PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I ZARZĄDZANIE 2017
Wydawnictwo SAN | ISSN 2543-8190

Tom **XVIII** | Zeszyt **6** | Część **III** | ss. **11–22**

Julita Wasilczuk | Julita.Wasilczuk@zie.pg.gda.pl
Politechnika Gdańska

Magdalena Licznerska
Politechnika Gdańska

Poszukiwanie dobrych odpowiedzi na źle postawione pytania, rzecz o przedsiębiorczości kobiet

The Search for Good Answers to the Wrong Questions, Study of Female Entrepreneurship

Abstract: Women entrepreneurship has been the subject of research for many years and its results are often compared against the men entrepreneurship results. The conducted research has often been aimed at identification/recognition of the differences between the entrepreneurs of opposite gender. The lack of satisfactory proof for the existence of the differences has been attributed by some determined researchers to inappropriate research tools or the fact that the businesses are started by women with more masculine character features. It turns out, however, that psychological differences between men and women are negligible, so the differences in the profile of men and women running businesses are small. Therefore, redesign of the research thought is needed to concentrate more not on who but how the business is established and maintained. Consequently, it necessitates the consideration of the women's environment in which women function, i.e. both institutional and family.

Key words: women entrepreneurship, research in women entrepreneurship

Wprowadzenie

Celem niniejszego opracowania jest krytyczna analiza dotychczasowych badań dotyczących przedsiębiorczości kobiet, wraz z wskazaniem kierunków badań, które mogłyby być prowadzone w Polsce.

Prowadząc badania nad przedsiębiorczością nie sposób pozostać obojętnym wobec jednego z ich kierunku, jakim jest przedsiębiorczość kobiet. Kierunek ten jest obecny zarówno w publikacjach, jak i w nazwach sesji konferencji. Badacze próbują odpowiedzieć na wiele pytań, które można sprowadzić do dwóch bardzo ogólnych: co i dlaczego różnicuje kobiece i męskie przedsiębiorstwa; dlaczego liczba przedsiębiorstw zakładanych przez kobiety w gospodarkach jest niższa niż przez mężczyzn. Próba odpowiedzi na drugie z pytań była bodźcem do opracowania pierwszego raportu na temat przedsiębiorczości kobiet, który powstał na zlecenie prezydenta Stanów Zjednoczonych w 1979 r. i przedstawiał demograficzną charakterystykę kobiet w biznesie [United States Department of Commerce, 1979]. Pierwszy artykuł na temat przedsiębiorczości kobiet został opublikowany w 1976 r. [Schwartz, 1976], a ponad trzydzieści lat później pojawiło się pierwsze czasopismo tym tematom poświęcone: *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.

Przedsiębiorczość kobiet z upływem czasu cieszy się coraz większym zainteresowaniem ze strony naukowców. Wnikliwej analizie poddawani są nie tylko przedsiębiorcy, ale także badania bezpośrednio ich dotyczące. Wśród artykułów naukowych coraz silniej zarysowuje się podział na te, które podążały i podążają w tradycyjnych kierunkach, wskazując na różnice pomiędzy kobiecą i męską przedsiębiorczością oraz te, które wskazują, że tych różnic nie ma. Kluczowym, dla zrozumienia różnic pomiędzy powyższymi dwoma nurtami, jest przybliżenie zarzutów stawianych tradycyjnym kierunkom badań oraz wskazanie nowych potrzeb, na które zaczynają odpowiadać badacze.

Z tej perspektywy przełomową wydaje się być praca naukowa Ahl, która w swojej rozprawie doktorskiej poddała ostrej krytyce dotychczasowe kierunki badań nad przedsiębiorczością kobiet. Przez część środowiska naukowego Ahl uważana jest za prekursora w wyznaczaniu nowych kierunków badań [Hughes et al. 2012]. Dlatego też w badaniach nad przedsiębiorczością kobiet można postawić cezurę, którą jest opublikowana w 2002 roku praca doktorska Ahl pt.: *The making of the female entrepreneur: A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship* oraz artykuły będące jej rozwinięciem [Ahl 2004; Ahl 2006; Ahl Marlow 2012].

