

Magdalena Momot

SAMOZATRUDNIENIE KOBIET NA POLSKIM RYNKU PRACY. PRÓBA ANALIZY ZJAWISKA

Abstract: „To change the world, one has to change the ways of making the world, that is, the vision of the world and the practical operations by which groups are produced and reproduced” (Pierre Bourdieu). Recently, gender relation on a labour market is a widely discussed problem. In my work I focused on a few elements connected with gender relations on the labour market. I investigated the issue of women’s discrimination from a perspective of women who decided to enter into self-employment. I discussed push and pull factors that decided why women wanted to become self-employed, barriers they need to faced, benefits connected with being self-employed and relations between entrepreneurs. Main goal was to describe the phenomenon of self-employment, taking into consideration its ability to change unequal access to economic power on the labour market and, as a result, in the whole social order.

Key words: discrimination, women, labour market, Bourdieu

Wprowadzenie

Rynek pracy jest miejscem, gdzie pojęcie stałości nie istnieje. Szczególnie ostatni wiek przyniósł wiele zmian: nowe technologie, szybka modernizacja, łatwy przepływ zasobów ludzkich, kapitału i informacji. Wszystkie te czynniki sprawiają,

że procesy zachodzące na rynku pracy są szybsze oraz otwierają możliwości, które jeszcze do niedawna były poza zasięgiem.

Od zawsze to, co się działo na rynku pracy miało wpływ na inne aspekty życia społecznego. Podobnie jak przeobrażenia porządku społecznego silnie oddziałują na to, co się dzieje w sferze ekonomicznej. Tę zależność świetnie obrazują dobrze znane w krajach Europy Środkowej procesy związane z upadkiem komunizmu i przejściem z gospodarki centralnie planowanej do wolnego rynku. Polska to kraj, który zapoczątkował te zmiany i stał się pionierem wprowadzania mechanizmów wolnego rynku. W ich rezultacie przedsiębiorcy zostali zmuszeni do funkcjonowania w nowych warunkach. Przeszkodą był zapewne brak znajomości reguł, według których należy się poruszać¹. Jednym z elementów, które należało poddać rewizji były relacje genderowe na rynku.

Przed rokiem 1989 kobiety w Polsce stanowiły około 50% wszystkich aktywnych zawodowo². Oficjalnie nie istniała dyskryminacja na rynku pracy, ale zgodnie z przyjętą ideologią – absolutna równość. Po transformacji nastąpiła drastyczna zmiana, w wyniku której bezrobocie wśród kobiet sięgnęło 60%³. Lekiem na tę sytuację miały być wartości związane z kulturą patriarchalną, która to miejsce kobiety widziała w domowych pieleszach. Kobiety, które mimo wszystko zdecydowały się pozostać aktywne na rynku pracy, zderzyły się z nową rzeczywistością. Na rozmowach kwalifikacyjnych zadawano im pytania dotyczące na przykład stanu cywilnego czy przyszłych planów prokreacyjnych.

Dziś okoliczności ponownie ulegają zmianom. Duży wpływ na ich kierunek miało wejście Polski do Unii Europejskiej oraz innych struktur międzynarodowych. Na początek należy przytoczyć kilka faktów: udział kobiet w polskim rynku pracy jest równy 48%⁴. Dla porównania, w Unii Europejskiej wynosił 58,4% w roku 2003 oraz 57,2% w roku 2007. Jak pokazują badania, kobiety szukają pracy miesiąc dłużej niż mężczyźni oraz zarabiają ok. 12% mniej, w zależności od sektora (w niektórych sektorach istnieje nawet 50% różnica w zarobkach między kobietami i mężczyznami)⁵.

Zagadnienie to czyni jeszcze bardziej interesujące fakt lepszego niż mężczyźni wykształcenia kobiet. W roku 2002 11,4% mężczyzn oraz 15,6% kobiet posiadało wyższe wykształcenie, również w dziedzinach związanych z finansami czy nowymi technologiami⁶. Należy się więc zastanowić, jakie mogą być powody, które wpływają na problemy kobiet na rynku pracy.

¹ E. Osborn, K. M. Słomczyński, *Open for Business. The Persistent Entrepreneurial Class in Poland*, Warszawa 2005, s. 23.

² B. Leven, *Poland's Transition and New Opportunities for Women*, „Feminist Economics” 2008, Vol. 14, No. 1, s. 3.

³ *Ibidem*.

⁴ *Women on the Labour Market: Today and in the Future*, Gender Studies, Project Fit for Gender Mainstreaming – Gender-Sensitive Transcending of Borders between East and West, Warsaw 2008, s. 7.

⁵ *Ibidem*.

⁶ *Mały rocznik statystyczny 2008*, Warszawa 2008, s. 551.

