

Mirosław ŁOBODA
UMCS w Lublinie
Wydział Ekonomiczny
Instytut Zarządzania
Zakład Zarządzania

KOMPETENCJE KOBIET PODEJMUJĄCYCH DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ

Streszczenie. Przedsiębiorczość kobiet staje się coraz powszechniejszym zjawiskiem i w coraz większym stopniu wpływa na efektywność globalnej gospodarki. Jest też coraz częściej przedmiotem badań, których wyniki potwierdzają pewną odmienność uprawiania przedsiębiorczości przez kobiety, ale wskazują też na istnienie bardzo wielu podobieństw z przedsiębiorczością uprawianą przez mężczyzn. Proces formowania przedsiębiorcy czy „przedsiębiorczyni” można analizować jako szczególny przypadek nabywania kompetencji. Artykuł opisuje przypadek przygotowywania kobiet do podjęcia ról „przedsiębiorczyń” w specyficznych, „promocyjnych” warunkach – w ramach programu EFS wspierającego przedsiębiorczość.

Słowa kluczowe: przedsiębiorczość kobiet, kompetencje

THE COMPETENCIES OF WOMEN STARTING THEIR OWN BUSINESSES

Summary. Women's Entrepreneurship is becoming a more and more popular phenomenon and continues to influence the effectiveness of the global economy to a still greater degree. More and more often it serves as a subject of research whose results confirm a certain difference between male and female entrepreneurship styles yet also demonstrate many common points between the two. The process of educating men and women entrepreneurs could be analyzed as a particular example of competence acquisition. The article describes the process of preparing women to starting up their economic activity in specific, ultra-convenient conditions, i.e. in the course of an ESF programme supporting the development of entrepreneurship.

Keywords: women entrepreneurship, competencies

1. Przedsiębiorczość kobiet – analiza wyników badań

Przedsiębiorczość kobiet jest zjawiskiem coraz częściej dostrzeganym, opisywanym i badanym. Wynika to w głównej mierze z dynamicznego wzrostu tej formy przedsiębiorczości, jaki obserwuje się na całym świecie w ostatnich trzech dekadach. Ta spektakularna eksplozja przedsiębiorczości kobiecej jest pochodną wielu różnorodnych czynników, które z różną siłą i w odmienny sposób oddziałują na jej dynamikę w poszczególnych krajach i regionach.

Badania GEM 2007¹ nad przedsiębiorczością kobiet w 41 krajach świata, których gospodarki wytwarzają 93% globalnego Produktu Krajowego Brutto, potwierdzają rosnącą rolę przedsiębiorczości kobiecej w gospodarce światowej. Wyniki tych badań wskazują również na istnienie specyfiki genderowej zarówno w procesie tworzenia nowych przedsięwzięć biznesowych, jak i w zarządzaniu nimi. Czynnikiem wpływającym w największym stopniu na podejmowanie przedsiębiorczości przez kobiety jest ich doświadczenie zawodowe zdobyte w dotychczasowej pracy i siła sieci społecznych, w których „przedsiębiorczynie” funkcjonują. W mniejszym stopniu wpływ na poziom przedsiębiorczości kobiet wywierają dwa inne badane czynniki: poziom wykształcenia potencjalnych „przedsiębiorczyń” i dochód ich gospodarstw domowych. Z badań wynika również, że czynniki poznawcze, takie jak: optymizm, wiara we własne siły oraz brak (lub niski poziom) obawy przed plajtą zakładanego przedsięwzięcia, są istotnymi predyktorami przedsiębiorczości przejawianej przez kobiety.

Z przeglądu wielu programów badawczych prowadzonych w różnych krajach nad przedsiębiorczością kobiet, których wyniki zebrano i podsumowano na konferencji OECD w Istambule,² wynika m.in., że wiedza i zasoby potrzebne do założenia własnej firmy są uwarunkowane kulturowo i osadzone w określonych kontekstach społecznym, technicznym i organizacyjnym. Firmy, które powstają w danym okresie, są tworzone w podobny sposób i działają według zbliżonych modeli biznesu, ponieważ ich założyciele stosują się do obowiązujących stereotypów i mód. Wiedza i zasoby niezbędne do podjęcia działalności gospodarczej są w różnym stopniu dostępne dla kobiet, w zależności od środowiska i kontekstu społecznego. Kobiety chcące podjąć działalność gospodarczą, mają do nich dostęp z reguły w mniejszym niż mężczyźni zakresie (wyznaczanym przez ich pozycje zajmowane w społeczeństwie). Wyniki badań świadczą również o tym, że dojrzewanie do roli przedsiębiorcy ma swoją genderową specyfikę i przebiega odmiennie u przedstawicieli każdej

¹ Allen I.E., Elam A., Langowitz N., Dean M.: GEM 2007 Report on Women and Entrepreneurship. The Center of Women's Entrepreneurship at Babson College. Babson Park 2008.

² Women's Entrepreneurship: Issues and Policies. OECD Conference "Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Global Economy", Istanbul 2004.

z płci. Może o tym świadczyć na przykład tendencja do podejmowania przez kobiety działalności gospodarczej głównie w specyficznych „kobięcych” branżach, takich jak: edukacja, opieka nad dziećmi czy usługi kosmetyczne lub fryzjerskie. Przejawiane w tym zakresie zachowania, z pozoru spontaniczne, tkwią w gruncie rzeczy w ramach określanych przez społeczeństwo norm i wartości.

