

AGATA CHROBOT

<https://orcid.org/0000-0002-8791-7983>

Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach (Polska)

Jan Kochanowski University of Kielce (Poland)

Biznes Klub Malowany Szminką. Działalność, wsparcie, przedsiębiorczość kobiet¹

Streszczenie

Biznes Klub Malowany Szminką, który działał w latach 2014–2021, był kobiecą organizacją *non profit* mającą na celu zrzeszenie przedsiębiorczych kobiet z Kielc i województwa świętokrzyskiego. Jego założycielki i pomysłodawczynie – Małgorzata Kołosowska i Beata Tokarska-Wójcik – postawiły sobie za cel stworzenie środowiska skupiającego aktywne zawodowo kobiety, by wzajemnie się inspirować i wspomagać wiedzą oraz doświadczeniem zawodowym. Głównymi celami Klubu były propagowanie idei przedsiębiorczości oraz działalność charytatywna. Klub był elitarny i zamknięty. Niniejszy artykuł ukazuje specyficzny fenomen Biznes Klubu Malowanego Szminką na skalę województwa świętokrzyskiego i kraju.

Słowa kluczowe: kobiety w biznesie, organizacje kobiece, Biznes Klub Malowany Szminką, Małgorzata Kołosowska, Beata Tokarska-Wójcik, Kielce, region świętokrzyski, XXI w.

¹ Publikacja przygotowana/dofinansowana ze środków budżetu państwa w ramach programu „Społeczna odpowiedzialność nauki” Ministra Edukacji i Nauki. Jest wynikiem udziału w projekcie „Ośrodek Badań Historii Kobiet – kontynuacja”.

BUSINESS CLUB PAINTED WITH LIPSTICK. ACTIVITY, SUPPORT, ENTREPRENEURSHIP OF WOMEN

Abstract

The Business Club Painted with Lipstick, which operated in the years 2014–2021, was a women's non-profit organization aimed at associating entrepreneurial women from Kielce and the Świętokrzyskie Voivodeship. Its founders and originators – Małgorzata Kołosowska and Beata Tokarska-Wójcik – set for themselves the goal of creating an environment that brings together professionally active women to inspire each other and support each other with knowledge and professional experience. The main goals of the club were also to promote the idea of entrepreneurship and charity. The club was elite and closed. This article aims to present the specific phenomenon of the Business Club Painted with Lipstick on the Świętokrzyskie and national scale.

Keywords: women in business, women's organizations, The Business Club Painted with Lipstick, Małgorzata Kołosowska, Beata Tokarska-Wójcik, Kielce, Świętokrzyskie Voivodeship, XXI century

Wprowadzenie

Czym jest przedsiębiorczość? Zorganizowanym procesem działań ukierunkowanych w danych warunkach na wykorzystanie nowatorskiego pomysłu w celu generowania korzyści na rynku (przy uwzględnieniu ryzyka i umiejętności wykorzystania pomysłów/okazji)? A może bardziej, w szerszym rozumieniu, zespołem cech opisujących szczególny sposób postępowania człowieka, m.in.: dynamizm, aktywność, skłonność do podejmowania ryzyka, umiejętność przystosowywania się do zmieniających się warunków, postrzeganie szans i ich wykorzystywanie, innowacyjność i motoryka²? Jednym i drugim wariantem w równym stopniu? A może każdy przedsiębiorca, tak jak kobiety z Biznes Klubu Malowanego Szminką, tworzy własną definicję? Na przestrzeni lat powstało wiele podejść, aspektów i nurtów, które odnosiły się zarówno do pierwszego, jak i drugiego wymiaru przedsiębiorczości. W literatu-

² „Przedsiębiorczość”, w: *Encyklopedia Zarządzania*, <https://mfiles.pl/pl/index.php/Przedsiębiorczość> [dostęp: 20.06.2022].

rze polskiej i światowej znajdziemy mnóstwo publikacji, które zamykają w ramy definicyjne powyższy termin³. Przy uwzględnieniu literatury podmiotu zastanawia jeszcze jeden aspekt – czy „przedsiębiorczość” nie wymyka się z wyżej wymienionych ram, stając się swoistym rzeczownikiem definiowanym na tyle sposobów, ilu jest przedsiębiorców, i przejawiającym się zarówno w ich cechach osobowości, jak i działalności biznesowej i pozabiznesowej⁴?

Obecnie pojęcie „przedsiębiorczości” i to, czym w istocie ona jest, nierozzerwalnie łączy się z zagadnieniem płci, rolą kobiet w zarządzaniu, a także istotą, determinantami i barierami przedsiębiorczości kobiet oraz istnieniem organizacji wspierających kobiety przedsiębiorcze, prowadzące własne biznesy. Liczba kobiet w zarządzaniu i regulacji prawnych mających na celu wyrównywanie szans kobiet i mężczyzn w życiu społeczno-gospodarczym systematycznie się powiększa i widoczne jest to w wielu krajach, szczególnie wysoko rozwiniętych. Idąc dalej i cytując Weronikę Piątek, autorkę publikacji *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce – stan obecny i perspektywy rozwoju*: „możemy znaleźć liczne dowody potwierdzające tezę mówiącą o tym, że występowanie nierówności pomiędzy mężczyznami i kobietami w dostępie do rynku pracy

³ „Przedsiębiorczość” – termin, który funkcjonuje od przełomu XVIII i XIX w. (wtedy pojawił się po raz pierwszy), wzbudza refleksje na gruncie nie tylko ekonomii, ale także innych nauk: socjologii, zarządzania, prawa. Początek zainteresowania tym pojęciem nierozzerwalnie związany jest z rewolucją przemysłową i pionierami kapitalizmu. Samo pojęcie wprowadził do literatury przedmiotu ekonomista Jean-Baptiste Say. Twierdził, że przedsiębiorca-właściciel w sposób umiejętny kojarzy różne czynniki produkcji, przemieszczając zasoby ekonomiczne z płaszczyzny mniejszej na płaszczyznę większej efektywności wyższego zysku. Upraszczając: początek XX w. to negatywny obraz veblenowskiego przedsiębiorcy, natomiast kolejne dekady ubiegłego wieku to zdecydowanie bardziej pozytywny obraz przedsiębiorcy dostrzegany w publikacjach Franka Hynemana Knighta i Josepha Aloisa Schumpetera. Lata 70. i 80. XX w. charakteryzują się znaczącym wzrostem liczby opracowań naukowych poświęconych przedsiębiorczości. Przełom XX i XXI w. to pojawienie się serii publikacji dotyczących dokonującej się w krajach najbardziej rozwiniętych transformacji gospodarczej (przejście do gospodarki przedsiębiorczej). Więcej na temat teoretyków pojęcia przedsiębiorczość m.in. w: Krzysztof Zięba, *Przedsiębiorczość*, (Warszawa: CeDeWu, 2016), 11–73; Joseph Alois Schumpeter, *Teoria rozwoju gospodarczego*, tłum. Joanna Grzywicka, (Warszawa: PWN, 1960), 118.

⁴ Jak czytamy w publikacji *Przedsiębiorczość*, pod redakcją Joanny Grzeli z 2012 r.: „Główne cechy przedsiębiorców to przede wszystkim umiejętność dostrzegania potrzeb i doskonalenia pomysłów, zdolności do wykorzystywania nadarzających się okazji oraz gotowość do podejmowania ryzyka”. Natomiast Joseph Alois Schumpeter twierdził, że: „przedsiębiorczość traktowana jest także jako otwartość na nowe idee i zmiany organizacyjne, gotowość do ciągłego uczenia się, inicjatywa i elastyczność, panowanie nad sytuacją, nastawienie na sukces wspomagane siłą woli”. Więcej w: Joanna Grzela (red.), *Przedsiębiorczość*, (Kielce: Uniwersytet Jana Kochanowskiego, 2012), 7; Teresa Kupczyk, *Kobiety w zarządzaniu i czynniki ich sukcesów*, (Wrocław: Wyższa Szkoła Handlowa, 2009), 32–33.

i świadczeń pracowniczych jest w stanie nawet zahamować wzrost gospodarczy⁵. Ponadto wpływ na rozwijającą się debatę naukową nad przedsiębiorczością i aspektami kobiecymi związanymi z tym pojęciem mają aspekty kulturowe, postępująca gospodarka wolnorynkowa, następująca zmiana priorytetów i dążeń współczesnych kobiet (model kobiety przedsiębiorczej/kobiety biznesu)⁶. W ujęciu ekonomicznym, a także innych nauk – socjologii, prawa, psychologii – znajdziemy wiele publikacji, których autorzy mieli na celu analizę powyższych zagadnień.

Skupiając uwagę na pracach literatury polskojęzycznej, należy wymienić m.in. następujące opracowania: Ewy Lisowskiej, *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej* (2001)⁷, Teresy Kupczyk, *Kobiety w zarządzaniu i czynniki ich sukcesów* (2009)⁸, Ewy Rollnik-Sadowskiej, *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce* (2010)⁹, Bożenny Balcerzak-Paradowskiej [i in.], *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce* (2011)¹⁰, Katarzyny Ratajczyk, *Niezniszczalne. Prawdziwe opowieści przedsiębiorczych kobiet, czyli czego uczy nas porażka* (2015)¹¹, Adriany Przybyszewskiej, *Przedsiębiorczość kobiet a działalność podmiotów mikrofinansowych w zróżnicowanych uwarunkowaniach kulturowych* (2019)¹².

Współcześnie zauważa się także rosnącą liczbę projektów, kampanii i akcji medialnych oraz organizacji wspierających przedsiębiorczość kobiet¹³ (aspekt ten zostanie szerzej poruszony w dalszej części niniejszego artykułu).

W ten trend doskonale wpisywało się i nadal wpisuje założenie i działalność Biznes Klubu Malowanego Szminką (2014–2021¹⁴),

⁵ Weronika Piątek, „Przedsiębiorczość kobiet w Polsce – stan obecny i perspektywy rozwoju”, *Akademia Zarządzania*, nr 2, 2018, 42.

⁶ Ibidem, 41–53.