Pierwsza grupa uzasadnień jest związana z biologiczną rolą kobiety – tylko ona może urodzić potomstwo i najlepiej się nim opiekować w pierwszym okresie ich życia. Zmusza to kobiety do zonglowania obowiązkami domowymi i zadaniami w pracy⁷. Co więcej, pracodawcy bardzo często patrzą na kobietę głównie przez pryzmat żony i matki, a dopiero potem jak na pracownika. Kolejną przyczyną jest socjalizacja, która nakazuje kobietom być łagodnymi oraz uległymi⁸. W firmach dużą przeszkodą jest brak tradycji szefów kobiet, co sprawia, że wciąż obowiązują tzw. *boys rules*, a kobiety – szefowie muszą być bardziej męskie od swoich kolegów.

Dosyć kontrowersyjną tezą jest twierdzenie, które mówi, że kobiety mają niższą pozycję na rynku, ponieważ nie inwestują w siebie, co jest spowodowane świadomością niskich zysków płynących z tej inwestycji. W rezultacie powstaje swoisty zamknięty krąg⁹.

Według Ewy Lisowskiej, kobiety decydują się za samozatrudnienie głównie z dwóch powodów: wysokiego bezrobocia i większych niż mężczyźni trudności przy szukaniu pracy. Przeciętna kobieta, która decyduje się na tę formę pracy, ma około 40 lat, dwoje samodzielnych dzieci i wieloletnie doświadczenie w pracy w dużych firmach. Zapewne samozatrudnienie ma wiele pozytywnych cech, takich jak samodzielność, niezależność w podejmowaniu decyzji czy ucieczka przed szklanym sufitem. Z drugiej strony jest jednak niepewność, brak doświadczenia w zarządzaniu firmą oraz wysokie ryzyko.

W przytoczonych w niniejszym artykule badaniach skupiono się na wybranych elementach zjawiska samozatrudnienia na polskim rynku. Obserwowano, czy kobiety same zdecydowały się na tę formę zatrudnienia, czy raczej były zmuszone się w niej znaleźć z braku innych opcji (*push/pull factors*). Zbadano także, w jaki sposób bycie samozatrudnioną wpływa na kapitał ekonomiczny, społeczny oraz kulturowy badanych kobiet.

Badanie miało formę *case study* – projektu przygotowanego przez Krajową Izbę Gospodarczą. W latach 2006–2008 KIG przeprowadził drugi największy w Unii Europejskiej projekt mający na celu pomóc kobietom w zakładaniu własnych firm. W projekcie wzięło udział 6500 osób. Przez dwa tygodnie uczestniczki brały udział w warsztatach, gdzie uczyły się wypełniania formalności związanych z prowadzeniem firmy, umiejętności negocjowania, radzenia sobie w trudnych sytuacjach itp. Kończącym ich zadaniem było stworzenie biznes planu. 30% uczestniczek warsztatu, które przygotowały najlepszy biznes plan dostało grant w wysokości 2500 euro na rozpoczęcie działalności¹⁰.

⁷ M. Charles et al., *The Context of Women's Market Careers: A Cross-National Study*, „Work and Occupations” 2001, Vol. 371, No. 28, s. 6.

⁸ L. Babcock, *Nice Girls don't Ask. Women Negotiate Less than Men – and Everyone Pays the Price*, „Harvard Business Review” 2003, October, s. 2–3.

⁹ B. Sen, *Why do Women Feel the Way they do about Market Work: the Role of Familial, Social and Economic Factors*, „Review of Social Economy” 2003, Vol. LXI, No. 2, s. 2–3.

¹⁰ KIG, *Nowe kwalifikacje*, www.nkk.kig.pl [10.12.2011].

Metoda badań

Przeprowadzone badania miały dwie formy: kwestionariusza oraz wywiadów. Przesłano link do 1899 uczestniczek szkolenia z prośbą o wypełnienie ankiety *on line* i otrzymano 177 odpowiedzi. Następnie przeprowadzono wywiady z czterema kobietami, które zgodziły się na rozmowę.

Użycie Internetu do przeprowadzenia badań może wywołać pewne kontrowersje. Badacze przyzwyczajeni do osobistego kontaktu z respondentami, mogą obawiać się tego, że osoby wypełniające taką ankietę będą nieufnie podchodziły do informacji, których mają udzielić. Należy jednak pamiętać, że to, co nowe, nie oznacza gorsze. Internet pomaga w znacznym stopniu ograniczyć koszty oraz czas badania. Co więcej, umożliwia dotarcie do większej liczby uczestników. Ponadto często właśnie ta anonimowość pozwala respondentom na szczere odpowiedzi.

