

# Innowacje wprowadzane przez samozatrudnione kobiety w Polsce – studium przypadków

**Sandra Misiak**

Uniwersytet Szczeciński  
Wydział Nauk Ekonomicznych  
i Zarządzania

---

**Abstrakt:** Samozatrudnienie prowadzone jest zwykle na niewielką skalę. Fakt ten stanowi jeden z powodów zaliczania osób posiadających małą działalność gospodarczą do grona właścicieli firm wdrażających znacznie mniej innowacji niż duże, międzynarodowe korporacje. Podobnie uznaje się, że kobiety prowadzące własną działalność są mniej innowacyjne niż mężczyźni. Z tego względu istotne wydaje się promowanie innowacji wprowadzanych przez samozatrudnione kobiety jako przykładu dobrych praktyk.

Studia przypadków są wynikiem badań realizowanych w ramach projektu badawczego „Proces samozatrudnienia kobiet jako forma przedsiębiorczości. Uwarunkowania i skutki”. Celem badań była identyfikacja i ocena determinant oraz efektów samozatrudnienia kobiet w Polsce. Badania jakościowe i ilościowe były realizowane od sierpnia 2012 do stycznia 2013 roku. W ramach badań jakościowych przeprowadzono 39 bezpośrednich wywiadów na terenie 10 województw w Polsce. Z kolei badania ilościowe zostały przeprowadzone poprzez rozsyłaną drogą elektroniczną anonimową ankietę kwestionariuszową.

Celem artykułu jest ukazanie przykładowych innowacji implementowanych przez kobiety biorące udział w badaniach. Jako uzupełnienie opisów przypadków warto uwzględnić deklarowaną przez ankietowane kobiety chęć powiększania i rozwijania prowadzonych firm. Około 75% planuje wprowadzać nowe produkty, zaś prawie 50% chciałoby zakupić nowy sprzęt lub technologie. Studia przypadków mogą stanowić pomoc dla osób chcących rozwijać swoją działalność poprzez przynależność do grona firm innowacyjnych.

**Słowa kluczowe:** innowacje, samozatrudnienie kobiet, małe i średnie przedsiębiorstwa, przedsiębiorczość

---

## 1. Wprowadzenie

Rozwój społeczno-gospodarczy w coraz większym stopniu jest uzależniony od wprowadzanych innowacji i innowacyjności organizacji. Znaczenie innowacji rośnie zaś w sektorze usług, w szczególności usług innowacyjnych, przy czym rodzaje wprowadzanych innowacji mogą być takie same niezależnie od tego, czy produkuje się dobra, czy też świadczy usługi (Izydorczyk, 2010, s. 6).

Korespondencja: Sandra Misiak  
Uniwersytet Szczeciński  
Wydział Nauk Ekonomicznych  
i Zarządzania  
ul. Mickiewicza 64  
71-101 Szczecin, Poland  
Tel. +48 91 444 21 61  
Email: sandra.misiak@op.pl

W części teoretycznej artykułu przedstawiono powiązania przedsiębiorczości indywidualnej, której przejawem jest samozatrudnienie, z pojęciem innowacji. Podkreślono znaczenie innowacji w branży usług, która należy do tych najbardziej sfeminizowanych. W części praktycznej artykułu zaprezentowano natomiast metodologię przeprowadzonych badań oraz wybrane wyniki<sup>1</sup>. Wyniki badań ilościowych ukazują zamiary badanych samozatrudnionych kobiet dotyczące przyszłego rozwoju poprzez wprowadzenie nowych produktów, zakup nowego sprzętu, maszyn, technologii, wejście na nowe rynki czy też wzrost zatrudnienia. Wyniki badań jakościowych koncentrują się z kolei na przykładach innowacji wprowadzonych przez kobiety posiadające własną działalność gospodarczą w Polsce. Celem artykułu jest ukazanie zamiarów dotyczących rozwoju działalności gospodarczych oraz implementowanych innowacji przez przedsiębiorcze kobiety, co może stanowić wsparcie oraz inspirację dla innych właścicieli firm. Innowacje, które planują one wdrażać, najczęściej należą do produktowych, związanych z wprowadzeniem nowych produktów czy usług, a także z ulepszeniem już istniejących.