Zarówno przed publikacją Ahl, jak i po niej w literaturze pojawiło się wiele przeglądów literaturowych, których celem było przedstawienie dotychczasowych osiągnięć oraz wskazanie dalszych kierunków badań. W jedenastu wiodących czasopismach zajmujących się przedsiębiorczością naliczono łącznie 185 doniesień na temat przed-

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

siębiorczości kobiet w latach 1991-2016, z czego dziewiętnaście artykułów to tekstu przeglądowe [Yadav, Unni 2016], osiem z nich opublikowano przed publikacją Ahl z 2002 roku.

Poniżej omówiono wyniki przeglądu z 1992 roku, jednego z częściej przytaczanych w literaturze, opracowanego przez Brush, jedną z najbardziej zasłużonych badaczek przedsiębiorczości kobiet[1]. Wyniki spostrzeżeń z tego przeglądu zostały następnie skonfrontowane z krytycznymi artykułami Ahl, która w swoich publikacjach wskazuje na nowe kierunki badań, które są powoli rozwijane przez kolejnych badaczy. Zakończenie niniejszego artykułu stanowi rekomendacje dla polskich badaczy, którzy chcieliby prowadzić badania nad przedsiębiorczością kobiet.

Tradycyjny nurt badań

W przeglądowym artykule z 1992 roku, Brush przeanalizowała doniesienia naukowe na temat przedsiębiorczości kobiet opublikowane w wiodących czasopismach i materiałach konferencyjnych dotyczących przedsiębiorczości [Brush 1992]. Analizowane artykuły pochodziły między innymi z takich czasopism jak: *Frontiers of entrepreneurship Research, Journal of Small Business management, Entrepreneurship Theory and Practice, Journal of Business Venturing, USASBE Proceedings, Entrepreneurship and Regional Development*, z lat 1977 – 1991. Są to czasopisma, które cały czas uważane są za wiodące w obszarze badań nad przedsiębiorczością. Autorzy analizowanych artykułów skupiali się przede wszystkim na sylwetce przedsiębiorcy, w dużo mniejszych stopniu na procesie przedsiębiorczym oraz na organizacji jako jednostce badanej, trzy doniesienia dotyczyły otoczenia firmy. Liczba badań dotyczących sylwetki przedsiębiorcy nie powinna dziwić. Artykuły te powstały w okresie, gdy liczba kobiet w biznesie zaczęła gwałtownie rosnąć, co było związane między innymi z rosnącym udziałem kobiet w sile roboczej [Toossi 2002]. Sytuacja kobiet na rynku pracy, a także w działalności gospodarczej zaczęła budzić zainteresowanie badawcze. Jako mało rozpoznane zjawisko, przedsiębiorczość kobiety była analizowano przede wszystkim poprzez pryzmat osoby zakładającej i prowadzącej firmę.

Analiza przeprowadzona przez Brush[2] nie wykazała różnic pomiędzy kobietami i mężczyznami prowadzącymi własne firmy, zarówno pod względem statusu matrymonialnego, wieku, kolejności urodzenia (przedsiębiorcy są głównie pierwszym dzieckiem), pochodzenia z rodziny przedsiębiorczej. Kobiety prowadzące firmy legitymowały się ta-

[1] Publikuje prace na temat przedsiębiorczości kobiet od początku lat osiemdziesiątych. Jest także inicjatorką *Diana Project.*

[2] W niniejszym artykule przedstawiono jedynie wnioski z tej analizy, nie przywołując wszystkich opisanych przez autorkę pozycji literaturowych.

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

kim samym poziomem wykształcenia, chociaż różniły się jego profilem od mężczyzn. Główne różnice pomiędzy przedsiębiorcami różnej płci wynikały przede wszystkim z doświadczenia zawodowego, w przypadku kobiet rzadziej wiązało się ono z funkcjami menedżerskimi, nauką czy też techniką. Zaobserwowano także różnice w motywacjach: kobiety rozpoczynając działalność gospodarczą kierowały się przede wszystkim chęcią stworzenia sobie elastycznego miejsca pracy, mężczyźni natomiast chęcią zostania przedsiębiorcą.