Kolejnym problemem może się okazać połączenie badań jakościowych i ilościowych. Warto tu przytoczyć koncepcję Alana Brymana (2010), który pisał o triangulacji, czyli zjawisku połączenia właśnie tych dwu typów badań do osiągnięcia pewnej wartości dodanej¹¹. Ilościowe badania umożliwiają zebranie próby reprezentatywnej, gdzie otrzymane wyniki pozwalają w pewien sposób generalizować wnioski płynące z badań. Natomiast badania jakościowe, umożliwiają dotarcie do informacji niedostępnych, jeśli prowadzi się jedynie badania ilościowe. Zasady konstruowania dobrego kwestionariusza mówią o tym, że powinien być on zwięzły, jasny oraz zawierać jak najmniejszą ilość możliwych odpowiedzi. Stoi to jednak w sprzeczności z chęcią zdobycia jak największej ilości informacji od respondentów.

Konstrukcja pytań

Ankieta

Pytania zawarte w ankiecie były ściśle skorelowane z teorią i dotyczyły: pola społecznego, pola ekonomicznego, habitusu, kapitałów (ekonomiczny, społeczny, kulturowy, symboliczny) oraz mechanizmu przemocy symbolicznej i zjawiska męskiej dominacji. W dalszej części artykułu zostaną przedstawione wyniki tylko niektórych pytań, istotnych dla przedstawionego opisu problemu.

Wywiady

Pytania do wywiadów miały być doprecyzowaniem kwestii wynikających z rezultatów ankiet, które okazały się interesujące. Rozmówczyniom zadano następujące pytania.

¹¹ A. Bryman, *Social Research Methods*, Oxford 2008, s. 608.

- 1) Komu, według Pani, kobietom czy mężczyznom, jest łatwiej założyć i prowadzić firmę?
- 2) Jakie są, według Pani, bariery instytucjonalne dla kobiet zakładających firmy?
- 3) Jaki jest wizerunek/postrzeżenie kobiety przedsiębiorcy?
- 4) Co według Pani jest rynkowo bardziej cenione jeżeli chodzi o prowadzenie firmy: agresywność, twarde negocjacje, orientacja na cel czy dobra komunikacja z pracownikami, dbanie o ich interesy, zdolności interpersonalne?
- 5) Czy według Pani samozatrudnienie dla kobiet w Polsce jest atrakcyjną formą zatrudnienia czy alternatywą pozwalającą uciec przed bezrobociem?
- 6) Jakie są główne przyczyny utrudniające kobietom znalezienie i utrzymanie pracy?
- 7) Jak wygląda pozycja kobiet w społeczeństwie (podział prac domowych, społeczne przyzwolenie na karierę zawodową) w stosunku do pozycji mężczyzn?
- 8) Jak wygląda pozycja kobiet w społeczeństwie (podział prac domowych, społeczne przyzwolenie na karierę zawodową) w stosunku do pozycji mężczyzn?
- 9) Czy Pani zgadza się z tradycyjnym podziałem ról na kobiece (dbanie o dom i rodzinę) i męskie (utrzymywanie żony i dzieci), dlaczego?
- 10) Czy uważa Pani, że sposób zarządzania firmą jest różny w wykonaniu kobiet i mężczyzn? Jeżeli tak to w jaki sposób? Gdzie są te różnice?
- 11) Z ekonomicznego punktu widzenia, co i dlaczego jest korzystniejsze Pani zdaniem: praca etatowa czy samozatrudnienie?
- 12) Jak Pani ocenia wpływ samozatrudnienia na zdobywanie nowych umiejętności (nie tylko zawodowych, ale też interpersonalnych)?
- 13) Jak ocenia Pani kontakty z innymi przedsiębiorcami? W jaki sposób one wyglądają? Czy są według Pani pomocne przy prowadzeniu działalności?
- 14) Czy przydałyby się w Polsce organizacje pomagające kobietom wejść na rynek? Jeżeli tak, to w jaki sposób te organizacje miałyby pomagać?
- 15) Dlaczego, według Pani, jest tak niewielka wymiana informacji między przedsiębiorcami i niewielka liczba organizacji skupiających przedsiębiorców?
- 16) Co, według Pani, wiąże się z większym prestiżem: praca etatowa czy samozatrudnienie?
- 17) Czy według Pani wciąż jest obecny w polskim społeczeństwie negatywny stereotyp „prywaciarza”?
- 18) Czy uważa Pani, że większy udział kobiet w rynku ułatwi przełamanie stereotypowego obrazu kobiety jako żony i matki i dlaczego?
- 19) Jak są postrzegane w społeczeństwie kobiety pracujące na pełen etat?

Zarys teoretyczny

Teorią, którą zastosowano do opisu badań jest koncepcja przemocy symbolicznej Pierre'a Bourdieu. Skupiono się głównie na kilku jej aspektach, czyli: polu, habitusie uczestników pola oraz kapitałach (ekonomiczny, społeczny, kulturowy, symboliczny).

Bourdieu wskazał na trzy poziomy analizy pola: położenie interesującego nas pola względem pola władzy, relacje w polu oraz habitus jego uczestników. W pracy nie zajęto się jednym polem, ale dwoma: ekonomicznym i społecznym. Przeanalizowano relacje między polem ekonomicznym, a społecznym, które w tym kontekście jest polem władzy. Relacje w polu dotyczą głównie tego, do jakiej grupy należy dana jednostka (dominującej czy zdominowanej) oraz możliwościach ruchu (czy też ich braku).