Analiza badań nad przedsiębiorczością kobiet, dokonana przez A. de Bruin, C. Brush i F. Weltera,³ wskazuje na wyodrębnienie się w ostatnich latach trzech głównych obszarów badawczych związanych z: finansowaniem tworzonych firm, budowaniem przez „przedsiębiorczynie” sieci relacji i kapitału społecznego oraz efektywnością funkcjonowania i uwarunkowaniami rozwoju firm zakładanych przez kobiety.

Zgromadzenie odpowiednich zasobów finansowych, umożliwiających uruchomienie własnej firmy, jest istotną barierą w rozwoju przedsiębiorczości kobiet. Wyniki badań, które przeprowadzono w tym zakresie, wskazują, że kobiety z reguły dysponują mniejszymi niż mężczyźni środkami na ewentualne inwestycje oraz mniejszymi możliwościami zaciągnięcia kredytu czy pożyczki.⁴ Kobiety wykazują też tendencję do startowania z niższym kapitałem założycielskim i zakładania mniejszych firm niż mężczyźni.⁵

Badania potwierdzają istnienie różnic genderowych w budowaniu sieci relacyjnych i dostępie do kapitału społecznego. „Przedsiębiorczynie” działają często w zdominowanych przez mężczyzn środowiskach biznesowych, co utrudnia im zarówno podjęcie decyzji o rozpoczęciu własnej działalności, jak i później utrzymanie oraz rozwijanie istniejącej już firmy.⁶

Różnice genderowe wpływają na sposób prowadzenia firmy i zarządzania nią, o ile oddziałują jednocześnie na samoocenę „przedsiębiorczyń” i na traktowanie przez nie wzrostu swoich firm jako społecznie pożądanego wyznacznika sukcesu zawodowego.⁷ Ponadto, o efektywności firmy prowadzonej przez kobietę może decydować charakter i zakres wsparcia (zarówno emocjonalnego, jak i finansowego) otrzymywanego ze strony rodziny. Istotne znaczenie dla pomyślności kobiecego przedsięwzięcia biznesowego może też mieć nieformalna pomoc w jego prowadzeniu okazywana „przedsiębiorczyniom” przez

³ de Bruin A., Brush C.G., Welter F.: Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. "Entrepreneurship Theory and Practice", May 2007.

⁴ Carter N., Allen K.: Size-determinants of women-owned businesses: Choices or barriers to resources. "Entrepreneurship and Regional Development", No. 9(3), 1997; Coleman S.: Access to capital and terms of credit: A comparison of men and women-owned small businesses, "Journal of Small Business Management", No. 38(3), 2000.

⁵ Brush C.: Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. "Entrepreneurship Theory and Practice", No. 16, 1992.

⁶ McManus P.A.: Women's participation in self-employment in western industrialized nations. "International Journal of Sociology", No. 31(2), 2001.

⁷ Anna A., Chandler G., Jansen E., Mero N.: Women business owners in traditional and nontraditional industries. "Journal of Business Venturing", No. 15(3), 2000.

najbliższych. Jest to zresztą fragment szerszego problemu dotyczącego zazębienia się przedsiębiorczości kobiet z ich życiem rodzinnym, prowadzeniem domu i ogólnie, osiągnięciem równowagi między prowadzeniem firmy a życiem osobistym.⁸

Badania nad przedsiębiorczością kobiet nie poświęcają zbyt wiele uwagi kwestii kompetencji niezbędnych do prowadzenia działalności gospodarczej. W prowadzonych analizach podkreśla się różnorodność warunków (społecznych, kulturowych, technicznych), w jakich przedsiębiorczość jest podejmowana i związaną z tym trudność wyłonienia uniwersalnego zestawu kompetencji, które mogą decydować o sukcesie bądź porażce danego przedsięwzięcia. Przyjmuje się, że przydatny zestaw osobistych cech i umiejętności „przedsiębiorczych” powinien obejmować takie właściwości, jak: umiejętność podejmowania ryzyka, innowacyjność, niezależność myślenia i działania, tolerowanie niepewności, wysoki poziom samomotywacji, determinacja w dążeniu do celu, decyzyjność, umiejętności myślenia koncepcyjnego i strategicznego.

Kwestie osobistych cech „przedsiębiorczych” badano najczęściej w kontekście postrzegania i wykorzystywania przez nie pojawiających się w otoczeniu możliwości (co jak wiadomo w powszechnym mniemaniu jest uznawane za istotę przedsiębiorczości). Według badań, na postrzeganie możliwości biznesowych przez kobiety wpływa przede wszystkim sposób postrzegania przez nie samej siebie, co w istotnym stopniu determinuje ich gotowość do „zanurzenia się” w przedsiębiorczość i ukazuje drogi dalszego rozwoju zawodowego. Postrzeganie samej siebie jest z kolei ściśle związane ze środowiskiem, w jakim przedsiębiorczość ma być uprawiana. Jeśli społeczeństwo postrzega kobiety głównie przez pryzmat ich ról związanych z rodziną i domem, normy społeczne wyraźnie określają przedsiębiorczość w ich wydaniu jako działalność niewłaściwą oraz niepożądaną i w rezultacie zapewnia mniejsze wsparcie dla tego rodzaju aktywności. Może to w efekcie doprowadzić do ograniczonego postrzegania przez kobiety biznesowych możliwości i – co za tym idzie – niższego wskaźnika przejawiania przedsiębiorczości wśród kobiet.⁹ Jeśli kobiety podlegają specyficznej socjalizacji, przygotowującej je wyłącznie do pełnienia ról społecznych związanych z rodziną i domem, będą również postrzegały możliwości uprawiania przedsiębiorczości w odmienny sposób.¹⁰

⁸ Baines S., Wheelock J.: Working for each other: Gender, the household and micro-business survival and growth. “International Small Business Journal”, 1998; Welter F., Smallbone D., Isakova N. (eds.): Enterprising women in transition economies. Aldershot, Ashgate 2006.

