

Grzegorz GOŁĘBIEWSKI*, Piotr RUSSEL**

DETERMINANTY I ROZWÓJ PRZEDSIĘBIORCZOŚCI Kobiet W POLSCE NA TLE WYBRANYCH PAŃSTW

DOI: 10.21008/j.0239-9415.2017.075.09

W artykule ukazano kluczowe determinanty rozwoju przedsiębiorczości kobiet w Polsce na tle wybranych państw. Przeprowadzona analiza dowiodła m.in., że w świetle wyników badań empirycznych hipoteza mówiąca o dominującej wśród Polek roli czynników motywacyjnych o charakterze negatywnym nie znajduje potwierdzenia w rzeczywistości. Ponadto wyniki badań pokazują, że Polki relatywnie dobrze oceniają swoje umiejętności przedsiębiorcze, a jednocześnie zdecydowanie częściej niż przedsiębiorczynie z innych krajów odczuwają strach przed niepowodzeniem. Dla Polek przedsiębiorców ważniejszym niż kwestie finansowe motywatorem do rozpoczęcia działalności gospodarczej jest dążenie do niezależności i samodzielności w zakresie kształtowania własnej ścieżki rozwoju zawodowego.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość, przedsiębiorczość kobiet

1. WSTĘP

Definicji pojęcia przedsiębiorczości jest dużo (Gołębiowski, 2014). Wynika to z tego, że problematyką przedsiębiorczości zajmują się naukowcy reprezentujący różne dyscypliny. Ich odmienne perspektywy badawcze są następstwem odmiennych celów, metod i technik badawczych, ujęć metodologicznych oraz płaszczyzn analizy, co w sposób oczywisty nie sprzyja tworzeniu jednej definicji (Duraj, Papiernik-Wojdera, 2010, s. 19). Niemniej jednak przy różnych próbach definiowania tego pojęcia mamy najczęściej wyraźnie wyeksponowany ekonomiczny jej wymiar. Przedsiębiorczość traktowana jest bowiem jako jeden z czynników pozwalający na bardziej efektywne działania danej jednostki ludzkiej czy przedsiębior-

* Wydział Zarządzania i Finansów, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie.

** Instytut Finansów, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.

stwa (Duraj, Papiernik-Wojdera, 2010, s. 21). Ponadto wśród determinant, które kształtują różne pojęcia przedsiębiorczości nieodmiennie znajdują się te, które związane są z osobą ludzką (Brdulak, Jakubik, 2010, s. 80).

Pomimo różnorodności definicji, można wyodrębnić ich cechy wspólne. Na istotę tego pojęcia składa się inwencja i innowacja, zgromadzenie środków i założenie organizacji gospodarczej, wzrost przy ryzyku i niepewności (Gołębiowski, 2008). W definicjach przedsiębiorczości i przedsiębiorstwa mamy do czynienia z połączeniem wielu cech, wśród których każda ma swoje znaczenie. Postawa przedsiębiorcza i proces przedsiębiorczy, rozumiany jako powstawanie i rozwój przedsiębiorstw, przenikają się wzajemnie (Gołębiowski, 2009, s. 149). Przedsiębiorczość jest najczęściej kojarzona z podejmowaniem działalności gospodarczej i sektorem MSP, pracą na własny rachunek czy cechami osobowymi przedsiębiorcy (Walczak, 2010). Wymiar osobowy przedsiębiorcy obejmuje zespół cech, do których zalicza się indywidualny system wartości, wcześniejsze doświadczenia (w tym zadowolenie z dotąd wykonywanej pracy), umiejętności menedżerskie, wiek, wykształcenie oraz płeć (Lemańska-Majdzik, 2008, s. 137, Bratnicki, Węclawska, Tarnawa, Zbierowski, 2013, s. 9).