## 2. Samozatrudnienie jako przejaw przedsiębiorczości a innowacyjność

Samozatrudnienie stanowi najprostszy przejaw przedsiębiorczości indywidualnej, co niejednokrotnie wiąże się z tym, że prowadzone jest na niewielką skalę (Nogalski, Rutka, Wójcik-Karpacz, 2007). Przedsiębiorczość zaś już od lat jest łączona z pojęciem innowacji, co zostało uwidocznione w neoklasykcyjnej teorii przedsiębiorczości – szkole innowacyjnej. Za prekursora szkoły innowacyjnej uznaje się Josepha Schumpetera, którego rozważania dotyczą roli przedsiębiorcy jako osoby kreującej innowacje (Schumpeter, 1991, s. 408). Zysk przedsiębiorcy pojawia się, gdy narusza on równowagę rynkową poprzez odmienne wykorzystywanie zasobów. Innowacja traktowana jest więc jako nowa kombinacja środków wytwórczych (Schumpeter, 1950). Wprowadzanie takich zmian przyczynia się do rozwoju gospodarczego, a proces ten przebiega w trzech etapach zwanych „trjadią Schumpetera”, na którą składa się: inwencja, innowacja oraz imitacja (Karkowski, 1999, s. 17). Należy tu podkreślić, że według Schumpetera osoba naśladowująca, imitująca nie jest uznawana za przedsiębiorcę (Zaleska, Owczarz, 2005, s. 138).

Powiązanie przedsiębiorczości i innowacji uwidacznia się w wielu innych definicjach. Przykładowo Neil C. Churchill i Virginia L. Lewis opisują przedsiębiorczość jako „proces odkrywania i kształtowania możliwości dla stworzenia nowych wartości poprzez innowacje, pozyskanie potrzebnych zasobów i zarządzanie procesem tworzenia wartości” (Churchill, Lewis, 1983, s. 31). Istotność innowacji przedstawiona jest także w dokumentach Komisji Unii Europejskiej – według tej definicji „przedsiębiorczość wykorzystuje kreatywność lub innowacje do wchodzenia i konkutowania na istniejącym rynku, zmieniania tego rynku lub kreowania nowego. Przekucie pomysłu biznesowego w sukces wymaga umiejętności połączenia kreatywności czy innowacji z umiejętnym zarządzaniem i dostosowania przedsięwzięcia biznesowego w taki sposób, aby optymalizować jego rozwój we wszystkich fazach jego cyklu życia” (CEC, 2003, s. 5–6).

Jedną z podstawowych funkcji przedsiębiorczości jest więc innowacyjność, którą opisują takie czynniki jak: orientacja na badania i rozwój, natężenie stopnia konkurencji, poziom

---

<sup>1</sup> Projekt został sfinansowany ze środków Narodowego Centrum Nauki w ramach badań prowadzonych nad przedsiębiorczością indywidualną kobiet.

wykształcenia w społeczeństwie, elastyczne struktury organizacyjne i inne elementy pozwalające w jak najlepszy sposób zaspokoić potrzeby klienta (Nogalski, Wójcik-Karpacz, Karpacz, 2009, s. 9–13). Przejawem przedsiębiorczości jest zarówno kreatywność, jak i innowacyjność, gdy jednoczy się postawę, potencjał i działanie (Sułkowski, 2010).