⁹ Langowitz N., Minitti M.: The entrepreneurial propensity of women. “Entrepreneurship Theory and Practice”, No. 31(3), 2007.

¹⁰ DeTienne D.R., Chandler G.N.: The role of gender in opportunity identification. “Entrepreneurship Theory and Practice”, No. 31(3), 2007.

2. Przedsiębiorczość kobiet w Polsce

Odsetek kobiet prowadzących działalność gospodarczą jest w Polsce dość wysoki i wynosi 34%, co jest jednym z najwyższych wskaźników w Europie.¹¹ Ten stan rzeczy wydaje się wynikać z wielu przyczyn tworzących specyficzny kontekst historyczno-kulturowy dla uprawiania przedsiębiorczości w naszym kraju. Wprawdzie w Polsce przed 1989 rokiem, przedsiębiorczość nie była specjalnie przez ówczesne władze hołubiona (a nawet tępieno tzw. prywaciarzy, utrudniając im różnymi sposobami życie), ale warto przypomnieć, że pod koniec lat 70., na mocy tzw. Ustawy o firmach polonijnych, a potem – już u schyłku PRL-u, w 1988 roku – na mocy Ustawy o prowadzeniu działalności gospodarczej, wiele kobiet podjęło wyzwanie sprawdzenia się w rolach „przedsiębiorczyń”. W samej tylko branży kosmetycznej można wymienić co najmniej kilka przykładów założonych przez kobiety firm, które trwają do dziś i odniosły niewątpliwy sukces rynkowy (np. Laboratorium Kosmetyczne dr Irena Eris, Kolastyna, Oceanic).

Zmiana systemu polityczno-gospodarczego w 1989 roku wywołała kolejną falę przedsiębiorczości. Spowodowały ją w głównej mierze restrukturyzacja całej gospodarki, poddanie jej mechanizmom rynkowym oraz likwidowanie nierentownych w nowej sytuacji przedsiębiorstw państwowych. Pojawiły się zarazem nowe, nieznane wcześniej możliwości zarabiania: na żywiolowo rozwijającym się handlu, na chłonnym rynku usług i w sferze produkcji. Z restrukturyzowanych przedsiębiorstw zwalniano najczęściej w pierwszej kolejności kobiety, dla których podjęcie działalności gospodarczej na własny rachunek było wówczas jedynym możliwym rozwiązaniem, zapewniającym kontynuowanie aktywności zawodowej i zarabianie na życie. Ten mechanizm „wymuszania przedsiębiorczości” zaobserwowano zresztą we wszystkich krajach, których gospodarki poddane zostały tego posocjalistycznej transformacji.¹²

Kolejnym czynnikiem sprzyjającym ujawnieniu się przedsiębiorców wśród kobiet w Polsce było uruchomienie programów współfinansowanych przez Unię Europejską, w ramach których oferowano różne formy wsparcia (merytorycznego i finansowego) dla osób chcących rozpocząć działalność gospodarczą na własny rachunek. W programach tych szczególnie nacisk kładziono na aktywizowanie w przejawianiu przedsiębiorczości kobiet (m.in. przez wyznaczanie parytetów ich udziału jako beneficjentek kolejnych edycji projektów). Programy unijne nastawione na promowanie i wspieranie przedsiębiorczości

¹¹ Gazeta Prawna, 25.03.2010.

¹² Lisowska E.: Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej. Monografie i Opracowania, nr 494, SGH, Warszawa 2001; Welter F., Smallbone D.: Institutional Perspectives on Entrepreneurial Behavior In Challenging Environments. „Journal of Small Business Management”, No. 49(1), 2011.

stworzyły zupełnie nową jakość w podejmowaniu przedsiębiorczości w Polsce, wcześniej niespotykaną – oferują konkretne formy wsparcia dla kobiet, które zamierzają podjąć działalność gospodarczą na własny rachunek. Po początkowej nieufności, obserwowanej w latach 2006 – 2007, programy te zyskały coraz większą popularność, stanowiąc silny impuls zachęcający do myślenia o przedsiębiorczości również te osoby, które nigdy wcześniej w swojej karierze zawodowej nie brały takiej opcji pod uwagę. W ramach projektów realizowanych w zakresie nastawionego na krzewienie przedsiębiorczości priorytetu VI Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, do końca 2010 roku blisko 96,9 tys. osób (w tym 36 tys. kobiet) otrzymało środki finansowe na podjęcie działalności gospodarczej.¹³

3. Wspieranie przedsiębiorczości kobiet – opis przypadku

Część empiryczna tego opracowania opiera się na obserwacjach i badaniach prowadzonych przez autora podczas realizacji projektu „Inicjatywa jest kobietą. ABC przedsiębiorczości dla kobiet”, realizowanego przez Fundację Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie w ramach działania 6.2 Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Artykuł dotyczy trzeciej edycji projektu pod tym właśnie tytułem, zrealizowanego w okresie od października 2009 do lipca 2011 roku. Zgodnie z założeniami projektu, mogły w nim uczestniczyć wyłącznie kobiety zamieszkałe lub pracujące na terenie województwa lubelskiego. Udział w projekcie mogły wziąć osoby, które nie prowadziły własnej firmy w okresie co najmniej 12 miesięcy przed przystąpieniem do projektu. Projekt „Inicjatywa jest kobietą” cieszył się dużym zainteresowaniem – chęć uczestniczenia w nim zadeklarowało 869 osób. Do udziału w Projekcie zakwalifikowano ostatecznie 84 beneficjentki, których charakterystykę ze względu na wiek, wykształcenie i status na rynku pracy przedstawia tabela 1.

