

POLKI W PRACY
RAPORT DOTYCZĄCY AKTYWNOŚCI ZAWODOWEJ KOBIET

nesperta

WŁAŚCICIEL MARKI SEMILAC®

Wprowadzenie 2

Kobieta w miejscu pracy 4

1. Jak kobiety postrzegają się na rynku pracy? 5
1. Lepsze wykształcenie, niższa pozycja w pracy 5
1.2. Więcej kobiet powinno być na kierowniczych stanowiskach 8
1.3. Kobiety są częściej dyskryminowane na rynku pracy 9
2. Z kim wolą współpracować kobiety i co myślą o innych kobietach w miejscu pracy? 11
2.1 Umiejętność współpracy ważniejsza od płci, jednak stereotypy są nadal silne 11
2.2. Kobiety są bardziej zaangażowane w pracy 13
2.3. Kobiety są wspierane w pracy zarówno przez inne kobiety jak i mężczyzn 15
2.4. Kobiety w stosunku do innych kobiet są nastawione na rywalizację 19

Przedsiębiorczość kobiet 20

1. Czy kobiety chętnie zakładają własny biznes? 21
1. Większość kobiet pozytywnie odnosi się do pomysłu własnego biznesu 21
1.2. Niezależność i wyższe dochody to główne przyczyny zakładania własnego biznesu 22
1.3. Brak pomysłu i obawa przed niepowodzeniem to główne bariery 23
2. Czy kobiety czują się przygotowane do prowadzenia własnego biznesu? 25
2.1. Kobiety pozytywnie oceniają swoje umiejętności 25
2.2. Kobiety chętnie podejmują działania związane z podnoszeniem swoich kwalifikacji 26

28

Główne wnioski

Wydanie II poszerzone raportu „Kobiety współpracujące" opublikowanego w 2017 roku z inicjatywy firmy Nesperta, właściciela marki Semilac.
Wydanie II zyskało nową szatę graficzną oraz zostało wzbogacone o dodatkowe wyniki badań z lat 2017 i 2018 dot. sytuacji zawodowej kobiet.



Firma Nesperta powstała jako efekt naszych pasji, aspiracji i niespożytej energii. Marzyłem, aby stworzyć firmę, która będzie blisko kobiet – zapewni im pewność siebie oraz siłę w podejmowaniu codziennych wyzwań, także tych zawodowych.

Marka Semilac, którą tworzymy podbiła serca kobiet i pozwoliła nam nie tylko osiągnąć pozycję lidera branży, ale co nie mniej ważne – stworzyć wokół i wewnątrz naszej firmy prawdziwą społeczność.

W czasie powstawania raportu w naszej firmie 63% z wszystkich 190 pracowników stanowiły kobiety. W strukturze naszej kadry kierowniczej – odsetek kobiet na stanowiskach menedżerskich wynosi 50%, a wśród dyrektorów 60% (dwóch na trzech dyrektorów to kobiety). Dzięki stworzeniu przyjaznego i uczciwego środowiska pracy, umożliwiającego realizację ambicji zawodowych, w ciągu zaledwie dwóch lat ponad dwukrotnie zwiększyliśmy liczbę zatrudnionych.

Mamy nadzieję, że niniejszy raport zainauguruje szeroką dyskusję na temat aktywizacji zawodowej kobiet w naszym kraju. Celem, który przyświecał nam podczas jego tworzenia było nie tylko opracowanie portretu pracującej Polki, ale także przyjrzenie się zjawisku kobiecej solidarności oraz poznanie potrzeb i obaw towarzyszących kobietom na rynku pracy. Tylko dogłębne zrozumienie tego tematu może pomóc w stworzeniu rozwiązań efektywnie wspierających kobiecą przedsiębiorczość, która odmieni oblicze polskich firm.

Jestem przekonany, że w kobietach oraz ich współdziałaniu tkwi olbrzymia siła.

Tomasz Gołębiewski
Prezes Zarządu Nesperta sp. z o.o.



WPROWADZENIE

CZEGO DOWIESZ SIĘ Z TEGO RAPORTU?