Styl zarządzania kobiet opisany przez Brush na podstawie analizowanych badań, był określany jako kobiecy (otwartość w komunikacji, partycypacja w podejmowaniu decyzji, mniej zhierarchizowany). Obierane przez kobiety w biznesie cele częściej dotyczyły działań społecznych. Nie zaobserwowano różnic w uczestniczeniu w sieciach (chociaż sieci kobiet częściej składały się z kobiet), pozyskiwaniu informacji i planowaniu. To co wyróżniało kobiety prowadzące własne firmy, to silne wsparcie ze strony najbliższego otoczenia.

Wśród badanych artykułów jedynie trzy poruszały problematykę relacji kobiet i mężczyzn prowadzących firmy z bankami. Z badań w nich opisanych wynika, że chociaż przygotowywane przez kobiety wnioski były tak samo poprawne jak te przygotowywane przez mężczyzn, jednak to ci drudzy byli postrzegani jako bardziej predysponowane do sukcesu.

Przytoczone powyżej wnioski z przeprowadzonej przez Brush analizy wskazywałyby na nieliczne różnice pomiędzy kobietami a mężczyznami. Zaskakujące jest więc podsumowanie Autorki tego przeglądu, która pisze: *„możemy stwierdzić na podstawie powyższej dyskusji, że jest więcej różnic niż podobieństw pomiędzy firmami prowadzonymi przez kobiety i mężczyzn"* (tłumaczenie własne). I chociaż zaraz po tym zdaniu, pojawia się dokładny opis na czym te różnice i podobieństwa polegają, przekaz podstawowy wskazywał na różnice. W tym fragmencie artykułu Brush, uwidacznia się opisany w przez Ahl [2012] syndrom badaczy kobiecej przedsiębiorczości, którzy przystępując do badań, nie dopuszczają myśli, że różnice pomiędzy kobietami i mężczyznami w biznesie nie są tak duże jak się powszechnie sądzi. Jak zauważa Ahl [2006], takie podejście do badania przedsiębiorczości kobiet było i nadal często jest obecne w literaturze tematu, badacze wychodzą z założenia, że kobiety muszą się różnić od mężczyzn, dlatego dla niektórych brak potwierdzenia postawionych na wejściu hipotez jest rozczarowujące. Ahl zastanawia się dlaczego, pomimo zniechęcających wyników, niektórzy nadal próbują znaleźć różnice w kolejnych badaniach, obwiniając za niepowodzenie badawcze, niedostatecznie dobrze dobrane narzędzia lub źle zadane pytania.

Kończąc swój przegląd literaturowy Brush zaproponowała zintegrowane podejście, wskazując na konieczność przebadania psychologicznych i socjologicznych teorii, które mogłyby wyjaśnić różnice w przedsiębiorczości kobiet i mężczyzn. Sugerowała przyję-

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

cie kobiecego punktu widzenia, który polega na postrzeganiu firmy jako powiązanej sieci relacji łączących rodzinę, społeczeństwo i kobietę przedsiębiorcę. Podobny pogląd wskazujący na konieczność analizy powiązań z otoczeniem: sektorem, rodzina i kulturą, zaprezentowany został kilka lat później [Gundry L. et al. 2002].

