia administracyjno-prawne (skomplikowane procedury, zmienne przepisy, zbyt duże obciążenia ze strony państwa, np. ZUS)</li> <li>– trudności z pozyskaniem finansowania zewnętrznego</li> <li>– niedostatki wiedzy biznesowej i doświadczenia, brak doradztwa biznesowego i dostępu do szkoleń</li> <li>– ograniczenia psychiczne, m.in. niechęć do podejmowania ryzyka, brak poczucia bezpieczeństwa</li> </ul>	<p>Decyzje o podjęciu roli macierzyńskiej są zależne od etapu kariery zawodowej.</p> <p>W opinii większości respondentów kobiety doświadczają większego niż mężczyźni konfliktu między rolą zawodową i rodzicielską (Rembiasz, Siemieniak, 2018).</p> <p>Trudności w dostępie do finansowania są jednym z trzech najważniejszych czynników ograniczających zamiar założenia własnej firmy lub jej prowadzenia. 63% badanych studentek i 52% badanych studentów wskazało na to ograniczenie (Rembiasz, Siemieniak, Pawlak, 2017).</p> <p>Czynnik zniechęcający do prowadzenia własnej firmy – kobiety częściej niż mężczyźni wskazywały na brak wiedzy na temat prowadzenia biznesu (Siemieniak, Rembiasz, 2017a).</p> <p>Zwiększanie poczucia bezpieczeństwa kobiet przedsiębiorców zależne jest głównie od czynników wsparcia, m.in. o charakterze społecznym, tj. np. wspierających relacji z innymi ludźmi (Siemieniak, Rembiasz, 2017b).</p>

Źródło: opracowanie własne.

W badaniu z 2018 r. podjęto zagadnienie konfliktu roli rodzicielskiej i zawodowej w aktywności przedsiębiorcy. Wynika z niego, że kobiety częściej niż mężczyźni uzależniają podjęcie roli rodzicielskiej od osiągniętej pozycji zawodowej (Rembiasz, Siemieniak, 2018). Może się to wiązać z większym poczuciem odpowiedzialności kobiet za sytuację rodziny. Respondenci w tym badaniu dostrzegają istnienie większego konfliktu między pełnieniem funkcji zawodowej i rodzicielskiej



w przypadku kobiet. Zdecydowana większość badanych uznała także, że prowadzenie własnej firmy stwarza młodym kobietom większe możliwości łączenia roli rodzicielskiej i zawodowej. Podobnej odpowiedzi udzielili mężczyźni i kobiety.

Z kolei badania przeprowadzone w 2017 r. wśród studentek poznańskich uczelni wskazują, że czynniki umożliwiające pogodzenie aktywności zawodowej z życiem osobistym to kolejno:

- elastyczny czas pracy,
- praca w domu,
- przejęcie przez kogoś części obowiązków domowych/opiekuńczych.

Znaczącym wsparciem według respondentek jest pomoc płynąca z różnych źródeł (od osób i instytucji) w spełnianiu obowiązków domowych i związanych z opieką nad dziećmi (Siemieniak, Rembiasz, 2017a).

Ponadto większość respondentek (62,5%) w przedmiotowym badaniu uznała, że założenie własnego przedsiębiorstwa może zapewnić wyższy poziom work-life balance (Siemieniak, Rembiasz, 2018).