⁷ Ewa Lisowska, *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej*, (Warszawa: Szkoła Główna Handlowa, 2001).

⁸ Teresa Kupczyk, *Kobiety w zarządzaniu*.

⁹ Ewa Rollnik-Sadowska, *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce*, (Warszawa: Difin, 2010).

¹⁰ Bożena Balcerzak-Paradowska [i in.], *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce*, (Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 2011).

¹¹ Katarzyna Ratajczyk, *Niezniszczalne. Prawdziwe opowieści przedsiębiorczych kobiet, czyli czego uczy nas porażka*, (Warszawa: Poradnia K, 2015).

¹² Adriana Przybyszewska, *Przedsiębiorczość kobiet a działalność podmiotów mikrofinansowych w zróżnicowanych uwarunkowaniach kulturowych*, (Warszawa: CeDeWu, 2019).

¹³ Więcej na ten temat w: Teresa Kupczyk, *Kobiety w zarządzaniu*, 14–31.

¹⁴ Pierwsze spotkanie dotyczące założenia Biznes Klubu Malowanego Szminką odbyło się w 2014 r. Oficjalna inauguracja nastąpiła w marcu 2015 r. Klub zawiesił swoją działalność

czyli kobiecej organizacji *non profit* mającej na celu zrzeszenie przedsiębiorczych kobiet z Kielc i województwa świętokrzyskiego. Jego założycielki i pomysłodawczyni – Małgorzata Kołosowska¹⁵ i Beata Tokarska-Wójcik¹⁶ – postawiły sobie za cel stworzenie środowiska skupiającego aktywne zawodowo kobiety, by wzajemnie się inspirować i wspomagać wiedzą oraz doświadczeniem zawodowym. Klub był elitarny i zamknięty. Kandydatura poszczególnych kobiet była zatwierdzana tylko wtedy, gdy uzyskały – w wyniku tajnego głosowania – pełną akceptację członkiń klubu.

Niniejszy artykuł ma na celu ukazanie specyficznego fenomenu Biznes Klubu Malowanego Szminką (na skalę województwa świętokrzyskiego, a także krajową) oraz rozpowszechnienie wiedzy na jego temat. Ponadto przedstawienie sposobu jego funkcjonowania (fakty, proces tworzenia, efekty działań) oraz definicji „przedsiębiorczości”, którą tworzyły należące do niego kobiety. Informacje przedstawione w tym artykule zostały oparte na analizie dokumentów i treści – publikacji prasowych oraz internetowych (nie istnieją publikacje zwarte dotyczące działalności Biznes Klubu Malowanego Szminką) oraz własnego researchu i wywiadu przeprowadzonego 30 maja 2022 r. z jedną z pomysłodawczyń i założycielek, a zarazem prezeską Klubu, Małgorzatą Kołosowską.

Udział kobiet w biznesie oraz formy wspierania przedsiębiorczości w Polsce – ujęcie ogólne

Zebrane informacje oraz konkretne dane na temat udziału kobiet w biznesie i ich motywacji do zakładania własnych działalności, a jednocześnie tego, co je przed tym powstrzymuje, oraz form wspierania przedsiębiorczości na terenie naszego kraju w znaczący sposób miały wpływ na motywację założycielek i pomysłodawczyń

w 2021 r. – wówczas pojawiło się ogłoszenie na oficjalnym profilu na Facebooku, natomiast fundacja jeszcze nie zawiesiła działalności (stan na czerwiec 2022 r.).

¹⁵ Małgorzata Kołosowska – bizneswoman z Kielc. Właścicielka salonu „Magia” (Galeria „Echo” Kielce). Założycielka i właścicielka firmy Koma posiadającej sklepy franczyzowe znanej, polskiej marki Big Star oraz dyrektor kreatywna marki Milago. Aktywnie działa w Ambasadzie i Sieci Kobiet Przedsiębiorczych w Polsce.

¹⁶ Beata Tokarska-Wójcik – bizneswoman z Kielc. Właścicielka Pracowni Artystyczno-Florystycznej i Kwaciarni „Kwiatowa Pasja”. W branży florystyki działa od roku 1994. Zdobyła międzynarodowy certyfikat florysty-aranżera. Aktywnie działa w Ambasadzie i Sieci Kobiet Przedsiębiorczych w Polsce.

Biznes Klubu Malowanego Szminką. Wpłynęły także na formę jego działalności. Nie uwzględniając ich, nie sposób pisać o założeniu, funkcjonowaniu i ideach Klubu. Przecież na składowe jego głównych zadań złożyły się: 1. Propagowanie przedsiębiorczości wśród kobiet; 2. Wspieranie kobiet przedsiębiorczych; 3. Zachęcanie do zakładania własnych biznesów. W dalszej części artykułu zostaną przedstawione dane z wybranych raportów z okresu, kiedy Biznes Klub Malowany Szminką powstawał, oraz najnowsze dane z okresu, kiedy jego działalność została zawieszona. W ten sposób zostanie zobrazowane to, co miało szeroko pojęty wpływ na istnienie i działalność Klubu.

Mimo że współczesne zmiany społeczne i gospodarcze kreują warunki większego współuczestnictwa kobiet w obszarach rządzenia i zarządzania, od wieków liczebnie dominowali na tej płaszczyźnie mężczyźni¹⁷; kobiety charakteryzują się niższym poziomem aktywności zawodowej niż mężczyźni. W latach 2014–2016 we wszystkich państwach członkowskich Unii Europejskiej wskaźniki zatrudnienia mężczyzn utrzymywały się na wyższym poziomie niż wskaźniki zatrudnienia kobiet¹⁸. Pomimo że kobiety częściej mają wyższe wykształcenie niż mężczyźni, nie oznacza to, iż również często zakładają przedsiębiorstwa. Podobne tendencje utrzymują się na przestrzeni ostatnich lat (choć najnowsze badania i raporty pokazują zwiększającą się samoświadomość kobiet w sprawach prowadzenia własnego biznesu). Jednakże wciąż istnieją i odciskają piętno zjawiska takie jak „szklany sufit” czy „lepką podłogę”¹⁹. Istnieje szereg działań i inicjatyw podjętych, aby je zminimalizować. Przykładem jest wprowadzenie Karty Różnorodności, czyli międzynarodowej inicjatywy promowanej przez Komisję Europejską. Realizowana jest ona w niektórych krajach członkowskich, w tym także w Polsce. Karta jest pisemnym zobowiązaniem, podpisanym przez organizacje, które obligują się przede wszystkim do wprowadzenia zakazu dyskryminacji osób zatrudnionych, a także tworzenia i promocji różnorodności w miejscu pracy²⁰.

¹⁷ Więcej na temat w: Teresa Kupczyk, *Kobiety w zarządzaniu*, 14.

¹⁸ Ewa Gano, Teresa Łuczka, „Badanie postaw przedsiębiorczych młodych kobiet”, *Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Organizacja i Zarządzanie*, nr 75, 2017, 99–113.

¹⁹ Więcej na temat pojęć „szklanego sufitu” i „lepkiej podłogi” w: Magda Urbańska, „Szanse kobiet na rynku pracy”, *Saeculum Christianum*, nr 2, 2009, 227–238.

²⁰ Inauguracja polskiej odsłony Karty Różnorodności miała miejsce w 2012 r. Obecnie w gronie polskich pracodawców, którzy zobowiązali się do wypełniania jej zapisów, jest już

Według raportu opracowanego przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości i Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach na podstawie danych z badania GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) za lata 2011–2016, przeprowadzonych przez *Global Entrepreneurship Research Association* przy współpracy zespołów badawczych z poszczególnych krajów świata, we wszystkich typach gospodarek kobiety rzadziej niż mężczyźni są właścicielami firm. Raport powstał w 2017 r., zawiera dane z lat 2015 (kiedy zaczynał działać Biznes Klub Malowany Szminką) oraz 2016. Jak czytamy w dokumencie:

W Polsce, w ostatnim roku różnica w zakresie poziomu przedsiębiorczości kobiet i mężczyzn nieznacznie się zmniejszyła na korzyść kobiet. Apetyty polskich kobiet na zostanie przedsiębiorcami rosną. Na przestrzeni lat 2014–2016 odsetek kobiet deklarujących plany założenia własnego biznesu zwiększył się w Polsce o 46% i był to trzeci najwyższy wzrost w UE – jedynie Estonia i Irlandia odnotowały wyższe wzrosty odpowiednio 116% i 61%²¹.

oraz:

Obecnie 39% Polek twierdzi, że w ich otoczeniu występują okazje na założenie biznesu, w 2015 r. uważało tak 32% pań. Również 54% kobiet uważa, że są przygotowane do prowadzenia własnej firmy, w poprzednim roku podobnego zdania było 48% pań. ... Zasadniczo wszędzie kobiety w mniejszym stopniu dostrzegają szanse na rynku, nie doceniają tak swoich umiejętności, jak mężczyźni i bardziej obawiają się porażki. Różnice te są znaczne, jeśli chodzi o samoocenę zdolności przedsiębiorczych i strach przed niepowodzeniem, natomiast dość niewielkie, jeśli chodzi o dostrzeganie szansy, która – jak się wydaje – powinna należeć do grupy głównych motywatorów w myśleniu o własnym biznesie²².

Od 2015 r. przeprowadzono szereg badań i analiz, które miały na celu zobrazowanie udziału kobiet w biznesie w Polsce oraz ich motywację i wiarę w siebie. Na przestrzeni ostatnich lat utrzymuje się ta sama tendencja. Polki chciałyby prowadzić własne biznesy,

240 podmiotów. Więcej na ten temat: „Karta Różnorodności”, <https://odpowiedzialnybiznes.pl/karta-roznorodnosci/> [dostęp: 15.06.2022].

²¹ „Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska”, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/parp_2_raport_gem_internetpl_2017.pdf [dostęp: 17.06.2022].