Habitus jest definiowany przez Bourdieu jako

[...] system trwałych, transponowanych dyspozycji, ustrukturowanych struktur predysponowanych, by funkcjonować jako struktury strukturujące, to jest jako zasady tworzenia i strukturywania praktyk i reprezentacji, które mogą być obiektywnie „regulowane” i „regularne”¹².

Habitus z jednej strony przekazuje i utrwała zasady obowiązujące w polu, z drugiej zaś jest elementem najbardziej innowacyjnym – posiada największą możliwość wprowadzania zmian w polu.

Istotność kapitałów zależy od rodzaju pola, gdzie jednostka przynależy. Każde pole ma pewną hierarchię kapitałów, które umożliwiają utrzymanie lub zdobycie władzy. Posiadanie danego kapitału legitymizuje władzę lub aspiracje jednostki czy grupy do przejścia władzy. Najważniejszym kapitałem jest kapitał symboliczny, który uprawnia do konstruowania (definiowania) rzeczywistości przez nadanie jednostce czy grupie władzy nad znaczeniami.

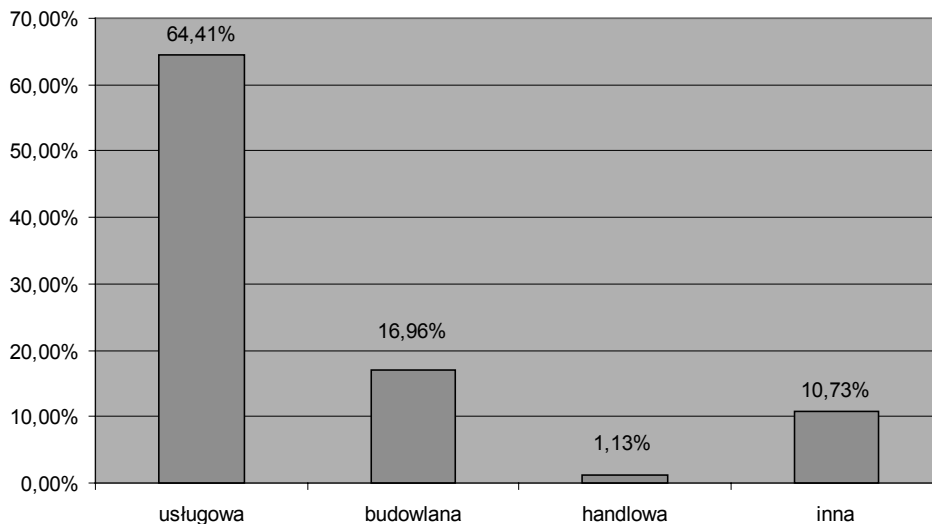
Rezultaty badań

Na wstępie należy zaznaczyć, że wszystkie rezultaty zamieszczonych tutaj badań zostały zaczerpnięte z mojej pracy *Women's Self-employment. A Case Study of Poland* (LAP Lambert) wydanej w 2011 r., będącej podsumowaniem wspomnianego projektu KIG. Nie przeprowadzono dodatkowych badań na potrzeby tego artykułu.

Prawie 65% kobiet, które wzięły udział w ankiecie założyły firmy świadczące różnego typu usługi (fryzjerstwo, krawiectwo itp.).

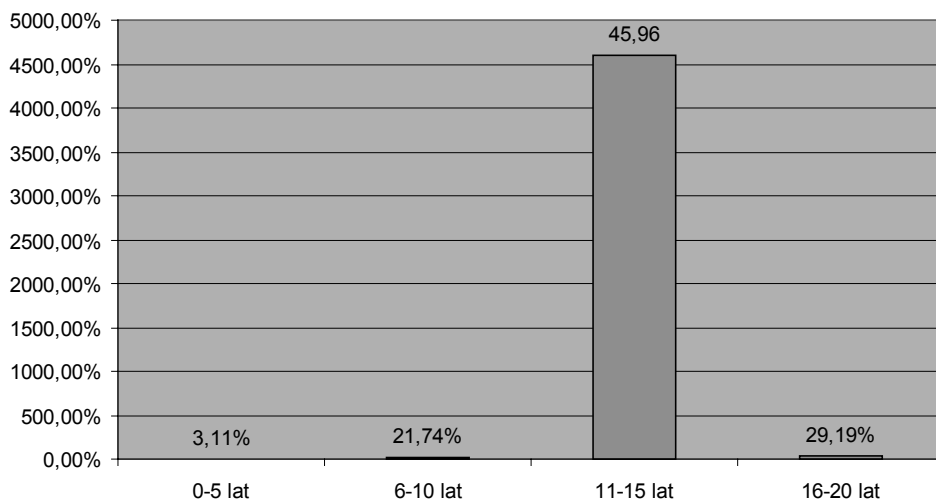
¹² R. T. Ciesielski, *Pierre'a Bourdieu rzeczywistość pól*, „FiloSofija” 2003, nr 1 (3), s. 140.