Inne badanie prowadzone wśród studentów wielkopolskich uczelni ujawnia niewielkie różnice w postrzeganiu barier przedsiębiorczości przez kobiety i mężczyzn (Rembiasz, Siemieniak, Pawlak, 2017). Trzy najczęściej wymieniane odpowiedzi przez respondentki to kolejno: trudności w dostępie do źródeł finansowania, system podatkowy oraz brak pomysłu na „dobry biznes”. Mężczyźni wskazują kolejno: system podatkowy, ograniczony dostęp do finansowania, niedostatki wiedzy biznesowej. Ankietowane kobiety nieco częściej niż mężczyźni wskazywały na brak pomysłu na biznes. Dostrzegały one również większe trudności w dostępie do źródeł finansowania. Wcześniejsze dane wskazują, że częściej opierają one finansowanie swoich przedsiębiorstw na kapitale własnym i doświadczają większych problemów w pozyskiwaniu finansowania zewnętrznego. Badania przeprowadzone w wielkopolskich MSP dowodzą, że kobiety częściej niż mężczyźni finansują swoje firmy kapitałem własnym i kredytem handlowym. Dwukrotnie rzadziej zaciągają kredyty długoterminowe, a leasing wykorzystują pięciokrotnie rzadziej (Łuczka, 2013). Zbieżne są tu wyniki badań D. Karvi (2013), z których wynika, że kobiety wybierają inne źródła finansowania niż mężczyźni: korzystają głównie ze środków własnych na starcie działalności gospodarczej, a w trakcie jej prowadzenia starają się generować środki pieniężne z wewnętrznych źródeł. Ponadto znacznie częściej zaciągają pożyczki od rodziny lub przyjaciół.

Ograniczenia w dostępie do źródeł finansowania należą zatem do trzech najważniejszych czynników hamujących zamiar założenia i/lub prowadzenia własnej firmy (63% badanych studentek i 52% badanych studentów wskazuje na to ograniczenie). Jest to zgodne z raportami publikowanymi przez PARP oraz wynikami innych badań naukowych, które wskazują, że w rozwoju mikroprzedsiębiorstw, małych i średnich przedsiębiorstw ograniczają trudności w dostępie do kapitału obcego (Rembiasz, Siemieniak, Pawlak, 2017). Warto zaznaczyć, że u podstaw wspomnianego zjawiska

leży brak wiedzy. Średnio co czwarty student poszukiwał w Internecie informacji na temat finansowania firmy. Robiło to ok. 30% spośród badanych kobiet oraz ok. 20% ankietowanych mężczyzn. Zakładanie i prowadzenie w przyszłości własnej firmy uwarunkowane jest zatem nabywaniem w trakcie studiów wiedzy na temat aktualnie dostępnych na rynku źródeł finansowania sektora MSP.

Zgodnie z wynikami przeprowadzonych badań na temat czynników umożliwiających pogodzenie wymagań zawodowych z życiem osobistym najwyższe oceny respondentek (studentek – potencjalnych przedsiębiorczyń) uzyskały: elastyczny czas pracy, następnie praca w domu i przejęcie przez kogoś części obowiązków domowych/opiekuńczych. Jednocześnie zgodnie większość respondentek (62,5%) uznała, że założenie własnego przedsiębiorstwa może umożliwić sprawniejsze łączenie obowiązków zawodowych z domowymi i/lub rodzicielskimi (Siemieniak, Rembiasz, 2018).

Istotnym uwarunkowaniem aktywności przedsiębiorców jest ocena ich dobrostanu. Z badań prowadzonych w Wielkopolsce wynika, że mimo niższej oceny kondycji ekonomicznej swojej firmy od pozostałych mikroprzedsiębiorcy doświadczają zadowolenia z faktu prowadzenia działalności gospodarczej, określając swój poziom satysfakcji z tego tytułu jako wysoki (42,3%) (Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu, 2020, s. 40). Ocena stopnia well-being oraz jego wpływu na przedsiębiorczość została podjęta w autorskich badaniach dotyczących kobiet. Studentki, które deklarowały zamiar założenia przedsiębiorstwa, wyżej oceniały swoje umiejętności zawodowe niż respondentki, które nie chciały lub nie wiedziały, czy są zainteresowane przedsiębiorczością (Siemieniak, Rembiasz, 2021). Ponadto bardziej podobał im się program studiów i widziały możliwość wykorzystania zdobytej wiedzy w życiu zawodowym.