Celem artykułu jest identyfikacja głównych determinant przedsiębiorczości kobiet w Polsce w porównaniu do wybranych państw. Dodatkowo zwrócono uwagę na czynniki rozwoju przedsiębiorczości jako takiej. W projekcie *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) na potrzeby badania, do którego artykuł się odwołuje, przedsiębiorczość rozumie się jako „każdą próbę tworzenia nowej firmy lub nowego przedsięwzięcia, takiego jak samozatrudnienie, nową organizację gospodarczą, ekspansję istniejącej organizacji, dokonaną przez jednostkę, zespół ludzi lub istniejącą organizację”

2. GŁÓWNE NURTY BADANIA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI KOBIEC

Do głównych nurtów badania przedsiębiorczości kobiet zalicza się spojrzenie przez pryzmat cech społeczno-demograficznych. Było to podejście charakterystyczne dla pierwszych badań (Starnawska, 2009, s. 28). Niemniej jednak wyniki w tym względzie nie zawsze były zgodne. Przykładowo do niezgodności dochodziło, gdy jedni wskazywali, że nie ma różnic pomiędzy płcią, jeśli chodzi o skłonność do ryzyka (Brush, 1992), inni wskazywali, że są (Aldrich, Ray Reese, Brickman Elam, 1997, za: Starnawska, 2009). W innych aspektach badacze dostrzegali różnice. Podczas, gdy mężczyźni w działalności przedsiębiorczej zdecydowanie częściej dążą do celów finansowych (Manolova, Brush, Edelman, 2008), kobiety mają skłonność do równowagi pomiędzy celami społecznymi i gospodarczymi (Sundin, Holmquist, 2006).

Kolejnym istotnym nurtem badań jest obszar motywacji kobiet w rozpoczynaniu własnej działalności gospodarczej, determinant i barier przedsiębiorczości,

poziomu wiedzy w ogóle i na temat zakładania przedsiębiorstwa, wpływu prowadzenia firmy na życie rodzinne, czynników sukcesu oraz stylu zarządzania kobiet (Gerejczyk, 2014, s. 71).

Są badacze, którzy uważają, że kobiety – właścicielki przedsiębiorstw reprezentują odmienny niż mężczyźni styl zarządzania (Lisowska, 2009). Co ciekawe wśród barier przedsiębiorczości, w odpowiedziach udzielanych przez kobiety, te z nich, które wiązałyby bariery w prowadzeniu działalności gospodarczej ze swoją płcią, należały do mniejszości. O sukcesie w prowadzeniu działalności gospodarczej decyduje przede wszystkim posiadanie określonych cech oraz odpowiedni zasób środków finansowych. Niemniej jednak, co czwarta badana kobieta w Polsce wskazywała, że większe szanse na dobre prowadzenie firmy mają mężczyźni (Auleytner, 2008, s. 25).

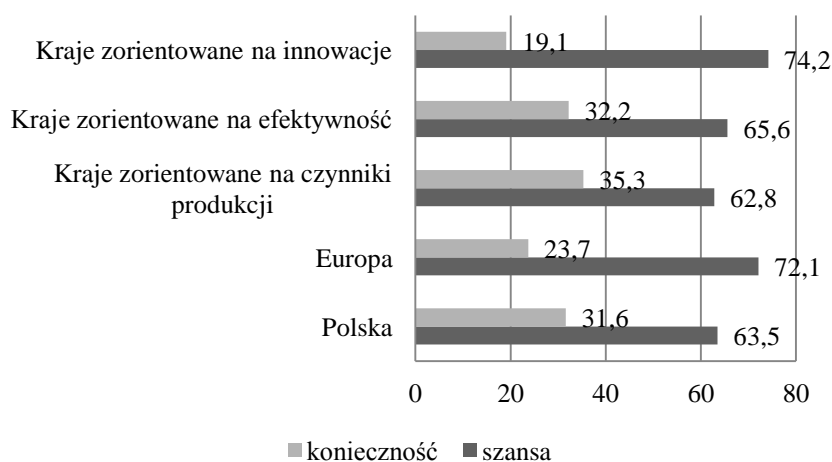
Nie jest tajemnicą, że w gospodarce poziom wykształcenia ma wpływ na rozwój gospodarczy. Są badacze, którzy wskazują również na silny związek pomiędzy wykształceniem a sukcesem w działalności gospodarczej, w tym przedsiębiorczości kobiet (Ascher, 2012, s. 106).