Ostateczny skład beneficjentek zakwalifikowanych do Projektu uwzględniał wytyczne określone przez instytucję pośredniczącą, stąd struktura beneficjentek pod względem statusu zawodowego i wieku była dopasowana do ustalonych wcześniej dla tych kategorii parytetów.

Projekt był realizowany na podstawie autorskiej koncepcji „formowania” przyszłych „przedsiębiorczyń”, opracowanej i doskonalonej w kolejnych edycjach przez zespół pracowników Fundacji UMCS. Jego pierwsza edycja została nagrodzona w konkursie „Dobre Praktyki EFS 2009”, organizowanym przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, i uzyskała tytuł „Najlepsza inwestycja w człowieka 2009”.

¹³ Sprawozdanie z realizacji POKL za II półrocze 2010 r. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, www.efs.gov.pl.

Tabela 1

Charakterystyka uczestniczek analizowanego projektu

Kryterium	Ilość	Struktura w procentach
Wiek		
do 25 roku życia	14	16,7
od 26 do 35 roku życia	49	58,3
od 36 do 45 roku życia	15	17,9
od 46 do 55 roku życia	5	6,0
powyżej 55 roku życia	1	1,1
Razem	84	100
Wykształcenie		
gimnazjalne	1	1,1
ponadgimnazjalne	8	9,6
pomaturalne	9	10,7
wyższe	66	78,6
Razem	84	100
Status na rynku pracy		
zatrudniona	42	50,0
zatrudniona w gospodarstwie rolnym	2	2,4
bezrobotna	23	27,4
nieaktywna zawodowo	10	11,9
nieaktywna zawodowo – ucząca się	7	8,3
Razem	84	100

Źródło: Opracowanie własne.

Uczestnictwo w projekcie wymagało od beneficjentek podjęcia następujących działań:

1. Przedstawienie (na specjalnym formularzu zgłoszeniowym) własnego pomysłu na biznes.
2. Zaprezentowanie szczegółów pomysłu podczas rozmowy z Komisją Kwalifikacyjną.
3. Udział w szkoleniach i warsztatach (68 godzin zajęć).
4. Przygotowanie planu własnego biznesu (z możliwością skorzystania z indywidualnego doradztwa w wymiarze 4 godzin) i przedstawienie go do oceny przez ekspertów.
5. Zaprezentowanie przygotowanego biznesplanu przed Komisją Oceniającą.
6. Zarejestrowanie i podjęcie działalności gospodarczej.
7. Rozliczenie otrzymanej dotacji.
8. Rozliczenie wsparcia pomostowego, polegającego na pokryciu części kosztów bieżącej działalności (m.in. składek na ubezpieczenie społeczne, księgowości, czynszu za wynajem lokalu itp.).

Cały proces uczestniczenia w projekcie – od momentu złożenia formularza aplikacyjnego do założenia własnej firmy i otrzymania dotacji – trwał z reguły ok. 4 miesiące. Udział w projekcie polegał w istocie na stopniowym konkretyzowaniu i uszczegółowianiu koncepcji własnego biznesu, tworzeniu planu jego działania i zasad funkcjonowania, a następnie wprowadzeniu w życie wypracowanego modelu na podstawie otrzymanych dotacji i wsparcia pomostowego.

Uczestnictwo w projekcie miało w istocie charakter wieloetapowego konkursu, opartego na dokonywaniu wyboru najlepszych pomysłów i rozwiązań na kolejnych etapach procesu. Pierwsze postępowanie konkursowe miało miejsce już na etapie selekcji – spośród

nadesłanych zgłoszeń wyłoniono najbardziej interesujące propozycje, których autorki zostały zaproszone na rozmowę z komisją rekrutacyjną. Rozmowa ta dotyczyła szczegółów przedstawionej koncepcji biznesu i pozwalała ocenić realność przyjmowanych przez uczestniczkę założeń oraz rozeznanie rynku, branży i warunków działania przez przyszłą „przedsiębiorczynię”. Do uczestniczenia w projekcie wybierano 1/3 osób, z którymi przeprowadzano rozmowy kwalifikacyjne.

Beneficjentki zakwalifikowane do udziału w projekcie przechodziły przez program szkoleń, warsztatów i doradztwa. Ukończenie tego etapu projektu zakończone było przygotowaniem przez każdą z beneficjentek szczegółowego biznesplanu swojego przedsięwzięcia. Każdy z biznesplanów, będący zarazem wnioskiem o uzyskanie dotacji, był recenzowany przez dwóch niezależnych ekspertów, którzy przedstawiali swoje oceny podczas posiedzeń Komisji Oceny Wniosków. Beneficjentki prezentowały swoje biznesplany na forum Komisji i odpowiadały na pytania dotyczące m.in. zawartości biznesplanów i szczegółów prezentowanej koncepcji biznesu. Komisja kwalifikowała do realizacji te biznesplany, które uzyskały najwyższą ocenę (wybierano 2/3 przedstawionych wniosków).

