

DOI: 10.18276/sip.2018.51/3-03

Tomasz Bernat*, **Aleksandra Gąsior****

Uniwersytet Szczeciński

Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania

DETERMINANTY INTENCJI PRZEDSIĘBIORCZYCH – CZY PŁEĆ MA ZNACZENIE?

STRESZCZENIE

Różnice pomiędzy obu płciami w kontekście biznesowym czy rodzinnym (obowiązki) powoli zanikają w dzisiejszym świecie. Na tym tle zachodzi pytanie, czy podobnie jest w odniesieniu do chęci zakładania przedsiębiorstwa. Czy oddziałują podobne determinanty? Celem tych badań jest wskazanie różnic w przedsiębiorczości deklarowanej przez studentów obu płci. Jego realizacja związana jest z odpowiedzią na trzy pytania: Czy występują różnice w intencjach przedsiębiorczych pomiędzy płciami? Czy podejmowane aktywności zawodowe różnicują podejście do przedsiębiorczości pomiędzy płciami? Czy zachowania przedsiębiorcze wykazywane podczas studiów różnicują intencje przedsiębiorcze obu płci? Badania przeprowadzono w formie analizy ankiet przeprowadzonych wśród studentów uczelni polskich. Zaprezentowane wyniki są fragmentem międzynarodowych badań postaw przedsiębiorczych i migracyjnych studentów SEAMIS.

Słowa kluczowe: postawy przedsiębiorcze, determinanty przedsiębiorczości, płeć, kobiety

* Adres e-mail: tomasz.bernat@usz.edu.pl

** Adres e-mail: aleksandra.gasior@usz.edu.pl

Wprowadzenie

Kobiety z racji historycznych i kulturowych, m.in. tradycyjnego modelu i roli w społeczeństwie (Little, Panelli, 2003), nie są przygotowywane do prowadzenia życia przedsiębiorczego poza gospodarstwem domowym (Rollnik-Sadowska, 2016). Dodatkowo tradycyjne kulturowe oczekiwania płynące z otoczenia warunkują, że to kobiety powinny być raczej przygotowane do prowadzenia gospodarstwa domowego (DeMartino, Barbato, 2003; Kirkwood, 2009).

Te podstawowe różnice dziś powoli się zatracają przede wszystkim dzięki rosnącemu równouprawnieniu kobiet (Bird, Brush, 2002). Zmiany są szczególnie widoczne w krajach rozwijających się (Orser, Spence, Riding, Carrington, 2010; Welch, Welch, Hewerdine, 2008). Dobrze prowadzone gospodarstwo domowe porównuje się do dobrze prosperującego przedsiębiorstwa. Tym samym wydaje się, że kobieca przedsiębiorczość jest nabywana sukcesywnie w domu rodzinnym (Rutashoby, Allan, Nilsson, 2009).

Na tym tle należy postawić zasadnicze pytanie: jak prezentuje się przedsiębiorczość kobiet w Polsce w odniesieniu do postaw mężczyzn? Celem podjętych badań jest wskazanie różnic w przedsiębiorczości deklarowanej przez studentów obu płci. Ciekawe jest bowiem to, czy istnieją determinanty, jak działają w podejmowaniu decyzji, które w jaki sposób kształtują postawy przedsiębiorcze kobiet i mężczyzn?

Kobiety w obecnych czasach z założenia stawiane są na równi z mężczyznami, np. w odniesieniu do zdobywania poszczególnych rodzajów zawodów. Niemniej z różnych badań wynika, że kobiety w świecie gospodarczym wciąż nie są na równi z mężczyznami traktowane i doceniane (Wąsowski, 2017). Sytuacja poprawia się, gdyż np. 34% wyższej kadry kierowniczej w polskich firmach stanowią kobiety (Grant Thornton, 2018).