3. TEORIE MOTYWACJI DZIAŁAŃ PRZEDSIĘBIORCZYCH

Jedną z istniejących teorii w tym zakresie jest stworzona przez Bandurę teoria samoskuteczności. Jej istota polega na tym, że poczucie samoskuteczności jest najistotniejszym czynnikiem wyboru określonego zachowania oraz wytrwałości w sytuacji napotkania przeszkód (Ziemiański, 2015, s. 140). Określone przez Bandurę poczucie skuteczności, rozumiane jako sądy ludzi odnoszące się do własnych możliwości zaplanowania i wykonania określonych działań niezbędnych do osiągnięcia określonego rezultatu, które nie dotyczą jednak umiejętności jednostki, ale jej przekonania dotyczącego tego, co może osiągnąć (Bandura, b.d.), stało się obiektem analiz i badań innych badaczy. Jego teoria samoskuteczności m.in. legła u podstaw stworzenia opisu mechanizmu powstawania motywacji przedsiębiorczych. Najlepiej dotychczas zbadane i zweryfikowane modele to model zdarzenia przedsiębiorczego Shapero i Sokola (1982) oraz teoria planowanego zachowania Ajzena (1991) (Ziemiański, 2015, s. 140).

W modelu zdarzenia przedsiębiorczego wyróżnia się motywację pozytywną (tzw. efekt *pull* – przyciągania do przedsiębiorczości) i negatywną (tzw. efekt *push* – wtłaczania w przedsiębiorczość) podjęcia własnej działalności gospodarczej. W przypadku tej drugiej motywacji podstawowe znaczenie ma teoria bodźca recesyjnego – działania przedsiębiorcze podejmowane są przez osoby znajdujące się w sytuacji bezrobocia lub zagrożenia bezrobociem, a także o ograniczonej możliwości podjęcia pracy najemnej lub zdeterminowane zdobyciem dodatkowych źródeł dochodów (Gerejczyk, 2014, s. 73). Jak wskazują wyniki badań przedsiębiorczości kobiet, w Polsce to motywacje o charakterze negatywnym (typu *push*)

w największym stopniu decydują o zakładaniu przedsiębiorstwa wśród kobiet i to w stopniu wyraźnie większym niż u mężczyzn (Rollnik-Sadowska, 2010, s. 127). Wyniki największego międzynarodowego projektu badawczego dotyczącego przedsiębiorczości – Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ilustrują niekorzystną strukturę w zakresie motywacji kobiet, co możemy zaobserwować, analizując wskaźnik obrazujący odsetek młodych firm (do 3,5 roku), które zostały założone z konieczności.



Rys. 1. Motywacje kobiet prowadzących młode przedsiębiorstwa (Tarnawa i in., 2016, s. 46)

W przypadku Polek wyniósł on w 2015 roku 31,6%, co oznacza, że blisko jedna trzecia firm założonych przez kobiety powstała z braku innych możliwości zarobkowania. Jest to wprawdzie poziom zbliżony do obserwowanego w całej grupie państw zorientowanych na efektywność¹, jednakże w skali całej Europy wyniósł on 23,7%, zaś w krajach zorientowanych na innowacje² kształtował się na poziomie 19,1%. Warto jednak odnotować, że ponad 63% kobiet w Polsce zdecydowało się na rozpoczęcie działalności gospodarczej z powodu dostrzeżenia szansy. Tym samym teza mówiąca o dominacji motywacji o charakterze negatywnym nie do końca znajduje odzwierciedlenie w świetle badań realizowanych w ramach projektu GEM.

W teorii planowanego zachowania Ajzena głównym z czynników poprzedzających i determinujących pojawienie się motywacji przedsiębiorczych jest, obok atrakcyjności działalności gospodarczej oraz norm społecznych, także postrzegana

¹ Oprócz Polski do grupy tej zalicza się z krajów europejskich: Bułgarię, Chorwację, Estonię, Węgry, Rumunię i Macedonię.

² Do grupy tej zalicza się m.in. Finlandię, Niemcy, Irlandię, Holandię, Luksemburg, Włochy, Norwegię, Słowację, Słowenię, Hiszpanię, Grecję, Szwecję, Wielką Brytanię, Izrael, Japonię, Płd. Koreę, Kanadę i USA.

kontrola nad działaniem. Jest to swoistego rodzaju pewność jednostki, że jest w stanie z sukcesem pełnić funkcję przedsiębiorcy i wykonywać przypisane jej działania (Ziemiański, 2015, s. 141).

Dodatkowo za Gerejczyk, zgodnie z teoriami wyjaśniającymi podejmowanie działalności gospodarczej przez kobiety należy zwrócić uwagę, na teorie wywodzące się z psychologii: motywacji, cech i kompetencji (Gerejczyk, 2014, s. 73). Rozpoczynanie działalności gospodarczej przez kobiety może być związane z potrzebami osobowościowymi (potrzeba niezależności czy chęć samorealizacji) lub z poczuciem misji, która może dotyczyć między innymi chęci udowodnienia równości pomiędzy płciami i własnej wartości (Wasilczuk, 2011). W ten nurt rozpatrywania motywacji wpisuje się motywacja niematerialna zawierająca takie czynniki, jak wymienianą tu niezależność, potrzeba realizacji celów non-profit (np. pomoc innym, czy działania z korzyścią dla środowiska naturalnego), a także przyjemność z wykonywania prac w przedsiębiorstwie (Burke, FitzRoy, Nolan, 2002, s. 256).