- Z kim wolą pracować kobiety?
- Jak oceniają swoje umiejętności i szanse na sukces w biznesie?
- Co myślą o swoich współpracownikach?
- Czy oceniają tak samo zachowania kobiet i mężczyzn w miejscu pracy?
- Czy myślą stereotypami o roli płci w biznesie?
- Czego się obawiają a co je motywuje do rozpoczęcia przygody z własną firmą?
- Co robią, aby się rozwijać zawodowo i wzmacniać swoją wiedzę?

DO CZEGO MOŻE CI SIĘ PRZYDAĆ TA WIEDZA?

- Do lepszego zrozumienia postaw i przekonań kobiet, z którymi pracujesz lub będziesz pracować w przyszłości
- Do przyjrzenia się własnym przekonaniom związanym z płcią i postawami w miejscu pracy
- Do przemyślenia, na ile wynikają one z doświadczenia i wiedzy a na ile z być może nie do końca uświadomionych stereotypów
- Jeżeli jesteś kobietą – do zastanowienia się, jak pozycjonujesz się w pracy i czy na pewno doceniasz samą siebie
- Do podjęcia decyzji, jaką rolę chcesz pełnić w swojej pracy: szefowej, ekspertki, właścicielki, specjalistki w swojej dziedzinie, a może jeszcze innej?

JAK POWSTAŁ RAPORT?

Raport powstał w oparciu o badanie przeprowadzone na zlecenie firmy Nesperta, właściciela marki Semilac w sierpniu 2017 roku. Badanie przeprowadzone zostało wśród kobiet w wieku 22-45 lat, posiadających doświadczenie zawodowe – prowadzących własną działalność gospodarczą, przebywających na urlopach wychowawczych lub macierzyńskich, jak i zatrudnionych na podstawie różnorodnych umów.

W celu zapewnienia reprezentatywności badanej grupy, respondentki pochodziły z różnych środowisk (mieszkanki dużych i średnich miast, a także terenów wiejskich) oraz wykazywały się zróżnicowanym wykształceniem i stażem aktywności zawodowej. Łącznie przeprowadzonych zostało 800 wywiadów (metodą CAWI) na próbie losowo-kwotowej, zapewniającej odzwierciedlenie badanej populacji.

WIEK

47,1% kobiety w wieku 22-35 lat

52,9% kobiety w wieku 36-46 lat

MIEJSCE ZAMIESZKANIA

28,6% Wieś

8,4% Miasto poniżej 20 tys. mieszkańców

20,3% Miasto 20-100 tys. mieszkańców

9,5% Miasto 100-200 tys. mieszkańców

14,6% Miasto 200-500 tys. mieszkańców

18,6% Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców

WYKSZTAŁCENIE

45,9% Wyższe magisterskie

17% Wyższe licencjackie/ inżynierskie

29,6% Średnie

5,3% Zasadnicze zawodowe, średnie

1,5% Wyższe doktorskie

0,8% Podstawowe lub gimnazjalne

AKTYWNOŚĆ ZAWODOWA

10,4% Powyżej 20 lat

45,1% 10 -20 lat

14,6% 6-9 lat

12,4% 4-6 lat

14% 1-3 lata

3,5% poniżej roku

STATUS NA RYNKU PRACY

80,6% Praca na umowę o pracę

13,8% Praca na umowę zlecenie/o dzieło

7,1% Własna działalność gospodarcza

4,1% Studentka/uczennica

1,5% Urlop macierzyński/ wychowawczy /opieka nad domem

STANOWISKO

52,1% Pracownik umysłowy / specjalistka

14,4% Handlowiec/rzemieślnik (np.: budowlaniec, elektryk, malarz)

12% Pracownik służb publicznych (np.: służba zdrowia, edukacja)

9,3% Wolny zawód (np.: lekarka, prawniczka, architektka)