1. Przedsiębiorczość kobiet

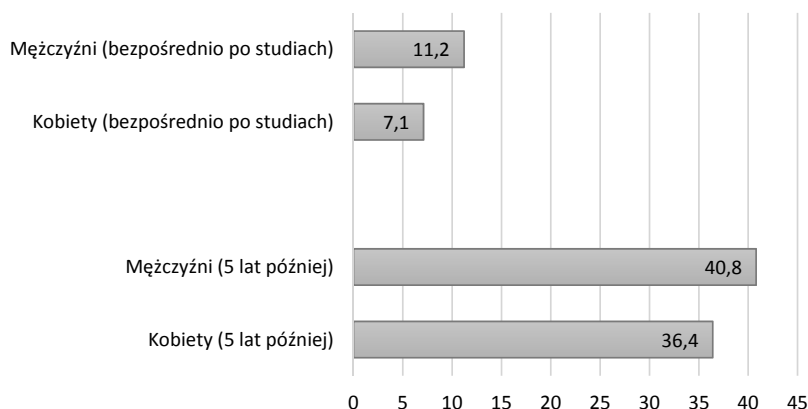
Przedsiębiorczość kobiet badana jest w naukach ekonomicznych i o zarządzaniu od ponad 40 lat. Za pierwszą pracę naukową uznaje się artykuł Schwartza (1976). Od tego czasu tematyka ta była przedmiotem wielu badań. Aktualnie skupia się w czterech obszarach tematycznych, które najsilniej związane są z przedsiębiorczością kobiet (Poggesi, Mari, De Vita, 2016). Są one następujące:

- charakterystyka przedsiębiorczości kobiet, m.in. dotycząca determinantów przedsiębiorczości (Holmén, Min, Saarelainen, 2011; Mallon, Cohen, 2001);
- finansowanie działalności biznesowej, m.in. dotyczącej problemów dyskryminacji w kontaktach z instytucjami finansowymi (Braná, 2013);
- zarządzanie i strategia firmy w podejściu do kierowania firmą przez kobiety i mężczyzn (Bird, Brush, 2002);
- efektywność działania firmy dotycząca np. celów przedsiębiorstwa i podejścia do ich realizacji (Marlow, McAdam, 2013).

Całość tych obszarów tematycznych badana jest ponadto w dwóch wymiarach gospodarczych: dla krajów rozwijających się i krajów rozwiniętych gospodarczo.

Przedsiębiorczość kobiet jest również analizowana wśród studentów. Z raportu GUESS (Sieger, Fueglistaller, Zellweger, 2016) wynika, że kobiety mają słabsze intencje przedsiębiorcze, bez względu na okres badania – zaraz po studiach czy później – różnica za każdym razem wynosi ponad 4% (wykr. 1).

Wykres 1. Różnice w intencjach przedsiębiorczych ze względu na płeć i czas

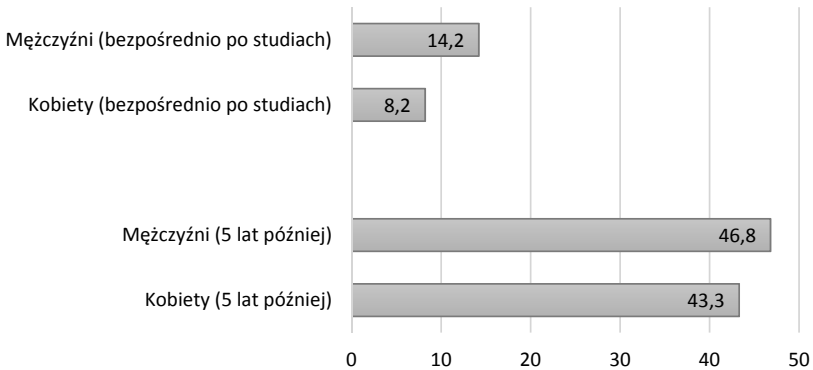


Źródło: Sieger, Fueglistaller, Zellweger (2016).

Tendencja jest zachowana jeżeli ocenia się wyniki ankietowanych ze względu na rodzaj podjętych studiów. Na szczególną uwagę zasługują studenci, którzy w badaniu GUESS zostali pokazani w grupie prawo i ekonomia (wykr. 2). Badani mężczyźni przeważają w intencjach przedsiębiorczych. Na uwagę zasługuje fakt, że

różnice między kobietami a mężczyznami ulegają zmniejszeniu wraz z czasem po ukończeniu studiów – z 6 do 3,5%.

Wykres 2. Różnice w intencjach przedsiębiorczych ze względu na płeć studentów studiów prawniczych vs ekonomicznych i czas



Źródło: Sieger i in. (2016).