Ahl – krytyka dotychczasowych badań

Ahl dokonała analizy 81 artykułów dotyczących przedsiębiorczości kobiet z wiodących czasopism naukowych[3], które ukazały się pomiędzy 1982 a 2000 rokiem. Dokonana analiza nie spowodowała pogłębienia wiedzy o różnicach między kobietami przedsiębiorcami a mężczyznami przedsiębiorcami. Analizując szeroki wachlarz czynników psychologicznych i postaw opisywanych w badaniach, możliwe było stwierdzenie, że istnieje o wiele więcej podobieństw, niż różnic pomiędzy przedsiębiorcami kobietami a mężczyznami. Różnice, jakie się uwidoczniły, to te wewnątrz grupy przedsiębiorczych kobiet, pomiędzy różnymi zawodami oraz pomiędzy przedsiębiorcami w różnych krajach [Ahl 2002]. Jedyną wyraźną różnicą, która pojawiła się w analizowanych artykułach, był mniejszy rozmiar firm prowadzonych przez kobiety oraz rodzaj wybieranej przez nie działalności (handel i usługi). Nie tylko Ahl wskazywała na niższe „osiągnięcia" przedsiębiorstw prowadzonych przez kobiety. Kobiece biznesy zatrudniają mniej pracowników i ustępują wielkością przychodów firmom prowadzonym przez mężczyzn [Sabarwal, Terrell 2008]. Może to wynikać z mniejszego zaangażowanego kapitału w działalność [Muravyev, et al. 2009] oraz w obieranych strategiach, które w kobiecych biznesach częściej obejmują elementy społeczne [Jennings, Brush 2013].

Po dokonaniu analizy artykułów, Ahl wyartykułowała to, co już wcześniej pojawiało się w publikacjach: *przedsiębiorczość nie jest koncepcją neutralną pod względem płci*. Od takiego stwierdzenia zaczyna się obecnie niemal każdy artykuł na ten temat [patrz np. Jenning i Brush 2013, Yadav, Unni 2016]. Jednocześnie to męski wzorzec przedsiębiorczości jest powszechni obowiązujący, co podkreślała już wcześniej Brush [1992]. Kobiecość i przedsiębiorczość pojawiają się jako sprzeczne fenomeny. I rzeczywiście, analiza obecnych w doniesieniach medialnych cech, atrybutów i zachowań związanych z potocznie funkcjonującym obrazem przedsiębiorcy (radzący sobie z ryzykiem, poszukujący możliwości, tworzący strategię, walczący o przetrwanie itp.) różni się od potocznego obrazu kobiety (delikatna, unikająca ryzyka, ugodowa, itp.). To oczywiście stereotypy, ale one w dużym stopniu kształtują powszechną świadomość, niezależnie od tego, że na czele największego w średniowieczu państwa stała kobieta, królowa Elżbieta I, w Rosji

[3] Artykuły pochodziły z "Entrepreneurship Theory and Practice", "Journal of Business Venturing", "The Journal of Small Business Management" and "Entrepreneurship and Regional Development".

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

rządziła caryca Katarzyna Wielka, a w dzisiejszych czasach fotel premiera zajmowany przez kobietę nikogo już nie dziwi.

W swoim przeglądzie Ahl poszukiwała odpowiedzi na pytanie: jeżeli różnic nie ma, lub są niewielkie, dlaczego kolejni badacze próbują się ich doszukać? Odpowiedzi upatrywała w powszechności przekonania o istnieniu różnic między płciami, co powodowało, że poszczególni badacze, mimo, iż w toku swoich badań ich nie znajdywali, dokonywali prób tłumaczenia i wyjaśnienia mizernych, w tym zakresie, wyników. Ahl zidentyfikowała i opisała trzy takie strategie [2004]. Jedną ze strategii, którą posługiwali się autorzy artykułów było zbytnie podkreślanie niewielkich znalezionych różnic. Polskie przysłowie *robić z igły widły* oddaje zamysł Ahl (ang.: *Making a Mountain out of a Mole-hill strategy)*. Autorzy publikacji zazwyczaj podkreślali statystycznie istotne różnice, ale pomijali słowo statystycznie i przedstawiali je jako społecznie istotne, choć rzadko takimi były. Jednocześnie trzeba zaznaczyć, że ignorowali większość podobieństw. Przykładem stosowania takiej praktyki może być artykuł Olson i Currie [1992], w którym pojawia się zdanie, iż kobiety i mężczyźni przedsiębiorcy w inny sposób postrzegają otoczenie, w którym rozpoczynają i prowadzą swoje firmy, mimo iż w ich badaniach pojawia się tylko jedna niewielka różnica w jednej z dziewięciu badanych cechach.