²² Ibidem.

ale jednocześnie występuje szereg zahamowań, które je ogranicza, a jest to głównie obawa przed brakiem: pomysłów, finansów oraz pewności siebie²³. Przykładowo według badania na temat przedsiębiorczości kobiet przeprowadzonego w dniach 5–22 listopada 2021 r. przez Fundację Sukcesu Pisanego Szminka²⁴ 60% badanych wskazało, że nie prowadzi własnej działalności, jednak z tej liczby zaledwie 9,5% nie chciałoby tego robić. Aż 68% chciałoby prowadzić własną firmę, a 22,5% jest niezdecydowanych. Trochę ponad 1/5 myśli o tym krócej niż rok, ponad połowa od roku do dwóch lat, a co dziesiąta nawet od czterech do ośmiu lat. Co w takim razie powstrzymuje kobiety przed zakładaniem własnych firm? Jak czytamy w raporcie:

zaledwie 9 proc. kobiet deklaruje, że nie brak im pewności siebie, by podejmować ambitne zadania, a prawie 60 proc., wprowadzając zmiany w swoim życiu zawodowym, kieruje się oceną innych. Często się zdarza, że kobiety mają pomysły na własny biznes, ale ich działania blokują wewnętrzne obawy i same przed sobą zamykają drzwi z napisem „Szansa”. W przypadku 1/4 są to obawy przed brakiem pomysłu, a w przypadku niemal 1/5 brak finansów. Ponad 16 proc. ankietowanych powstrzymuje brak pewności siebie. Co dziesiąta badana obawia się nadmiaru biurokracji, a 9 proc. uważa, że nie ma wystarczającej wiedzy na temat narzędzi niezbędnych w prowadzeniu firmy²⁵.

Ta sama Fundacja przeprowadziła badania i opracowała raport: *Bizneswoman Roku. Poczucie własnej wartości polskich przedsiębiorczyń a wycena ich usług*, w którym czytamy, że:

²³ „Niemał 70 procent Polek chce założyć własną firmę”, <https://www.forbes.pl/forbeswomen/raport-o-przedsiębiorczosci-polek-2021/xgjsb7> [dostęp: 20.06.2022].

²⁴ Fundacja Sukcesu Pisanego Szminka to działająca w Polsce społeczność kobiet przedsiębiorczych. Główne cele fundacji to: 1. Kompleksowe wspieranie kobiet i młodzieży; 2. Dostarczanie im fachowej wiedzy niezbędnej do rozwoju osobistego i zawodowego oraz 3. Motywowanie ich do podejmowania odważnych działań i spełniania marzeń. Fundację założyły aktorka, pisarka, dziennikarka biznesowa i działaczka społeczna – Olga Kozierowska – oraz autorka kampanii społecznych, ekspertka z dziedziny HR (zarządzanie zasobami ludzkimi) – Olga Legosz. FSPS jest organizatorem Konkursu Sukces Pisanego Szminka Bizneswoman Roku, w którym od ponad 10 lat nagradzane są sukcesy kobiet w biznesie, nauce i kulturze oraz nagłaśniane na skalę ogólnopolską. Więcej na stronie internetowej Fundacji: „Fundacja”, <https://sukcespisanyszminka.pl/> [dostęp: 20.06.2022]. Dostępny w World Wide Web:

²⁵ „Raport «Bizneswoman Roku. Polki chcą być przedsiębiorcze»”, <https://sukcespisanyszminka.pl/raporty/#> [dostęp: 20.06.2022].

Część kobiet nawet nie zdaje sobie sprawy z faktu, że oferuje się im znacznie niższe wynagrodzenie niż mężczyznom za tę samą pracę. Dodatkowo wiele z tych, które o tym wiedzą, uznaje za naturalne, że mężczyźni zarabiają więcej, lub brak im pewności siebie, by upomnieć się o wyższą pensję. Jednak, według raportu „Satysfakcja Polek z pracy i zarobków” Fundacji Sukcesu Pisanego Szminką, aż 66 proc. kobiet uważa, że ich wynagrodzenie nie jest adekwatne do ich kompetencji²⁶.

Od 2014 r., kiedy pojawiła się idea założenia Biznes Klubu Malowanego Szminką, aż do dziś w naszym kraju nie zmieniło się także to, że mężczyźni dominują wśród wszystkich form działalności (samozatrudnienie, mikro- i małe przedsiębiorstwa). W raporcie *Jak w Polsce prowadzi się własny biznes*, który oprócz analizy nastrojów gospodarczych pod kątem płci przedsiębiorcy zawiera też m.in. ocenę półrocza 2015 r. oraz prognozy na drugą połowę tegoż roku, czytamy, że 35,1% jednoosobowych firm w Polsce było prowadzonych przez kobiety, wśród mężczyzn ten wskaźnik wynosił 61,8%. Nieco rzadziej znajdziemy kobiety w zarządzie firm małych (26,2%) oraz średniej wielkości (23,3%). Dla porównania udział procentowy mężczyzn w zarządach małych firm wynosił w 2015 r. 59%, a w średniej wielkości – 56,7%²⁷.

Aż do 2021 r. zależność ta nie zmieniła się – mężczyźni przeważają wśród wszystkich form działalności. Według najnowszych danych, pochodzących z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), w Polsce jest obecnie (najnowsze dane z lutego 2022 r.) aktywnych ponad 2,5 mln jednoosobowych działalności gospodarczych. Nieco ponad 875 tys. z tych działalności należy do kobiet – tak pokazują dane o kobietach w polskim biznesie. Większość jednoosobowych działalności gospodarczych – 1,7 mln – należy do mężczyzn. Kobiety w firmach – rozumiane jako właścicielki tego typu działalności – stanowią zatem 33,9%. Kobiety w zarządach polskich spółek stanowią tylko 24,4% wszystkich członków zarządów. Funkcję prezesa pełni w polskich firmach 96,8 tys. kobiet – to ponad 3 razy mniej niż mężczyzn, których na

²⁶ „Raport «Bizneswoman Roku. Poczucie własnej wartości polskich przedsiębiorczyń a wycena ich usług», <https://sukcespisanyszminka.pl/raporty/#> [dostęp: 20.06.2022].

²⁷ „Firmy zarządzane przez kobiety są stabilniejsze. Analiza nastrojów gospodarczych pod kątem płci przedsiębiorcy”, <https://alebank.pl/firmy-zarządzane-przez-kobiety-sa-stabilniejsze/?id=55093&catid=358> [dostęp: 22.06.2022].

tym samym stanowisku jest ponad 345 tys. Łącznie we wszystkich podmiotach gospodarczych, które są zarejestrowane w KRS, w zarządach zasiada 366 tys. kobiet i 902 tys. mężczyzn; kobiet w zarządach jest więc ponad dwa razy mniej niż mężczyzn. W lutym 2020 r. kobiet w zarządach było 330 tys., a mężczyzn – 647 tys. – dysproporcja była nieco mniejsza²⁸.

Analizując dane dotyczące procentowego udziału kobiet w biznesie na terenie Polski, nie sposób pominąć przytaczanego przez badaczy „kobiecej przedsiębiorczości” faktu, że od 1997 r. w krajach Unii Europejskiej (wtedy pojawiły się ujednolicone przepisy antydyskryminacyjne) zarządzanie różnorodnością²⁹ stało się popularnym i cenionym narzędziem biznesowym. Przez wiele lat Unia Europejska wdrażała działania mające na celu rozwiązanie problemu dyskryminacji ze względu na płeć. Efektem było m.in.: wprowadzenie np. wyżej wspomnianej Karty Różnorodności; programów wspomagających finansowo kobiety chcące rozpocząć działalność finansową; tworzenie ugrupowań, stowarzyszeń, fundacji mających na celu szerzenie szeroko rozumianej przedsiębiorczości³⁰.

W Polsce również działają (i działały równocześnie z Biznes Klubem Malowanym Szminką w latach 2014–2021) różnorodne instytucje wspierające biznes i przedsiębiorczość. Należy podzielić je na te: 1. Które wspierają wszystkich przedsiębiorców bez względu na płeć (powstawanie nowych firm, inicjatyw). Do takich organizacji należą m.in.: Business Centre Club (co prawda w jego ramach funkcjonuje Business Centre Club Kobiety, ale jest to prestiżowy i nowoczesny klub przedsiębiorczyń i przedsiębiorców), Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej (wcześniej Konfederacja Pracodawców Polskich), Związek Rzemiosła Polskiego, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Konfederacja Lewiatan (dawniej Konfederacja

²⁸ Więcej tutaj: „Kobiety w biznesie. Raport 2022”, <https://medium.com/blog-transparent-data/kobiety-w-biznesie-raport-2022-d5a797ea7660> [dostęp: 20.06.2022].

²⁹ Zarządzanie różnorodnością rozumiane jako dostrzeganie różnic pomiędzy ludźmi w organizacji (i poza nią) oraz świadome rozwijanie strategii, polityk i programów, które tworzą klimat dla poszanowania i wykorzystania tych różnic na rzecz realizacji celów organizacji. Efektywne zarządzanie różnorodnością (dotyczy także płci) prowadzi do podniesienia wydajności zarówno jednostkowej, jak i organizacyjnej, przynosi korzyści finansowe, społeczne i organizacyjne. Więcej: Agata Borowska, „Zarządzanie różnorodnością”, *Zeszyty Naukowe Politechniki Białostockiej. Ekonomia i Zarządzanie*, z. 12, 2008, 331–340; Magdalena Andrejczuk, „Zarządzanie różnorodnością w miejscu pracy”, <https://odpowiedzialnybiznes.pl/artykuly/zarzadzanie-roznorodnoscia-w-miejscu-pracy/> [dostęp: 20.06.2022].

³⁰ Więcej: Teresa Kupczyk, *Kobiety w zarządzaniu*, 40–46.

Pracodawców Prywatnych Lewiatan). Do kategorii 2. można zaliczyć organizacje, których działania na rzecz przedsiębiorczości kierowane są tylko do kobiet i to je wspierają na rynku pracy. Należą do nich m.in.: wyżej wspomniana Fundacja Sukcesu Pisanego Szminką, Fundacja Centrum Promocji Kobiet, Międzynarodowe Forum Kobiet, Międzynarodowa Fundacja Kobiet w Łodzi, Polskie Stowarzyszenie Kobiet Biznesu, Fundacja Przedsiębiorczości Kobiet (Sieć Przedsiębiorczych Kobiet), Federacja Stowarzyszeń „Międzynarodowa Sieć Ambasadorów Przedsiębiorczości Kobiet”³¹.