Z kolei eksploracja zagadnienia wsparcia przedsiębiorczości prowadzi do wniosku, że forma wsparcia powinna uwzględniać szczegółowe charakterystyki kobiet właściolek. Potrzebę pomocy finansowej szczególnie deklarują kobiety rozpoczynające prowadzenie działalności gospodarczej, w wieku do 39 roku życia, mające troje dzieci lub więcej. W przypadku kobiet w wieku rozrodczym z obszarów wiejskich komfort prowadzenia przedsiębiorstwa zależy z kolei od dostępności zinstytucjonalizowanej opieki nad dziećmi (Siemieniak, Łuczka, 2016; Siemieniak, Rembiasz, 2017b; Rembiasz, Siemieniak, 2019). Dokonując uogólnienia, wielkopolskie przedsiębiorcze kobiety najlepiej oceniają następujące formy wsparcia: podział obowiązków domowych, wiedza czerpana z portali branżowych, prasy branżowej, od rodziny, przyjaciół i znajomych. W grupie najbardziej przydatnych form wsparcia finansowego najbardziej wartościowe są natomiast: dotacje, ulgi, zwolnienia podatkowe. Pomocne w prowadzeniu przedsiębiorstwa są także wiedza i umiejętności zdobyte podczas edukacji szkolnej (Siemieniak, 2015).

Niewątpliwym jest fakt, że w dużej mierze poziom życia w danym kraju lub regionie oraz relatywną sytuację ekonomiczną danej rodziny należy traktować jako czynniki warunkujące podjęcie inicjatywy prowadzenia własnego przedsiębiorstwa.

W ubogich społeczeństwach i rodzinach dodatkowa praca kobiety bywa niezbędna do utrzymania rodziny. Przedsiębiorczość może wynikać zatem z konieczności i stanowić sposób na ograniczenie bezrobocia (Rembiasz, Siemieniak, 2018). W okresie wysokiej koniunktury w gospodarce i względnie łatwego dostępu do pomocy społecznej ten rodzaj przedsiębiorczości traci na znaczeniu. Wcześniejsze badania (Wasilczuk, 2011) wskazują, że kobiety nieznacznie częściej niż mężczyźni wskazują na motywy negatywne. Jednak wśród pozytywnych powodów zakładania przedsiębiorstwa kobiety z większą częstotliwością przejawiają potrzebę potwierdzenia swojej wartości. Warto zatem kształtować proaktywną postawę wśród studentek jako potencjalnych założycielek firm działających także w nowoczesnych dziedzinach polskiej gospodarki.

## 5. PODSUMOWANIE

Przedsiębiorczość kobiet i ich rolę w gospodarce należy uznać wciąż jeszcze za dość nowy kierunek badawczy w ekonomii. Zainteresowanie nim badaczy wyraźnie wzrosło na przestrzeni ostatnich dwudziestu paru lat. W artykule zaprezentowano przegląd wybranych badań na temat przedsiębiorczości kobiet w Wielkopolsce prowadzonych w zespole prof. Teresy Łuczki. Badano m.in. takie aspekty, jak postawy przedsiębiorcze, bariery ograniczające chęć założenia i prowadzenia własnej firmy oraz deklarowany przez respondentów poziom wiedzy biznesowej i kompetencji przedsiębiorczych.

Warto podkreślić, że liczba kobiet rozpoczynających działalność gospodarczą w Polsce i na świecie w ostatnich dekadach znacząco wzrasta. Wykorzystanie możliwości i rozwój sektora MSP stanowią istotny czynnik wzrostu gospodarczego każdego regionu.

Wydaje się również, że silniejsza pozycja kobiet w firmach sektora MSP w regionie może prowadzić do korzystnych zmian w zakresie wzmocnienia znaczenia stylu zarządzania opartego na budowaniu relacji i współpracy. Firmy prowadzone przez kobiety mogą się rozwijać szybciej dzięki zwiększeniu elastyczności i tworzeniu trwalszych więzi biznesowych.

Istotny jest fakt, że wiele badań wskazuje na współwystępowanie licznych barier z niewykorzystanym potencjałem przedsiębiorczości kobiet. Kierunki aktualnie prowadzonych przez autorki badań to m.in. różnice w postrzeganiu ryzyka prowadzenia własnego przedsiębiorstwa pomiędzy kobietami i mężczyznami oraz znaczenie kreatywności w rozpoczynaniu działalności gospodarczej i prowadzeniu własnych przedsiębiorstw w sektorze MSP. Dalsze pogłębione badania nad przedsiębiorczością młodych kobiet mogą dostarczyć wiedzy na temat potrzeb edukacyjnych, wdrażania skutecznych instrumentów wsparcia oraz możliwości wpływania na wzrost motywacji do podjęcia aktywnej postawy przedsiębiorczej.