Na potrzeby niniejszego artykułu przyjmuje się definicję innowacji za Głównym Urzędem Statystycznym, według której jest to wdrożony nowy lub ulepszony produkt, proces, metoda organizacyjna czy marketingowa, przy czym wdrożenie nie musi dotyczyć tylko praktyki gospodarczej, ale i organizacji miejsca pracy bądź stosunków z otoczeniem (GUS, 2012, s. 15). Innowacyjność zaś można opisać jako „przełożenie pomysłów na konkretne rezultaty ekonomiczne” (Pangsy-Kania, 2012, s. 30).

Firmy, które należą do sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, czyli te zazwyczaj związane z samozatrudnieniem, są zaliczane do grona działalności gospodarczych, które rzadziej wprowadzają innowacje w porównaniu z międzynarodowymi, dużymi korporacjami. Za mniej innowacyjne uznaje się również działalności gospodarcze funkcjonujące w branży usług niż w przemyśle, w szczególności jeśli chodzi o implementowanie innowacji produktowych i procesowych (Misiak, 2012, s. 83–93).

Wzrost znaczenia usług jest jedną z podstawowych tendencji we współczesnej gospodarce światowej, która uzupełnia inny trend – wzrost znaczenia innowacji i innowacyjności (Pangsy-Kania, 2012, s. 22). Usługi, jako branża mniej innowacyjna w porównaniu z przemysłem, należą do grona branż sfeminizowanych (Kalinowska-Nawrotek, 2005), zaś kobiety prowadzące własną działalność uznaje się niejednokrotnie za osoby implementujące mniej innowacji niż mężczyźni. To sprawia, że szczególnie istotne wydaje się przedstawianie dobrych praktyk w postaci przykładowych innowacji wprowadzanych przez samozatrudnione kobiety w Polsce.

Według badań przeprowadzonych przez M.J.K. Stanwortha i J. Currana (1986, s. 95–110) płeć ma znaczenie również w podejściu do rozwoju i związanego z tym ryzyka. Kobiety w mniejszym stopniu nastawione są na maksymalizację dochodów, bardziej zależy im na osiągnięciu satysfakcji, samodzielności. W świetle wyników tych badań rozwój według kobiet jest mocno związany z ryzykiem, strachem przed utratą zaufania i dobrych relacji oraz przed konsekwencjami zarówno finansowymi, jak i społecznymi. Z tych też względów kobiety częściej niż mężczyźni charakteryzuje ostrożność, a nawet konserwatywne podejście do podejmowanych działań. Wyniki badań wskazują ponadto, że kobietom, po osiągnięciu przez ich firmy pewnych rozmiarów, nie zależy już na dalszym wzroście, wolą rozwój charakteryzowany jako stabilny i powolny (Cliff, 1998, s. 532–542).

### **3. Wprowadzanie innowacji i zamiary dotyczące rozwoju badanych samozatrudnionych kobiet w Polsce**

Celem badań, których wyniki opisywane są w tym artykule, była identyfikacja oraz ocena uwarunkowań i skutków samozatrudnienia kobiet w Polsce. Kierując się złożonością i interdyscyplinarnością tematu, jako metody badawcze wybrano studium przypadków (podejście jakościowe) oraz anonimową ankietę kwestionariuszową, która była wysyłana drogą elektroniczną (podejście ilościowe). Grupę badawczą stanowiły Polki posiadające, w momencie prowadzenia badań lub w przeszłości, własną działalność gospodarczą w sektorze

mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Badania rozpoczęto w sierpniu 2012, a zakończono w styczniu 2013 roku.

W tym czasie rozesłano łącznie 1730 zaproszeń do wzięcia udziału w badaniach, z czego poprawnie wypełnionych ankiet wróciło 5,8%<sup>2</sup>. Realizacja badań jakościowych polegała na przeprowadzeniu 39 bezpośrednich wywiadów w takich województwach, jak: dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, lubelskie, lubuskie, łódzkie, małopolskie, mazowieckie, śląskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie. Przypadki opisane w tym artykule obejmują trzy przykłady implementowania innowacji w przedsiębiorstwie.