Biznes Klub Malowany Szminką – od inspiracji do wtorkowych śniadań

Wszystko zaczęło się we wrześniu 2014 r., po jednej z konferencji zorganizowanych w ramach Sieci Ambasadorów Kobiet Przedsiębiorczych (założycielki Biznes Klubu Malowanego Szminką zostały zaproszone do uczestnictwa, aktywnie działały w wymienionej Sieci). Pomysł na założenie świętokrzyskiego Biznes Klubu Malowanego Szminką narodził się pod wpływem inspiracji spotkaniami aktywnych kobiet, które wtedy odbywały się w dużych polskich miastach. Od początku swojej działalności był elitarny i zamknięty. Należały do niego tylko i wyłącznie kobiety³² prowadzące swój biz-

³¹ Więcej: Ewa Rollnik-Sadowska, *Przedsiębiorczość kobiet*, 138–147; <https://www.bcc.org.pl/>; <https://pracodawcyrp.pl/>; <https://zrp.pl/>; <https://www.parp.gov.pl/>; <https://lewiatan.org/>; <https://sukcespisanyszminka.pl/>; <https://www.facebook.com/FundacjaCentrumPromocjiKobiet/>; <http://www.mfk.org.pl/>; <https://fundacja-kobiet.com.pl/>; <http://luminaris.nazwa.pl/piotr/pskb/stowarzyszenie/o-nas/>; <https://siecprzedsiębiorczychkobiet.pl/>; <https://www.ambas.org/fundacja/> [dostęp do ww. stron: 22.06.2022].

³² Choć mężczyźni nie mogli należeć do Biznes Klubu Malowanego Szminką, nie był on organizacją feministyczną. Prezes Małgorzata Kołosowska wielokrotnie poruszała ten temat na łamach prasy. Mówiła: „Każda z nas docenia rolę mężczyzny w życiu kobiety, bo przecież wsparcie, jakie nam dają, to solidny fundament”. W katalogu wydanym przez Biznes Klub Malowany Szminką również znajdziemy informacje na ten temat: „Zrzeszamy wyłącznie kobiety, ale nie jest to wyraz dyskryminacji dla płci przeciwnej. Doceniamy i szanujemy mężczyzn na każdej płaszczyźnie naszego życia. Zależy nam, by działać na rzecz zrównywania szans, bez względu na płeć, wiek, czy pochodzenie. Chodzi o to, aby zarówno w życiu, jak i w biznesie, wszyscy byli dla siebie równorzędnymi partnerami”. Więcej: Małgorzata Kołosowska, „Nie jesteśmy feministkami i doceniamy rolę mężczyzn, ale o biznesie wolimy mówić w swoim gronie”, rozm. przepr. Marzena Smoręda, *Echo Dnia*, nr 54, 2015, 2; Marlena Wojnowska, Jarosław Panek, Kaja Wójcik (red.), *Katalog „One...”*, (Kielce: b.m., 2016), 2.

nes w Kielcach lub w innym mieście czy miejscowości na terenie województwa świętokrzyskiego. Założycielkami i pomysłodawczyniami jego utworzenia były wspomniane Małgorzata Kołowska i Beata Tokarska-Wójcik. Małgorzata Kołowska mówiła o idei założenia Biznes Klubu Malowanego Szminką następująco:

Na takie spotkania przyjeżdżają panie zrzeszone w Sieci Ambasadorów Kobiet Przedsiębiorczych z całej Polski. Razem z Beatą Tokarską-Wójcik, właścicielką Kwiatowej Pasji pomyślałyśmy, wracając z takiego spotkania, że w naszym regionie są właśnie takie kobiety, które ze wszech miar zasługują na miano przedsiębiorczych i mają głowy pełne pomysłów, jak prowadzić biznes i wspierać innych w tym działaniu³³.

Pierwsze spotkanie w ramach Biznes Klubu odbyło się w restauracji mieszczącej się w budynku Filharmonii Świętokrzyskiej w Kielcach we wrześniu 2014 r., natomiast uroczysta inauguracja – tuż przed Dniem Kobiet w 2015 r. – w budynku obecnego Hotelu Kongresowego w Kielcach (dawniej Exbud). Jednym z punktów wydarzenia było wręczenie członkiniom specjalnie przygotowanych certyfikatów przynależności³⁴. Beata Tokarska-Wójcik o ideach i inauguracji Klubu mówiła następująco:

Przejście od słów do czynów nie trwało długo, bo już 3 marca 2015 doprowadziłyśmy do uroczystej inauguracji, w której uczestniczyła Urszula Ciołszyńska – prezes Ambasady Kobiet Przedsiębiorczych. Jej obecność i udzielone wsparcie były dla nas bardzo ważne, bo to właśnie Ula – zapraszając mnie i Małgosię Kołowską do Ambasady Kobiet Przedsiębiorczych – zaszczerpiła w nas chęć zrzeszania kobiet na naszym rodzimym terenie. Co bardzo ważne i cenne, Ula zawsze chętnie odwołuje się do przykładu Biznes Klubu Malowanego Szminką, podczas swoich wystąpień na ogólnopolskich forach. Wskazuje na dobre priorytety naszej działalności – zasady wzajemnego szacunku i wspierania się w biznesie oraz życiu prywatnym, chęć bezinteresownej pomocy potrzebującym, jak również działanie na rzecz dobra wspólnego – naszego miasta i regionu³⁵.

³³ Małgorzata Kołowska, „Nie jesteśmy feministkami”, 2.

³⁴ „W Kielcach powstał Biznes Klub Malowany Szminką”, <https://echodnia.eu/w-kielcach-powstal-biznes-klub-malowany-szminka/ar/c3-10152074> [dostęp: 20.06.2022].

³⁵ „Biznes Klub Malowany Szminką”, www.facebook.com/biznesklubmalowanyszminka [dostęp: 15.06.2022].

Pierwsze rozmowy i spotkania dotyczące założenia Biznes Klubu Malowanego Szminką odbywały się we wrześniu 2014 r.³⁶ To wtedy Małgorzata Kołosowska i Beata Tokarska-Wójcik spotykały się, rozmawiały i planowały: jakie mają być założenia i priorytety Klubu, jak organizacyjnie zorganizować jego pracę, jakie będą zasady członkostwa i jak będzie wyglądał logotyp organizacji. Opracowały regulamin Klubu, który od początku działalności był elitarny i zamknięty. Została podjęta decyzja, że każda członkini przyjęta do Klubu obligatoryjnie go podpisuje i przestrzega (nie został nigdzie opublikowany, był dokumentem wewnętrznym i tylko prezeska, wiceprezeska oraz klubowiczki miały do niego wgląd). W dokumencie określono motto Klubu, które brzmiało: „rodzina – biznes – nauka – pasja”, zamieszczono specjalnie stworzone logo oraz ujęto nazwiska założycielek: prezes – Małgorzata Kołosowska i wiceprezes – Beata Tokarska-Wójcik.

Zacznijmy od omówienia motto Klubu. Cztery wyżej wymienione słowa były dla założycielek swoistego rodzaju filarami. Takie motto miało oznaczać działanie zgodnie z koncepcją *work-life balance* i podkreślać, że klubowiczki w umiejętny sposób zarządzały czasem, łącząc prowadzenie biznesu z życiem rodzinnym, a także znajdując miejsce na realizowanie swoich życiowych pasji oraz rozwój osobisty i wspieranie innych³⁷.

Logo Klubu stanowiły czerwone usta oraz nazwa Biznes Klub Malowany Szminką. Zarówno w formie graficznej, jak i tekstowej miało być wyraźnie widoczne nawiązanie do kobiecości oraz do biznesu. Jak mówiła Małgorzata Kołosowska w jednym z wywiadów: „przecież żadna kobieta nie obejdzie się bez szminki, a przy tym nazwa i logo dają sygnał, że oprócz biznesu, zależy kobietom na dobrej prezencji”³⁸.

Opracowany i spisany regulamin Klubu zawierał szereg informacji podzielonych na następujące podpunkty: „1. Idea Klubu –

³⁶ Pierwsze spotkanie Biznes Klubu Malowanego Szminką odbyło się we wrześniu 2014 r., a do oficjalnej inauguracji doszło w marcu 2015 r. Z kolei w pierwszych miesiącach 2016 r. Klub uzyskał status fundacji.

³⁷ Koncepcja *work-life balance* zakłada umiejętność połączenia pracy z innymi sferami życia człowieka (dom, rodzina, aktywność społeczna, własne zainteresowania). Osiągnięcie takiej równowagi jest możliwe wtedy, gdy praca nie zawłaszcza życia osobistego oraz – z drugiej strony – kiedy życie osobiste nie funkcjonuje kosztem pracy. Koncepcja narodziła się w Stanach Zjednoczonych pod koniec lat 80. XX w. Więcej: „Work-life balance”, *Encyklopedia Zarządzania*, https://mfiles.pl/pl/index.php/Work-life_balance [dostęp: 20.06.2022].

³⁸ Małgorzata Kołosowska, „Nie jesteśmy feministkami”, 2.

misja; 2. Założenia Klubu; 3. Przystąpienie nowych Członkiń do Biznes Klubu; 4. Warunki kandydatek do przyjęcia; 5. Wybór Przyjaciela Biznes Klubu; 6. Wybór Honorowego Przyjaciela Klubu; 7. Wykreślenie z listy Biznes Klubu; 8. Oczekiwania od Członkiń”.

