



## CECHY PRZEDSIĘBIORCZYCH KOBIET W WYBRANYCH KRAJACH – ANALIZA RÓŻNIC I PODOBIEŃSTW

<https://doi.org/10.33141/po.2017.10.05>

Przeгляд Organizacji, Nr 10 (933), 2017, ss. 34-45

[www.przekladorganizacji.pl](http://www.przekladorganizacji.pl)

©Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa (TNOiK)

*Aneta Broniszewska  
Beata Ślusarczyk*

### **Wprowadzenie**

**B**adania dotyczące przedsiębiorczości są bardzo szeroko udostępniane i komentowane w literaturze zarówno polskiej, jak i zagranicznej. Jednakże, w dostępnej literaturze naukowej oraz badaniach na temat przedsiębiorczości niewiele jest miejsca poświęconego rozpoznaniu aktualnych uwarunkowań kształtowania i rozwoju postaw przedsiębiorczych wśród kobiet, które podejmują własną działalność gospodarczą oraz zarządzają przedsiębiorstwem. W przypadku kobiet praca jest szczególnie wysoko cenioną wartością, ponieważ jest traktowana jako jedna z form samorealizacji zawodowej. Przedsiębiorczość kobiet stanowi wieloaspektowy obszar badawczy, ponieważ w coraz większym stopniu wykazują one duży potencjał rozwoju zawodowego. Jest to związane z wykorzystaniem zdolności przedsiębiorczych przez większą liczbę wykształconych kobiet, które decydują się na prowadzenie własnej działalności gospodarczej lub

też zajmują stanowiska menedżerów i dyrektorów w przedsiębiorstwach krajowych czy zagranicznych. Fakt ten sprzyja intensyfikacji badań statystycznych i ankietowych, a płęć jest jedną z głównych cech uwzględnianych w statystyce rynku pracy. Powyższe rozważania nasunęły zatem pytanie, jakie atrybuty przedsiębiorcze charakteryzują kobiety zakładające i prowadzące działalność gospodarczą. Określenie tych cech, w oparciu o badania przeprowadzone wśród respondentek z Polski, Słowacji oraz Wielkiej Brytanii, jest celem niniejszego artykułu.

### **Istota przedsiębiorczości**

**P**rzesiębiorczość jest zagadnieniem o charakterze interdyscyplinarnym, stanowiącym znaczący czynnik rozwoju gospodarczego, a także przedmiot analizy wielu

dyscyplin nauki. W literaturze z zakresu nauk o zarządzaniu i ekonomii wiele miejsca poświęca się kategorii przedsiębiorczości, a pojęcie spotykane w literaturze naukowej jest opisywane jako zjawisko wieloaspektowe i z tego też powodu nie powinno być rozpatrywane wyłącznie jednowymiarowo. Poddając analizie literaturę przedmiotu, dostrzec można różnicę poglądów dotyczącą tego, kto jako pierwszy rozpoczął naukowe rozważania na temat przedsiębiorczości. Pierwotnie terminem przedsiębiorczość zaczął posługiwać się francuski naukowiec J.B. Say, który zapoczątkował szerokie naukowe rozważania na ten temat. Zaproponowana przez niego definicja przedsiębiorczości (Bratnicki, Strużyna, 2001, s. 36) koncentrowała się na roli przedsiębiorcy inwestującego zasoby w nieznaną i ryzykowną przyszłość. Uważał on, że „przedsiębiorca przenosi kapitał z obszaru o niższej zyskowności do obszaru o wyższej wydajności i zysku” (Say, 1960, s. 550). Z kolei J.A. Schumpeter, w latach 30. ubiegłego wieku, zaliczył przedsiębiorczość do grupy najważniejszych czynników rozwoju gospodarczego (Schumpeter, 1960, s. 104), a jego prace wywarły decydujący wpływ na rozwój późniejszych teorii przedsiębiorczości, jak również na teorię rozwoju całej gospodarki kapitalistycznej (Piecuch, 2010, s. 21). J.A. Schumpeter głosił, że funkcją przedsiębiorcy jest „reformowanie lub rewolucjonizowanie procesów produkcyjnych poprzez wykorzystanie niewypróbowanych możliwości technologicznych, których efektem jest wytwarzanie dóbr nowych lub istniejących, ale w nowy, niespotykany dotąd sposób” (Acs i in., 2009, s. 9–10). J.A. Kirzner, podobnie jak J.A. Schumpeter, twierdził, że najważniejszą zaletą przedsiębiorcy jest umiejętność osiągnięcia przez niego nadzwyczajnych korzyści dzięki wykorzystaniu warunków zachodzących na rynku (Piecuch, 2010, s. 26). Uważał, że przedsiębiorczość to umiejętność dostrzegania nowych szans oraz poszukiwania okazji do osiągnięcia zysku, których inni jeszcze nie dostrzegli (Kurzewska, 2013, s. 32). Wykreował nowe pojęcie przedsiębiorczości, rozumianej jako nieustanne odkrywanie przez przedsiębiorcę nieznanych dotąd możliwości na rynku (Andersson, 2005, s. 21–34). F. Knight również koncentrował swe rozważania na roli przedsiębiorców w gospodarce. Rozwinął złożoną teorię przedsiębiorczości, uwzględniającą pojęcia ryzyka i niepewności. Uważany jest za tego, który jako pierwszy w literaturze przedmiotu wyraźnie „uznał przedsiębiorcę za podmiot ryzyka (Piecuch, 2010, s. 28). Przedsiębiorczość określał jako zbiór zadań związanych z akceptacją niepewności wyników działalności firmy, a nie z innowacyjną działalnością osoby przedsiębiorcy. Założenie o niepewności uważał za kluczowe, natomiast przedsiębiorca jego zdaniem jest właścicielem firmy akceptującym niepewność (Dyduch, 2008, s. 24). Myśl F. Knighta kontynuował R. Griffin (1996, s. 730–731), twierdząc, że przedsiębiorczość jest procesem organizowania, prowadzenia działalności gospodarczej oraz podejmowania związanego z nią ryzyka, a przedsiębiorca jest zaś osobą, która organizuje i prowadzi działalność gospodarczą oraz podejmuje związane z tym ryzyko. We współczesnym świecie aktualny wydaje się pogląd M. Bratnickiego (2001, s. 9), który przedsiębiorczość

uważa za jeden z najważniejszych nośników zdobywania i utrzymywania przewagi konkurencyjnej.

Obecna perspektywa przedsiębiorczości, określona przez nasilającą się konkurencję oraz procesy internacjonalizacji, integracji i globalizacji, zmusza do przyjęcia koncepcji przedsiębiorczości jako sposobu zarządzania, niezależnie od skali działania. Ta koncepcja może stanowić punkt wyjścia do zdefiniowania zadań przedsiębiorcy, jakimi są wyszukanie i wykorzystywanie okazji. Kolejnym krokiem działania przedsiębiorcy powinno być rozwinięcie koncepcji biznesu i opracowanie strategii działania, która zadecyduje o przyszłym sukcesie lub niepowodzeniu w prowadzeniu biznesu (Piasecki, 2001, s. 32).