Na potrzeby jako źródło, jakimi kierują się przedsiębiorcy, decydując się na rozpoczęcie działalności gospodarczej zwraca również uwagę Wasilczuk (2011, s. 109). W literaturze przedmiotu najczęściej opisuje się: potrzebę osiągnięć (ang. *need of achievement*), potrzebę niezależności (ang. *need of independence*) oraz potrzebę władzy/kontroli (ang. *need for power/control*) (Brockhaus, Horwitz, 1986, s. 25-48, za: Wasilczuk, 2011).

Bruni, Gherardi i Poggio (2004) sporządzili ciekawe zestawienie profili przedsiębiorczości kobiet na podstawie kryterium motywacji – patrz tabela 1.

Tabela 1. Zestawienie profili przedsiębiorczości kobiet (Bruni, Gherardi, Poggio za Ascher, 2012)

Rodzaj	Motywacja
Bezczelowa (ang. <i>aimless</i>)	kobiety, które rozpoczynają działalność gospodarczą w wyniku bezrobocia
Zorientowana na sukces	kobiety postrzegające działania przedsiębiorcze jako element długoterminowej strategii
Wybitnie zorientowana na sukces	kobiety, które postrzegają przedsiębiorczość jako okazję do samorealizacji lub jako środek do przezwyciężenia zjawiska „szklanego sufitu”
Dwoistość	kobiety poszukujące elastyczności, aby zrównoważyć obowiązki rodzinne i zawodowe
Wracające pracownice (ang. <i>return workers</i>)	kobiety, które opuściły swoje miejsca pracy w celu wypełnienia obowiązków rodzinnych, ale nadal zmotywowane do samorealizacji poza życiem rodzinnym
Tradycyjna	kobiety mające silne tradycje przedsiębiorcze w rodzinie
Radykalna	kobiety inicjujące wprowadzenie feministycznych tendencji w społeczeństwie

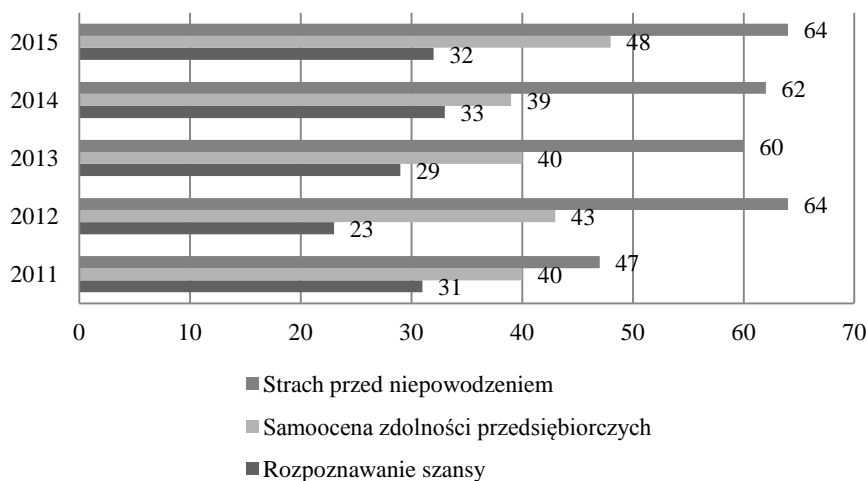
Ostatecznie warto brać pod uwagę również fakt, że na motywacje składają się dwie grupy czynników: zewnętrzne oraz wewnętrzne (Wasilczuk, 2011, s. 111).

Do tych pierwszych zalicza się: kulturowe, ekonomiczne, społeczne oraz instytucjonalne. Mają one szczególnie duże znaczenie w sytuacji porównań pomiędzy krajami, a ich istotność będzie się nasilać wraz ze zwiększaniem się różnic kulturowych i społecznych. O drugiej grupie czynników była już wcześniej mowa. Zalicza się do nich cechy osobowościowe, poziom wykształcenia, doświadczenia itp.

4. PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ KOBIET W POLSCE NA TLE WYBRANYCH PAŃSTW

W tej części artykułu zaprezentowane będą kluczowe czynniki determinujące przedsiębiorczość kobiet w Polsce w porównaniu do wybranych państw. Analiza opiera się na dostępnych badaniach empirycznych, w szczególności badaniach przeprowadzonych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) oraz cyklicznie prowadzonych badaniach dotyczących przedsiębiorczości w ramach GEM.

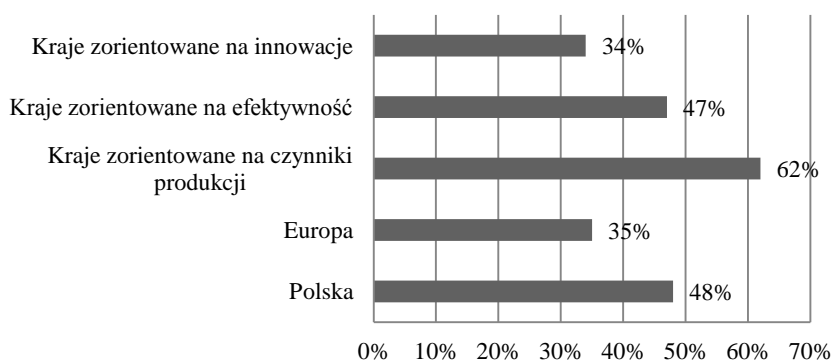
Polska od 2011 r. regularnie³ uczestniczy w największym międzynarodowym projekcie badawczym dotyczącym przedsiębiorczości – Global Entrepreneurship Monitor (GEM), dzięki czemu możliwa jest analiza zmian dotyczących np. postaw przedsiębiorczych kobiet (rys. 2).



Rys. 2. Postawy przedsiębiorcze kobiet w Polsce w latach 2011-2015 (Bratnicki et al., 2013)

³ Pierwszy raz Polska wzięła udział w projekcie GEM w 2004 r., później jednak nastąpiła siedmioletnia przerwa.

Z przeprowadzonych badań wynika, że co najwyżej jedna trzecia kobiet w Polsce potrafi zidentyfikować pojawiające się na rynku szanse. Jest to wskaźnik niższy aniżeli średnia dla grupy krajów zorientowanych na efektywność, w której przeciętnie 39% ankietowanych kobiet w 2015 r. deklarowało, że dostrzegają pojawiające się na rynku szanse. W analizowanym okresie możemy natomiast zaobserwować wyraźny wzrost (o 8 pkt. proc.) odsetka kobiet w Polsce, które dobrze oceniają swoje zdolności przedsiębiorcze. W tym aspekcie badania wypadamy lepiej niż przeciętny wynik samooceny dla wszystkich krajów europejskich objętych badaniem GEM i jednocześnie zbliżony do średniego poziomu obserwowanego w grupie krajów zorientowanych na efektywność (rys. 3).

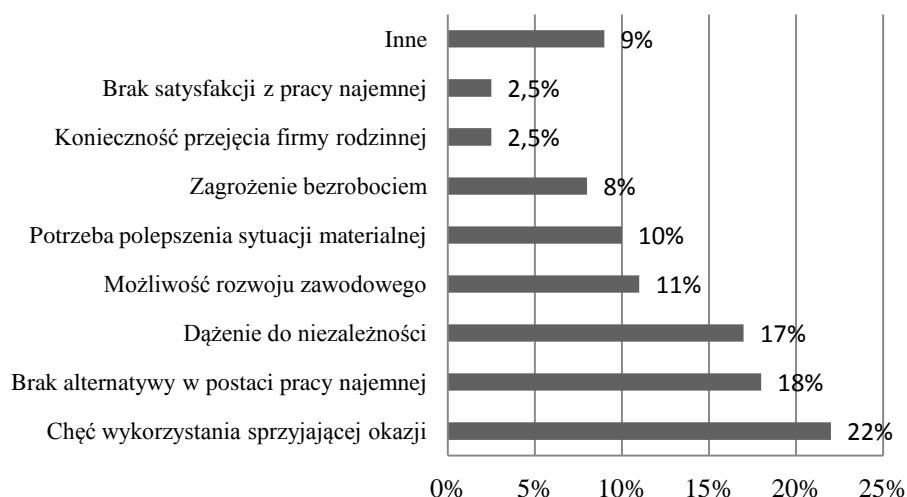


Rys. 3. Samoocena zdolności przedsiębiorczych Polek na tle wybranych grup krajów w 2015 r. (w procentach) (Bratnicki et al., 2013)