Jaki typ działalności Pani prowadzi



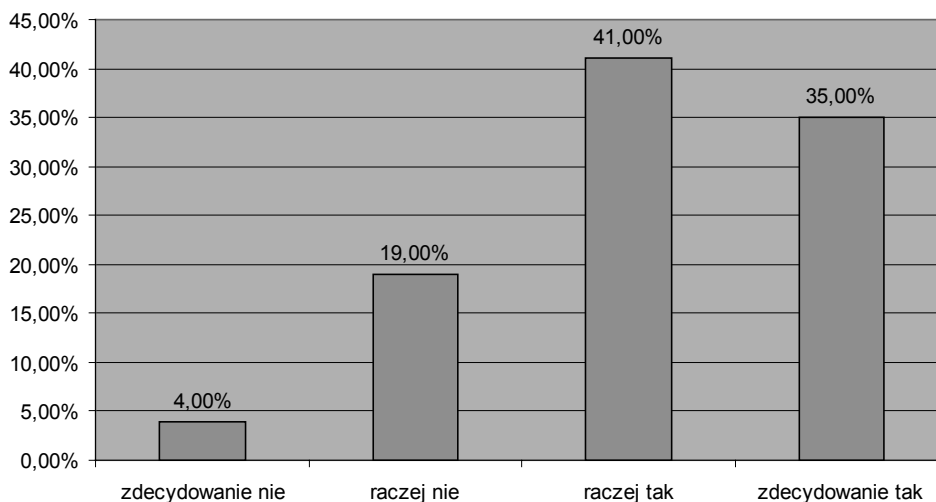
Zdecydowana większość tych firm, to firmy jednoosobowe (78%), które nie mają w najbliższych planach wzrostu zatrudnienia. Profil kobiety samozatrudnionej pokrywa się z profilem, który scharakteryzowała Ewa Lisowska: to głównie kobiety w wieku około 40 lat, pracujące wcześniej w większych firmach, zamężne, posiadające dwójkę samodzielnych dzieci. Większość z nich żyje w mieście powyżej 500 000 mieszkańców.

Ile lat (łącznie) pracowała Pani zawodowo zanim zdecydowała się Pani założyć własną firmę



Większość respondentek (75%) zgodziła się ze stwierdzeniem, że kobietom jest zdecydowanie trudniej znaleźć pracę niż mężczyznom. Tyle samo procent wyraziło opinię, że kobietom jest nie tylko trudniej znaleźć, ale również utrzymać zatrudnienie. Kobiety równie zgodnie twierdzą, że mężczyźni są w pracy traktowani lepiej niż kobiety. Uczestniczki potwierdziły opinię, że są widziane jako mniej profesjonalne niż ich koledzy w pracy.

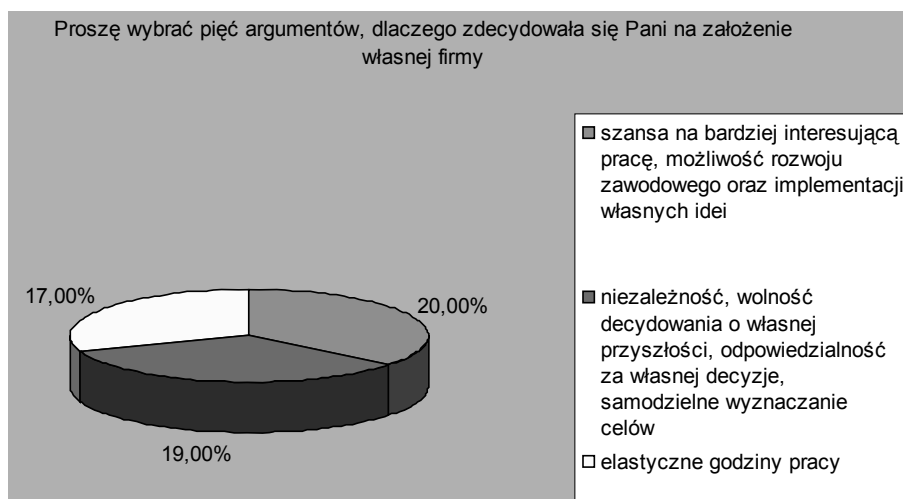
Na ile zgadza się Pani ze stwierdzeniem: Mężczyźni są traktowani lepiej przez pracodawców