### 3.1. Plany rozwojowe – wyniki badań ilościowych

Wyniki badań ilościowych przedstawionych w tym artykule dotyczą zamiarów rozwoju badanych samozatrudnionych kobiet poprzez wprowadzenie nowych produktów i/lub usług, zakup nowego sprzętu, maszyn bądź technologii, czy poprzez wejście na nowe rynki i/lub wzrost zatrudnienia, co przedstawiono w tabeli 1. Respondentki, które deklarowały zamiar rozwoju lub implementowania nowości, z większym prawdopodobieństwem będą należały w przyszłości do grona osób prowadzących innowacyjne firmy, w porównaniu z respondentkami, które takich zamiarów nie mają.

Tabela 1. Plany rozwojowe badanych samozatrudnionych kobiet w Polsce  
(Table 1. Plans of development carried out by self-employed women surveyed in Poland)

Wyszczególnienie (Specification)		Zamiary rozwoju poprzez wprowadzenie nowych produktów i/lub usług (Intentions of development through the introductions of the new product and/or services)		
		Tak (Yes)	Nie (No)	Nie wiem (Undecided)
Motyw założenia własnej działalności	Chęć	34	50	50
	Konieczność	8	44	50
	Zarówno chęć, jak i konieczność	58	6	0
Wyróżnianie się postawą przedsiębiorczą	Tak	89	75	100
	Nie	3	6	0
	Nie wiem	8	19	0
Tradycje przedsiębiorcze	Tak	63	50	75
	Nie	37	50	25
Doświadczenie przed samozatrudnieniem	Praca najemna	85	94	100
	Brak doświadczenia	15	6	0
Posiadanie dzieci	Tak	61	69	100
	Nie	39	31	0
Ubieganie się o dofinansowanie na założenie lub rozwój działalności	Tak	63	50	75
	Nie	37	50	25
Ponowny wybór – samozatrudnienie czy inna ścieżka kariery	Samozatrudnienie	75	88	25
	Inna ścieżka kariery	6	6	0
	Nie wiem	19	6	75

<sup>2</sup> W związku z faktem, że są to badania pogładowe, uzupełniające w stosunku do badań jakościowych, grupa badawcza nie jest reprezentatywna.

Wyszczególnienie (Specification)		Zamiary rozwoju poprzez zakup nowych maszyn, urządzeń, technologii (Intentions of development through the purchase of new machines, equipment, technology)		
		Tak (Yes)	Nie (No)	Nie wiem (Undecided)
Motyw założenia własnej działalności	Chęć	34	40	67
	Konieczność	11	8	0
	Zarówno chęć, jak i konieczność	55	52	33
Wyróżnianie się postawą przedsiębiorczą	Tak	89	80	100
	Nie	0	8	0
	Nie wiem	11	12	0
Tradycje przedsiębiorcze	Tak	63	52	67
	Nie	37	48	33
Doświadczenie przed samozatrudnieniem	Praca najemna	86	92	67
	Brak doświadczenia	14	8	33
Posiadanie dzieci	Tak	58	80	67
	Nie	42	20	33
Ubieganie się o dofinansowanie na założenie lub rozwój działalności	Tak	64	48	100
	Nie	36	52	0
Ponowny wybór – samozatrudnienie czy inna ścieżka kariery	Samozatrudnienie	72	88	33
	Inna ścieżka kariery	3	4	0
	Nie wiem	25	8	67
Wyszczególnienie (Specification)		Zamiary rozwoju poprzez wejście na nowe rynki i/lub wzrost zatrudnienia (Intentions of development through the access to new markets and/or an increase in employment)		
		Tak (Yes)	Nie (No)	Nie wiem (Undecided)
Motyw założenia własnej działalności	Chęć	34	36	46
	Konieczność	4	14	27
	Zarówno chęć, jak i konieczność	62	50	27
Wyróżnianie się postawą przedsiębiorczą	Tak	89	82	86
	Nie	2	4	7
	Nie wiem	9	14	7
Tradycje przedsiębiorcze	Tak	67	41	60
	Nie	33	59	40
Doświadczenie przed samozatrudnieniem	Praca najemna	91	86	73
	Brak doświadczenia	9	14	27
Posiadanie dzieci	Tak	71	59	47
	Nie	29	41	53
Ubieganie się o dofinansowanie na założenie lub rozwój działalności	Tak	65	50	60
	Nie	35	50	40
Ponowny wybór – samozatrudnienie czy inna ścieżka kariery	Samozatrudnienie	82	78	47
	Inna ścieżka kariery	4	4	13
	Nie wiem	14	18	40