Beneficjentki, których wnioski uzyskały wsparcie finansowe, rejestrowały firmę i podejmowały działalność na własny rachunek. Otrzymywały dotację, której wysokość była uzależniona od specyfiki biznesu i realności potrzeb zgłoszonych we wniosku. Otrzymanie dotacji pociągało za sobą zobowiązanie do prowadzenia firmy przez co najmniej 12 miesięcy. W trakcie pierwszych 6 miesięcy działalności mogły otrzymać wsparcie w postaci finansowania części kosztów operacyjnych (związanych z ubezpieczeniem społecznym, czynszem czy prowadzeniem księgowości) oraz dodatkowych szkoleń i doradztwa z wybranych obszarów.

O atrakcyjności uczestnictwa w projekcie decydowała przede wszystkim możliwość otrzymania bezzwrotnej dotacji (w wysokości maksimum 40 tysięcy złotych), którą można było przeznaczyć na inwestycje związane założeniem swojej firmy. Perspektywa uzyskania znaczącego wsparcia (zarówno finansowego, jak i merytorycznego) na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej była dość istotnym motywem zgłaszania swego udziału w projekcie. Można przypuszczać, że motyw ten pełnił rolę swego rodzaju katalizatora przy podejmowaniu przez kobiety decyzji o rozpoczęciu własnej działalności gospodarczej. Tego rodzaju decyzja, wiążąca się z radykalnym zwrotem na indywidualnej ścieżce kariery zawodowej, bywa jednak wypadkową oddziaływania wielu różnych czynników.

Uczestniczki projektu pytane były w ankiecie o motywy podjęcia decyzji o założeniu własnej firmy. Miały ułożyć ranking podanych propozycji, przyznając ocenę 1 czynnikowi najważniejszemu, a ocenę 9 czynnikowi, ich zdaniem, najmniej ważnemu. Najczęściej wybieranym przez beneficjentki motywem była „chęć realizowania własnych pasji” (średnia:

2,56), na drugim i trzecim miejscu uplasowały się: „dążenie do samodzielności” (3,34) oraz „chęć samodzielnego podejmowania decyzji” (3,34). Czwarte miejsce w rankingu zajęło sformułowanie „zawsze wiedziałam, że będę prowadzić firmę – własny biznes to moje marzenie” (3,86). Na kolejnych miejscach uplasowały się: „lepsza możliwość pogodzenia życia osobistego z zawodowym” (4,83) i „potrzeba wysokich zarobków” (5,39); zaś najmniejszą liczbę wskazań uzyskały: „brak perspektyw na rynku pracy” (6,44) i „brak perspektyw na awans” (6,94).

Wyniki tego rankingu sugerują, że podejmowanie samodzielnej działalności gospodarczej przez beneficjentki projektu było w dużym stopniu spowodowane chęcią zaspokojenia ich potrzeby samorealizacji i niezależności. Uzyskane odpowiedzi pozwalają też przypuszczać, że prowadzenie własnej firmy jest postrzegane przez badane kobiety jako realny (a nawet pożądany) wariant kariery zawodowej. Częściowym wytłumaczeniem tego tak entuzjastycznego podejścia do kariery przedsiębiorcy może być fakt, że ankieta zawierająca to pytanie była przeprowadzana w początkowej fazie uczestnictwa w projekcie i została potraktowana przez uczestniczki jako narzędzie budowanie własnego wizerunku odpowiadającego misji projektu. Stosunkowo niewielką wagę takich motywów, jak „brak perspektyw na rynku pracy” czy „brak perspektyw na awans”, należy tłumaczyć tym, że tylko część osób przystępujących do projektu miała status bezrobotnych lub poszukujących pracy.

Interesującym problemem badawczym był wybór przedmiotu działalności gospodarczej przez uczestniczki projektu. Najczęściej był on konsekwencją zdobytych uprzednio kwalifikacji lub zawodu wykonywanego dotąd w ramach umowy o pracę. Ta strategia dotyczyła głównie takich specjalności zawodowych, jak np.: fryzjerka, kosmetyczka, krawcowa, nauczycielka, księgowa. Drugi pod względem częstotliwości występowania motyw stanowiła chęć zajęcia się czymś, co, na podstawie własnych obserwacji beneficjentek, wydawało się dochodowe i łatwe do naśladowania, a co zostało zaobserwowane przy okazji nabywania przez nie nowych doświadczeń życiowych. Taki mechanizm postrzegania okazji biznesowych generował stosunkowo dużą liczbę pomysłów typu: salon sukni ślubnych, studio makijażu ślubnego, organizacja wesel, komisje z odzieżą dziecięcą, sklepy z taną odzieżą, kawiarnie dla matek z małymi dziećmi itp. Istotną przesłankę do myślenia o własnym biznesie stanowiło też posiadanie jakichś cennych zasobów (np. lokalu, domu, działki), które mogłyby zostać wykorzystane w celach biznesowych. W tych sytuacjach środki finansowe z dotacji planowano przeznaczyć na remont bądź aranżację lokalu przeznaczanego na cele biznesowe. Część pomysłów była pokłosiem doświadczeń zdobytych podczas pracy za granicą. Pomysły biznesowe biorące się z tych doświadczeń były często dość oryginalne i przemyślane, ale trudne do realizacji w polskich realiach. Część pomysłów na biznes była tworzona jako uzupełnienie działalności

gospodarczej prowadzonej przez współmałżonka czy bliską rodzinę. Część wreszcie stanowiły przedsięwzięcia wynikające z pasji i przemyślanej, długofalowej strategii dążenia do własnego biznesu, na podstawie zebranych doświadczeń i pozyskanych kwalifikacji. Te osoby, prawdopodobnie i bez dotacji, wcześniej czy później otworzyłyby własne przedsiębiorstwo – perspektywa uzyskania dotacji stanowiła tu swego rodzaju katalizator zmuszający do podjęcia intensywnych działań w zakresie opracowania koncepcji, przemyślenia wszystkich szczegółów, opracowania dokładnego biznesplanu.