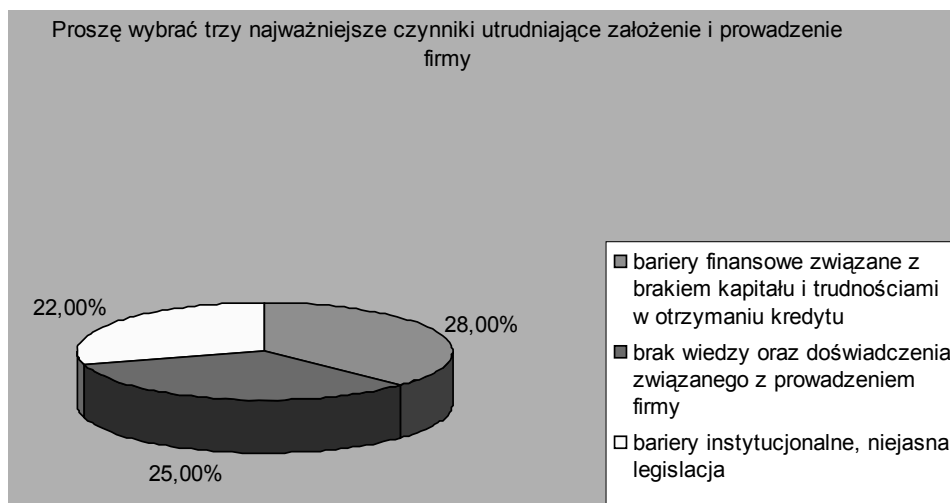
Źródło: opracowanie własne.

Rozmówczynie wyrażały opinię, że zdecydowały się na samozatrudnienie dopiero teraz, ponieważ wcześniej nie chciały robić krzywdy swojej rodzinie brakiem czasu. Stwierdziły, że dopiero po wypełnieniu obowiązków domowych mogą bez poczucia winy zająć się swoim rozwojem i spełnianiem marzeń.

Kolejne pytania dotyczyły przyczyny, które skłoniły kobiety do wyboru takiej formy zatrudnienia. Najczęściej były wymieniane: ciekawa praca, możliwość rozwoju, realizacji własnych pomysłów, niezależność, wolność decydowania o własnej przyszłości.

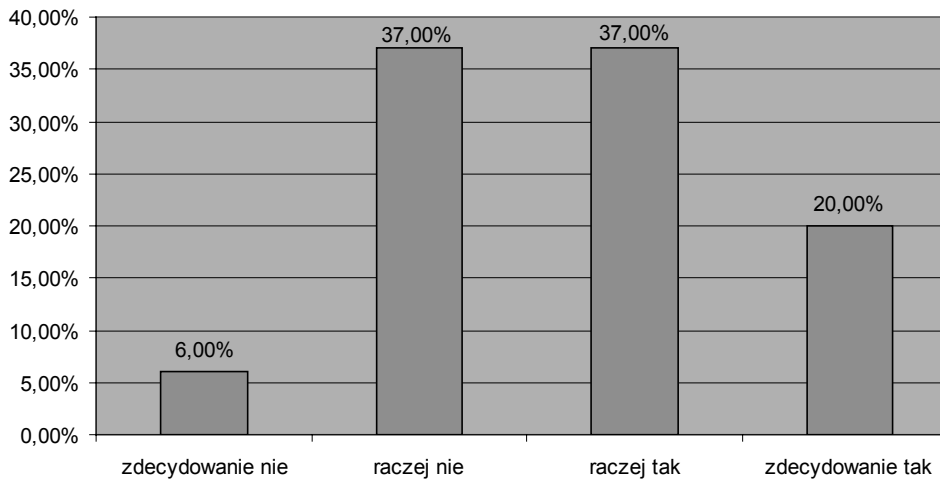


Największe trudności respondentkom sprawiły: brak kapitału i przeszkody w otrzymaniu kredytu w banku, brak wiedzy i doświadczenia w prowadzeniu firmy, bariery instytucjonalne i niejasności legislacyjne.



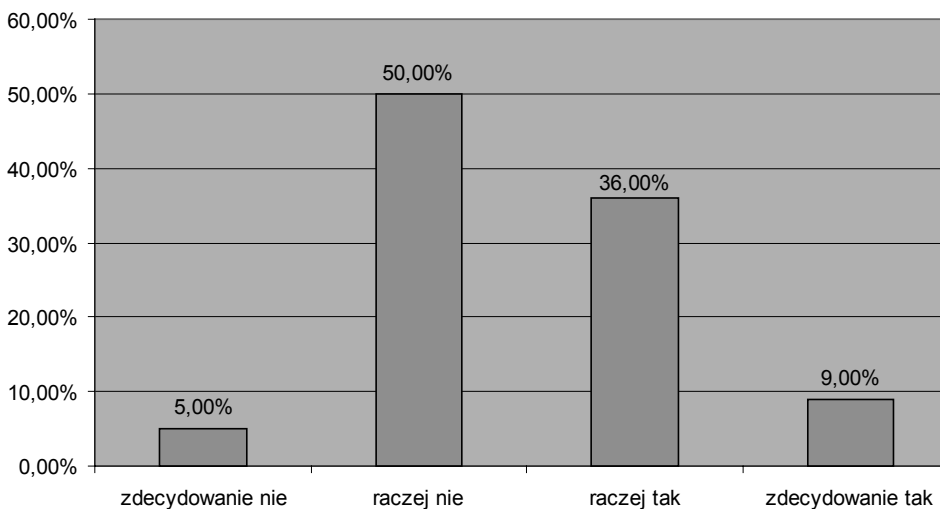
Większość kobiet wyraziło opinię, że ich najbliższe otoczenie (rodzina, przyjaciele, sąsiedzi) wspierali je oraz pozytywnie zareagowali na wiadomość o pomyśle otworzenie własnej firmy.