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Analiza tabeli 1 wskazuje, że te badane kobiety, które planują wprowadzać nowe produkty lub usługi, przy podejmowaniu decyzji o samozatrudnieniu częściej kierowały się chęcią niż koniecznością, wyróżniały się postawą przedsiębiorczą, pochodziły z rodzin o tradycjach przedsiębiorczych (ktoś z rodziny prowadził własną działalność), ubiegały się o dofinansowanie na założenie lub rozwój firmy, były zadowolone z podjętej decyzji o samozatrudnieniu i gdyby ponownie mogły podjąć taką decyzję, zdecydowałyby się na samozatrudnienie. Kobiety te częściej też posiadały doświadczenie zawodowe przed założeniem firmy (praca najemna), choć tu należy podkreślić, że ankietowane bez doświadczenia w zdecydowanej większości (92%) planowały rozwój poprzez wprowadzanie nowych produktów lub usług. Warto również zaznaczyć, że kobiety planujące rozwój rzadziej posiadały dzieci.

Podobne zależności można zaobserwować, jeżeli dokona się analizy danych dotyczących planów rozwojowych w postaci zakupu nowych maszyn, urządzeń, technologii, wejścia na nowe rynki czy wzrostu zatrudnienia. Fakt ten pozwala na wyciągnięcie wniosku, że niezależnie od tego, w jaki sposób badane kobiety planują rozwijać swoje firmy, zawsze posiadają te same charakterystyczne cechy. Przykładowo, badane samozatrudnione kobiety planujące rozwój, podejmując decyzję o założeniu własnej działalności gospodarczej, rzadziej kierowały się wyłącznie koniecznością (8%, 11%, 4%) niż te, które rozwijać się nie planują (44%, 8%, 14%). Następną cechą jest wyróżnianie się postawą przedsiębiorczą, którą przejawiało 89% badanych samozatrudnionych kobiet planujących rozwój. W przypadku braku planów rozwojowych cecha ta charakteryzowała kolejno 75%, 80% i 82%. Warto także podkreślić, że kobiety planujące rozwój, w odróżnieniu od tych, które rozwoju nie planują, częściej starały się o dofinansowanie własnej działalności gospodarczej (63%, 64%, 65%).

### 3.2. Przykłady innowacji – wyniki badań jakościowych

Według badań przeprowadzonych przez GUS w latach 2009–2011 innowacje organizacyjne wprowadziło niecałe 9% badanych firm, innowacje marketingowe – około 7,8%, innowacje produktowe – 11,2% przedsiębiorstw przemysłowych i 6,3% przedsiębiorstw z sektora usług, zaś innowacje procesowe – 12,4% przedsiębiorstw przemysłowych i 9,0% przedsiębiorstw z sektora usług (GUS, 2012, s. 9, 30). Na tle niewielkiego odsetka przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie (16,9% przedsiębiorstw przemysłowych i 12,3% przedsiębiorstw z sektora usług według GUS, 2012, s. 21) warto zapoznać się z przykładami innowacji implementowanych w praktyce gospodarczej. W tabeli 2 ukazano przykłady innowacji wprowadzanych przez samozatrudnione kobiety biorące udział w badaniach.