Drugą strategią wyjaśniania braku różnic jest podkreślanie, że kobiety przedsiębiorcy są odmienne od kobiet „przeciętnych" (*the self-selected woman strategy*). Analizowane artykuły sugerowały, że wśród kobiet można wyróżnić te zwyczajne i te silniejsze/mocniejsze/bardziej męskie będące przedsiębiorcami, ewentualnie zwyczajne kobiety przedsiębiorcy i bardziej przedsiębiorcze kobiety przedsiębiorcy. W obu przypadkach stosowany był wzór związany z ideą kobiecości i jakimś rodzajem słabości, aby ocalała idea fundamentalnej różnicy.

Trzecia strategia jest przez Ahl nazywana strategią dobrej matki (*the good mother strategy*). Polega ona na tworzeniu alternatywnego modelu macierzyńskiego przedsiębiorcy w którym wszystkie kobiece cechy są promowane. Na podstawie niewielkich różnic połączonych z ogólnym obrazem troskliwych i opiekuńczych kobiet, wyłania się spolaryzowany obraz przedsiębiorców kobiet i mężczyzn.

Spostrzeżenia na temat braku znaczących różnic pomiędzy kobietami i mężczyznami prowadzącymi firmy, znajdują swoje uzasadnienie w najnowszych badaniach psychologicznych. Metasynteza wyników 106 metanaliz badań dotyczących porównań pomiędzy kobietami i mężczyznami na płaszczyźnie psychologii, wykazały niewielkie różnice pomiędzy płciami [Zell et al., 2015].

U podłoża większości analizowanych przez Ahl badań stoi założenie o indywidualizmie. Typowe badania skupiają się na jednostkach lub na pojedynczych firmach. Rzeczywistość badawcza wygląda tak, jakby świat społeczny prawie w ogóle nie istniał, a typowe studium przedstawia przedsiębiorcę jako samotną wyspę, wyłącznie odpo-

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

wiedzialnego za swój sukces. I to jest kolejny przyczynek do krytyki według Ahl, szczególnie gdy analizowana jest przedsiębiorczość kobiet. Rodzina, dom i opieka nad dziećmi lub rodzicami jawi się jako całkowicie indywidualna odpowiedzialność, tymczasem jak wynika z badań obciążenia obowiązkami rodzinnymi, brak możliwości zapewnienia dzieciom/niedomagającym rodzicom opieki sprawia, że kobiety nie poświęcają swoim firmom tyle czasu co mężczyźni [Fairlie, Robb 2009, The Global Gender Gap Report 2016]. Jeżeli więc przedsiębiorczość przyczynia się do powodzenia gospodarki, a kobiece firmy osiągają niższe wyniki niż przeciętne, to problem szeroko pojętej opieki staje się kwestią społeczną i nie jest jedynie indywidualnym problemem kobiet w biznesie. I właśnie rozwiązania instytucjonalne wg Ahl nie są w literaturze poddawane analizie.

Nowe kierunki badań przedsiębiorczości kobiet

Co kilka lat pojawia się artykuł wskazujący na konieczność poszukiwania nowych obszarów i kierunków badań nad przedsiębiorczością kobiet [Yadav, Unni 2016]. Ale to prace Ahl spowodowały przełom w myśleniu o przedsiębiorczości kobiet. Wezwanie i apel Ahl o nowe kierunki w badaniach nad przedsiębiorczością nie pozostały bez echa w środowisku naukowym, co udowadniają autorzy wielu artykułów. Krytyka wyrażona przez Ahl nie dość, że nie została zignorowana, ale została usłyszana, uznana za ważną a jej odzwierciedlenie można odnaleźć powstających artykułach o przedsiębiorczości kobiet [np. Hughes et al., 2012].

Aby zapobiec powielaniu i utwierdzaniu w świadomości ludzi drugorzędnej pozycji kobiet w społeczeństwie Ahl zaproponowała skierowanie dyskusji dotyczącej przedsiębiorczości kobiet na nowe obszary. Zasugerowała dwa kroki: rozbudowę/ekspansję obiektów badawczych oraz przesunięcie w epistemologicznej pozycji [2006]. Ulepszenia można dokonać zarówno podążając za jednym z sugerowanych kroków, jaki i kombinacją obu. Zamysł Autorki przedstawia tablica poniżej (tablica 1).