Oczywiście te wskazane wyżej motywy często uzupełniały się i przeplatały. Charakter rozważanej działalności był też w jakimś stopniu zdeterminowany wysokością środków, jakie można było uzyskać w ramach projektu. Kwota dotacji do 40 tysięcy złotych, bez znaczącego wkładu własnego, nie pozwalała podejmować przedsięwzięć bardziej kapitałochłonnych, wymagających na starcie dużych inwestycji. Tylko w nielicznych przypadkach beneficjentki projektu planowały zaangażowanie znaczących środków własnych, równych lub większych od sumy otrzymanej dotacji.

4. Podejmowanie działalności gospodarczej jako proces nabywania kompetencji

Działania podejmowane w ramach realizacji projektu „Inicjatywa jest kobietą” można postrzegać jako swego rodzaju proces „formowania” przyszłych „przedsiębiorczyń” przez stopniowe wyposażanie ich w odpowiednie kompetencje, rozumiane jako zestaw trzech podstawowych elementów składowych obejmujących: wiedzę, umiejętności i postawy; postrzegane w kategoriach umiejętności rozwiązywania konkretnych problemów praktycznych na podstawie zdobytej wiedzy i zgromadzonych doświadczeń.¹⁴

Obszary wiedzy, które starano się przybliżyć potencjalnym „przedsiębiorczyniom”, dotyczyły zagadnień o podstawowym znaczeniu dla prowadzenia działalności gospodarczej z zakresu: finansów, księgowości, marketingu i planowania, zaś trening umiejętności obejmował m.in.: tworzenie wizerunku, analizowanie potencjału, prowadzenie negocjacji, budowanie biznesplanu, posługiwanie się arkuszem kalkulacyjnym i rozliczanie dotacji. Założono, że wiedzę branżową oraz niezbędnymi umiejętnościami technicznymi, organizacyjnymi i społecznymi uczestniczki projektu będą dysponować częściowo już przed przystąpieniem do projektu, częściowo zaś uzupełnią je podczas prac nad uszczegóławianiem koncepcji biznesu i budowaniem biznesplanu. Zastosowany system rekrutacji i selekcji do udziału w projekcie opierał się na analizie i ocenie kompetencji kandydatek, zaś

¹⁴ Sitko-Lutek A.: Kompetencje menedżerskie i kultura organizacyjna a luka kompetencyjna, [w:] Sitko-Lutek A. (red.): Polskie firmy wobec globalizacji. PWN, Warszawa 2007.

szkolenia, warsztaty i doradztwo miały pomóc w nabyciu przez nie tych kompetencji, których im brakowało.

Beneficjentki nie tylko musiały pozyskać i rozwinąć kompetencje potrzebne do samodzielnego prowadzenia działalności, ale także przebrnąć przez poszczególne etapy procesu formacyjnego. Posiadanie odpowiednich kompetencji było oceniane na każdym z tych etapów – umożliwiała pozostanie w projekcie i korzystanie z kolejnych form wsparcia. Procedury selekcyjne, jakie stosowano w kolejnych etapach, pozwalały wybrać najlepsze koncepcje biznesu i najlepiej przygotowane do ich wdrożenia beneficjentki; stanowiły też dodatkową motywację do szybszego uczenia się i nabywania niezbędnych umiejętności.

Ten proces przygotowywania „przedsiębiorczyń” miał charakter inkubacyjny – obowiązywał harmonogram działań, który trzeba było respektować; równocześnie beneficjentki wyposażano w przydatne informacje, służyło pomocą, wsparciem i radą. Zadania, które były wyznaczane do wykonania w kolejnych etapach, wymagały wykorzystania kompetencji już posiadanych lub nabytych podczas szkoleń i warsztatów. Tego rodzaju proces „dojrzewania” przedsiębiorcy przebiega nieco inaczej niż w warunkach „naturalnych”, gdy decyzja o podjęciu własnej działalności podejmowana jest po dostrzeżeniu jakiejś atrakcyjnej możliwości działania lub w sytuacji życiowej konieczności.

Równocześnie uczestniczki projektu były świadome tego, że tylko część z nich dostanie wsparcie finansowe, że tylko najlepsze biznesplany zostaną zaakceptowane i wybrane do realizacji.

Kompetencje pozyskiwane w kolejnych etapach realizacji projektu oraz sposoby ich oceniania przedstawia tabela 2.

Udział w projekcie przyczynił się do powiększenia zakresu kompetencji beneficjentek. Potwierdziły to wyniki badań ankietowych, które przeprowadzono po kilku miesiącach prowadzenia przez uczestniczki projektu własnych firm. Na pytanie: „W jakim stopniu udział w projekcie wyposażył Panią w wiedzę i umiejętności potrzebne do założenia własnej firmy?”, 53% badanych odpowiedziało, że w stopniu dużym, a 28%, że w bardzo dużym. Równie wysoko respondentki oceniły przyrost swoich umiejętności w samodzielnym przygotowaniu biznesplanu – 85% ankietowanych wskazało, że przewidziane w projekcie szkolenia i doradztwo przyczyniły się do tego w bardzo dużym i dużym stopniu. Należy tu zaznaczyć, że przygotowywanie biznesplanu własnego przedsiębiorstwa postrzegane było przez uczestniczki projektu jako zadanie trudne i stanowiące prawdziwe wyzwanie. Większość z nich nigdy wcześniej nie przygotowywała tego typu koncepcji.