7,5% Dyrektorka/kierowniczka/ zarządzająca zespołem

3,1% Właścicielka firmy/sklepu, gosp. rolnego zatrudniającej do 10 osób

0,9% Właścicielka firmy/sklepu, gosp. rolnego zatrudniającej ponad 10 osób



01

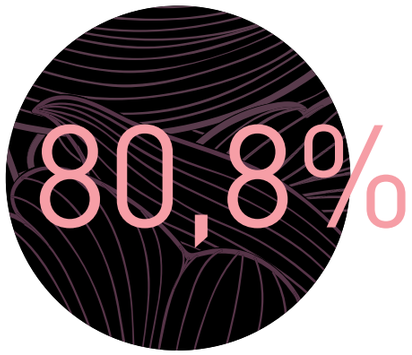
KOBIETA W MIEJSCU PRACY

1. JAK KOBIETY POSTRZEGAJĄ SIĘ NA RYNKU PRACY?

1.1. LEPSZE WYKSZTAŁCENIE, NIŻSZA POZYCJA W PRACY

Z badania Nesperta wynika, że kobiety nie zgadzają się ze zdaniem by ich sytuacja na polskim rynku pracy była bardzo dobra. Mimo, że wysoko oceniają przygotowanie kobiet do pracy, uważają, że kobiety mają słabszą pozycję zawodową niż mężczyźni.

Zgodnie z danymi Głównego Urzędu Statystycznego[1] w Polsce to kobiety zasilają szeregi studentów w większym stopniu niż mężczyźni, stanowiąc 58% ogółu studentów. Niemniej, przyglądając się ścieżkom zawodowym, na coraz wyższym stanowiskach jest coraz mniej kobiet. Badanie przeprowadzone przez McKinsy&Company[2] pokazuje, że kobiety mimo, że stanowią większość absolwentów uczelni wyższych (65%), rzadziej niż mężczyźni osiągają wysokie pozycje zawodowe, 41% z nich zajmuje kierownicze stanowiska, 13% kobiet pełni funkcję członka zarządu, a 6% prezesa zarządu.



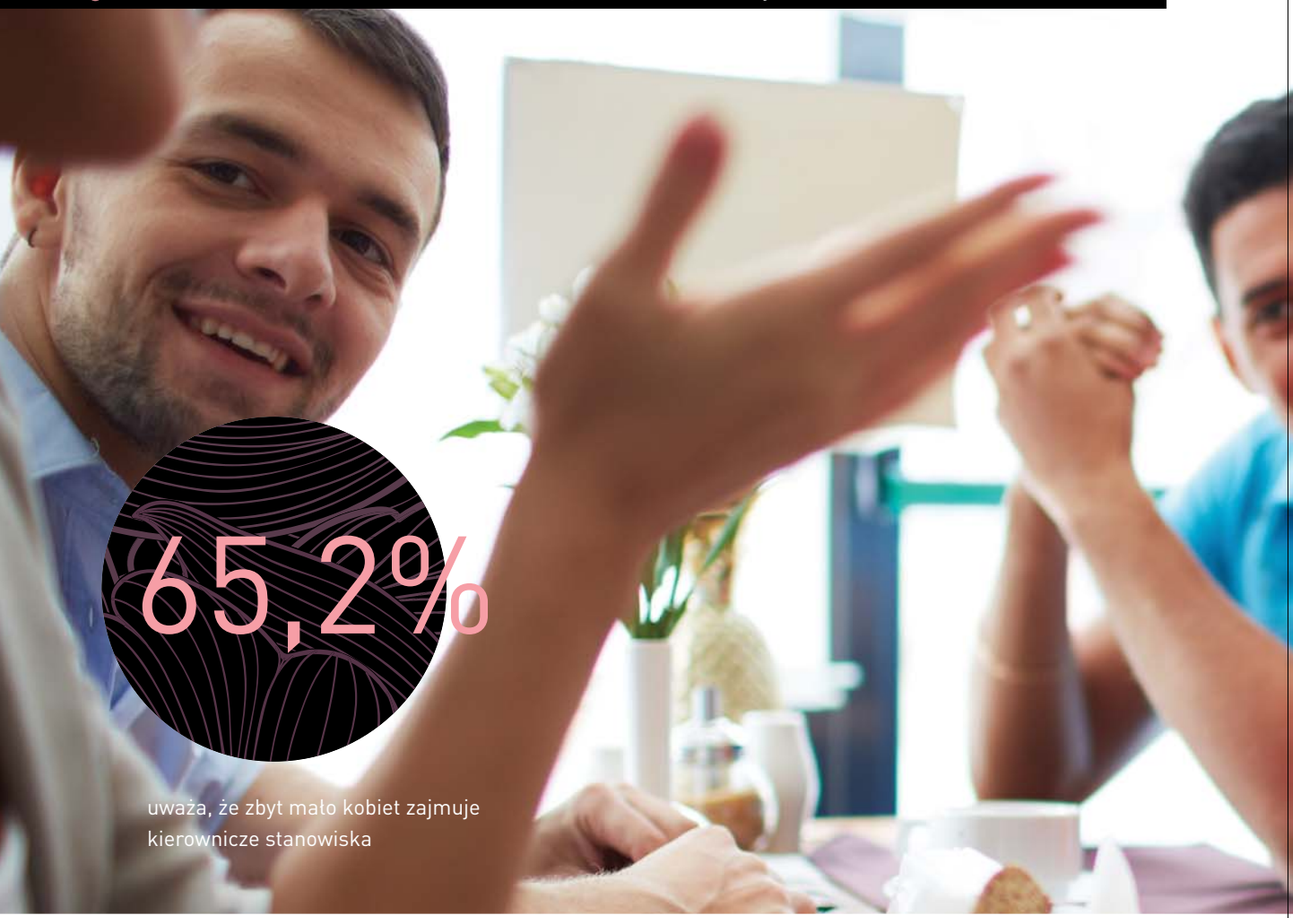
badanych kobiet uważa, że kobiety to świetnie wykształceni i wyszkoleni pracownicy