W ostatnich kilkudziesięciu latach zaobserwować można na świecie rozkwit badań nad przedsiębiorczością. Na przestrzeni realizowanych badań występuje bardzo silny nurt upatrujący istotę przedsiębiorczości w rozpoznawaniu, ocenie potencjału ekonomicznego, a następnie wykorzystaniu sposobności biznesowych. Przedsiębiorczość jest bowiem traktowana jako element szeroko rozumianej aktywności i innowacyjności, a także uważana jest za jeden z ważniejszych czynników, pozwalających skutecznie radzić sobie z napięciami pojawiającymi się w globalnej gospodarce oraz szybko zmieniającymi się warunkami biznesu. Upadek pojedynczych podmiotów z punktu widzenia makro, nie stanowi problemu, ponieważ ich miejsce w gospodarce zajmą inne podmioty. Można zatem powiedzieć, iż przedsiębiorczość jest traktowana jako element zdrowego ekosystemu ekonomicznego, w konsekwencji którego podnoszona jest efektywność gospodarki poprzez stałą wymianę liderów wśród przedsiębiorstw działających w danym regionie (Kaczmarek, Kaczmarek-Kurczak, 2012, s. 49–63).

### Przedsiębiorczość kobiet

**R**ola kobiet aktywnych zawodowo nabiera we współczesnych procesach gospodarczych szczególnego znaczenia. Obecność kobiet na rynku pracy i w sferze publicznej jest bowiem jednym z największych osiągnięć XX wieku. Aktywność zawodowa kobiet stała się zjawiskiem na skalę społeczną w latach 60. i 70. minionego stulecia. Liczba kobiet pracujących w Polsce oraz krajach Europy Środkowej i Wschodniej dynamicznie wzrastała po II wojnie światowej. Było to uwarunkowane uprzemysłowieniem i ekstensywną gospodarką socjalistyczną, opartą przede wszystkim na pracy fizycznej (Lisowska, Sawicka, 2009, s. 7). Wzrost liczby kobiet czynnych zawodowo był jednym z dominujących trendów społecznych w Europie przez ostatnie 30 lat. Udział kobiet w sferze pracowników najemnych nieustannie wzrastał niemal we wszystkich krajach członkowskich Unii Europejskiej, przy czym w państwach o dotychczas najniższej aktywności zawodowej kobiet wzrost ten był najwyższy (Zachorowska-Mazurkiewicz, 2006, s. 101).

Zmiany, które zachodzą na rynku pracy, stanowiły i nadal są swego rodzaju impulsami dla wzrostu przedsiębiorczości kobiet w XXI wieku. W literaturze można się spotkać z twierdzeniem, że kobiety mają większą łatwość

przystosowawczą niż mężczyźni oraz potrafią sobie lepiej radzić ze stresem (Wyrzykowska-Pycior, 2003, s. 237). Dla wielu kobiet założenie własnej firmy jest niejednokrotnie łatwiejsze niż zdobycie wyższego stanowiska kierowniczego w innej firmie. Praca we własnej firmie zapewnia kobietom sprawniejsze godzenie obowiązków rodzinnych i zawodowych, głównie dzięki istnieniu nowoczesnych form prowadzenia działalności (Ślusarczyk, Broniszewska, 2014, s. 222).

Prowadzenie własnej działalności może być postrzegane jako strategia przetrwania dla tych kobiet, które nie mogą znaleźć innej formy zatrudnienia, a co za tym idzie, sposobu zarabiania pieniędzy, lub też jako dowód istnienia „ducha przedsiębiorczości” i pragnienia bycia własnym szefem. Dla wielu kobiet przedsiębiorczość stała się sposobem na zburzenie tzw. „szklanego sufitu”, przezwyciężenie problemów finansowych, większą satysfakcję z pracy oraz swobodę działania, która przejawia się możliwością ustalania własnych zasad.

Kobiety przejawiające przedsiębiorczą postawę, nieznające zatrudnienia lub otrzymujące propozycję pracy znacznie poniżej swych kwalifikacji, utożsamiają działalność gospodarczą ze sposobem na samozatrudnienie, tworząc tym samym nowe miejsca pracy. Zainteresowanie działalnością na własny rachunek u kobiet, które wcześniej nie miały doświadczenia na tym polu i nie rozważały podjęcia ryzyka prowadzenia własnej działalności, jest związane z rosnącą obawą przed utratą źródła utrzymania, co w głównej mierze związane jest z faktem, iż w czasach kryzysu gospodarczego na świecie firmy redukują liczbę zatrudnionych pracowników. Znalezienie pracy staje się coraz trudniejsze, dlatego też alternatywnym rozwiązaniem w obecnych czasach staje się założenie własnej działalności, która stanowi szansę na rozwój kariery zawodowej.

Na podjęcie decyzji o założeniu własnej działalności gospodarczej przez kobiety wpływa wiele różnorodnych przyczyn. Wynikają one głównie z faktu, że prowadzenie własnego przedsiębiorstwa jest dla kobiet szansą na odniesienie sukcesu zawodowego bez konieczności pokonywania trudności, jakie wiążą się z nierównym traktowaniem płci w miejscu pracy. Dzięki rozwojowi działań przedsiębiorczych dokonuje się zmiana na płaszczyźnie wartości, w szczególności w postrzeganiu roli kobiety jako osoby zawodowo aktywnej, która również może dostarczać środków finansowych i uzupełniać rodzinny budżet. Kobiety coraz częściej wyrażają potrzebę pracy zarobkowej, chęć aktywności, a co za tym idzie – współuczestniczenia w poprawie sytuacji dochodowej rodziny. Walka ze stereotypami, czyli zjawisko wyjątkowo korzystne, dokonuje się poprzez udowadnianie swoich umiejętności i zdolności w zarządzaniu przedsiębiorstwem na własną odpowiedzialność oraz ryzyko. Kobiety przez prowadzenie swoich przedsięwzięć gospodarczych mają możliwość realizacji własnych pomysłów oraz zaspokajania własnych aspiracji. Wymieniając korzyści, jakie przynosi rozwój kobiecej przedsiębiorczości, należy zaznaczyć, że dzięki samozatrudnieniu wszystkie kobiety zyskują swoistą podmiotowość, a ich prawa i potrzeby manifestują się poprzez wykonywaną przez nie pracę.

## Cechy przedsiębiorcy

W gospodarce rynkowej przedsiębiorca pełni szczególną rolę. Jest jednym z głównych podmiotów systemu gospodarczego, odgrywając najważniejszą rolę w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Zdaniem T. Mendla (2002, s. 75), przedsiębiorca to osoba, która organizuje i prowadzi działalność gospodarczą, podejmuje związane z tym ryzyko, a także ponosi wszelkie konsekwencje inicjowanych przez siebie działań.

Prowadzenie działalności gospodarczej w większości przypadków ma charakter spontaniczny, cechuje je dynamika, o której decyduje temperament przedsiębiorcy, a sporadycznie – posiadana wiedza z zakresu zarządzania. Główną odpowiedzialność za wyniki i trafność podjętych decyzji ponosi prowadzący działalność gospodarczą – przedsiębiorca. Jego głównym zadaniem jest określenie celów do realizacji, co stanowi jedną z ważniejszych funkcji zarządzania. Realizacja celów przedsiębiorstwa wymaga odpowiedniego zaplecza i umiejętności technicznych, odpowiednio dobranych struktur organizacyjnych, ale przede wszystkim możliwa jest dzięki umiejętnościom jednostki (Mietlewski, Mioduszeński, 2010, s. 210).