Tablica. 1. Obecne i nowe kierunki badań nad przedsiębiorczością kobiet

	Obecne obiekty badań	**Rozwinięte/poszerzone obiekty badań**
Obiektywistyczna teoria poznania (epistemologia)	Uwaga skupiona na jednostce; Założenia esencjalistyczne	Większa liczba zmiennych; Studia przypadków; Studia porównawcze
Konstrukcjonistyczna epistemologia	Studia nad konstruowaniem przez kobiety życia swojego i swojej firmy, tworzenie i kreowanie płci kulturowej	Studia nad porządkiem społecznym, ukształtowanym kulturowo, i nad mechanizmami rekonstruującymi go

Źródło: Ahl 2006.

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

W poszukiwanie nowych kierunków badań włączyła się także Brush, która w kolejnych artykułach, proponuje nowe podejście do badań przedsiębiorczości kobiet. Wraz z współautorkami sugeruje przesunięcie środka ciężkości z osoby przedsiębiorcy (*kto?*) na proces przedsiębiorczy (*jak?*), wprowadzając do badań nad przedsiębiorczością kobiet teorie instytucjonalne [Brush, de Bruin, Welter, 2009]. Tak postawiony problem badawczy, wskazujący na proces, został zresztą zaproponowany w badaniach nad przedsiębiorczością przez Garnera, krytykującego podejście osobowe w badaniach nad przedsiębiorczością [Gartner, 1988]. A ponieważ Gartner zasugerował podejście behawioralne w badaniach nad przedsiębiorczością wiele lat temu, dziwi, że tak długo trwało przeniesienie tej sugestii na badania nad przedsiębiorczością kobiet. W kolejnej publikacji Brush proponuje także włączenie do badań elementów związanych z macierzyństwem oraz z szeroko pojętym otoczeniem mezo i makroekonomicznym wskazując jednocześnie, że przedsiębiorczość kobiet jest nierozłącznie związana z rodziną, i w takim kontekście należy badania prowadzić [Jennings, Brush 2013].

Wiodące czasopismo naukowe dotyczące tematyki przedsiębiorczości Entrepreneurship Theory and Practice postanowiło poświęcić jeden ze swych numerów w całości nowym kierunkom, zgodnie z którymi podążają badacze zajmujący się przedsiębiorczością kobiet. Odniesiono się w nich do:

- analiz porównawczych umożliwiających poznanie roli, jaką pełni kultura i szeroko rozumiany kontekst w pojmowaniu rozumienia uwarunkowań związanych z płcią kulturową i czynnikami wpływającymi na przedsiębiorczość [Shinnar, Giacomin, Janssen 2012].
- aktywności przedsiębiorczej kobiet z uwzględnieniem czynników związanych z posiadaną rodziną, relacjami praca-dom, etapem kariery i statusem rodziny [Davis, Shaver 2012], [Eddleston, Powell 2012].
- przedsiębiorczości kobiet w krajach rzadziej opisywanych przez naukowców [Datta, Gailey, 2012, Davis, Abdiyeva 2012] tematyka ta staje się coraz częściej obecna w piśmiennictwie [Poggesi et al. 2016].

Rozproszone bazy danych bibliograficznych w Polsce nie pozwalają na całościową analizę piśmiennictwa na temat polskich przedsiębiorczyń. Dlatego też w powyższych rozważaniach nie pojawiła się żadna publikacja polskich badaczy, chociaż kilka nazwisk z pewnością można przywołać (patrz np.: Misiak, Horodyńska-Okoń, Kupczyk, Lisowska, Siemieniak, Zięba). Warto natomiast podkreślić, że pojawiają się pierwsze artykuły dotyczące sugerowanych kierunków badań, jak chociażby ta o obiecującym tytule *Główne nurty i kierunki badań nad przedsiębiorczością kobiet* [Lubacha-Sember 2016]. Szkoda jednak, że zawiera ona przede wszystkim opis barier jakich doświadczają kobiety w przedsiębiorczości. W polskiej literaturze ciężko odnaleźć odwołania do powszechnie obecnie cytowanej Ahl. Nowe kierunki opisywane coraz częściej w literaturze anglojęzycznej, w Polsce do tej pory praktycznie się nie pojawiły.