Podsumowując, można powiedzieć, że kobiety wykazują mniejsze intencje przedsiębiorcze niż mężczyźni. Jak na tym tle prezentują się wyniki badań przeprowadzonych przez autorów?

2. Wyniki badań. Metodyka badawcza

Przedsiębiorczość w niniejszej pracy rozumiana jest jako „działania obejmujące identyfikację, ocenę oraz eksploatację szans na wprowadzenie nowych produktów i usług, sposobów organizowania, rynków, procesów oraz surowców poprzez organizację wysiłków w sposób, jaki do tej pory nie występował” (Shane, Venkataraman, 2000).

Celem podjętych badań jest wskazanie różnic w przedsiębiorczości deklarowanej przez studentów obu płci. Jego realizacja związana jest z odpowiedzią na trzy pytania.

1. Czy występują różnice w intencjach przedsiębiorczych pomiędzy płciami?
2. Czy podejmowane aktywności zawodowe różnicują podejście do przedsiębiorczości pomiędzy płciami?

3. Czy zachowania przedsiębiorcze wykazywane podczas studiów różnicują intencje przedsiębiorcze obu płci?

Realizacja celu badań została przeprowadzona w postaci analizy wyników ankiet przeprowadzonych wśród studentów uniwersytetów polskich w latach 2017–2018. Łącznie uzyskano ponad 700 ankiet, z których zakwalifikowano do dalszych badań 707. Ankietę wypełnili studenci różnych kierunków, lat i poziomów studiowania.

3. Analiza uzyskanych wyników badań

W pierwszej kolejności zostanie zaprezentowana metryka grupy respondentów, a następnie badania. W tabeli 1 przedstawiono podział tej grupy według kryterium stopnia studiów oraz kierunku studiowania (w podziale na studia ekonomiczne i nieekonomiczne).

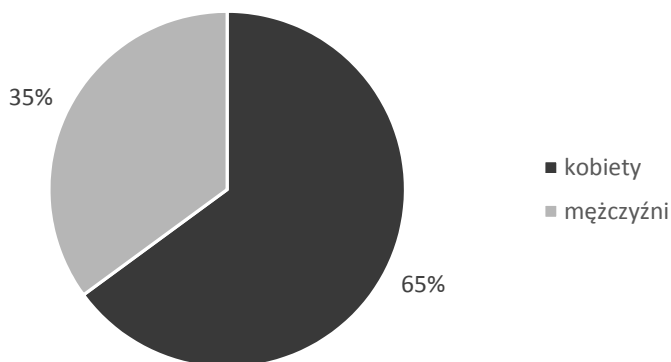
Tabela 1. Podział grupy respondentów ze względu na stopień i kierunek studiowania

Stopień studiów	licencjat	mgr
Struktura	70%	30%
Kierunek studiów	ekonomiczne	nieekonomiczne
Struktura	64%	36%

Źródło: wyniki badań ankietowych.

Dane w tabeli 1 wskazują, że większość respondentów stanowili studenci studiów licencjackich i kierunków ekonomicznych. Kolejnym podziałem, w szczególności związanym z analizowanym problemem badawczym, jest podział według płci respondentów. Zaprezentowano to na wykresie 3.

Wykres 3. Struktura respondentów, kryterium płci



Źródło: wyniki badań ankietowych.

Dane na wykresie 3 wskazują, że udział kobiet w badaniach wyniósł 65%, co stanowi dość znaczną przewagę tej płci w całej grupie odpowiadających. Jak kształtuje się ten podział w odniesieniu do wymienionych w tabeli 1 kryteriów, pokazano w tabeli 2.

Tabela 2. Podział grupy respondentów ze względu na stopień, kierunek studiowania oraz płć

Płć		Kobiety (%)	Mężczyźni (%)
Stopień studiów	licencjat	66	34
	magisterskie	62	38
Kierunek studiów	ekonomiczni	62	38
	nieekonomiczni	68	33

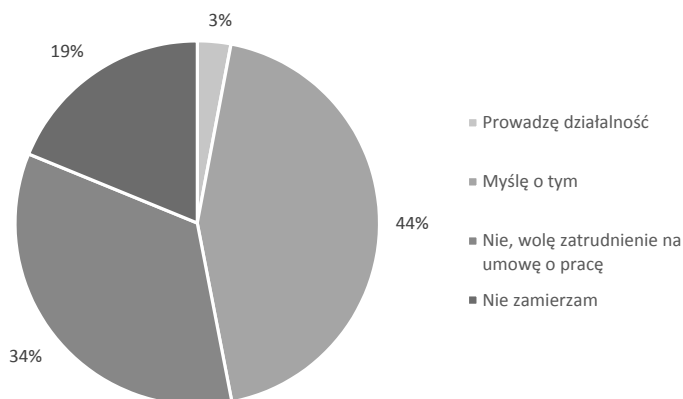
Źródło: wyniki badań ankietowych.