Tabela 2

Etapy nabywania kompetencji w projekcie

Etapy procesu	Kompetencje	Kryteria oceny
Przygotowanie formularza aplikacyjnego – opis wstępnej koncepcji biznesu	umiejętność przedstawienia własnego pomysłu na biznes; umiejętność autoprezentacji	ocena formalna i merytoryczna formularza zgłoszeniowego; ocena realności, innowacyjności i efektywności pomysłu na biznes
Udział w rozmowie kwalifikacyjnej	umiejętności komunikacyjne: właściwego przedstawienia swojego pomysłu, udzielenia odpowiedzi na pytania, prezentacji własnych doświadczeń	ocena pomysłu na biznes oraz możliwości jego wdrożenia przez kandydatkę
Udział w szkoleniach i warsztatach	kompetencje związane z uczeniem się, pozyskiwaniem i wykorzystywaniem informacji z różnych źródeł, kompetencje społeczne	ocena aktywności podczas zajęć, efektywności uczenia się, umiejętności pracy w grupie, kompetencji społecznych
Przygotowanie biznesplanu swojej przyszłej firmy	kompetencje związane z myśleniem koncepcyjnym i strategicznym, pozyskaniem niezbędnych informacji, analizą planowanego przedsięwzięcia przygotowaniem planu biznesu wg narzuconego schematu	ocena sposobu pracy nad biznesplanem, uwzględnienia wszystkich ważnych aspektów planowanego przedsięwzięcia, poprawności przyjętych założeń i prognoz
Zaprezentowanie biznesplanu przed Komisją Oceniającą	umiejętność prezentacji projektu, wykazania orientacji w szczegółach przygotowanej koncepcji, umiejętność racjonalnego przedstawienia swoich argumentów i uzasadnienia poprawności przyjętych założeń	ocena samodzielności myślenia beneficjentki, poprawności przyjętych przez nią założeń i obranego modelu biznesu oraz spójności koncepcji prowadzenia działalności
Zarejestrowanie i podjęcie działalności gospodarczej na własny rachunek	umiejętności związane z rejestracją firmy i podjęciem w praktyce działalności gospodarczej	ocena sprawności w realizacji procedur i stosowania obowiązujących przepisów
Rozliczenie otrzymanej dotacji i wsparcia pomostowego	umiejętności związane z wykorzystaniem i rozliczeniem dotacji, przygotowaniem wniosków o wsparcie i rozliczenia wsparcia na podstawie przedstawionych dokumentów	ocena poprawności dokonanych inwestycji oraz prawidłowości procedur rozliczeniowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie dokumentacji projektowej.

Zapytane o znaczenie i przydatność poszczególnych źródeł pozyskiwania kompetencji, beneficjentki wskazały kolejno: własne doświadczenia zebrane już w trakcie prowadzonej działalności (32,81%), szkolenia, w których uczestniczyły w ramach projektu (20,94%), doradztwo indywidualne (15,31%), własną pracę nad biznesplanem (15,71%) oraz kontakty z innymi uczestniczkami projektu (10,81%).

Zrozumiałe jest tu przypisywanie stosunkowo dużego znaczenia własnemu, indywidualnemu wysiłkowi – zarówno w fazie przygotowania biznesplanu, jak i przy wprowadzaniu firmy na rynek. Uczenie się w działaniu, zwłaszcza podczas samodzielnego prowadzenia własnej firmy, jest bezcennym źródłem stale doskonalonych i rozwijanych kompetencji.

Godne podkreślenia są także docenianie przez beneficjentki wartości kontaktów nawiązanych z innymi uczestniczkami projektu i dostrzeżenie faktu uczenia się od nich. Potwierdzają to odpowiedzi na pytanie o rolę tych relacji – aż 78% beneficjentek ocenia, że kontakty z innymi uczestniczkami projektu stanowiły znaczący czynnik motywujący je do założenia własnej działalności gospodarczej. Można zatem uznać, że grupy szkoleniowe, w których prowadzone były zajęcia, treningi i warsztaty, pełniły wobec przyszłych „przedsiębiorczyń” rolę swego rodzaju grup wsparcia i sieci społecznych, stanowiących tworzywo dla budowania kapitału społecznego. Ponad połowa badanych „przedsiębiorczyń” przyznała też, że prowadząc własną działalność gospodarczą nawiązała współpracę z innymi firmami założonymi w ramach projektu.

Blisko 3/4 respondentek przyznała, że ich początkowe wyobrażenie o prowadzeniu działalności gospodarczej zostało w trakcie uczestniczenia w projekcie zmodyfikowane w dużym (43%) i bardzo dużym (29%) stopniu. Te odpowiedzi potwierdzają przypuszczenie, że przystępowały one do projektu z bardzo mglistą wizją firmy, którą chcą założyć, a kompetencje związane modelowaniem swojego przyszłego biznesu rozwinęły już w trakcie projektu, bazując na wiedzy i umiejętnościach nabywanych podczas zajęć, w trakcie doradztwa i w kontaktach z innymi uczestniczkami.