Określenie cech przedsiębiorcy oraz jego specyficznych predyspozycji należy do zagadnień dyskusyjnych. Lista przedsiębiorczych atrybutów, którymi charakteryzuje się jednostka przedsiębiorcza, może być bardzo długa. Wynika to z faktu, że przedsiębiorczości jako szczególnej formy aktywności, nie można w sposób jednoznaczny scharakteryzować. W literaturze przedmiotu bardzo często zwraca się uwagę jedynie na „zestaw” cech ułatwiających prowadzenie działań przedsiębiorczych. Wśród najczęściej wymienianych cech osób przedsiębiorczych, opisujących charakterystyczne dla jednostki zachowania, znajdują się (Stoner i in., 2001, s. 174–175; Duraj, Papiernik-Wojdera, 2010, s. 36; Hendzel, 2007, s. 18): potrzeba osiągnięć wraz ze zdolnością i gotowością przejmowania inicjatywy, skłonność do podejmowania ryzyka oraz akceptacja niepewności w podejmowaniu decyzji, wewnętrzne umiejscowienie kontroli nad własnym życiem, zdolność kierowania ludźmi w określonych strukturach formalnych, niezależność, potrzeba samorealizacji, upór w dążeniu do celu, a także umiejętność przeprowadzenia analizy i prognozy rynku oraz zdolność do budzenia w innych entuzjazmu i zaangażowania.

Zachowania przedsiębiorcze jednostek prowadzących działalność gospodarczą sprowadzają się przede wszystkim do zdolności twórczego oraz nowatorskiego rozwiązywania problemów pojawiających się w otoczeniu organizacji. Konsekwencją tego działania jest umiejętność elastycznego dostosowania się przedsiębiorcy do zmieniających warunków funkcjonowania gospodarki.

## Przedsiębiorczość kobiet w badanych krajach

Rozwój przedsiębiorczości kobiet na świecie jest kształtowany przez determinanty, które mają charakter zarówno zewnętrzny, jak i wewnętrzny w stosunku do przedsiębiorczej jednostki. W poszczególnych państwach

odmiennie kształtują się zarówno ogólne uwarunkowania krajowe przedsiębiorczości, jak i te ramowe. Te pierwsze, odnoszące się do cech całej gospodarki, mogą formować jednocześnie możliwość zachowań przedsiębiorczych. Istotne znaczenie dla rozpoznania i rozwijania działalności gospodarczej mają również ramowe uwarunkowania przedsiębiorczości, bezpośrednio wpływając na przedsięwzięcia gospodarcze – wspierając je lub hamując. Rozpatrując kwestię determinant przedsiębiorczości i koncentracji na jej rozwoju wśród kobiet, można stwierdzić, że w gospodarkach borykających się z problemami na rynku pracy i wysokim bezrobociem, samozatrudnienie staje się często stanem wymuszonym, przy braku innych alternatyw pracy i źródeł uzyskiwania dochodu. Podejmowanie przez kobiety zajęcia na własny rachunek stało się w ostatnich latach niezwykle ciekawą alternatywą dla zatrudnienia na etacie.

Sytuacja kobiet na rynku pracy w Polsce, na Słowacji oraz w Wielkiej Brytanii jest szczególna, ze względu na konieczność godzenia aktywności zawodowej z rolą pełnią w rodzinie i społeczeństwie. Na kształtowanie się postaw przedsiębiorczych u kobiet mają wpływ przede wszystkim stereotypy związane z postrzeganiem roli kobiety w społeczeństwie, system edukacji oraz kobieca tożsamość. Kobiety uważają, iż rozwój ich kariery zawodowej jest utrudniony w środowisku zdominowanym przez mężczyzn. W tabeli 1 przedstawione zostały wybrane wskaźniki dotyczące przedsiębiorczości w Polsce, na Słowacji oraz w Wielkiej Brytanii.

Biorąc pod uwagę dane z tabeli 1, zauważyć można, iż wskaźniki przedsiębiorczości dotyczące Polski i Słowacji znajdują się na podobnym poziomie. Z kolei Wielka Brytania jest krajem, znajdującym się w gronie dziesięciu gospodarek najbardziej przyjaznych biznesowi, w którym występują najbardziej dogodne warunki do podejmowania działań przedsiębiorczych przez kobiety. Kraj ten zajmuje wysokie pozycje w klasyfikacji poszczególnych wskaźników dotyczących przedsiębiorczości i tworzenia warunków do jej rozwoju. Celem działań podejmowanych przez kraje należące do Unii Europejskiej jest tworzenie warunków dla równości płci, rozumianej jako stan, w którym kobietom i mężczyznom przypisuje się taką samą wartość społeczną, równe prawa i obowiązki. Celem polityki równości jest dążenie do zapewnienia takich okoliczności, w których przedstawiciele obu płci będą mieli

możliwość swobodnego wyboru drogi życiowej, bez ograniczeń, które obecnie narzucają stereotypy dotyczące płci. Polityka równościowa jest widoczna także w wymiarze ekonomicznym, poprzez realizację działań związanych z dążeniem do zapobiegania nieuczciwej konkurencji i zwiększaniem konkurencyjności poprzez zmniejszenie dysproporcji w wynagrodzeniach oraz zwiększanie udziału kobiet w sferze podejmowanych przez nie działań uznawanych za przedsiębiorcze. Biorąc pod uwagę fakt, iż do tej pory nie określono jednoznacznie, jakimi predyspozycjami powinien charakteryzować się przedsiębiorca oraz jakie umiejętności powinien posiadać, zasadne jest dokonanie porównania opinii kobiet – respondentów prowadzących działalność przedsiębiorczą w jednym z trzech wymienionych krajów Europy.

Kobiety jako menedżerowie i właścicielki firm prezentują odmienny styl zarządzania niż mężczyźni. Kobiety preferują także odmienny styl pracy oraz kierują się innymi motywami przy podejmowaniu działań przedsiębiorczych, w tym zakładaniu działalności gospodarczej. Postawy przedsiębiorcze kobiet w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej w porównaniu z postawami mężczyzn różnią się w zależności od etapu rozwoju przedsiębiorstwa. Z badań przeprowadzonych przez Global Entrepreneurship Monitor ([Global Entrepreneurship Monitor Polska. Raport z badań 2013, 2014](#)) wynika, iż w przypadku krajów Unii Europejskiej kobiety rozpoczynają działalność gospodarczą średnio dwa razy rzadziej niż mężczyźni. Od tej średniej nie odbiegają kobiety w Polsce, gdyż stanowią one 5,1% dorosłych Polaków prowadzących przedsiębiorstwa we wczesnej fazie, natomiast mężczyźni 12,3%. Dane dla Unii Europejskiej wynoszą odpowiednio: dla kobiet – 5,6%, a dla mężczyzn – 10,4%.

Kobiety przedsiębiorcy coraz częściej wyrażają potrzebę pracy zarobkowej, chęć aktywności i współuczestniczenia w poprawie sytuacji dochodowej rodziny, ponieważ w ich opinii praca zarobkowa kobiet jest traktowana jako uzupełnienie domowego budżetu, za który głównie odpowiedzialny jest mężczyzna. Łatwo zatem zauważyć, iż jest potrzeba uzyskania niezależności finansowej umożliwiającej zerwanie z tradycyjnym postrzeganiem roli kobiety w polskim społeczeństwie. Podejmując działalność na własny rachunek, przedsiębiorczynie prowadzą walkę ze stereotypowym traktowaniem związanym z postrzeganiem ich w roli przedsiębiorców. Sytuacja ta jest

Tab. 1. Wskaźniki przedsiębiorczości w Polsce, na Słowacji i w Wielkiej Brytanii

	<b>Polska</b>	<b>Słowacja</b>	<b>Wielka Brytania</b>
Indeks Przedsiębiorczości Kobiet 2015 (FEI)	57,7/100 (Miejsce 19/77)	54,8/100 (Miejsce 24/77)	70,6/100 (Miejsce 3/77)
Wskaźnik łatwości prowadzenia biznesu 2015 (Ease of Doing Business)	73,56/100 (Miejsce 32/189)	71,83/100 (Miejsce 37/189)	80,96/100 (Miejsce 8/189)
Globalny wskaźnik przedsiębiorczości 2016 (Global Entrepreneurship Index)	49,3/100 (Miejsce 34/132)	46,4/100 (Miejsce 37/132)	67,7/100 (Miejsce 9/132)

Źródło: opracowanie własne na podstawie (World Bank. 2014. *Doing Business 2015: Going Beyond Efficiency; The Female Entrepreneurship Index, 2015, s. 2; Global Entrepreneurship Index 2016*)

zjawiskiem wyjątkowo korzystnym ze względu na fakt, iż kobiety, prowadząc prywatną działalność gospodarczą, zwiększają poczucie własnej wartości, zaspokajając swe zawodowe aspiracje.