Najslabiej oceniają swoje zdolności przedsiębiorcze kobiety mieszkające w krajach zorientowanych na innowacje, w których zaledwie co trzecia (34%) pozytywnie ocenia swoje umiejętności przedsiębiorcze, zaś najlepiej w grupie państw nastawionych na czynniki produkcji (62%). Postawą, która zdecydowanie negatywnie wyróżnia Polskę na tle wszystkich grup państw objętych badaniem GEM, jest strach przed niepowodzeniem, do którego od 2012 r. przyznaje się 60–64% Polek. Dla porównania średnia wartość tego wskaźnika dla europejskich krajów objętych badaniem GEM w 2015 r. wynosiła 49%, zaś w grupie krajów zorientowanych na efektywność – 42%. Wy tłumaczeniem tego zjawiska może być nastawienie kulturowe w Polsce. Jesteśmy społeczeństwem deficytu wiary w siebie, a także społeczeństwem rozpamiętującym poniesione klęski. Nie jest w naszej naturze koncentrowanie się na sukcesie. Sukces zresztą jest podejrzany. Można postawić tezę, że Polacy mają skłonność do swoistego rodzaju kultu porażki i martyrologii ofiary (Lepczyński, 2014).

4.1. Determinanty rozwoju przedsiębiorczości kobiet

Dzięki zrealizowanemu kilka lat temu przez PARP dużemu projektowi badawczemu (Balcerzak et al., 2011) możliwa jest analiza najważniejszych determinant rozwoju przedsiębiorczości kobiet w Polsce.



Rys. 4. Główne czynniki motywujące kobiety w Polsce do podjęcia działalności gospodarczej (Balcerzak-Paradowska i in., 2011, s. 48)

Wśród najważniejszych czynników motywujących Polki do zakładania działalności gospodarczej należy wskazać: chęć wykorzystania sprzyjających okoliczności (blisko 22% uzyskanych odpowiedzi), brak alternatywy w postaci pracy najemnej (18%) oraz dążenie do niezależności (17%). Istotnymi motywatorami są również możliwość rozwoju zawodowego (11% wskazań) oraz potrzeba poprawy własnej sytuacji materialnej (10%). Co ciekawe wyniki badania przeprowadzonego przez PARP dowodzą, że kwestie finansowe znalazły się dopiero na piątym miejscu wśród czynników motywujących, zaś ważniejszym niż finanse motywatorem dla Polek jest dążenie do niezależności i samodzielności w zakresie kształtowania własnej ścieżki rozwoju zawodowego.

Przeprowadzone przez PARP badanie dostarczyło również danych na temat kluczowych barier hamujących rozwój przedsiębiorczości kobiet w Polsce. Należy podkreślić, że w zdecydowanej większości są one równie dotkliwe zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn. Zalicza się do nich m.in. zbyt wysokie pozapłacowe koszty pracy, problemy ze zdobywaniem nowych klientów, skomplikowane formalności finansowe, zbyt zawile procedury, czasochłonne formalności dotyczące m.in. wydawania pozwoleń i licencji, a także zmienność prawa pracy. Jednocześnie istotną

barierą, na którą zdecydowanie częściej wskazują kobiety, jest utrudniony dostęp do instytucjonalnej opieki nad dziećmi, co utrudnia kobietom godzenie życia rodzinnego z prowadzeniem działalności gospodarczej (Balcerzak et al., 2011).