Dane zaprezentowane w tabeli 2 pokazują, że struktura respondentów w podziale na zadane kryteria nie różni się w znacznym stopniu. Można zatem stwierdzić, że respondenci bez względu na płć stanowią jednorodną grupę osób.

Kolejna część badań wskazuje na intencje przedsiębiorcze – rozumiane jako chęć założenia własnego przedsiębiorstwa. Ze względu na szerszy zakres badań niż prezentowany w niniejszym tekście wskazano także odpowiedzi wykraczające poza temat badań. Pytanie, które zadano respondentom, jest następująco: Czy rozważał

Pan / Czy rozważała Pani możliwość podjęcia własnej działalności gospodarczej?
Odpowiedzi udzielone przez ogół respondentów wskazano na wykresie 4.

Wykres 4. Struktura odpowiedzi na pytanie o intencje przedsiębiorcze



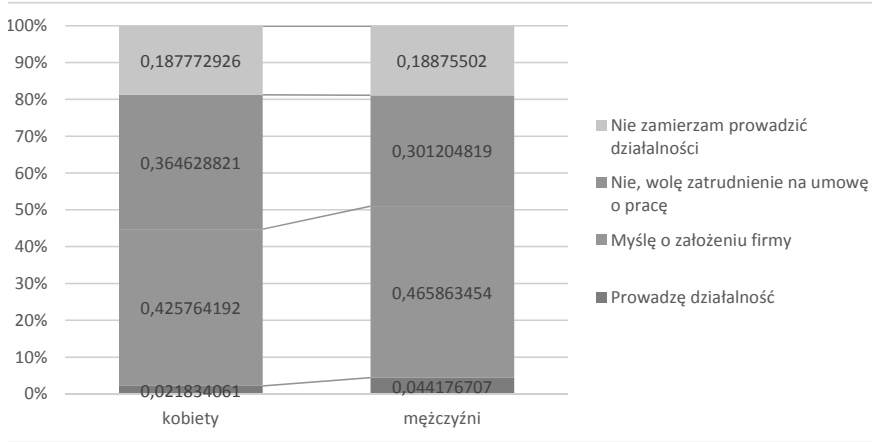
Źródło: wyniki badań ankietowych.

Dane zaprezentowane na wykresie 4 wskazują, że intencje przedsiębiorcze przejawia największy odsetek respondentów – 44%. Ponadto 3% badanych jednoznacznie wskazało, że już prowadzi biznes. Pozostałe odpowiedzi dotyczą osób, które nie chcą zakładać przedsiębiorstwa – są negatywnie nastawione do tego pomysłu (19%), a 34% osób woli pracę zarobkową na podstawie umowy o pracę w podmiocie biznesowym lub instytucji. Łącznie 53% badanych nie jest skłonnych założyć własnego przedsiębiorstwa.

Jak na tym tle prezentuje się podział według płci? Pokazano to na wykresie 5.

Dane zaprezentowane na wykresie 5 wskazują na nieco odmienne intencje przedsiębiorcze w zależności od płci badanych osób. Jak wynika z analizy, większymi tendencjami w zakresie chęci założenia własnego przedsiębiorstwa wykazują się mężczyźni. Kobiety natomiast w większym stopniu poszukują zatrudnienia na umowę o pracę. Co ciekawe, udział zadeklarowanych przeciwników pracy na własny rozrachunek jest taki sam niezależnie od płci.