Ponad połowa (54%) uczestniczek stwierdziła, że udział w projekcie wpłynął w dużym i bardzo dużym stopniu na wzrost ich aspiracji zawodowych. Podobne odpowiedzi uzyskano na pytanie o wpływ udziału w projekcie na wzrost wiary we własne siły – 29% respondentek oceniło ten wpływ jako bardzo duży, 25% jako duży; tylko 8% badanych uznało, że wpływ ten był znikomy lub mały. Ponad 2/3 badanych uznało też, że udział w projekcie wywarł znaczący (bardzo duży lub duży) wpływ na ich życie osobiste.

Prognozy związane z efektywnością funkcjonowania założonych firm w większości okazały się trafione – po roku działalności prawie 55% „przedsiębiorczyń” oceniło pozycję rynkową swojej firmy jako zgodną z założeniami biznesplanu, a ponad 9% uznało, że osiągnęło wyniki lepsze od złożonych w biznesplanie.

Przytoczone wyniki wydają się potwierdzać skuteczność opisanego modelu „formowania” „przedsiębiorczyń”. Większość firm założonych przez beneficjentki projektu po 18 miesiącach od ich założenia nadal działa i pręźnie się rozwija.

5. Podsumowanie

Przedsiębiorczość kobiet staje się coraz bardziej powszechnym zjawiskiem, w coraz większym stopniu przyczyniającym się do rozwoju globalnej gospodarki. Nie jest to ciągle zjawisko w wystarczającym stopniu poznane i zbadane, ale wyniki dotychczas przeprowa-

dzonych badań pozwalają stwierdzić, że posiada bardzo dużą odmienność i specyfikę. Szczególnie cenne wydaje się ustalenie, w jakich warunkach ten rodzaj przedsiębiorczości będzie rozwijał się najszybciej i najbardziej efektywnie. W dużym stopniu jest to uzależnione od istniejących w danym społeczeństwie kontekstów kulturowego i instytucjonalnego. O ile warunki kulturowe zmieniają się stosunkowo powoli, to kontekst instytucjonalny może być poddawany planowym i przemyślanym zmianom. Przykładem tego typu interwencji jest opisany w niniejszym artykule system promowania przedsiębiorczości (w tym przedsiębiorczości kobiet) za pomocą celowych programów finansowanych – w przypadku Polski z Europejskiego Funduszu Społecznego.

Proces formowania „przedsiębiorczyń” w tego rodzaju „promocyjnych” warunkach można postrzegać przez pryzmat nabywania przez nie nowych kompetencji oraz wykorzystywania doświadczeń i umiejętności zdobytych wcześniej. Stworzenie algorytmu, który zapewni największą efektywność środków zainwestowanych w uczenie przyszłych „przedsiębiorczyń” i budowanie potencjału ich nowych firm, powinno być celem zarówno badaczy, jak i praktyków. Opisane w niniejszym artykule praktyczne doświadczenia i opinie zebrane podczas realizacji projektu promowania przedsiębiorczości kobiet mogą stanowić punkt wyjścia dla dalszych, bardziej systematycznych i kompleksowych badań tego fascynującego zjawiska.

Bibliografia

1. Allen I.E., Elam A., Langowitz N., Dean M.: GEM 2007 Report on Women and Entrepreneurship. The Center of Women's Entrepreneurship at Babson College, Babson Park 2008.
2. Anna A., Chandler G., Jansen E., Mero N.: Women business owners in traditional and nontraditional industries. "Journal of Business Venturing", No. 15(3), 2000.
3. Baines S., Wheelock J.: Working for each other: Gender, the household and micro-business survival and growth. "International Small Business Journal", No. 17(1), 1998.
4. de Bruin A., Brush C.G., Welter F.: Advancing Framework for Coherent Research on Women's Entrepreneurship. "Entrepreneurship Theory and Practice", May 2007.
5. Brush C.: Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions. "Entrepreneurship Theory and Practice", No. 16, 1992.
6. Carter N., Allen K.: Size-determinants of women-owned businesses: Choices or barriers to resources. "Entrepreneurship and Regional Development", No. 9(3), 1997.
7. Coleman S.: Access to capital and terms of credit: A comparison of men and women-owned small businesses. "Journal of Small Business Management", No. 38(3), 2000.

8. DeTienne D.R., Chandler G.N.: The role of gender in opportunity identification. "Entrepreneurship Theory and Practice", No. 31(3), 2007.
9. Evaluation and Policy: Promotion of Women Innovators and Entrepreneurship. European Commission, DG Enterprise and Industry, July 2008.
10. Lisowska E.: Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej. Monografie i Opracowania, nr 494, SGH, Warszawa 2001.
11. Langowitz N., Minitti M.: The entrepreneurial propensity of women. "Entrepreneurship Theory and Practice", No. 31(3), 2007.
12. McManus P.A.: Women's participation in self-employment in western industrialized nations. "International Journal of Sociology", No. 31(2), 2001.
13. Sitko-Lutek A.: Kompetencje menedżerskie i kultura organizacyjna a luka kompetencyjna, [w:] Sitko-Lutek A. (red.): Polskie firmy wobec globalizacji. PWN, Warszawa 2007.
14. Welter F., Smallbone D., Isakova N. (red.): Enterprising women in transition economies. Aldershot, Ashgate 2006.
15. Welter F., Smallbone D.: Institutional Perspectives on Entrepreneurial Behavior In Challenging Environments. "Journal of Small Business Management", No. 49(1), 2011.
16. Women's Entrepreneurship: Issues and Policies. OECD Conference "Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Global Economy", Istanbul 2004.

Recenzenci: Dr hab. Zbigniew Pastuszak, prof. UMCS
Dr hab. Anna Rakowska, prof. UMCS