Według dokumentu Klub miał następujące cele: pomoc w działaniach biznesowych – wzajemne wsparcie w biznesie, przekazywanie sobie pozytywnej energii, inspiracja do działania, poszerzenie kontaktów i budowanie nowych relacji opartych na zaufaniu, ochrona interesów biznesowych, przestrzeganie wszelkiej etyki w biznesie, wspieranie sztuki i kultury, działania charytatywne, dobrze spędzony czas w wyjątkowym, miłym towarzystwie. Bardzo ważnym aspektem działalności Klubu od początku jego działalności było podejmowanie inicjatyw charytatywnych. Więcej na ten temat możemy przeczytać w katalogu opracowanym z okazji pierwszej rocznicy oficjalnej inauguracji działalności Klubu (obchodzonej 5 kwietnia 2016)³⁹:

Cele, które sobie wyznaczyłyśmy, to wynik obserwacji potrzeb zarówno nas samych, jak i otaczającej nas rzeczywistości. W ramach Klubu chcemy udzielać sobie wsparcia i wymieniać się cennym doświadczeniem oraz wiedzą z zakresu zarządzania, którą później możemy zastosować w naszych firmach. Mamy również ambicję działać na rzecz naszego najbliższego otoczenia oraz lokalnej społeczności. Zależy nam, aby były to różnorodne inicjatywy – począwszy od propagowania idei przedsiębiorczości, poprzez patronat nad działaniami związanymi z kulturą i sztuką, aż po akcje charytatywne na rzecz osób i organizacji. Szczególnie bliski jest nam los dzieci, to im przede wszystkim staramy się pomagać⁴⁰.

Jednym z wymienionych celów było propagowanie idei przedsiębiorczości. Dlaczego? Przyczyn było kilka. Jak mówi Małgorzata Kołosowska – powodów, dla których kobiety boją się ryzykować i założyć własny biznes, jest mnóstwo i są one całkowicie indywidualne. Ale często nadrzędnym „zahamowaniem” może być to, że nikt w nie i w ich możliwości nie wierzy – a tym samym one same w siebie nie potrafią uwierzyć⁴¹, co potwierdzają wyżej przytoczone

³⁹ Więcej na ten temat będzie mowa w dalszej części artykułu.

⁴⁰ Marlena Wojnowska, Jarosław Panek, Kaja Wójcik (red.), *Katalog*, 2.

⁴¹ Dla Małgorzaty Kołosowskiej inspiracją oraz osobą, która zawsze w nią wierzyła i zachęcała do podejmowania wyzwań, była jej matka: „Zawsze wierzyła w moją siłę i możliwości. To mnie poniekąd ukształtowało i pozwalało wierzyć, że coś potrafię, że coś osiągnę, nawet

wyniki badań. Kobiety, które należały do Biznes Klubu Malowanego Szminką, swoją postawą, tym, jak prowadziły i wciąż prowadzą swoje działalności gospodarcze, są ucieleśnieniem powiedzenia: „Chcieć to móc, móc to chcieć”. Tworzyły własną definicję przedsiębiorczości, którą pokazywały innym, np. poprzez efekty swoich działań w ramach Klubu i poza nim, na łamach prasy i innych mediów. Ponadto w czasie, gdy narodził się pomysł utworzenia Biznes Klubu Malowanego Szminką, informacje o spotkaniach i konferencjach nie były tak powszechnie dostępne jak dziś – w dobie mediów społecznościowych. I choć na terenie kraju działały różne instytucje i fundacje wspierające kobiety przedsiębiorcze, nie funkcjonowały takie na terenie województwa świętokrzyskiego.

Dziennikarka lokalnego świętokrzyskiego dziennika „Echo Dnia” Marzena Smoręda zapytała niegdyś Małgorzatę Kołosowską, czy nie wystarczą organizacje wspierające przedsiębiorczość dla obu płci. Oto co odpowiedziała:

„Nie mamy nic przeciwko przynależności do innych organizacji, w których członkami są również mężczyźni. Myślę jednak, że ze względu na pewną specyfikę naszych działań, łatwiej będzie się nam współpracowało w damskim gronie, gdzie każda kobieta lepiej rozumie drugą niż mężczyzna. Poza tym, kobiety z pozoru kruche i delikatne, w pewnych sytuacjach stają się silne i waleczne. Muszą sprostać wymaganiom zawodowym, ale i prowadzić dom, wychowywać dzieci. Dlatego w wyłącznie babskim gronie łatwiej jest się porozumieć⁴².”

W regulaminie Biznes Klubu Malowanego Szminką zawarto także bardzo ważne informacje o jego dwóch założeniach: 1. Brak zysku finansowego z Klubu – dla zarządu czy członkiń (żadne podejmowane działania nie przynosiły profitów finansowych) oraz 2. Funkcjonowanie w poszanowaniu różnych poglądów, zarówno politycznych, jak i religijnych, bez angażowania się Klubu w takowe. Regulamin jasno definiuje apolityczność Klubu, a także stawia apolityczność jako warunek dotyczący kobiet, które były przyjmowane w szereg jego członkiń. Ponadto tym, co cechowało Klub od początków działalności, były: niezależność, poszanowanie odmienności

wtedy, gdy ja zaczynałam wątpić. Mama zawsze powtarzała mi, że dam radę. Bo jak nie ja to kto” – wywiad przeprowadzony z Małgorzatą Kołosowską 31 maja 2022 r. w Kielcach, rozm. przepr. Agata Chrobot.

⁴² Małgorzata Kołosowska, „Nie jesteśmy feministkami”, 2.

światopoglądowej, religijnej czy kulturowej. Klubowiczki z założenia nie odnosiły się do sytuacji krajowej czy wydarzeń politycznych. Na ich stronie facebookowej tylko dwa razy pojawił się post, który odbiegał od tej zasady. Jeden z nich dotyczył całkowitego zakazu aborcji w Polsce. Pojawił się 25 października 2020 r. i brzmiał następująco:

Oj podziało się w Polsce... Trybunał Konstytucyjny orzekł (w tak trudnym dla wszystkich czasie), że aborcja jest kompletnie zakazana w naszym kraju, nawet w przypadku trwałego uszkodzenia płodu! Jesteśmy przeciwko takiej decyzji i głośno mówimy NIE... Mocno stoimy po stronie KOBIEC! Stoimy po stronie wszystkich osób demonstrujących we wszystkich polskich miastach! Wpisujemy się w ten głośny krzyk rozpacz, krzyk bezradnej bezsilności... Jesteśmy wolne i winnyśmy też mieć wolność wszelkich wyborów⁴³.

Inny, wcześniejszy post datowany na 17 września 2018 r., miał związek z faktem kandydowania bezpartyjnej członkini Klubu, Katarzyny Wasiak, do Rady Miasta Kielce. W poście zaznaczono, że: „popieramy nie partię, nie stowarzyszenie, ale niezależną Kandydatkę, która cudownym, uczciwym, kreatywnym człowiekiem jest i z całą pewnością jej zaangażowanie w sprawy naszego miasta byłoby bardzo cenne”⁴⁴.

Biznes Klub Malowany Szminką był od początku swojej działalności elitarnym i zamkniętym. Trudno było się do niego dostać. Przyjęcie nowej członkini było złożonym procesem. Zaprezentowanie nowej kandydatury następowało podczas wtorkowego spotkania⁴⁵. Rekomendacja nowej członkini mogła być zaproponowana przez klubowiczkę. Później następowało tajne głosowanie. Każda członkini miała jeden głos na „tak” lub na „nie”. Aby kandydatka została zaakceptowana, trzeba było otrzymać pełną aprobatę wszystkich klubowiczek. Dopiero po uzyskaniu stuprocentowego poparcia kandydatka była informowana o uzyskanym poparciu i otrzymywała specjalnie drukowane zaproszenie do udziału w spotkaniach Klubu (przed tym momentem o niczym nie wiedziała). Przyjęcie do Klubu było prestiżowym wyróżnieniem, którym kobiety chętnie dzieliły się, m.in. na portalu Facebook. Nowa członkini po

⁴³ „Biznes Klub Malowany Szminką”, <https://www.facebook.com/bkmszminka> [dostęp: 20.06.2022].

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ Tak zwane wtorkowe śniadania (spotkania) omówione zostaną w dalszej części artykułu.

otrzymaniu pozytywnej rekomendacji i stuprocentowego poparcia była zapraszana na spotkania (po trzech spotkaniach nowe członkinie decydowały, czy chcą zostać w Klubie, czy nie). Dodajmy, że nie tylko głosowanie było tajne, ale jego wyniki także. Każdą członkinię obowiązywał zakaz rozmów poza Klubem dotyczących kandydatek i głosowania.

Na przestrzeni lat skład Biznes Klubu Malowanego Szminką był ruchomy. Zmieniał się także skład zarządu. W latach 2014–2021 funkcję prezeski pełniła wspomniana Małgorzata Kołosowska. Wiceprezeską była Beata Tokarska-Wójcik (2014–2017), a jej następczynią została Monika Lichota, założycielka i właścicielka marki „Akademia Kobiet” (funkcję wiceprezeski sprawowała od 2017 do 2021 r.); w nowej funkcji wspierała ją Ilona Pawłowska-Kała⁴⁶.

Jeśli zaś mowa o członkiniach Biznes Klubu Malowanego Szminką, to warto wiedzieć, że część z nich należała do niego przez cały okres działalności, a część tylko przez pewien czas. Na przestrzeni lat klubowiczkami było kilkadziesiąt kobiet, w różnym wieku – od 25 do nawet 70 lat. Wszystkie prowadziły własny biznes i wspólnie tworzyły markę Klubu, a także definicję przedsiębiorczości i pasji. Należy wymienić następujące: Małgorzata Abramczuk, Agnieszka Augustyn, Renata Babińska-Krzysiek, Anna Bartela, Edyta Bugajska, Halina Bożena Dobrowolska, Anna Duda, Elżbieta Dudek, Justyna Dziubela, Wioletta Dziwok, Ewa Filipecka, Agnieszka Głuch, Iwona Karyś, Małgorzata Kołosowska, Anna Korczyńska-Wieloch, Monika Kowalska, Olga Kubacka, Monika Lichota, Jolanta Madioury, Aleksandra Mróz, Dorota Nawrotek, Anna Pająk, Ilona Pawłowska-Kała, Agnieszka Pocheć-Końkiewicz, Katarzyna Sobańska, Beata Soś-Sidor, Małgorzata Suchodolska, Agnieszka Szufel-Figurska, Justyna Terlecka, Beata Tokarska-Wójcik, Dorota Tworek, Katarzyna Wasiak, Dagmara Wenus, Anna Wesołek, Magdalena Wilczyńska-Trzmiel, Grażyna Witczak, Katarzyna Wołek, Eliza Wojtasiewicz, Iwona Wójcik⁴⁷.