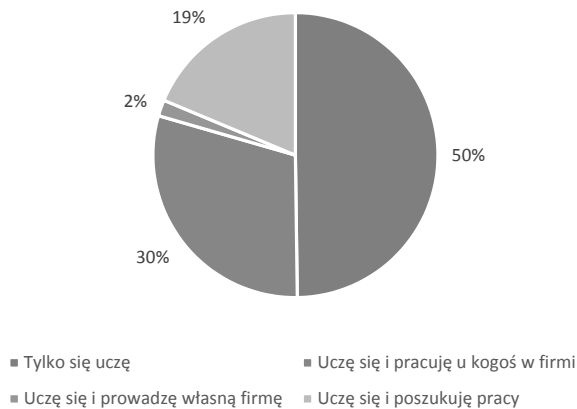
Wykres 5. Struktura odpowiedzi na pytanie o intencje przedsiębiorcze, podział według płci



Źródło: wyniki badań ankietowych.

Dwa główne założenia podjęte w tych badaniach dotyczą podstaw wyboru ścieżki życiowej: po pierwsze, odpowiedzi na pytanie, czy podczas studiów podejmowana była jakakolwiek aktywność zawodowa poza samym studiowaniem; po drugie, czy respondenci podejmowali działania, które mogą być uznane za przejaw przedsiębiorczości indywidualnej. Odpowiedź na pierwsze pytanie zaprezentowano na wykresie 6 i w tabeli 3.

Wykres 6. Podejmowane aktywności zawodowe podczas studiów



Źródło: wyniki badań ankietowych.

Na wykresie 6 pokazano podejmowane aktywności zawodowe ogółu respondentów. Jak wynika z nich, połowa badanych nie podejmuje żadnej pracy podczas studiów, 30% jest aktywnych zawodowo: pracuje i uczy się, natomiast 19% poszukuje pracy. Niewielki odsetek wskazuje na posiadanie własnego przedsiębiorstwa. Jak wygląda ten podział w odniesieniu do dodatkowego kryterium, jakim jest intencja przedsiębiorcza, zaprezentowano w tabeli 3 w podziale według płci.

Tabela 3. Podejmowane aktywności zarobkowe osób deklarujących intencje przedsiębiorcze, w podziale na płeć (w %)

Dane	Tylko się uczę	Uczę się i pracuję u kogoś w firmie	Uczę się i prowadzę własną firmę	Uczę się i poszukuję pracy
Razem	45	35	1	19
Kobiety	45	36	0	19
Mężczyźni	43	35	3	18

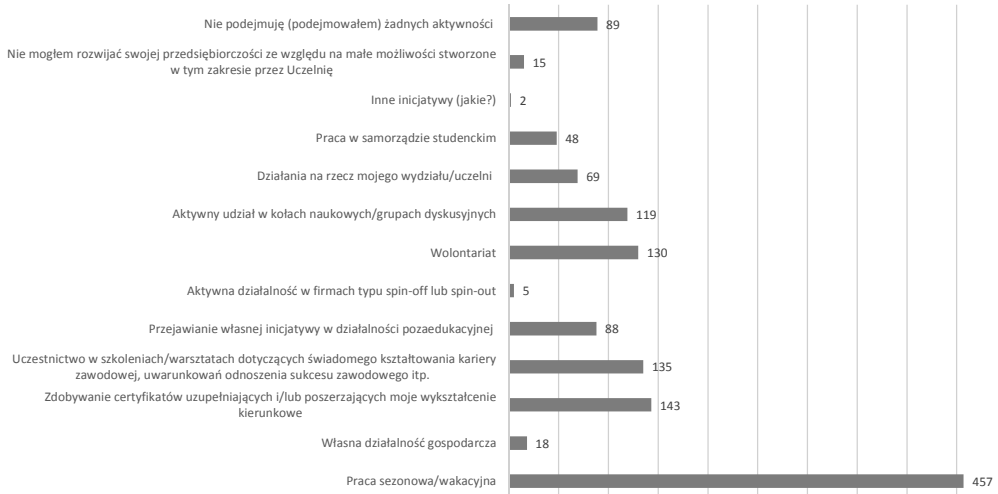
Źródło: wyniki badań ankietowych.

Jak wynika z danych zaprezentowanych w tabeli 3, brak jest różnic w zakresie aktywności zawodowej podczas studiów. Obie przedsiębiorcze grupy: kobiety i mężczyźni, w bardzo podobny sposób zachowują się podczas studiów. Nie można zatem stwierdzić, aby podejmowane aktywności zawodowe miały jakkolwiek wpływ na różnice w przedsiębiorczości obu płci.