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

Rekomendacje do badań przedsiębiorczości kobiet w Polsce

W oparciu o przedstawioną krytykę dotychczasowych badań na temat przedsiębiorczości kobiet oraz sugestii dotyczących dalszych kierunków badań na ten temat, można wyciągnąć kilka wniosków dla Polski. Artykuły naukowe zajmujące się przedsiębiorczością kobiet nie są tylko niewinnymi, obiektywnymi refleksjami dotyczącymi społecznych realiów, a dyskurs w nich zawarty współtworzy obraz, który dociera do odbiorców. Badacze, postrzegani jako eksperci w społeczeństwie, swoją pracą kreują konkretny wizerunek kobiet przedsiębiorców, ich roli i miejsca w społeczeństwie. Stąd też stawiane pytania badawcze oraz analizowane obszary badań, powinny służyć rzetelnej ocenie przedsiębiorczości kobiet. Wskazane byłoby odejście od kreowania negatywnego pojmowania relacji praca – dom w kontekście prowadzenia własnego biznesu, gdzie nie docenia się czasu poświęconego na obowiązki domowe, utożsamiając je z barierą dla rozwoju tak personalnego jak i zawodowego. Dokonując analizy formalnych narzędzi lub programów, stworzonych, aby wspierać przedsiębiorczość kobiet, należy poddać dyskusji z góry założony ich korzystny wpływ i zastanowić się nad wizerunkiem kobiet, jaki kreują. Czy programy wsparcia są faktycznie korzystne z perspektywy kobiet, czy tylko szufladkują kobiety jako bezradne i potrzebujące wsparcia.

Badania powinny być prowadzone w celu ustalenia *jak* firmy są zakładane i prowadzone, a nie *kto* je zakłada i prowadzi. Duży nacisk powinien być kładziony na kontekst działalności biznesowej, w szczególności na uwarunkowania zewnętrzne (partnerów, członków rodziny, instytucje opieki, rynek pracy, politykę itp.). Prowadzona analiza dotycząca różnic w zachowaniu biznesowym kobiet i mężczyzn musi być oparta na podobnych firmach, zarówno pod względem wieku, wielkości, a przede wszystkim branży. Zaleca się branie pod uwagę większej liczby czynników kształtujących postawy i działania przedsiębiorcę, a tym samym odejście od badań ankietowych na rzecz głębszego zrozumienia badanego zjawiska poprzez prowadzenie studiów przypadków. Bardzo ważne jest także oderwanie się od męskiego modelu świata/gospodarki/przedsiębiorczości, jako wzorca, do którego należy porównywać kobiety.

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

Bibliografia

Ahl H.J. (2002), *The making of the female entrepreneur: A discourse analysis of research texts on women's entrepreneurship* (Doctoral dissertation, Jonkoping International Business).

Ahl H.J. (2004), *The scientific reproduction of gender inequality. A discourse.* Materiały konferencji: The 5th European Feminist Research Conference, August 20 – 24, 2003 Lund University, Sweden.

Ahl H. (2006), *Why research on women entrepreneurs needs new directions*, „Entrepreneurship Thery and Practice", vol. 30, iss. 5, ss. 595–621.

Ahl H.J., Marlow S. (2012), *Exploring the dynamics of gender, feminism and entrepreneurship: advancing debate to escape a dead end?*, "Organization", vol. 19, iss. 5, ss. 543–562.

Brush C.G. (1992), *Research on women business owners: Past trends, a new perspective and future directions*, „Entrepreneurship: Theory and Practice", vol. 16, iss. 4, ss. 5–31.

Brush C.G., de Bruin A., Welter F. (2009), *A gender-aware framework for women's entrepreneurship*, „International Journal of Gender and Entrepreneurship", vol. 1, iss. 1, ss. 8–24.

Datta P.B., Gailey R. (2012), *Empowering Women Through Social Entrepreneurship: Case Study of a Women's Cooperative in India*, „Entrepreneurship Theory and Practice", z. 36, nr 3.