## LITERATURA

- Anganowski, M. (2008). Rozwój i znaczenie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w polskiej gospodarce. *Roczniki Nauk Społecznych*, XXXVI, 3, 237-256.
- Bank Pekao (2018). *Raport o sytuacji mikro, małych i średnich firm w roku 2018*. Pobrano z: <https://www.pekao.com.pl/raport-msp/> (1.05.2021).
- Coca-Cola, Deloitte (2017). *Praca i przedsiębiorczość kobiet – potencjał do wykorzystania w Polsce*. Pobrano z: [https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2017/02/pl\\_aktywizacja\\_zawodowa\\_kobiet\\_raport\\_2017.pdf](https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2017/02/pl_aktywizacja_zawodowa_kobiet_raport_2017.pdf) (1.05.2021).
- Gano, E., Łuczka, T. (2017). Badanie postaw przedsiębiorczych młodych kobiet. *Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Organizacja i Zarządzanie*, 75, 99-113.
- Hadryś-Nowak, A., Więcek-Janka, E. (2016). Sukcesja kobiet w przedsiębiorstwach rodzinnych – wstępne wyniki badań. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XVII, 6, III, 35-47.
- Kaliszczyk, L. (2011). Schumpeterowska teoria przedsiębiorczości i jej współczesne implikacje. *Nauki o Zarządzaniu / Management Sciences*, 8, 345-355.
- Karvi, D. (2013). *Female Entrepreneurship and the New Venture Creation An International Overview*. New York: Routledge.
- Kopyciński, P. (2019). Przedsiębiorczość a innowacyjność – rozumienie i delimitacja pojęć. In: T. Rachwał (Ed.). *Kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych*. Warszawa: Wydawnictwo FRSE.
- Lubacha-Sember, J. (2016). Główne nurty i kierunki badań nad przedsiębiorczością kobiet. *Horyzonty Wychowania*, 15(34), 343-361.
- Łuczka, T. (2013). *Makro- i mikroekonomiczne determinanty struktury kapitału w małych i średnich przedsiębiorstwach*. Poznań: Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej.
- Łuczka, T., Przybysz, J. (2010). Postawy studentów wobec przedsiębiorczości. In: J. Grzywacz, S. Kowalski (Eds.). *Rozwój przedsiębiorczości w gospodarce rynkowej*. Płock: Wydawnictwo PWSZ, 43-55.
- Łuczka, T., Rembiasz, M. (2016). Badanie postaw przedsiębiorczych studentów – wybrane aspekty teoretyczne i empiryczne. *Horyzonty Wychowania*, 15(34), 27-47.
- Olejniczak, K., Dębicka, A. (2019). Entrepreneurship and competitiveness of subregions. The case of the Wielkopolska region in Poland. *Biblioteka Regionalisty*, 19, 146-160.
- PARP (2014). *Raport z badań 2013*. Warszawa: Global Entrepreneurship Monitor.
- Piasecki, B. (1997). *Przedsiębiorczość i mała firma. Teoria i praktyka*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Piecuch, T. (2013). *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*. Warszawa: C.H.BECK.
- Rembiasz, M. (2016). Entrepreneurship of single mothers: selected economic and social aspects. *Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Organizacja i Zarządzanie*, 68, 167-179.
- Rembiasz, M. (2020). Perception of The Social Economy and Social Entrepreneurship by Students as Potential Entrepreneurs. In: K.S. Soliman (Ed.). *Proceedings of the 36th International Business Information Management Association Conference (IBIMA), Sustainable Economic Development and Advancing Education Excellence in the era of Global Pandemic*. Grenada, 5099-5110.
- Rembiasz, M., Siemieniak, P. (2018). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych studentek w kontekście konfliktu roli rodzicielskiej i zawodowej. *Horyzonty Wychowania*, 17(43), 197-207.