Drugim determinantem mogącym wpłynąć na postawy przedsiębiorcze jest aktywne podejmowanie różnych działań, które wiążą się podejmowaniem wyzwań przez respondentów. Można do nich zaliczyć m.in. podejmowanie pracy sezonowej, uzupełnianie własnych kwalifikacji, zdobywanie certyfikatów czy wolontariat. Ogólne wyniki badania w tym zakresie zaprezentowano na wykresie 7.

Dane zaprezentowane na wykresie 7 wskazują na dość duże zróżnicowanie w zachowaniach podejmowanych podczas studiów. Jak z nich wynika, najwięcej osób podejmuje pracę sezonową lub wakacyjną. Jest to zapewne związane nie tylko z chęcią samorealizacji zawodowej czy zdobywania doświadczenia, lecz także z koniecznością własnego utrzymania się lub dorobienia do otrzymywanych stypendiów bądź wsparcia z rodziny. Bardzo ciekawe natomiast są odpowiedzi w pozostałych pytaniach. Cztery kolejno najczęściej wskazywane działalności związane są z faktycznymi zachowaniami przedsiębiorczymi: zdobywanie certyfikatów poszerzają-

Wykres 7. Zachowania przedsiębiorcze podejmowane przez studentów w trakcie studiowania



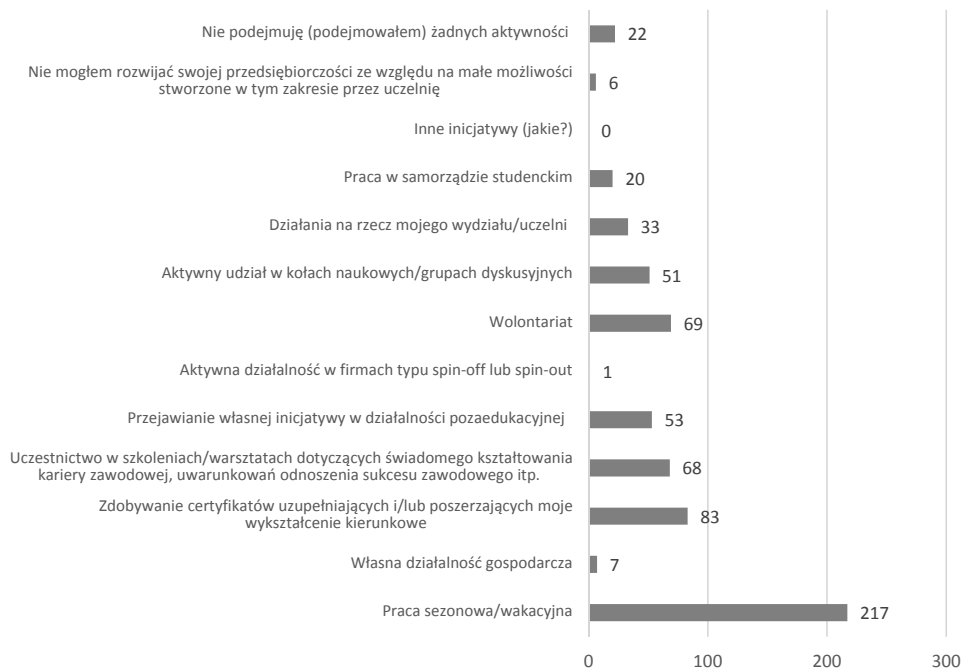
Respondenci mogli zaznaczać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: wyniki badań ankietowych.

cych wykształcenie, uczestnictwo w szkoleniach i warsztatach rozwijających kompetencje dotyczących świadomego kształtowania kariery zawodowej, wolontariat oraz praca w kołach naukowych. Wymienione aktywności przyczyniają się w największym stopniu do przyszłych postaw przedsiębiorczych. Ciekawe jest zatem, jak będą one kształtować się w grupie osób przedsiębiorczych (chcących założyć własne przedsiębiorstwo)? Wyniki odpowiedzi zaprezentowano na wykresie 8.

Jak wynika z danych zaprezentowanych na wykresie 8, odpowiedzi udzielane przez ogół badanych w porównaniu do grupy deklarującej intencje przedsiębiorcze są nieco odmienne. W największym stopniu aktywności przejawiają się w podejmowaniu pracy. Jednak na wyższym miejscu plasuje się odpowiedź: „przejawianie własnej inicjatywy w działalności pozaedukacyjnej” obok wymienianych jako najczęstsze na wykresie 7.