Davis P.J., Abdiyeva F. (2012), *En Route to a Typology of the Female Entrepreneur? Similarities and Differences Among Self-Employed Women*, „Journal of Management Policy and Practice", vol. 13, iss. 4, ss. 121–137.

Davis A. E., Shaver K. G. (2012), *Understanding Gendered Variations in Business Growth Intentions Across the Life Course*, „Entrepreneurship Theory and Practice", z. 36, nr 3.

Eddleston K.A., Powell G.N. (2012), *Nurturing Entrepreneurs' Work-Family Balance: A Gendered Perspective*, „EntrepreneurshipTheory and Practice", z. 36, nr 3.

European Commission (2014), *Statistical data on Women entrepreneurs in Europe,* http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=7992 [3 marca 2017].

Fairlie R.W., Robb A.M. (2009), *Gender differences in business performance: evidence from the Characteristics of Business Owners survey*, „Small Business Economics", vol. 33, iss. 4, ss. 375–395.

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

Gartner, W. (1988), *Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question*, „American Journal of Small Business", vol. 12 iss. 4, ss. 11–32.

Gundry L.K., Miriam B.Y., Posig M. (2002), *Contemporary perspectives on women's entrepreneurship: a review and strategic recommendations*, „Journal Enterprising Culture", vol. 10 iss. 67, ss. 67–86, DOI: http://dx.doi.org/10.1142/S0218495802000141.

Hughes K., Jennings J., Brush C.D., Carter S., Welter F. (2012), *Extending women's entrepreneurship research in new directions*, „Entrepreneurship Theory and Practice", vol 36, no. 3, ss. 429 – 442. DOI: 10.1111/j.1540-6520.2012.00504.

Jennings J.E., Brush, C.G. (2013), *Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Browder Entrepreneurship Literature?*, „The Academy of Management Annals", vol. 7, no 1, ss. 661–713.

Lubacha-Sember J. (2016), *Główne nurty i kierunki badań nad przedsiębiorczością kobiet*, „Horyzonty Wychowania", 15 nr 34, ss. 343–361.

Muravyev A., Talavera O., Schafer D. (2009), *Entrepreneurs' Gender and Financial Constraints: Evidence from International Data*, „Journal of Comparative Economics", vol. 37, iss. 2, ss. 270–286.

Olson S.F.,Currie H.M. (1992), *Female entrepreneurs in a male- dominated industry: personal value systems and business strategies*, „Journal of Small Business Management", z. 30, nr 1.

Poggesi S., Mari M., de Vita L. (2016), *What's new in female entrepreneurship research? Answers from the literature*, „International Entrepreneurship and Management Journal", vol. 2, iss. 3, ss. 735–764.

Sabarwal S., Terrell K. (2008), *Does Gender Matter for Firm Performance? Evidence from Eastern Europe and Central Asia.* Policy Research Working Paper 4704: The World Bank. Poverty Reduction and Economic Management Network. Gender and Development Group.

Schwartz E. (1976), *Entrepreneurship: A new female frontier*, „Journal of Contemporary Business", 5, ss. 47–76.

Shinnar R.S., Giacomin O., Janssen F. (2012), *Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture,* „Entrepreneurship Theory and Practice", z. 36, nr 3.

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl

The Global Gender Gap Report 2016. World Economic Forum, https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2016 [4 mraca 2017].

Toossi M. (2002), *A century of change: The US labor force*, "Monthly Labour Reviev", vol. 125, 15.

United States Department of Commerce (1979), *The bottom line: Unequal enterprise in America,* Washington, United States Department of Commerce.

Yadav V., Unni J. (2016), *Women entrepreneurship: research review and future directions*. „Journal of Global Entrepreneurship Research", vol. 6, iss. 2, ss. DOI: 10.1186/s40497-016-0055-x.

Zell E., Krizan Z., Teeter S.R. (2015), *Evaluating gender similarities and differences using meta-synthesis*. „American Psychologist", vol 70, iss. 1 , ss. 10–20. http://dx.doi.org/10.1037/a0038208.

MOST WIEDZY Pobrano z mostwiedzy.pl