Dzięki porównaniu przedsiębiorczości kobiecej w Polsce z badaniami światowymi można stwierdzić, iż polska przedsiębiorczość kobieca (Piecuch, 2013, s. 198): skoncentrowana jest na działalności na małą skalę, gdzie firmy kobiet to w głównej mierze małe przedsiębiorstwa usługowe lub handlowe (mikroprzedsiębiorstwa); jest wynikiem marzeń o realizacji własnych pomysłów na biznes aniżeli braku ofert pracy; nie jest nastawiona na wzrost firmy przez zwiększenie udziałów w rynku; nie jest w takim stopniu dochodowa jak firmy prowadzone przez mężczyzn; zainteresowana jest inwestycjami w innowacje oraz skoncentrowana na zarządzaniu własnością intelektualną; charakteryzuje się mniejszą skłonnością do podejmowania ryzyka, co jest związane z faktem, iż częściej jest finansowana ze środków własnych, a także opiera się na zaufaniu oraz umiejętnościach kobiet do budowania pozytywnych relacji z klientami i partnerami biznesowymi.

Podejmowanie przez kobiety działalności na własny rachunek jest wyrazem ich indywidualnych predyspozycji i postaw przedsiębiorczych. Na uwagę zasługuje fakt, iż prowadzenie własnej firmy przez kobiety przysparza wielu obowiązków zawodowych, jednakże pozwala na odczuwanie satysfakcji z samodzielności ekonomicznej. Zatem kobieta charakteryzująca się postawą przedsiębiorczą to osoba, która liczy na sukces i jest zdolna dać wyraz poglądom odmiennym niż te, które powszechnie panują.

## Metoda badawcza

Jak już zostało wspomniane, badanie przeprowadzone zostało w Polsce oraz na Słowacji, krajach zlokalizowanych w Europie Środkowej, a także w Wielkiej Brytanii, usytuowanej w Europie Zachodniej, natomiast wybór próby badawczej był zdeterminowany chęcią porównania przedsiębiorczości kobiet w Polsce z przedsiębiorczością kobiet z wymienionych krajów. Do tej pory nie określono jednoznacznie, jakimi predyspozycjami powinien charakteryzować się przedsiębiorca oraz jakie umiejętności powinien posiadać. Dlatego też głównym celem przeprowadzonych badań było określenie cech, które charakteryzują osobę przedsiębiorczą zdaniem respondentek z Polski, Słowacji oraz Wielkiej Brytanii, a także analiza otrzymanych wyników.

Badaniem zostały objęte przedsiębiorczynie, których aktywność zawodowa sprowadza się do zarządzania przedsiębiorstwem zarejestrowanym jako działalność gospodarcza. Grupę badawczą stanowiły kobiety o różnym statusie społeczno-ekonomicznym, które zarządzają własną działalnością gospodarczą, a także te, które zdecydowały się na założenie własnej działalności, a co za tym idzie – podjęły działania zmierzające do jej uruchomienia.

W części empirycznej wykorzystano metodę sondażu diagnostycznego, a badania przeprowadzone zostały za pomocą narzędzia badawczego, jakim jest kwestionariusz ankiety. Minimalną liczebność próby dla arbitralnie przy-

jętego poziomu błędu 6% wyznaczono dla frakcji, która była jednym z podstawowych wskaźników wykorzystywanych w dalszych badaniach, posłużono się wzorem (Szajt, 2014, s. 40):

$$n = \frac{u_a^2}{4d^2} = \frac{1,64^2}{4 \times 0,06^2} \approx 188$$

Przyjęto jednocześnie założenie, że dla dalszych analiz pożądane byłoby, by liczebności dla obu podgrup wynosiły nie mniej niż 100 (co pozwoli korzystać z wybranych testów statystycznych) oraz by były względnie podobne. W badaniu empirycznym rozesłano i rozdano po 300 kwestionariuszy w każdym z badanych obszarów. Do dalszych badań zakwalifikowano 120 ankiet od kobiet – przedsiębiorczyń z Polski, 103 od kobiet – przedsiębiorczyń ze Słowacji oraz 106 od przedsiębiorczyń z Wielkiej Brytanii.

Badanie empiryczne przeprowadzone zostało za pomocą narzędzia badawczego, jakim jest kwestionariusz ankiety. Z perspektywy typologii metod ankietowych zastosowane narzędzie przybrało formę ustrukturyzowanej ankiety. Kwestionariusz ankiety zawierał podstawowe demograficzne informacje dotyczące respondentek, wielkości przedsiębiorstwa oraz czasu jego prowadzenia, a także wyszczególnione 22 cechy charakteryzujące osobę przedsiębiorczą, spośród których należało wybrać maksymalnie 7 uważanych za najbardziej istotne w zarządzaniu własną działalnością gospodarczą. W literaturze przedmiotu można odnaleźć wiele zestawów cech charakteryzujących przedsiębiorcę (Athayde, 2009, s. 481–500; Duraj, Papiernik-Wojdera, 2010, s. 36; Nawojczyk, 2006, s. 49; Stoner i in., 2001, s. 174–175). Na podstawie przeglądu literatury krajowej i zagranicznej wybrane zostały te najczęściej występujące 22 cechy, które następnie zostały poddane analizie (tab. 2).

Prośba o wypełnienie kwestionariusza ankiety była doręczana respondentkom na dwa sposoby: osobiście oraz drogą elektroniczną. W przypadku kwestionariuszy doręczanych drogą elektroniczną wykorzystano internetowe rozwiązanie formularza Google Form. Udzielone odpowiedzi z formularzy kwestionariusza badawczego, które zostały doręczone respondentkom osobiście w formie papierowej, były ręcznie wprowadzane do arkusza kalkulacyjnego.

Otrzymane wyniki przeprowadzonych badań zarejestrowane w arkuszu zostały poddane analizie statystycznej z wykorzystaniem metod statystyki opisowej, statystyki matematycznej – analizy korelacji z wykorzystaniem miar  $\phi$  – Youla i  $\chi^2$ , testów statystycznych: Manna-Whitneya, istotności  $\chi^2$ , równości dwóch wskaźników struktury. Do obliczeń wykorzystano pakiet EXCEL oraz STATISTICA 10.