5. ZAKOŃCZENIE

W ciągu ostatnich kilku lat w Polsce możemy zaobserwować zwiększenie zaangażowania kobiet w zakładanie nowej działalności gospodarczej – w okresie tym tzw. wskaźnik TEA (ang. *Total Early-stage Entrepreneurial Activity*) przedstawiający odsetek ludności w wieku produkcyjnym, która jest zaangażowana w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowego przedsiębiorstwa w przypadku kobiet wzrósł z poziomu 5,05% w 2011 r. do 6,0% w 2015 r., osiągając tym samym średni poziom wskaźnika dla grupy państw zorientowanych na efektywność. Nadal jednak mężczyźni w Polsce są ponad dwukrotnie bardziej aktywni w tworzeniu nowych podmiotów gospodarczych. Prowadzona w ramach cyklicznego projektu badawczego GEM analiza postaw przedsiębiorczych pokazuje, że Polki relatywnie słabo identyfikują pojawiające się na rynku szanse. W przypadku Polski odsetek kobiet deklarujących tę umiejętność wyniósł w 2015 r. 32% i był aż o 7 pkt. proc. niższy od średniej obliczonej dla grupy krajów zorientowanych na efektywność, do której zaliczana jest również Polska. Niemniej analiza porównawcza, którą można przeprowadzić, bazując na danych GEM, pokazuje, że Polki stosunkowo dobrze oceniają własne zdolności przedsiębiorcze – według najnowszego badania blisko połowa (48%) Polek pozytywnie ocenia swoje zdolności pod kątem rozpoczęcia biznesu (wzrost w porównaniu do 2011 r. o 8 pkt. proc.). Tym samym wartość wskaźnika osiągnęła poziom obserwowany w grupie państw zorientowanych na efektywność i jednocześnie jest on zdecydowanie wyższy od średniej w grupie państw ukierunkowanych na innowacje, gdzie zaledwie co trzecia kobieta (34%) dobrze ocenia własne zdolności przedsiębiorcze. Postawą, która negatywnie wyróżnia Polki na tle swoich konkurentek z innych państw, jest strach przed niepowodzeniem, do którego przyznaje się blisko dwie trzecie ankietowanych, przy średniej dla grupy krajów zorientowanych na efektywność na poziomie 42%.

W literaturze niejednokrotnie jako cechę charakterystyczną dla przedsiębiorczości kobiet w Polsce wskazuje się na bardzo duże znaczenie motywacji o charakterze negatywnym, co może mieć istotny wpływ na efektywność podejmowanych przez kobiety przedsięwzięć inwestycyjnych. Wydaje się, że zarówno w świetle wyników badań realizowanych w ramach projektu GEM, jak również badań przeprowadzonych przez PARP hipotezę o przewadze bodźców o charakterze recesyjnym należy odrzucić. Niemniej ok. 30% udział przedsiębiorstw zakładanych przez kobiety z konieczności należy uznać za wysoki, biorąc pod uwagę, że w Irlandii, gdzie sytuacja pod tym względem jest najkorzystniejsza, zaledwie 8,8% kobiet w 2015 r. prowadziło działalność gospodarczą z konieczności. Jednocześnie jest to

jedna z najszybciej rozwijających się europejskich gospodarek, zaś pod względem poziomu dochodu na 1 mieszkańca wśród krajów UE zajmuje obecnie wysokie, drugie miejsce.

LITERATURA

- Aldrich, H., Ray Reese, P., Brickman Elam, A. (1997). Strong Ties, Weak Ties, and Strangers. In: S. Birley, I.C. MacMillan (red.). *Entrepreneurship in a Global Context* (t. 1–0). Routledge. Pobrano z <http://www.crcnetbase.com/doi/abs/10.4324/9780203435168.ch1>.
- Ascher, J. (2012). Female entrepreneurship – an appropriate response to gender discrimination. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 4(8), 97-114.
- Auleytner, J. (red.) (2008). *Wieloaspektowa diagnoza sytuacji kobiet na rynku pracy w Polsce: raport końcowy*. Warszawa: Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej.
- Balcerzak-Paradowska B., Bednarski M., Głogosz D., Kuzstelak P., Ruzik-Sierdzinska A., Mirosław J. (2011). *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Bandura, A. (b.d.). *Self-efficacydefined*. Pobrano z <https://www.uky.edu/~eushe2/Bandura/BanEncy.html> (22.11.2016).
- Bratnicki, M., Węclawska, D., Tarnawa, A., Zbierowski, P. (2013). *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2012*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Brdulak, J., Jakubik, P. (2010). Instytucjonalne i kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości. In: K. Kuciński (red.). *Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce*. Warszawa: Difin.
- Brockhaus, R.H., Horwitz, P.S. (1986). The psychology of the entrepreneur. In: D.L. Sexton, R.W. Smilor. *The art and science of entrepreneurship*. Cambridge: Ballinger Publishing Company.
- Bruni, A., Gherardi, S., Poggio, B. (2004). Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of Organizational Change Management*, 17(3), 256-268. Pobrano z <https://doi.org/10.1108/09534810410538315> (20.03.2017).
- Brush, C. (1992). Research on Women Business Owners: Past Trends, Future Directions, and a New Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Pobrano z <http://digital-knowledge.babson.edu/eshppw/22> (20.03.2017).
- Burke, A.E., FitzRoy, F.R., Nolan, M.A. (2002). Self-employment Wealth and Job Creation: The Roles of Gender, Non-pecuniary Motivation and Entrepreneurial Ability. *Small Business Economics*, 19(3), 255-270. Pobrano z <https://doi.org/10.1023/A:1019698607772> (20.03.2017).
- Duraj, J., Papiernik-Wojdera, M. (2010). *Przedsiębiorczość i innowacyjność*. Warszawa: Difin.
- Gerejczyk, K. (2014). Przedsiębiorczość kobiet – aspekt regionalny. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 4.
- Gołębiowski, G. (2008). Przedsiębiorczość a czynniki społeczno-kulturowe. *Problemy Zarządzania*, 2.