- Rembiasz, M., Siemieniak, P. (2019). Selected entrepreneurship support factors increasing women's safety and work comfort. *CzOTO*, 1, 1, 120-125.
- Rembiasz, M., Siemieniak, P., Pawlak, J. (2017). Wybrane źródła finansowania działalności gospodarczej. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 18(12.II), 333-344.
- Schumpeter, J.A. (1960). *Teoria rozwoju gospodarczego*. Warszawa: PWN.
- Siemieniak, P. (2010). Postawy studentów wobec przedsiębiorczości. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 588, *Ekonomiczne Problemy Usług*, 51, 505-514.
- Siemieniak, P. (2015). Wybrane problemy przedsiębiorczości kobiet w Wielkopolsce. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 848, *Ekonomiczne Problemy Usług*, 116, 169-179.
- Siemieniak, P., Łuczka, T. (2016). *Przedsiębiorczość kobiet. Wybrane aspekty ekonomiczne i psychokulturowe*. Poznań: Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej.
- Siemieniak, P., Rembiasz, M. (2017a). Determinanty przedsiębiorczości kobiet – wybrane aspekty teoretyczne i empiryczne. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, 18(12.II), 349-363.
- Siemieniak, P., Rembiasz, M. (2017b). The need for the psychological safety in women entrepreneurs. In: P. Arezes, J.S. Baptista, M.P. Barroso, P. Carneiro, N. Costa, R. Melo, A.S. Miguel, G. Perestrelo (Eds.). *SHO 2017 International Symposium on Occupational Safety and Hygiene*. Guimarães: Portuguese Society of Occupational Safety and Hygiene, 102-103.
- Siemieniak, P., Rembiasz, M. (2018). Work life balance w życiu kobiet – obecnych i potencjalnych przedsiębiorców. *Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Organizacja i Zarządzanie*, 76, 229-242.
- Siemieniak, P., Rembiasz, M. (2021). Well-being in Women's Decision to Start a Business. *Journal of Entrepreneurship: Research & Practice*. Article ID: 783849.
- Wasilczuk, J. (2011). Przedsiębiorczość kobiet. In: M. Gawrycka, J. Wasilczuk, P. Zwiech (Eds.). *Szklany sufit i ruchome schody – kobiety na rynku pracy*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu, 101-130.
- Wasilczuk, J., Licznarska, M. (2017). Poszukiwanie dobrych odpowiedzi na źle postawione pytania. Rzecz o przedsiębiorczości kobiet. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, XVIII, 6, III, 11-22.
- Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu (2020). *Znaczenie sektora MŚP w kontekście zmian wielkopolskiego rynku pracy*. Poznań.
- Zięba, K. (2010). Płeć właściciela/menedżera jako czynnik kształtujący rozwój małej firmy – aspekty teoretyczne i wyniki badań empirycznych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 585, *Ekonomiczne Problemy Usług*, 50, 455-463.

**WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP – A REVIEW OF LONG-TERM RESEARCH  
CONDUCTED AMONG FEMALE STUDENTS IN UNIVERSITIES  
OF THE WIELKOPOLSKA REGION**

**Summary**

Women's entrepreneurship is one of relatively new research directions. Understanding its specificity seems to be particularly important due to the fact that the number of women starting a business in recent decades has been steadily increasing. However, numerous studies indicate the presence of many limitations to female entrepreneurship and the coexistence of a relatively large potential that may have real significance for the economic development of the country and regions.

The aim of the paper is to present the conclusions drawn from selected studies conducted in the last decade in the Wielkopolska region, which were often inspired or constituted a kind of continuation of the multifaceted research by Professor Teresa Łuczka on the conditions for the development of the small and medium-sized enterprise sector in Poland and in the world. The following problems were investigated: entrepreneurial attitudes, barriers limiting the willingness to start and run one's own business and the level of business knowledge declared by the respondents.

Further research on the entrepreneurship of young women can provide knowledge about educational needs, the implementation of effective support instruments and the possibility of influencing their motivation to take up an active entrepreneurial attitude.

**Keywords:** Wielkopolska region, research review, female entrepreneurship