## Wyniki badań

Badanie empiryczne zostało przeprowadzone w celu określenia najważniejszych cech, jakimi powinna charakteryzować osoba przedsiębiorcza. Struktura badanych

Tab. 2. Najczęściej występujące cechy charakteryzujące osobę przedsiębiorczą

asertywność	cierpliwość
niezależność	odpowiedzialność
odwaga	pracowitość
sumienność	uczciwość
upór	chęć dominacji
konsekwencja w dążeniu do celu	kreatywność, twórczość i innowacyjność
łatwość nawiązywania kontaktów	pewność siebie
przejawianie inicjatywy	umiejętność planowania swojego czasu
umiejętność podejmowania decyzji	umiejętność współpracy z ludźmi
umiejętność wyznaczania celów	wiara w siebie
wiedza fachowa i kompetencje	zdolność do podejmowania ryzyka

Źródło: opracowanie własne

Tab. 3. Struktura badanych przedsiębiorców - kobiet według kraju prowadzenia działalności gospodarczej

Kategoria	Polska		Słowacja		Wielka Brytania	
	n	%	n	%	n	%
<b>Wiek</b>						
do 30 lat	28	23	18	18	33	31
31 – 35 lat	26	22	31	30	25	24
36 – 45 lat	41	34	19	18	36	34
powyżej 45 lat	25	21	35	34	12	11
<b>Wykształcenie</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Gimnazjalne, podstawowe, niepełne podstawowe	0	0	0	0	2	2
Zasadnicze zawodowe	5	4	27	26	5	5
Średnie ogólnokształcące	11	9	22	21	9	8
Policealne i średnie zawodowe	14	12	37	36	22	21
Wyższe	90	75	17	17	68	64
<b>Wielkość przedsiębiorstwa</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Mikro	104	87	66	64	81	76
Małe	12	10	29	28	25	24
Średnie	3	2	8	8	0	0
Duże	1	1	0	0	0	0
<b>Czas prowadzenia działalności</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Krócej niż 1 rok	16	13	16	16	28	26
Od 1 do 3 lat	25	21	25	24	35	33
Dłużej niż 3 lata	79	66	62	60	43	41

Źródło: opracowanie własne

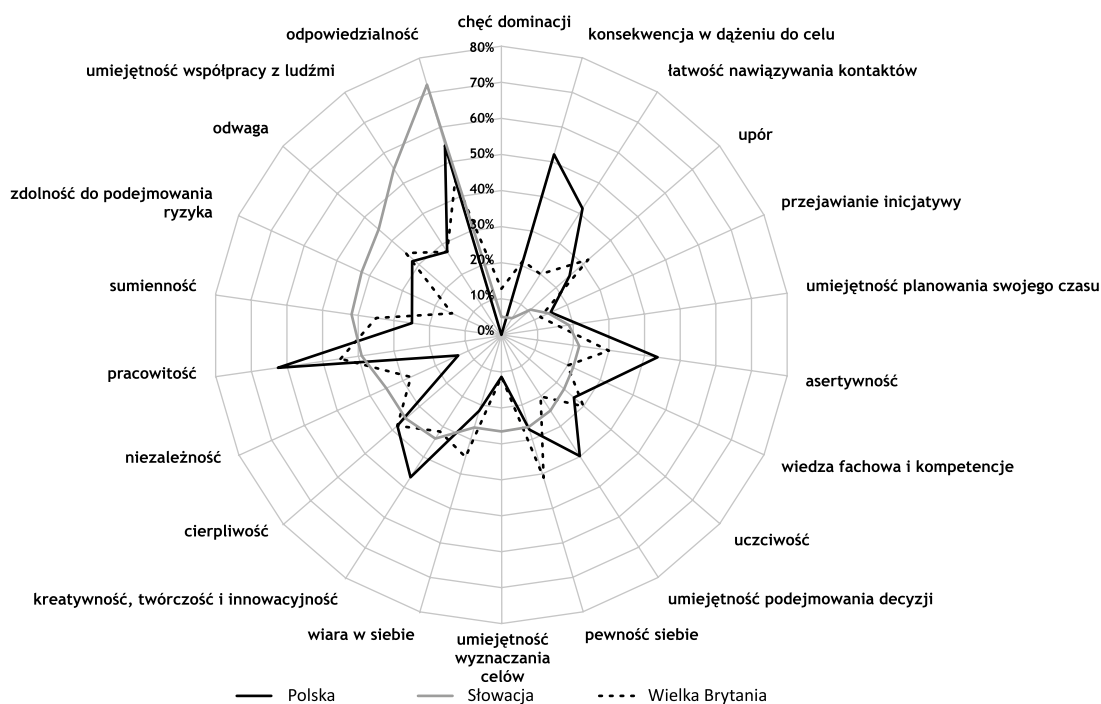
respondentek z poszczególnych krajów biorących udział w badaniu została przedstawiona w tabeli 3.

Jak wynika z danych zamieszczonych w tabeli 3, w Polsce oraz w Wielkiej Brytanii w badaniu wzięło udział najwięcej kobiet w grupie wiekowej 36–45 lat, natomiast na Słowacji były to kobiety powyżej 45 roku życia. Przeważająca część respondentek zarówno z Polski (75%), jak i z Wielkiej Brytanii (64%) posiadała wykształcenie wyższe, podczas gdy na Słowacji ponad 1/3 przedsiębiorczyń posiadała wykształcenie policealne i średnie zawodowe. We wszystkich badanych krajach dominowały mikroprzedsiębiorstwa, działające na rynku dłużej niż 3 lata. Dominującym przedmiotem działalności badanych przedsiębiorstw w Polsce był handel (19%) oraz usługi (28%). Na Słowacji dominującym przedmiotem działalności były usługi (43%) oraz transport i ochrona zdrowia (po 12%). Przedsiębiorczynie w Wielkiej Brytanii prowadzą głównie działalność usługową (29,3%), przy czym należy również zaznaczyć, iż znaczenie odgrywa prowadzenie działalności handlowej (15%) oraz edukacyjnej (13%). W licznych przypadkach podmioty prowadziły także działalność łączoną. Z otrzymanych wyników badań należy wnioskować, iż w Polsce prawie 16% przedsiębiorstw realizuje więcej niż jeden rodzaj działalności, natomiast w Wielkiej Brytanii udział ten wynosi 7,5%, a na Słowacji niecałe 7%. W Polsce oraz w Wielkiej Brytanii w zdecydowanej większości przedsiębiorstw poddanych badaniu za formę prawną przyjęto działalność gospodarczą prowadzoną przez osobę fizyczną – 81,7% (Polska) oraz 83% (Wielka Brytania), natomiast w przypadku badań przeprowadzonych na Słowacji, tę formę prawną przyjęto w połowie podmiotów objętych badaniem.

Różnice w postrzeganiu przedsiębiorcy dostrzegalne są w dużym stopniu dzięki wskazaniom respondentek odnośnie do predyspozycji charakteryzujących osoby przedsiębiorcze. Na dwadzieścia dwie określone przez autorów badań cechy różnice istotne statystycznie dotyczą wskazań piętnastu z nich (Polska/Słowacja), jedenastu (Polska/Wielka Brytania) i jedynie ośmiu pomiędzy Słowacją i Wielką Brytanią. Według Polek<sup>1</sup>, najważniejszymi cechami są pracowitość, odpowiedzialność i konsekwencja w dążeniu do celu. Zdaniem Słowaczek, wśród najważniejszych cech znajdują się odpowiedzialność, umiejętność współpracy z ludźmi i odwaga, natomiast według Brytyjek – odpowiedzialność, pracowitość i pewność siebie. Z kolei najmniej ważną cechą w ocenach respondentek z Polski i Słowacji jest chęć dominacji (dla Brytyjek na 20 miejscu), podczas gdy najmniej ważną cechą dla kobiet z Wielkiej Brytanii jest umiejętność wyznaczania celów i przejawianie inicjatywy. Zgodnie z oczekiwaniami, oceny dla Polski, Słowacji i Wielkiej Brytanii trudno uznać za podobne. Graficzna interpretacja otrzymanych wyników została przedstawiona na rysunku 1.