W opisach przedstawionych poniżej, a stanowiących rozszerzenie tabeli 2, zawarte są podstawowe informacje o właścicielkach i prowadzonych przez nie firmach oraz rodzaju wprowadzanych innowacji.

Tabela 2. Przykłady innowacji wprowadzanych przez samozatrudnione kobiety w Polsce  
(Table 2. Examples of innovations introduced by self-employed women in Poland)

Przedsiębiorca ( <i>Entrepreneur</i> )	Rodzaj innowacji ( <i>Type of innovation</i> )	Przykład innowacji ( <i>Example of innovation</i> )
Sylwia S. – produkcja zlewów	technologiczne i produktowe	Wprowadzanie nowych modeli zlewów, zwiększanie gamy kolorów oferowanego produktu, prace nad nowymi produktami (umywalki i brodziki), zakup nowych maszyn.
Malwina P.-N. – szkoła tańca	produktowe, organizacyjne, procesowe	Opracowanie i wdrożenie systemu raportowania, wprowadzenie i usprawnienie procesu oceniania pracowników, stworzenie programów autorskich do nauki tańca, wprowadzanie nowych usług.
Dorota Ch.-Sz. – gabinet masażu	produktowe	Rozszerzania wachlarza świadczonych usług, opracowanie i wprowadzenie masażu autorskiego.

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Pani Sylwia swoją działalność polegającą na produkcji zlewów granitowych zarejestrowała w maju 2010 roku w województwie mazowieckim. W momencie przeprowadzania badań miała 34 lata, nie posiadała dzieci, żyła w związku partnerskim. Od tego czasu firma była nieustannie rozwijana. W momencie zakładania firmy Pani Sylwia postanowiła zatrudnić jedną osobę do pomocy, która była zatrudniona od drugiego dnia istnienia firmy. Po roku liczba pracowników zwiększyła się (do czterech osób). Produkt był nieustannie ulepszany, stopniowo wprowadzano nowe kolory do produkcji, ostatecznie zdecydowano się na produkcję zlewów w kilkunastu modelach i w 20 kolorach – docelowo ma powstać 30 modeli. Trwają również prace projektowe nad nowymi produktami: oprócz zlewów planowana jest produkcja brodzików i umywalek; została zakupiona maszyna do produkcji, która w połowie została sfinansowana z unijnego projektu Rozwój Mikroprzedsiębiorstwa. W przyszłości badana chciałaby mieć także własne laboratorium, w którym mogłaby prowadzić prace badawcze jeszcze bardziej udoskonalające jej produkty, oraz posiadać własną halę. Pani Sylwia widzi swoją firmę jako zdecydowanie większe przedsiębiorstwo, z bardziej rozpoznawalną marką. Rodzaje innowacji, jakie wprowadzała, to przede wszystkim innowacje technologiczne i produktowe.

Pani Malwina ma 32 lata, jest mężatką, nie posiada dzieci. Swoją działalność, czyli założony w marcu 2004 roku klub tańca, prowadzi na terenie województwa dolnośląskiego. Usługi świadczone przez firmę badanej należą do branży rozrywkowej, sportowej, rekreacyjnej. Rozwój działalności odzwierciedla się poprzez poszerzanie wachlarza usług: jest to nie tylko szkoła tańca, ale i fitness club, centrum odnowy biologicznej, siłownia. Firma Pani Malwiny od około roku podzielona jest na dwie mniejsze placówki: jedna z nich to jednoosobowa działalność, w drugiej zatrudnia do 10 osób. Po około pięciu latach firma była na tyle dochodowa, że badana mogła pozwolić sobie na kupno lokalu na własność za dwa miliony złotych (pierwsza szkoła taneczna w miejscu prowadzenia działalności z własną salą). Pani Malwina stworzyła programy autorskie do nauki tańca (odmienne w zależności