Na ile zgadza się Pani ze stwierdzeniem: Moje otoczenie (rodzina, przyjaciele, sąsiedzi) zareagowali pozytywnie na wiadomość o tym, że zamierzam założyć własną firmę

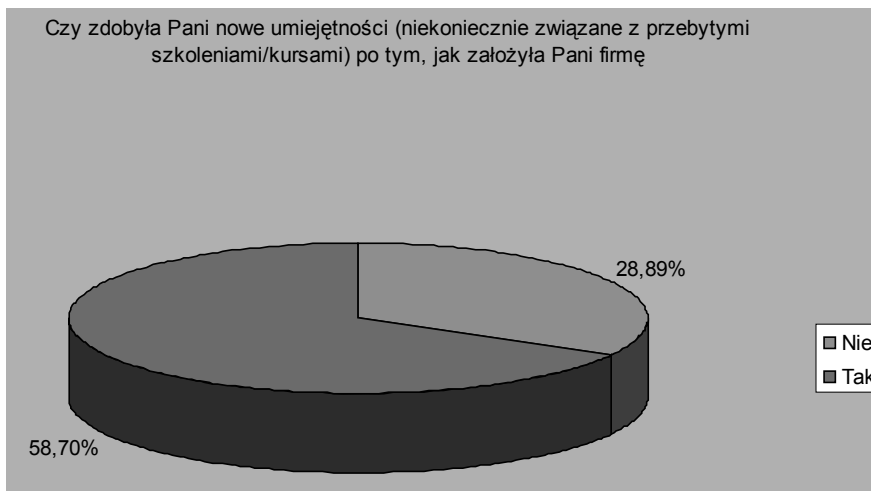


Kobiety deklarowały, że starają się utrzymywać kontakty z innymi przedsiębiorcami oraz chętnie udzieliłyby wsparcia innym przedsiębiorcom. Jednak twierdzą, że same nie otrzymują pomocy ze strony innych samozatrudnionych.

Na ile zgadza się Pani ze stwierdzeniem: Dzięki pomocy innych przedsiębiorców udało mi się uniknąć wielu problemów



Kobiety samozatrudnione, które brały udział w badaniu, są lepiej wykształcone od swoich rodziców czy partnerów. Ponad połowa stwierdziła, że samozatrudnienie pomaga im zdobywać nowe umiejętności, zarówno dotyczące zarządzania firmą (zarządzanie zasobami ludzkimi, prowadzenie negocjacji, zarządzanie czasem), jak i zdolności interpersonalne (sprawniejsza komunikacja interpersonalna, jaśniejsze wyrażanie opinii, zdecydowanie w podejmowaniu decyzji).



Wnioski z badań

Pole

Pole jest terenem, na którym toczy się gra. W tym konkretnym przypadku, polem jest polski rynek pracy. Każde pole ma określoną strukturę, hierarchię graczy oraz rządzi się pewnymi ustalonymi zasadami¹³. Uczestnicy mają trajektorie ruchu, po których mogą się poruszać. Niepisane zasady są znane wszystkim, a ich nieprzestrzeganie grozi sankcją¹⁴. Niektóre zasady są prawnie zastrzeżone, a inne tylko obyczajowo. Przykładowo, prawną regulacją jest zakaz zwalniania kobiet w ciąży, natomiast bardziej społeczną zasadą jest to, że kobiety są postrzegane jako bardziej emocjonalne oraz „miękkie”, co czyni je złymi szefami.

Kobiety, które decydują się na samozatrudnienie, starają się obejść niekorzystne dla nich reguły gry w polu (na przykład „szklany sufit”) i szukają nowych trajektorii, które są społecznie dopuszczane oraz bardziej dla nich korzystne. Na pytanie o czynniki *push/pull*, nie uzyskano jednoznacznej odpowiedzi. Interpretacja wyników badań wydaje się jednak wskazywać, że własna firma jest jedynym sposobem na niezależność, możliwość realizacji własnych pomysłów oraz równego traktowania. Jedna z uczestniczek wywiadu przyznała, że zarówno kobiety, jak i mężczyźni spotykają bariery instytucjonalne, ale kobiety mają do pokonania jeszcze jedną i to bardzo groźną przeszkodę – stereotypy. W polu gra toczy się o kapitały, a głównym kapitałem na rynku pracy jest oczywiście kapitał ekonomiczny.