Warunków, które musiały spełniać kandydatki, było kilka. Obligatoryjnym wymogiem było prowadzenie własnego biznesu (działalności): własna firma, gabinet, kancelaria, pracownia itp.,

⁴⁶ „Biznes Klub Malowany Szminką”, <https://www.facebook.com/bkmszminka> [dostęp: 20.06.2022].

⁴⁷ Ibidem; wywiad przeprowadzony z Małgorzatą Kołosowską.

apolityczność kandydatek, osobowość (życzliwość, obowiązkowość, kierowanie się zasadami etycznymi w życiu zawodowym, osobistym i społecznym, brak skłonności malkontenckich oraz udzielanie się w akcjach charytatywnych), punktualność, wzajemna lojalność i pozytywne nastawienie do siebie, wzajemne poszanowanie, dyskrecja (jeżeli sytuacja tego wymagała), kreowanie wizerunku Klubu jako lojalnego, rzetelnego i uczciwego, wzajemna pomoc członkiń na polu zawodowym i osobistym, przestrzeganie wszelkiej etyki w biznesie.

Ponadto w regulaminie zostały oficjalnie zapisane ustalone terminy spotkań klubowiczek. Wyznaczono, że będą się odbywały podczas tzw. wtorkowych śniadań, w godzinach 10.00–12.00. Małgorzata Kołosowska, prezeska Klubu, na każdym spotkaniu sprawdzała listę obecności (trzeba było mieć powyżej 50% obecności w roku, aby nie stracić członkostwa w klubie). Jak już wspomniano, pierwsze odbyło się we wrześniu 2014 r. w restauracji mieszczącej się w budynku Filharmonii Świętokrzyskiej w Kielcach. Później spotkania Biznes Klubu Malowanego Szminką odbywały się dwa razy w miesiącu, zarówno w Kielcach (np. w restauracji Żółty Słoń, Hotelu Binkowski, Hotelu Tęczowy Młyn, Plac Cafe, La Cucina Italiana, cukierni Świat Słodocy, Klasztorze Karczówka, Chicago Organ Music Club, w salonie BMW ZK Motors Kielce) i w innych miejscowościach w województwie świętokrzyskim, m.in.: w Juraparku w Bałtowie, Hotelu Magnolia w Zgórsku, hotelu Słoneczny Zdrój w Busku-Zdroju, w Centrum Rekreacyjno-Sportowym Exodus w Bilczy, hotelu Bristol Art & Medical Spa w Busku-Zdroju⁴⁸.

Każda z członkiń była zobowiązana do uczestnictwa w tych spotkaniach. O niemożliwości przybycia należało informować do poniedziałku, poprzedzającego spotkanie, do godziny 12.00. Śniadania organizowały nie tylko założycielki, ale także członkinie Klubu. Należące do Biznes Klubu Malowanego Szminką przygotowywały w rytmie cyklicznym tematy wtorkowych spotkań, np. własna firma, biznes, pasja, nagła inspiracja filmem, książką, wystawą czy ciekawą osobowością. Wyjątkową osobowość można było zaprosić na wtorkowe spotkanie w charakterze gościa (tylko od godziny 11.00 do 12.00, wcześniej omawiane były wewnętrzne sprawy Klubu i spotkanie było zamknięte dla osób z zewnątrz). Informacje o te-

⁴⁸ „Biznes Klub Malowany Szminką”, <https://www.facebook.com/bkmszminka> [dostęp: 20.06.2022].

macie spotkania i ewentualnej zaproszonej osobie należało zgłosić zarządowi na tydzień przed spotkaniem. Wśród gości zapraszanych na wtorkowe śniadania byli ludzie sukcesu, artyści (np. Hanna Bakuła), aktorzy, przedsiębiorcze kobiety (np. Agnieszka Servaas), osoby związane z edukacją, szkolnictwem czy nauką (np. Jacek Semaniak – ówczesny rektor Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach), dyrektorzy i kierownicy różnych instytucji związanych z kulturą (np. w 2017 r. – ówczesna dyrektor Kieleckiego Teatru Tańca Elżbieta Szlufik-Pańtak), dziennikarze (np. Joanna Racewicz)⁴⁹.

Dodajmy, że oprócz typowo organizacyjnej i biznesowej strony śniadania pełniły także funkcję zacieśniania więzi wewnątrz Klubu. Podczas wtorkowych spotkań poza omówieniem bieżących spraw i oczywiście wspólnym posiłkiem celebrowano różne okazje i okoliczności, m.in: urodziny klubowiczek, sukcesy, narodziny dzieci lub wnucząt, członkinie wymieniały się doświadczeniami i spostrzeżeniami. Spotkania były także okazją do miłego spędzenia czasu i zwykłej koleżeńskiej lub przyjacielskiej rozmowy. Panowała podczas nich zasada nierozmawiania o polityce oraz niemówienia źle o kimś ani o sobie nawzajem.

Oprócz cyklicznie odbywających się śniadań należy wspomnieć o tradycji umawiania się na śniadanie noworoczne (omawiano wówczas plan działania na nadchodzący rok), śniadanie wielkanocne oraz na kolację wigilijną. Miłym akcentem podczas klubowych wigilii było obdarowywanie się prezentami. Członkinie ustalały, do jakiej kwoty kupują sobie prezenty (zazwyczaj były to vouchery, biżuteria, kosmetyki). Następnie każda przynosiła podarunki na spotkanie wigilijne. Upominek otrzymywał numererek, a później następowało ich losowanie. W ten sposób prezenty nie były spersonalizowane i nikt nie wiedział, co otrzyma. Podczas takich spotkań składano sobie również życzenia, śpiewano kolędy i spożywano wigilijne potrawy.

Spotkania czasami przybierały też formę szkoleniową, gdyż wśród zapraszanych gości znajdowali się specjaliści z dziedziny rachunkowości, ekonomii, mediów społecznościowych, *public relations*, sztuki mowy ciała, coachingu czy retoryki. Klubowiczki, zapraszając takie osoby, poszerzały swoją wiedzę w zakresie zarządzania i prowadzenia biznesu⁵⁰.

⁴⁹ Ibidem.

⁵⁰ W okresie pandemii COVID-19 spotkania klubowe odbywały się w ograniczonej formie i składzie, z zachowaniem reżimu sanitarnego.

„Siła jest kobietą”.
Działalność pomocowa i promocyjna
Biznes Klubu Malowanego Szminką
na rzecz lokalnej społeczności

Nazywamy się Biznes Klubem, ale biznes nie jest naszym jedynym mottem przewodnim. Prowadzenie działalności gospodarczej staramy się traktować tylko – albo aż – jako część większej całości, jaką jest nasze bycie. W myśl koncepcji work-life balance staramy się zarządzać czasem w taki sposób, aby zachować równowagę między sferą prywatną a pracą, jak również mieć czas na realizację swoich pasji, choć w naszym przypadku pasją często bywa praca⁵¹.

Tak pisały o sobie założycielki i członkinie Biznes Klubu Malowanego Szminką w mediach społecznościowych. Od początku funkcjonowania Klub wpisywał się w te działania i realizował cele zawarte w regulaminie.

Osiem lat działalności Klubu wypełnionych było szeregiem spotkań biznesowych, edukacyjnych, promujących przedsiębiorczość, modę, sztukę i kulturę. A równie ważnym aspektem była działalność charytatywna (szczególnie ukierunkowana na udzielanie pomocy dzieciom), rozumiana jako organizowanie eventów, współpraca z fundacjami, akcje mikołajkowe i świąteczne, a także włączanie się w różnorodne przedsięwzięcia mające na celu niesienie pomocy potrzebującym.

Do akcji, w które włączyły się na przestrzeni lat członkinie Biznes Klubu Malowanego Szminką, należały m.in.:

- coroczne finały Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Klubowiczki nie tylko aktywnie licytowały podczas kieleckiego finału WOŚP, ale także przekazywały na licytacje fanty. W 2021 r. wystawiły na licytację nawet spotkanie z nimi – zwycięzcą został Rafał Zimoch, a wydarzenie zostało odnotowane na klubowym Facebooku⁵²;
- akcje charytatywne, np. licytacje w Galerii „Echo” dla Hani Terleckiej, licytacja „Gramy dla Adasia” czy Wielka Akcja Charytatywna „Dla Gabrysi”;

⁵¹ Marlena Wojnowska, Jarosław Panek, Kaja Wójcik (red.), *Katalog*, 2.

⁵² „Biznes Klub Malowany Szminką”, <https://www.facebook.com/bkmszminka/posts/1955857777901740> [dostęp: 20.06.2022].

- współpraca z fundacjami: np. Fundacja „Fabryki Marzeń”, Fundacja „Spełnionych Marzeń” (w 2018 r. Klub zorganizował *event* z okazji Dnia Przyjaciela „Dla Przyjaciół”), a wydarzenie było skierowane na działania pomocowe dla dwóch fundacji – Fundacja „Kochaj Mnie Po Prostu” i Fundacja „Słoneczna Przyszłość”;
- współpraca ze stowarzyszeniami: np. ze Stowarzyszeniem „Bezpieczny Dom” (w 2017 r. Biznes Klub wspólnie ze Stowarzyszeniem realizował projekt „Obudź w sobie kobiecość”. Praca przy projekcie to część edukacyjna, polegająca na spotkaniach z członkiniami Klubu, skierowana do mieszkanek domu samotnej matki i dziecka i udział w wydarzeniach towarzyszących, m.in. pikniku czy sesji zdjęciowej);
- udział w cyklicznych akcjach charytatywnych „Malowana Niedziela” organizowanych przez lokalny dziennik „Echo Dnia”⁵³,
- organizowanie akcji mikołajkowych, czyli obdarowywanie prezentami potrzebujących dzieci i potrzebujących osób starszych (Mikołajki Biznes Klub Malowany Szminką organizował tę akcję każdego roku, podczas pandemii koronawirusa wszystko odbywało się w reżimie sanitarnym)⁵⁴;
- organizowanie akcji charytatywnych (akcje organizowane były co roku, nawet kilka razy w roku, a zwłaszcza w okresie świątecznym. Klubowiczki pozyskiwały sponsorów oraz same przygotowywały paczki z darami i przekazywały potrzebującym rodzinom i dzieciom).