Większe zmiany dostrzec można w ocenach, biorąc pod uwagę wielkość przedsiębiorstw działających na rynku w poszczególnych krajach. Graficzna interpretacja otrzymanych wyników została przedstawiona na rysunkach 2, 3 i 4.

W warunkach polskich wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstw rośnie ocena takich cech przedsiębiorczości, jak: umiejętność wyznaczania celów (21–21–3), inicjatywa (20–18–7,5) oraz planowanie (18–18–7,5). Spadła znacząco natomiast ocena roli odpowiedzialności (2–7–12), odwagi (9,5–3–18,5) oraz łatwości nawiązywania kontaktów (6–7–18,5).



Rys. 1. Cechy uważane za charakterystyczne dla przedsiębiorców według wskazań kobiet z Polski, Słowacji i Wielkiej Brytanii [%]

Źródło: opracowanie własne

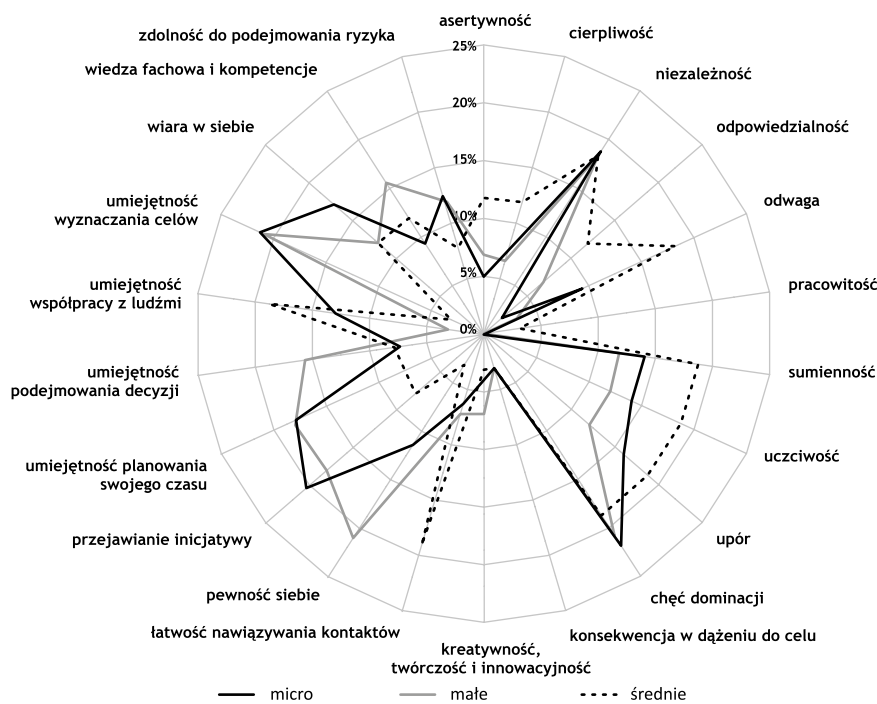
Tab. 4. Cechy charakteryzujące osobę przedsiębiorczą w opinii respondentek oraz wyniki testu U-Manna-Whitneya dla kolejnych porównań

Cechy charakteryzujące osobę przedsiębiorczą	Polska	Słowacja	Wielka Brytania	Wyniki testu Polska/Słowacja		Wyniki testu Polska/Wielka Brytania		Wyniki testu Słowacja/Wielka Brytania	
	Wskazania	Wskazania	Wskazania	U	p	U	p	U	p
Asertywność	43%	21%	31%	3,465*	0,001	1,884	0,060	- 1,599	0,110
Cierpliwość	38%	35%	37%	0,520	0,603	0,237	0,813	- 0,275	0,783
Niezależność	13%	35%	27%	- 3,796*	0,000	- 2,628*	0,009	1,181	0,237
Odpowiedzialność	54%	73%	47%	- 2,864*	0,004	1,046	0,295	3,770*	0,000
Odwaga	34%	46%	36%	- 1,811	0,070	- 0,347	0,728	1,435	0,151
Pracowitość	63%	39%	45%	3,641*	0,000	2,714*	0,007	- 0,940	0,347
Sumienność	26%	42%	35%	- 2,509*	0,012	- 1,479	0,139	1,014	0,311
Uczciwość	26%	22%	29%	0,606	0,544	- 0,571	0,568	- 1,138	0,255
Upór	24%	11%	32%	2,610*	0,009	- 1,319	0,187	- 3,752*	0,000
Chęć dominacji	2%	6%	13%	- 1,658	0,097	- 3,366*	0,001	- 1,807	0,071
Konsekwencja w dążeniu do celu	53%	6%	22%	7,603*	0,000	4,866*	0,000	- 3,309*	0,001
Kreatywność, twórczość i innowacyjność	46%	34%	31%	1,793	0,073	2,256*	0,024	0,437	0,662
Łatwość nawiązywania kontaktów	42%	6%	21%	6,138*	0,000	3,358*	0,001	- 3,158*	0,002
Pewność siebie	28%	26%	42%	0,214	0,830	- 2,211*	0,027	- 2,327*	0,020
Przejawianie inicjatywy	14%	15%	11%	- 0,082	0,934	0,635	0,525	0,695	0,487
Umiejętność planowania swojego czasu	20%	19%	16%	0,107	0,915	0,768	0,442	0,637	0,524
Umiejętność podejmowania decyzji	38%	24%	19%	2,241*	0,025	3,203*	0,001	0,946	0,344
Umiejętność współpracy z ludźmi	28%	55%	28%	- 4,081*	0,000	0,004	0,997	3,954*	0,000
Umiejętność wyznaczania celów	10%	26%	11%	- 3,169*	0,002	- 0,319	0,750	2,755*	0,006
Wiara w siebie	22%	26%	35%	- 0,792	0,428	- 2,209*	0,027	- 1,358	0,174
Wiedza fachowa i kompetencje	31%	21%	19%	1,594	0,111	2,061*	0,039	0,447	0,655
Zdolność do podejmowania ryzyka	28%	43%	16%	- 2,239*	0,025	2,200*	0,028	4,230*	0,000

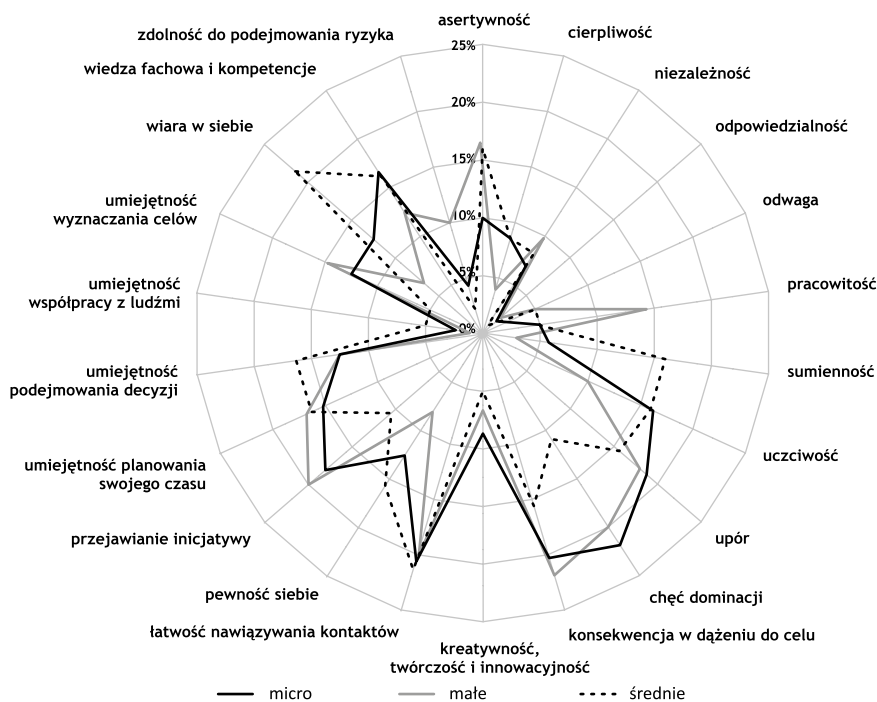
\* - różnica istotna na poziomie istotności  $\alpha = 0,05$ , U - wartość testu Manna-Whitneya, p - poziom istotności