od wieku uczestników i stylów tańca) dla swojej szkoły oraz na potrzeby założonych przez siebie klas tanecznych w lokalnym liceum oraz gimnazjum (ostatnie w trakcie opracowywania). W momencie przeprowadzania wywiadu była również jedyną kobietą na rynku wrocławskim, która samodzielnie prowadziła działalność w tej branży. Z osobami pracującymi na recepcji kontaktuje się mailowo dwa razy dziennie za pośrednictwem stworzonego przez siebie systemu raportowania (poranny raport dotyczący wyznaczonych zadań i wieczorny raport obejmujący efekty działań). Pani Malwina opracowała ponadto Kartę Oceny Pracownika, którą wypełnia cyklicznie, co drugi miesiąc. Pracownicy są zapoznawani z wynikami podczas rozmów oceniających (odbywających się także co drugi miesiąc lub częściej, jeśli zachodzi taka potrzeba). Taką kartę, którą pracownicy mają możliwość wypełniać, opracowała też dla siebie. Pani Malwina rozważa dalszy rozwój naukowy poprzez zrobienie habilitacji oraz pisanie książek na temat tańca. Rodzaje innowacji, jakie wprowadziła, to przede wszystkim innowacje produktowe i organizacyjne.

Pani Dorota założyła swą firmę, salon masażu, w grudniu 2009 roku na terenie województwa dolnośląskiego. W trakcie przeprowadzania badań miała 36 lat, była w separacji, nie posiadała dzieci. Jej działalność koncentruje się nie tylko na masażach, ale obejmuje również parapsychologię i ezoterykę. Pani Dorota, jako osoba o bardzo słabym wzroku, należy do Polskiego Związku Osób Niewidomych. Wraz z rozwojem firmy zaczęła oferować swoje usługi w dwóch punktach. Ofertę masażu rozszerza także o metody innowacyjne, mało znane (np. masaż dźwiękiem czy autorski masaż terapeutyczny). Rozwój firmy jest uzależniony od stanu zdrowia właścicielki, jak i od jej sytuacji osobistej. Pani Dorota wprowadzała innowacje produktowe.

#### 4. Podsumowanie

Samozatrudnione badane kobiety, które planują rozwój swoich firm poprzez wprowadzenie nowych produktów i/lub usług, zakup nowych maszyn, technologii, urządzeń, nieruchomości czy wejście na nowe rynki i/lub wzrost zatrudnienia, wyróżniają się tymi samymi cechami charakterystycznymi. Wśród owych cech można wyróżnić: przejawianie postawy przedsiębiorczej, zadowolenie z faktu bycia osobą samozatrudnioną, ubieganie się o dofinansowanie, chęć jako główny czynnik wpływający na decyzję o założeniu własnej działalności. Przedstawione przykłady wprowadzonych innowacji przez badane kobiety obejmują jedną firmę produkcyjną i dwie funkcjonujące w sfeminizowanej branży usług (szkoła tańca i salon masażu). Implementowane innowacje dotyczyły przede wszystkim rozszerzania wachlarza produktów bądź usług, a także organizacji pracy. Nawet drobne nowości wprowadzane regularnie nie tylko usprawniają funkcjonowanie firmy, ale i wspierają rozwój działalności gospodarczej. Wśród badanych kobiet 64% planuje rozwój poprzez wzrost zatrudnienia i/lub wejście na nowe rynki, 74% poprzez wprowadzenie nowych produktów, zaś 65% poprzez zakup nowych maszyn, urządzeń, technologii lub nieruchomości.

#### Bibliografia

CEC (2003). *Green Paper. Entrepreneurship in Europe* [online, dostęp: 2014-06-20]. Brussels: Commission of the European Communities. Dostępny w Internecie: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003DC0027&rid=3>.