Kolejnym aspektem działalności Klubu była promocja regionu. Zarząd i członkinie od początku stawiały sobie za cel promowanie różnorodnych inicjatyw, miejsc, osób i działań, ale także miasta Kielce i województwa świętokrzyskiego.

Mamy również ambicję działać na rzecz naszego najbliższego otoczenia oraz lokalnej społeczności. ... Bardzo ważne jest dla nas

⁵³ Agata Chrobot, „Malowana niedziela – część 3. Tak pomaga Biznes Klub Malowany Szminką (ZDJĘCIA, WIDEO)”, <https://echodnia.eu/swietokrzyskie/malowana-niedziela-czesc-3-tak-pomaga-biznes-klub-malowany-szminka-zdjecia-wideo/ar/11567767> [dostęp: 20.06.2022].

⁵⁴ Anna Krawiecka, „Znane kielczanki z Biznes Klubu Malowanego Szminką w roli mikołajek w gminie Masłów”, <https://kielce.naszemiasto.pl/znane-kielczanki-z-biznes-klubu-malowanego-szminka-w-rol-i/ar/c1-8040853> [dostęp: 20.06.2022].

także miasto i region. Postrzegamy je przez pryzmat ludzi, miejsc oraz obecnych tu inicjatyw, które w całości składają się na tworzony z pasją ... ogólny potencjał ziemi świętokrzyskiej. Chcemy, aby ludzie, szczególnie młodzi, widzieli w Kielcach swoją szansę na rozwój i samorealizację. Zależy nam, by postrzegali to miejsce jako atrakcyjną i inspirującą przestrzeń do życia i prowadzenia biznesu⁵⁵.

Kobiety z Biznes Klubu Malowanego Szminką na kilka sposobów promowały ziemię świętokrzyską:

- poprzez swoją działalność biznesową (uczestniczyły w różnych wydarzeniach w Polsce, spotykając się z innymi przedsiębiorcami, kreując nie tylko swoją markę, ale także regionu, w którym żyją i pracują);
- poprzez prowadzenie oficjalnego fanpage'u Klubu na Facebooku (wśród postów pojawiały się nie tylko te dotyczące bezpośredniej działalności Klubu i podejmowanych przez niego inicjatyw, ale także relacje z wtorkowych i okolicznościowych śniadań – z zaznaczeniem, w którym lokalu czy miejscu się odbywały, informacje o ciekawych miejscach i wydarzeniach z regionu, o inicjatywach podejmowanych przez właścicielki biznesów – członkiń Klubu lub kobiet z nim zaprzyjaźnionych);
- Klub nie prowadził działalności wydawniczej, ale z okazji pierwszej rocznicy działalności ukazał się w 2016 r. wyjątkowy *Katalog „ONE”*. Jest to licząca 72 strony publikacja opisująca działalność zawodową członkiń Klubu oraz biznesowy, turystyczny i artystyczny potencjał Kielc i województwa świętokrzyskiego. Zawiera rozmowy z ludźmi związanymi z regionem, a zarazem znanymi w kraju i za granicą: przedsiębiorcami, sportowcami, artystami, twórcami, naukowcami. Na potrzeby powstania katalogu wywiadów udzielili m.in.: Stanisław Adamczak, Marek Cecuła, Ignacy Czwartos, Krzesimir Dębski, Joanna Jabłczyńska, Michał Jurecki, Andrzej Mochoń, Włodzimierz Pawlik, Andrzej Piaseczny, Mariusz Przybylski, Jacek Rogala, Jacek Semaniak, Adam Smuga, Michał Sołowow, Sławomir Szał oraz członkowie Kabaretu

⁵⁵ Marlena Wojnowska, Jarosław Panek, Kaja Wójcik (red.), *Katalog*, 2.

Skeczów Męczańskich. W publikacji znajdziemy także prezentacje sylwetek 20 członkiń Biznes Klubu Malowanego Szminką (informacje o prowadzonych przez nie biznesach, pasjach i ulubionych miejscach). Wydanie katalogu zostało sfinansowane ze środków własnych Klubu oraz z pieniędzy sponsorów. *Katalog „ONE”* kolportowany był w wielu miejscach w regionie, podczas różnych ważnych wydarzeń, a dzięki członkiniom Klubu z jego treścią mogli się także zapoznać ludzie z innych części kraju, a nawet świata.

Podsumowanie

Są przedsiębiorcze (zarówno w ujęciu ekonomicznym, jak i socjologiczno-psychologicznym), w mistrzowski sposób łączą życie prywatne i zawodowe, są odważne, pełne pasji, chęci do działania i pomagania. Mowa o członkiniach Biznes Klubu Malowanego Szminką. Takie też są dwie kobiety, bez których Klub nigdy by nie powstał. To w głowach Małgorzaty Kołosowskiej i Beaty Tokarskiej-Wójcik zrodziła się idea utworzenia tej organizacji. Mimo że w 2021 r. Klub zawiesił swoją działalność, charakteryzując kobiety, które do niego należały, nadal trzeba używać słowa „są”.

Prowadzenie Biznes Klubu Malowanego Szminką było ogromnym wyzwaniem logistycznym, organizacyjnym, wizerunkowym, charytatywnym. Jak mówi Małgorzata Kołosowska, prezeska Klubu, przyniósł on mnóstwo satysfakcji i pozytywnych efektów, ale także mnóstwo gorzkich i trudnych momentów⁵⁶.

Klubowiczki od początku działały na rzecz profesjonalizacji lokalnych przedsiębiorczyń oraz harmonizacji potrzeb świata biznesu i klientów. Ucząc się od siebie nawzajem, nabywały wiedzę niezbędną do wyeksponowania potencjału kapitału ludzkiego, jako że zdawały sobie sprawę z tego, jak jest istotny. Poprzez organizowane wtorkowe i okolicznościowe spotkania (śniadania) chciały realizować potrzeby nawiązywania nowych kontaktów, tworzenia pozytywnego i efektywnego środowiska biznesowego, pozyskiwania kapitału ludzkiego oraz wspierania sztuki i kultury, a także szerzenia idei przedsiębiorczości. Tworzyły definicję przedsiębiorczości

⁵⁶ Wywiad przeprowadzony z Małgorzatą Kołosowską.

oznaczającej w mistrzowski sposób łączenie prowadzenia biznesu, życia rodzinnego (spełnianie się w rolach matek, żon, babć), a jednocześnie znajdowanie miejsca na swoje pasje (często wiązały się one z prowadzeniem działalności) i wspieranie innych. Przez osiem lat funkcjonowania Klubu zorganizowały szereg akcji charytatywnych i pomagały na wiele różnych sposobów. Promowały swoje marki, a także były częścią promocji szeroko pojętej marki Kielc i ziemi świętokrzyskiej.

Skoro w Polsce funkcjonowały i funkcjonują organizacje, kluby, stowarzyszenia, to dlaczego świętokrzyski Biznes Klub Malowany Szminką jest swoistego rodzaju fenomenem? Po pierwsze, jest to jedyna tego typu organizacji, która działała w Kielcach i województwie świętokrzyskim, ukierunkowana i dedykowana przedsiębiorczym kobietom. Ponadto żadna inna organizacja nie funkcjonowała na takich zasadach jak Klub. Biznes Klub był fundacją *non profit*. Mimo że niektóre cechy miał wspólne z istniejącymi organizacjami, klubami i stowarzyszeniami wspierającymi przedsiębiorczość, żadne z nich nie działało (nie działa) na takich zasadach, jak świętokrzyski Biznes Klub Malowany Szminką. Doskonałym przykładem zbieżności, a jednocześnie odmienności jest organizacja wtorkowych i okolicznościowych śniadań. Jest to cecha wspólna z Polskim Stowarzyszeniem Kobiet Biznesu. Jednakże w przypadku tamtego Stowarzyszenia tzw. Śniadania Mistrzyń są otwartymi spotkaniami z inspirującymi, przedsiębiorczymi kobietami. Każdy może w nich uczestniczyć, ale trzeba kupić bilet wstępu. Ostatnie takie wydarzenie miało miejsce 27 maja 2022 r., a zaproszonym gościem była Ewa Kowalska, prowadząca bloga www.iBedeker.pl⁵⁷.

Ponadto na fenomen świętokrzyskiego Klubu złożyło się właśnie jego skupienie na regionie, ale też przede wszystkim na działalności tutejszych przedsiębiorczych kobiet i chęci wspierania ich działalności gospodarczej. Biznes Klub Malowany Szminką miał zrzeszać wyjątkowe kobiety z Kielc i województwa świętokrzyskiego wokół idei i ciekawych przedsięwzięć istotnych w prowadzeniu biznesu, a oprócz tego próbować godzić role żon i matek⁵⁸.

⁵⁷ „Śniadanie Mistrzyń #19 – Ewa Kowalska – zakochana w Trójmieście”, [https://www.facebook.com/events/703088400999295/?acontext=%7B%22event_action_history%22%3A\[%7B%22surface%22%3A%22page%22%7D\]%7D](https://www.facebook.com/events/703088400999295/?acontext=%7B%22event_action_history%22%3A[%7B%22surface%22%3A%22page%22%7D]%7D) [dostęp: 22.06.2022].

⁵⁸ Małgorzata Kołosowska, „Żadnej pracy się nie boją. W Kielcach zaczął działać Biznes Klub Malowany Szminką”, rozm. przepr. Marzena Smoręda, *Echo Dnia*, nr 52, 2015, 5.