Źródło: opracowanie własne





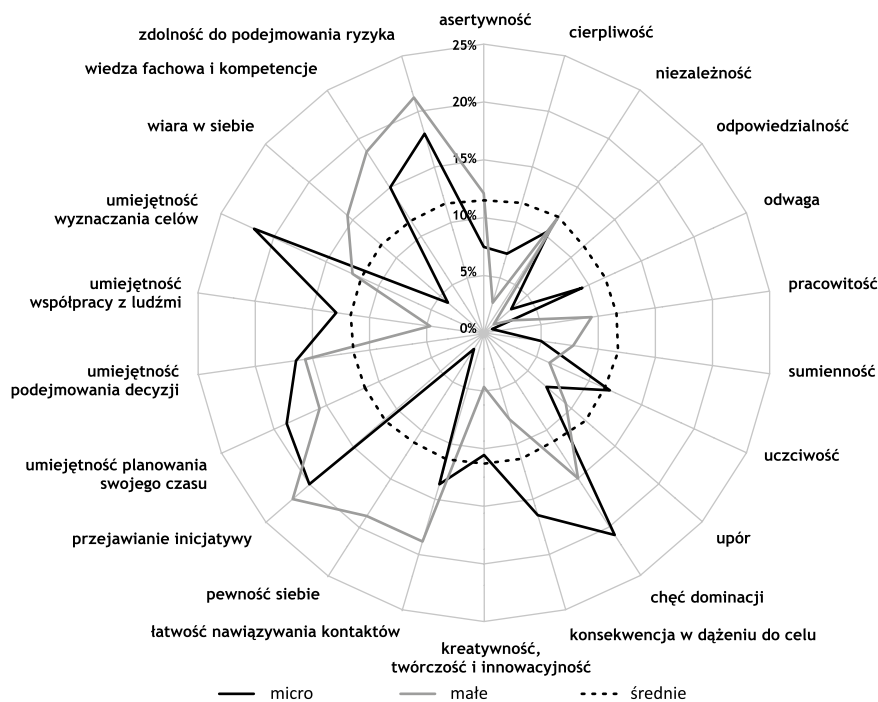
Rys. 2. Ocena poszczególnych predyspozycji przez przedsiębiorczynie z Polski w zależności od wielkości prowadzonych przedsiębiorstw  
Źródło: opracowanie własne



Rys. 3. Ocena poszczególnych predyspozycji przez przedsiębiorczynie ze Słowacji w zależności od wielkości prowadzonych przedsiębiorstw  
Źródło: opracowanie własne

W warunkach słowackich najwyższy wzrost zanotowała chęć dominacji (22–20–10,5), a umiejętność wyznaczania celów, jak też inicjatywa również nabrały większego znaczenia (11–14–3) oraz (18–20–10,5). Znaczący spadek oceny zaobserwowano jedynie dla sumienności (6–3–16) i wiary w siebie (12,5–6,5–21,5).

W warunkach brytyjskich najwyższy awans zanotowano dla oceny wyznaczania celów (22–12–11,5), chęci dominacji (21–15,5–11,5) i inicjatywy (20–22–11,5). Największe spadki zaobserwowano dla oceny pracowitości (1–9,5–11,5) i pewności siebie (2–19–11,5). Ogólnie, wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstwa rośnie ocena takich cech, jak:



Rys. 4. Ocena poszczególnych predyspozycji przez przedsiębiorczynie z Wielkiej Brytanii w zależności od wielkości prowadzonych przedsiębiorstw  
Źródło: opracowanie własne

przejawianie inicjatywy i umiejętność wyznaczania celów, natomiast małe uznanie dla sumienności i asertywności.

## Podsumowanie

Zakładanie własnego przedsiębiorstwa, najczęściej jednoosobowego, jest głównym przejawem przedsiębiorczości wśród kobiet. Następujące zmiany w mentalności społeczeństwa oraz pewne cechy, które charakteryzują jednostki przedsiębiorcze, takie jak upór czy wytrwałość, pomagają kobietom w przezwyciężaniu trudności związanych z prowadzeniem własnej działalności gospodarczej. Z ekonomicznego punktu widzenia dla rozwoju gospodarki danego kraju niezbędne jest promowanie przedsiębiorczości kobiet oraz zwiększanie ich udziału wśród właścicieli firm, gdyż kobiety odgrywają coraz większą rolę na rynku pracy jako osoby prowadzące własną firmę. Podejmowanie przez kobiety działalności na własny rachunek jest wyrazem ich indywidualnych predyspozycji i postaw przedsiębiorczych. Bardzo duże znaczenie mają także wrodzony charakter i specjalne uzdolnienia. Przeprowadzone badania umożliwiły wskazanie najbardziej pożądanых, przez respondentki ze wszystkich krajów, cech przedsiębiorczych, którymi są: odpowiedzialność, pracowitość, pewność siebie, umiejętność współpracy z ludźmi, konsekwencja i odwaga. Natomiast już nieco inaczej kształtują się przedmiotowe cechy w zależności od wielkości prowadzonych przedsiębiorstw. Tu dla respondentek z Polski, wraz ze wzrostem rozmiarów działalności, znaczenia nabierają umiejętność wyznaczania celów i inicjatywa. Cechy te również dla Słowaczek oraz Brytyjek stają się bardziej istotne. Co ciekawe, cechy, które w pierwszej kolejności były wskazywane jako pożądane,

takie jak: odpowiedzialność, pracowitość czy pewność siebie, w badaniu uwzględniającym rozmiar przedsiębiorstwa – tracą na znaczeniu.

Podjęta problematyka określenia cech przedsiębiorczych wśród kobiet stwarza szerokie możliwości do prowadzenia wielowymiarowych badań. Różnice wynikające z wielu obszarów (społecznego, ekonomicznego czy kulturowego) mogą przekładać się na otrzymywanie interesujących wyników. Podążanie ścieżką definiowania i wykorzystywania w analizach różnorodnych czynników determinujących kobiecą przedsiębiorczość będzie skutkowało kolejnymi opracowaniami w wymiarze zarówno teoretycznym, jak i praktycznym.

Trudno nie zgodzić się z twierdzeniem (Mietlewski, Mioduszewski, 2010, s. 210), że prowadzenie działalności gospodarczej w większości przypadków ma charakter spontaniczny, ponieważ kobiety często są wręcz zmuszone (przez okoliczności) do podjęcia pracy na własny rachunek. Ale o ile sama decyzja o założeniu firmy i początki jej prowadzenia wymagają odwagi, konsekwencji czy pewności siebie, to z czasem te cechy mogą zostać zastąpione innymi. I wskazanie takich atrybutów przedsiębiorcy może być przydatne w praktyce.