Wykres 8. Zachowania przedsiębiorcze podejmowane przez studentów w trakcie studiowania – grupa studentów deklarujących intencje przedsiębiorcze



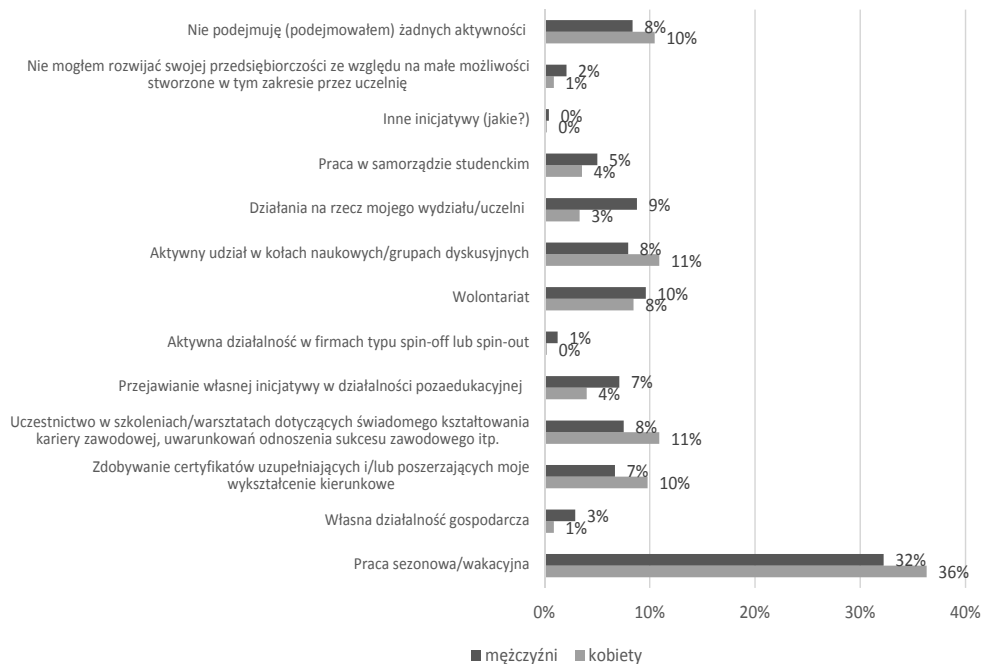
Respondenci mogli zaznaczać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: wyniki badań ankietowych.

Na wykresie 9 pokazano odpowiedzi grupy studentów przedsiębiorczych w podziale na płeć, dane w procentach udziału poszczególnych wypowiedzi w stosunku do wszystkich udzielonych odpowiedzi.

Widoczne są różnice zachodzące pomiędzy odpowiedziami udzielanymi przez respondentów ze względu na płeć. Analizując dane, wyraźnie można zauważyć, że kobiety podejmują inne aktywności o charakterze przedsiębiorczym niż mężczyźni. Obok różnicy w zakresie podejmowanej pracy (większa aktywność kobiet) studentki w większym stopniu podejmują także działalność (według kolejności wskazań), uczestnicząc w szkoleniach i warsztatach oraz działając w kołach naukowych. Częściej również starają się o certyfikaty poszerzające wykształcenie. Natomiast studenci,

Wykres 9. Zachowania przedsiębiorcze podejmowane przez studentów w trakcie studiowania – grupa studentów deklarujących intencje przedsiębiorcze, podział względem płci



Respondenci mogli zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: wyniki badań ankietowych.

którzy – jak wynika z badania – są bardziej przedsiębiorczy, częściej są aktywni na takich polach, jak wolontariat, podejmowanie działań na rzecz wydziału, w którym studiują, a także w przejawianie własnej inicjatywy w zajęciach pozaedukacyjnych.