Kapitał ekonomiczny

Kobiety, które uczestniczyły w badaniu, zakładały głównie jednoosobowe firmy, które oferowały różnego typu usługi (krawiectwo, fryzjerstwo, doradztwo). Jednak duża część kobiet deklarowała chęć poszerzenia swojej oferty w niedalekiej przyszłości.

Na tej podstawie można wnioskować, że samozatrudnienie nie wpływa znacząco na zdobywanie kapitału ekonomicznego. Niemniej byłby to wniosek przedwczesny, który należy zweryfikować po przyjrzeniu się innym kapitałom.

Kapitał społeczny

Kapitał społeczny zdecydowanie wymaga jeszcze wiele pracy. Polscy przedsiębiorcy wydają się wciąż nie doceniać znaczenia rozbudowanych sieci relacji z innymi przedsiębiorcami. Jak wynikało to z rozmów z respondentkami, powodem tego jest duża nieufność w stosunku do zamiarów drugiej strony (podbieranie dostawców, materiałów, dobrych pracowników, pomysłów). Wydaje się, że wciąż

¹³ M. Emirbayer, V. Johnson, *Bourdieu and Organizational Analysis*, „Theory and Society” 2008, Vol. 37, No. 70, s. 37.

¹⁴ S. Marginson, *Global Field and Global Imagining: Bourdieu and Worldwide Higher Education*, „British Journal of Sociology of Education” 2008, Vol. 29, No. 3, s. 307.

niezauważalna jest także zależność między budowaniem relacji a rozbudową firmy i powiększaniem kapitału ekonomicznego.

Kapitał kulturalny

Jak wynika z badań, kobiety zakładające własną firmę najbardziej podnoszą swój kapitał kulturalny. Prawie wszystkie respondentki uznały, że po tym, jak zdecydowały się na samozatrudnienie, zdobyły wiele umiejętności związanych zarówno z zarządzaniem firmą, jak i z ich personalnymi umiejętnościami. Wydaje się, że są świadome tego, że poprzez podnoszenie kwalifikacji zwiększają konkurencyjność swojej firmy oraz uczą się nią lepiej zarządzać. Zwiększenie kapitału kulturowego przekłada się bardzo wyraźnie na zwiększenie kapitału ekonomicznego.

Posiadanie wyżej wymienionych kapitałów, może skutkować ich konwersją na kapitał symboliczny, czyli władzę nad znaczeniami. Rezultatem takiej wymiany są zmiany w obyczajowości i kulturze danego społeczeństwa. W wyniku tego kobiety powoli uwolnią się od stereotypów utrudniających im pogodzenie realizacji zawodowej, umożliwiając łatwiejsze awanse z życiem rodzinnym, przestając czynić je głównymi odpowiedzialnymi za wypełnianie obowiązków domowych. Najważniejszym celem osiągnięcia władzy (czyli zwiększenia kapitałów) w polu jest zmiana poglądów kobiet na temat ich miejsca w relacjach społecznych i uwolnienie się od poczucia winy w momencie, gdy nie wpisują się w role, których przyjęcia oczekuje od nich świat społeczny.

Podsumowanie

Zagadnienie dyskryminacji kobiet na różnych płaszczyznach stało się niezwykle „modne” w ostatnich latach. To przede wszystkim temat bardzo problematyczny do zbadania, trudny do udowodnienia „suchymi faktami”, ponieważ zawsze znajdują się osoby, które zaczną kwestionować te fakty z powodu „okoliczności” mogących wpłynąć na całą sytuację. Dodatkowo na wyniki badań mają wpływ różne czynniki i bardzo ciężko opracować badania, których nie da się podważyć.

W kontekście problemów takich jak „szklany sufit” w organizacjach, samozatrudnienie wydaje się świetnym pomysłem na samorealizowanie. Należy jednak spojrzeć na to krytycznie. Reguły rządzące polem ekonomicznym (rynkem) nie znikną, lecz przyjmą inną formę. Kobiety wciąż się będą spotykały z przejawami dyskryminacji, tyle że na innym poziomie: w urzędach, ze strony innych przedsiębiorców, kontrahentów.

Ważnym elementem w przełamaniu nieprawdziwego obrazu kobiet przedsiębiorców, podejmowanym przez kobiety, okazuje się zdobywanie innych kapitałów. Jak wynika z badań, kobiety skupiają się głównie na kapitale kulturowym, który umożliwi im sprawniejsze obracanie się na rynku pracy. Wydaje się to do-

brym kierunkiem – im więcej umieją, tym efektywniej działają na rynku. Z drugiej strony widać duże braki w kapitale ekonomicznym i społecznym. Zwiększenie wszystkich kapitałów jest o tyle istotne, że zmiana ekonomiczna byłaby w rezultacie także zmianą społeczną. A o taką przecież chodzi.