Powstanie i działalność Biznes Klubu Malowanego Szminką odbiły się szerokim echem nie tylko w środowisku lokalnym, ale także krajowym. Działania klubowiczek były komentowane na łamach prasy lokalnej, np. dziennika „Echo Dnia”, oraz przez znane i wpływowe osoby z regionu i kraju.

Urszula Cioleszyńska, założycielka i prezes Zarządu Fundacji „Ambasada Przedsiębiorczości Kobiet”, mówiła: „To wspaniała inicjatywa oparta na dobrych fundamentach: wymiany doświadczeń i wiedzy, promowania etycznej i społecznie odpowiedzialnej postawy biznesowej oraz współpracy prowadzonej ponad wszelkimi podziałami. Działalność każdej z tych kobiet to tzw. «dobry przykład» i źródło inspiracji dla pań, które dopiero planują założyć własną działalność”⁵⁹.

O działalności Klubu pozytywnie wypowiedali się również członkowie organizacji Rotary Club Kielce: „Z przyjemnością odnotowujemy akcje charytatywne organizowane przez Biznes Klub Malowany Szminką. Wierzymy, że tworzenie takich inicjatyw przysłuży się budowaniu lokalnej wspólnoty opartej na idei pomagania”⁶⁰.

Działania Biznes Klubu doceniane były także przez władze miasta Kielce i lokalną społeczność. Wszystko to, co klubowiczki stworzyły, oraz efekty ich działań wśród wielu kobiet, praca na rzecz lokalnej społeczności i promocja Kielc oraz regionu, wywoływały podziw, a także pragnienie otrzymania zaproszenia do Klubu. A obecnie rodzą się pytania o reaktywację Biznes Klubu Malowanego Szminką. Była prezeska Małgorzata Kołosowska podkreśla, że na obecną chwilę (czerwiec 2022 r.) nie ma takich planów.

Bibliografia

Opracowania

Balcerzak-Paradowska, Bożena [i in.]. *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce*, (Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 2011).

Borowska, Agata. „Zarządzanie różnorodnością”, *Zeszyty Naukowe Politechniki Białostockiej. Ekonomia i Zarządzanie*, z. 12, 2008, 331–340.

⁵⁹ Marlena Wojnowska, Jarosław Panek, Kaja Wójcik (red.), *Katalog*, 6.

⁶⁰ Ibidem, 7.

- Gano, Ewa. Łuczka, Teresa. „Badanie postaw przedsiębiorczych młodych kobiet”, *Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Organizacja i Zarządzanie*, nr 75, 2017, 99–113.
- Grzela, Joanna (red.). *Przedsiębiorczość*, (Kielce: Uniwersytet Jana Kochanowskiego, 2012).
- Kołosowska, Małgorzata. „Nie jesteśmy feministkami i doceniamy rolę mężczyzn, ale o biznesie wolimy mówić w swoim gronie”, rozm. przepr. Marzena Smoręda, *Echo Dnia*, nr 54, 2015, 2.
- Kołosowska, Małgorzata. „Żadnej pracy się nie boją. W Kielcach zaczął działać Biznes Klub Malowany Szminką”, rozm. przepr. Marzena Smoręda, *Echo Dnia*, nr 52, 2015, 5.
- Kupczyk, Teresa. *Kobiety w zarządzaniu i czynniki ich sukcesów*, (Wrocław: Wyższa Szkoła Handlowa, 2009).
- Lisowska, Ewa. *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce na tle krajów Europy Środkowej i Wschodniej*, (Warszawa: Szkoła Główna Handlowa, 2001).
- Piątek, Weronika. „Przedsiębiorczość kobiet w Polsce – stan obecny i perspektywy rozwoju”, *Akademia Zarządzania*, nr 2, 2018, 41–53.
- Przybyszewska, Adriana. *Przedsiębiorczość kobiet a działalność podmiotów mikrofinansowych w zróżnicowanych uwarunkowaniach kulturowych*, (Warszawa: CeDeWu, 2019).
- Ratajczyk, Katarzyna. *Niezniszczalne. Prawdziwe opowieści przedsiębiorczych kobiet, czyli czego uczy nas porażka*, (Warszawa: Poradnia K, 2015).
- Rollnik-Sadowska, Ewa. *Przedsiębiorczość kobiet w Polsce*, (Warszawa: Difin, 2010).
- Schumpeter, Joseph Alois. *Teoria rozwoju gospodarczego*, tłum. Joanna Grzywicka (Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1960).
- Urbańska, Magda. „Szanse kobiet na rynku pracy”, *Saeculum Christianum*, nr 2, 2009, 227–238.
- Wojnowska, Marlena. Panek, Jarosław. Wójcik, Kaja (red.). *Katalog „One”*, (Kielce: b.m., 2016).
- Zięba, Krzysztof. *Przedsiębiorczość*, (Warszawa: CeDeWu, 2016).

Netografia

- Andrejczuk, Magdalena. *Zarządzanie różnorodnością w miejscu pracy*, <https://odpowiedzialnybiznes.pl/artykuly/zarzadzanie-roznorodnoscia-w-miejscu-pracy/> [dostęp: 20.06.2022].

- „Biznes Klub Malowany Szminką”, <https://www.facebook.com/bkmszminka> [dostęp: 20.06.2022].
- „Biznes Klub Malowany Szminką”, www.facebook.com/biznesklub-malowanyszinka [dostęp: 15.06.2022].
- „Biznes Klub Malowany Szminką”, <https://www.facebook.com/bkmszminka/posts/1955857777901740> [dostęp: 20.06.2022].
- Chrobot, Agata. „Malowana niedziela – część 3. Tak pomaga Biznes Klub Malowany Szminką (ZDJĘCIA, WIDEO)”, <https://echodnia.eu/swietokrzyskie/malowana-niedziela-czesc-3-tak-pomaga-biznes-klub-malowany-szminka-zdjecia-wideo/ar/11567767> [dostęp: 20.06.2022].
- „Firmy zarządzane przez kobiety są stabilniejsze. Analiza nastrojów gospodarczych pod kątem płci przedsiębiorcy”, <https://alebanc.pl/firmy=-zarzadzane-przez-kobiety-sa-stabilniejsze/?id=55093&catid=358> [dostęp: 22.06.2022].
- „Fundacja”, <https://sukcespisanyszinka.pl/> [dostęp: 20.06.2022].
- „Karta Różnorodności”, <https://odpowiedzialnybiznes.pl/karta-roznorodnosci/> [dostęp: 15.06.2022].
- „Kobiety w biznesie. Raport 2022”, <https://medium.com/blog-transparent-data/kobiety-w-biznesie-raport-2022-d5a797ea7660> [dostęp: 20.06.2022].
- Krawiecka, Anna. „Znane kielczanki z Biznes Klubu Malowanego Szminką w roli mikołajek w gminie Masłów”, <https://kielce.naszemiasto.pl/znane-kielczanki-z-biznes-klubu-malowanego-szminka-w-rolu/ar/c1-8040853> [dostęp: 20.06.2022].
- „Niemał 70 procent Polek chce założyć własną firmę”, <https://www.forbes.pl/forbeswomen/raport-o-przedsiębiorczosci-polek-2021/xgjssb7> [dostęp: 20.06.2022].
- „Przedsiębiorczość”, w: *Encyklopedia Zarządzania*, <https://mfiles.pl/pl/index.php/Przedsiębiorczość> [dostęp: 20.06.2022].
- „Raport «Bizneswoman Roku. Poczucie własnej wartości polskich przedsiębiorczyń a wycena ich usług»”, <https://sukcespisanyszinka.pl/raporty/#> [dostęp: 20.06.2022].
- „Raport «Bizneswoman Roku. Polki chcą być przedsiębiorcze»”, <https://sukcespisanyszinka.pl/raporty/#> [dostęp: 20.06.2022].
- „Raport z badania Global Entrepreneurship Monitor – Polska”, https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/parp_2_raport_gem_internetpl_2017.pdf [dostęp: 17.06.2022].

- „Śniadanie Mistrzyń #19 – Ewa Kowalska – zakochana w Trójmieście”, [https://www.facebook.com/events/703088400999295/?a-context=%7B%22event_action_history%22%3A\[%7B%22surface%22%3A%22page%22%7D\]%7D](https://www.facebook.com/events/703088400999295/?a-context=%7B%22event_action_history%22%3A[%7B%22surface%22%3A%22page%22%7D]%7D) [dostęp: 22.06.2022].
- „W Kielcach powstał Biznes Klub Malowany Szminka”, <https://echodnia.eu/w-kielcach-powstal-biznes-klub-malowany-szmin-ka/ar/c3-10152074> [dostęp: 20.06.2022].
- „Work-life balance”, w: *Encyklopedia Zarządzania*, https://mfiles.pl/pl/index.php/Work-life_balance [dostęp: 20.06.2022].

<https://fundacja-kobiet.com.pl/> [dostęp: 22.06.2022].

<http://luminaris.nazwa.pl/piotr/pskb/stowarzyszenie/o-nas/> [dostęp: 22.06.2022].

<https://lewiatan.org/> [dostęp: 22.06.2022].

<https://odpowiedzialnybiznes.pl/karta-roznorodnosci/> [dostęp: 15.06.2022].

<https://pracodawcyrp.pl/> [dostęp: 22.06.2022].

<https://siecprzedsiębiorczychkobiet.pl/> [dostęp: 22.06.2022].

<https://sukcespisanyszminka.pl/> [dostęp: 22.06.2022].

<https://www.ambas.org/fundacja/> [dostęp: 22.06.2022].

<https://www.bcc.org.pl/> [dostęp: 22.06.2022].

<https://www.facebook.com/FundacjaCentrumPromocjiKobiet/> [dostęp: 22.06.2022].

<http://www.mfk.org.pl/> [dostęp: 22.06.2022].

<https://www.parp.gov.pl/> [dostęp: 22.06.2022].

<https://zrp.pl/> [dostęp: 22.06.2022].

Źródła wywołane

Wywiad przeprowadzony z Małgorzatą Kołosowską 31 maja 2022 r. w Kielcach, rozm. przepr. Agata Chrobot.