Podsumowanie

Cel badań wskazany w niniejszej pracy został osiągnięty. Odpowiedziano również na postawione pytania badawcze. Pozytywnie odpowiedziano na pytanie, czy występują różnice w intencjach przedsiębiorczych pomiędzy płciami. Natomiast w przypadku oceny, czy podejmowane aktywności zawodowe różnicują podejście

do przedsiębiorczości pomiędzy płciami, nie wykazano takiej różnicy. Z kolei pozytywnie odpowiedziano na ostatnie pytanie o to, czy zachowania przedsiębiorcze wykazywane podczas studiów różnicują intencje przedsiębiorcze obu płci. Wskazano przy tym na najważniejsze podejmowane działania.

Z dużą dozą ostrożności można zatem stwierdzić, że na wykresie 9 wskazano na podstawowe różnice, które wpływają na poziom intencji przedsiębiorczych studentów. Są nimi przede wszystkim podejmowane aktywności o charakterze przedsiębiorczym.

Literatura

- Bird, B., Brush, C. (2002). A gendered perspective on organizational creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 3 (26), 41–65.
- Brana, S. (2013). Microcredit: an answer to the gender problem in funding? *Small Business Economics*, 1 (40), 87–100.
- DeMartino, R., Barbato, R. (2003). Differences between women and men MBA entrepreneurs: exploring family flexibility and wealth creation as career motivators. *Journal of Business Venturing*, 6 (18), 815–832.
- Grant Thornton (2018). *Polski biznes silny kobietami*. Wyniki badania Women in Business 2018. Grant Thornton International. Pobrano z: <http://grantthornton.pl/wp-content/uploads/2018/03/Kobiety-w-biznesie-2018-raport-Grant-Thornton-1.pdf> (15.01.2018).
- Holmén, M., Min, T.T., Saarelainen, E. (2011). Female entrepreneurship in Afghanistan. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 3 (16), 307–331.
- Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 5 (24), 346–364.
- Little, J. Panelli, R. (2003). Gender Research in Rural Geography. *Gender, Place and Culture*, 3 (10), 281–289.
- Mallon, M., Cohen, L. (2001). Time for a change? Women's accounts of the move from organizational careers to self-employment. *British Journal of Management*, 3 (12), 217–230.
- Marlow, S., McAdam, M. (2013). Gender and entrepreneurship: advancing debate and challenging myths; exploring the mystery of the under-performing female entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 1 (19), 114–124.
- Orser, B., Spence, M., Riding, A., Carrington, C. (2010). Gender and export propensity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 5 (34), 933–958.
- Poggesi S., Mari, M., De Vita, L. (2016). What's new in female entrepreneurship research? Answers from the literature. *International Entrepreneurship Managerial Journal*, 3 (12), 735–764.

- Rollnik-Sadowska, E. (2016). The Hidden Potential of Female Entrepreneurship in Rural Poland. W: K. Wiest (ed.), *Women and Migration in Rural Europe* (s. 150–169). London: Palgrave Macmillan UK.
- Rutashobya, L.K., Allan, I. S., Nilsson, K. (2009). Gender, social networks, and entrepreneurial outcomes in Tanzania. *Journal of African Business*, 1 (10), 67–83.
- Schwartz, E.B. (1976). Entrepreneurship: A new female frontier. *Journal of Contemporary Business*, 5, 47–76.
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 1 (25), 217–226.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU, International GUESSS Report 2016. Pobrano z: http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_2016_INT_Report_final5.pdf (15.01.2018).
- Wąsowski, M. (2017). *Zawód: prezeska. Polki w czołówce Europy, jeśli chodzi o przedsiębiorczość*. Pobrano z: <https://businessinsider.com.pl/rozwoj-osobisty/kariera/przedsiębiorczosc-kobiet-w-polsce-raport/mmegd6d> (15.01.2018).
- Welch, C., Welch, D., Hewerdine, L. (2008). Gender and export behaviour: evidence from women-owned enterprises. *Journal of Business Ethics*, 1 (83), 113–126.

DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIALS INTENTIONS – DOES GENDER MATTER?

Abstract

Differences between sexes in a business or family context disappear currently. Base on this the question arise: are similar situation referred to business set up? Are there similar determinants? The purpose of research is presenting the differences in entrepreneurial intentions of students' both sexes. The implementation of research creates 3 questions: are the intention different? Are there entrepreneurial activities matter in term if firm set up? The survey was conducted among Polish students. The presented results are a part of project SEAMIS.

Keywords: entrepreneurial intentions, entrepreneurship determinants, sex, women

JEL code: L26