- Churchill, N.C., Lewis, V.L. (1983). The five stages of small business growth. *Harvard Business Review*, 61(3), 30–50.
- Cliff, J.E. (1998). Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes toward growth, gender and business size. *Journal of Business Venturing*, 13, 532–542.
- GUS (2012). *Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2009–2011*. Informacje i Opracowania Statystyczne. Warszawa: Główny Urząd Statystyczny. ISSN 2083-2672.
- Izdorczyk, A. (oprac.) (2010). *Innowacje w sektorze usług*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. ISBN 978-83-7585-108-3.
- Kalinowska-Nawrotek, B. (2005). *Dyskryminacja kobiet na polskim rynku pracy*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. ISBN 83-7417-090-5.
- Karkowski, T. (1999). Innowacje i przedsiębiorczość w firmie. *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*, 9, 17–19.
- Misiak, S. (2012). Restrukturyzacja a innowacje w Polsce. W: P. Bartkowiak, T. Bernat (red.). *Wzrost zrównoważony a procesy restrukturyzacji* (s. 83–93). Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego. ISBN 978-83-7417-739-9.
- Nogalski, B., Rutka, R., Wójcik-Karpacz, A. (2007). Czynniki dynamizujące rozwój małych przedsiębiorstw. W: B. Nogalski, J. Rybicki (red.). *Kształtowanie konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw na rynkach Unii Europejskiej* (s. 131–138). Gdańsk: Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego. ISBN 978-83-7531-041-2.
- Nogalski, B., Wójcik-Karpacz, A., Karpacz, J. (2009). Uwarunkowania aktywności innowacyjnej małych przedsiębiorstw. W: B. Filipiak (red.). *Instrumenty kreowania innowacyjności przedsiębiorstw i instytucji* (s. 9–13). Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Pangsy-Kania, S. (2012). Rola innowacji w sektorze usług. W: K. Piech, M. Olszański (red.). *E-biznes – innowacje w usługach. Teoria, praktyka, przykłady* (s. 21–40). Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości. ISBN 978-83-7585-182-3.
- Schumpeter, J.A. (1950). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper.
- Schumpeter, J.A. (1991). Comments on a plan for study entrepreneurship. W: J.A. Schumpeter. *The Economics and Sociology of Capitalism*. Ed. R. Swedberg. Princeton: Princeton University Press. ISBN 0-691-04253-5.
- Stanworth, M.J.K., Curran, J. (1986). Growth and the smaller firm – an alternative view. *Journal of Management Studies*, May, 95–110.
- Sułkowski, Ł. (2010). *Ewolucjonizm w zarządzaniu. Menedżerowie Darwina*. Warszawa: PWE. ISBN 978-83-208-1872-7.
- Zaleska, M., Owczarz, K. (2005). Bariery rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. *Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów*, 61, 133–149.

## Innovations implemented by self-employed women in Poland – case studies

**Abstract:** Self-employment is usually conducted on a small scale. Due to this fact persons having that kind of economic activity belong to the group of companies considered as less innovative than large, international corporations. It's also believed that women entrepreneurs implement less innovations than men. Therefore, it is important to promote examples of innovation that are implemented by self-employed

women. The case studies presented in the article are the result of research project “The process of women’s self-employment as a form of entrepreneurship. Determinants and consequences”. The aim of research was to identify and evaluate the determinants and effects of self-employment of women in Poland. The quantitative and qualitative surveys were carried from August 2012 to January 2013. As a part of quali-

tative research 39 direct interviews were carried out in ten voivodships in Poland. The quantitative analysis were made as an anonymous questionnaire survey sent by email.

The aim of the article is to present examples of innovations implemented by women who took part in research. As an addition to the descriptions of the case studies,

the intentions to expand and develop the companies by surveyed women are worth mentioning. Approximately 75% of self-employed women plan to bring in new products and about 50% would like to invest in new equipment or technologies. Case studies can provide help for those who want to improve their companies through implementing innovations.

**Key words:** innovations, self-employed women, small and medium enterprises, entrepreneurship

---