- Gołębiowski, G. (2009). *Znaczenie polityki finansowej i czynników społeczno-kulturowych dla rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce* (t. 565). Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.
- Gołębiowski, G. (2014). Przedsiębiorczość w Polsce w świetle badań Global Entrepreneurship Monitor. *Studia BAS*, 1(37), 9-25.
- Lemańska-Majdzik, A. (2008). Rola osoby przedsiębiorcy w rozwoju przedsiębiorczości indywidualnej. In: G. Maniak (red.). *Problemy ekonomii i polityki gospodarczej*. Szczecin: Uniwersytet Szczeciński.
- Lisowska, E. (2009). *Kobięcy styl zarządzania*. Gliwice: Wydawnictwo Helion.
- Manolova, T.S., Brush, C.G., Edelman, L.F. (2008). What do women entrepreneurs want? *Strategic Change*, 17(3-4), 6982. Pobrano z <https://doi.org/10.1002/jsc.817>.
- Rollnik-Sadowska, E. (2010). *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce*. Warszawa: Difin.
- Lepczyński, K. (2014). *Santorski: W Polsce sukces jest podejrzany. Porażka to dopiero heroizm*. Pobrano z http://wiadomosci.gazeta.pl/wiadomosci/1,114871,15764029,Santorski__W_Polsce_sukces_jest_podejrzany__Porazka.html (3.01.2017).
- Starnawska, M. (2009). Female entrepreneurship – on the nexus of person and context – merging pigeonholes. In: J.E. Wasilczuk (red.). *What do we know (and would like to know) about entrepreneurship in Poland*. Gdańsk: Gdańsk University of Technology, 27-35.
- Sundin, E., Holmquist, C. (2006). Women as entrepreneurs in Sweden: Conclusions from a survey. In: C.G. Brush, N.M. Carter, E.J. Gatewood, P.G. Green, M.M. Har (red.). *Women and Entrepreneurship: Contemporary Classics*. Northampton–Cheltenham: Edward Elgar. Pobrano z <http://liu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:255163> (20.03.2017).
- Tarnawa A., Węclawska D., Zadura-Lichota P., Zbierowski P. (2016). *Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska 2015*. Warszawa: Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach.
- Walczak, W. (2010). Miary i kryteria oceny przedsiębiorczości. *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*, 3, 5-13.
- Wasilczuk, J.E. (2011). Przedsiębiorczość kobiet. In: M. Gawrycka, J.E. Wasilczuk, P. Zwiech (red.). *Szklany sufit i ruchome schody – kobiety na rynku pracy*. Warszawa: CeDeWu.
- Ziemiański, P. (2015). Dopiero doświadczenie pokazuje, że nie jestem aż tak dobry – o malejącym poczuciu samoskuteczności wśród początkujących przedsiębiorców. In: A. Postuła, J. Majczyk, M. Darecki (red.). *Przedsiębiorczość: jednostka, organizacja, kontekst*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.

**DETERMINANTS AND DEVELOPMENT OF WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP
IN POLAND COMPARED WITH SELECTED COUNTRIES****Summary**

The article looks at the key determinants of female entrepreneurship in Poland in the context of selected countries. The analysis shows that in the light of empirical research the hypothesis about the dominant role of negative motivational factors among Polish businesswomen cannot be supported. The research also indicates that they assess their own entrepreneurial skills relatively well; at the same time, they fear business failure more compared to other countries. For Polish female entrepreneurs independence and self-reliance in the career path is more motivating than the financial aspects of starting a business.

Keywords: entrepreneurship, female entrepreneurship