Posiadanie cech, które powszechnie uważane są za predysponujące do podejmowania działań przedsiębiorczych, pozwala wnikliwie spojrzeć na rzeczywiste problemy, które otaczają przedsiębiorstwo, a także na możliwości, jakie występują w przedsiębiorstwie oraz w jego otoczeniu. Taki sposób postępowania warunkuje w znacznym stopniu odniesienie przez przedsiębiorcę sukcesu na rynku. Każde przedsiębiorstwo ma zatem szansę być prowadzone w sposób przedsiębiorczy, biorąc pod uwagę, iż osoba zarządzająca przedsiębiorstwem wybiera właściwe

kierunki rozwoju danego podmiotu, a także dba o rozwój swojej osobowości w celu efektywnej realizacji procesu zarządzania.

---

**dr Aneta Broniszewska**  
**Politechnika Częstochowska**  
**Wydział Zarządzania**  
**e-mail: [aneta.broniszewska@op.pl](mailto:aneta.broniszewska@op.pl)**

---

**dr hab. inż. Beata Ślusarczyk, prof. PCz**  
**Politechnika Częstochowska**  
**Wydział Zarządzania**  
**e-mail: [jagoda@zim.pcz.p.l](mailto:jagoda@zim.pcz.p.l)**

### Przypis

<sup>1)</sup> Dla uproszczenia prezentacji wyników użyto wyrażen: Polki, Słowaczki, Brytyjki, ale oznacza to tyle, że takie określenia nie są tożsame z narodowościami, a jedynie wskazują na obszary prowadzenia działalności gospodarczej kolejno w: Polsce, na Słowacji i Wielkiej Brytanii.

### Bibliografia

- [1] Acs Z., Audretsch D., Strim R. (2009), *Entrepreneurship, Growth and Public Policy*, Cambridge University Press, New York.
- [2] Andersson D.E. (2005), *The Spatial Nature of Entrepreneurship*, „The Quarterly Journal of Austrian Economics”, Vol. 8, No. 2, s. 21–34.
- [3] Athayde R. (2009), *Measuring Enterprise Potential in Young People*, „Entrepreneurship Theory and Practice” Vol. 33, Iss. 2, March, s. 481–500.
- [4] Bratnicki M. (2001), *Refleksje teoretyczne nad przedsiębiorczością i przedsiębiorcami współczesnego biznesu*, „Przeгляд Organizacji”, Nr 5, s. 8–12.
- [5] Bratnicki M., Strużyńska J. (red.), (2001), *Przedsiębiorczość i kapitał intelektualny*, Akademia Ekonomiczna im. Karola Adamickiego w Katowicach, Katowice.
- [6] Duraj J., Papiernik-Wojdera M. (2010), *Przedsiębiorczość i innowacyjność*, Difin, Warszawa.
- [7] Dyduch W. (2008), *Pomiar przedsiębiorczości organizacyjnej*, Akademia Ekonomiczna im. Karola Adamickiego w Katowicach, Katowice.
- [8] *Global Entrepreneurship Monitor Polska. Raport z badań 2013* (2014), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa, <http://poig.parp.gov.pl/index/more/44411>, data dostępu: 20.03.2015 r.
- [9] *Global Entrepreneurship Index 2016*, The Global Entrepreneurship and Development Institute, Washington, D.C., USA, <http://www.thegedi.org>, access date: 26.02.2016.
- [10] Griffin R.W. (1996), *Podstawy zarządzania organizacjami*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- [11] Hendzel D. (2007), *Możliwości kształtowania postaw przedsiębiorczych w organizacji gospodarczej*, [w:] P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, Warszawa, s. 17–23.
- [12] Kaczmarek M., Kaczmarek-Kurczak P. (2012), *Przeгляд metaanaliz dotyczących związku cech osobowości i przedsiębiorczości. W stronę modelu badań*, „Management and Business Administration. Central Europe”, Nr 1(108), s. 49–63.
- [13] Kurczewska A. (2013), *Przedsiębiorczość*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- [14] Lisowska E., Sawicka J. (2009), *Kobiety i gospodarka*, [w:] Raport Kobiety dla Polski. Polska dla kobiet. 20 lat transformacji 1989–2009, Wyd. Fundacja Feminoteka, Warszawa.
- [15] Mendel T. (2002), *Uwarunkowania małej przedsiębiorczości i podejmowanie działalności gospodarczej w Polsce w początkach XXI wieku*, [w:] T. Mendel (red.), *Wybrane problemy zarządzania przedsiębiorstwami*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań, s. 70–89.
- [16] Mietlewski Z., Mioduszeński J. (2010), *Działalność gospodarcza – refleksja*, Zeszyty Naukowe Ostrołęckiego Towarzystwa Naukowego, Nr 24, s. 209–220.
- [17] Nawojczyk M. (2006), *Przedsiębiorczość: cecha osób czy organizacji*, [w:] B. Glinka, K. Konecki (red.), *Współczesne problemy socjologii organizacji i zarządzania. Wybrane zagadnienia*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź, s. 41–55.
- [18] Piasecki B. (red.), (2001), *Ekonomika i zarządzanie małą firmą*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa–Łódź.
- [19] Piecuch T. (2010), *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, C.H. Beck, Warszawa.
- [20] Piecuch T. (2013), *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, Wydanie II, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa.
- [21] Say J.B. (1960), *Traktat o ekonomii politycznej*, PWN, Warszawa.
- [22] Schumpeter J.A. (1960), *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWN, Warszawa.
- [23] Stoner J.A.F., Freeman R.E., Gilbert D.R. (2001), *Kierowanie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
- [24] Szajt M. (2014), *Prześcierzeń w badaniach ekonomicznych*, Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa.
- [25] Ślusarczyk B., Broniszewska A. (2014), *Entrepreneurship of Women in Poland and the EU – Quantitative Analysis*, „Polish Journal of Management Studies”, Vol. 9, s. 217–224.
- [26] *The Female Entrepreneurship Index*, 2015, The Global Entrepreneurship and Development Institute, Washington, <http://thegedi.org>, access date: 08.01.2016.
- [27] World Bank. 2014. *Doing Business 2015: Going Beyond Efficiency*. Washington, DC: World Bank, <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2015>, access date: 21.03.2015.
- [28] Wyrzykowska-Pycior D. (2003), *Przedsiębiorczość wobec bezrobocia kobiet. Analiza sytuacji z uwzględnieniem powiatu tarnobrzeskiego*, [w:] L. Kaliszczak, S. Marczuk (red.), *Społeczne i ekonomiczne determinanty przedsiębiorczości. Subregion tarnobrzeski w procesie zmian*, Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. prof. Stanisława Tarnowskiego w Tarnobrzegu, Tarnobrzeg, s. 237–251.
- [29] Zachorowska-Mazurkiewicz A. (2006), *Kobiety i instytucje. Kobiety na rynku pracy w Stanach Zjednoczonych, Unii Europejskiej i w Polsce*, Wydawnictwo „Śląsk”, Katowice.



## ***Features of Enterprising Women in Selected Countries – Analysis of Similarities and Differences***

---

### ***Summary***

The presence of women on the labor market, in the public sphere, is one of the greatest achievements of the twentieth century, but the changes in the labor market in the twenty-first century and current economic conditions force women to a significantly higher activity. Women's entrepreneurship contributes to the economic growth by creating new products and

jobs. A growing number of women who run their own businesses proves that women have entrepreneurial qualities which allow them to overcome social barriers and actively participate in economic processes. The aim of this article is therefore an indication of the diversity of women entrepreneurs in Poland, Great Britain and Slovakia, whose professional activity is their own business management.

### ***Keywords***

entrepreneurship, women's entrepreneurship, entrepreneurial features

---