Kwestia nierównego traktowania kobiet i mężczyzn na rynku pracy w Polsce była wielokrotnie omawiana, zwykle przy wykorzystaniu obiektywnych wskaźników wysokości płac. Rzadziej prezentowana jest natomiast subiektywna perspektywa kobiet oraz ich pozycji w środowisku zawodowym, dlatego też poniższy raport jest tak cennym źródłem spostrzeżeń i informacji związanych z aktywnością zawodową Polek. Mimo zmian, kobiety muszą wykazywać się większą od mężczyzn determinacją i szczególną motywacją, aby móc rozwijać swoją karierę. Interesujące wydają się jednak wyniki dotyczące niższej pozycji zawodowej kobiet, pomimo posiadania lepszego wykształcenia. Odnotowane zostały w tym wypadku istotne różnice pomiędzy grupami wiekowymi. Może to być spowodowane odmienną sytuacją zawodową młodszych kobiet – wkraczają one na rynek pracy, dopiero zaczynają budować swoją pozycję, trudniej jest więc im zidentyfikować nierówności w traktowaniu pracowników. Kobiety w drugiej grupie wiekowej posiadają zwykle już pewne doświadczenie, dostrzegają zatem różnice w przebiegu swojej kariery w porównaniu z mężczyznami.

Anna Kuropatwa,
Data and Insights Director
w Havas Media Group

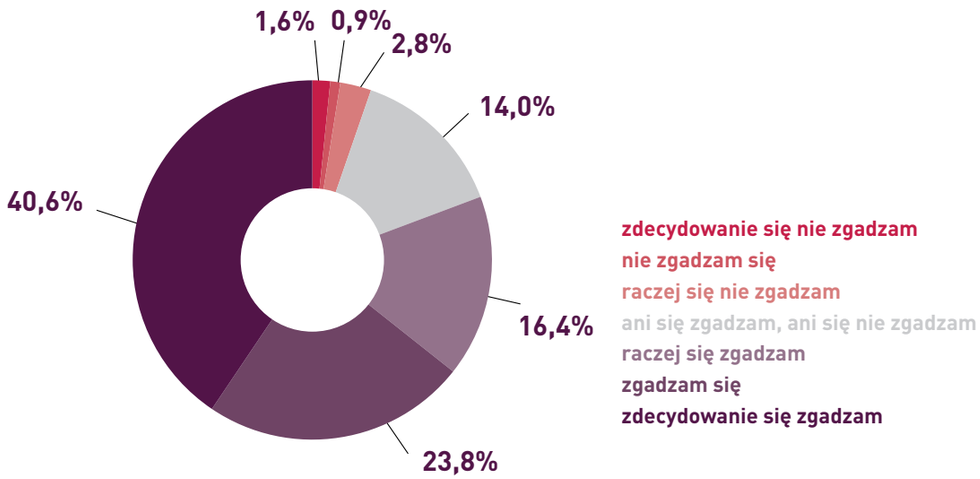
[1] Infografika – studenci, GUS, 17.11.2017, dostęp www.stat.gov.pl w dniu 03.04.2018.
[2] Potęga równości. Jak i dlaczego warto wspierać kobiety w karierze zawodowej?, McKinsey&Company 2017.



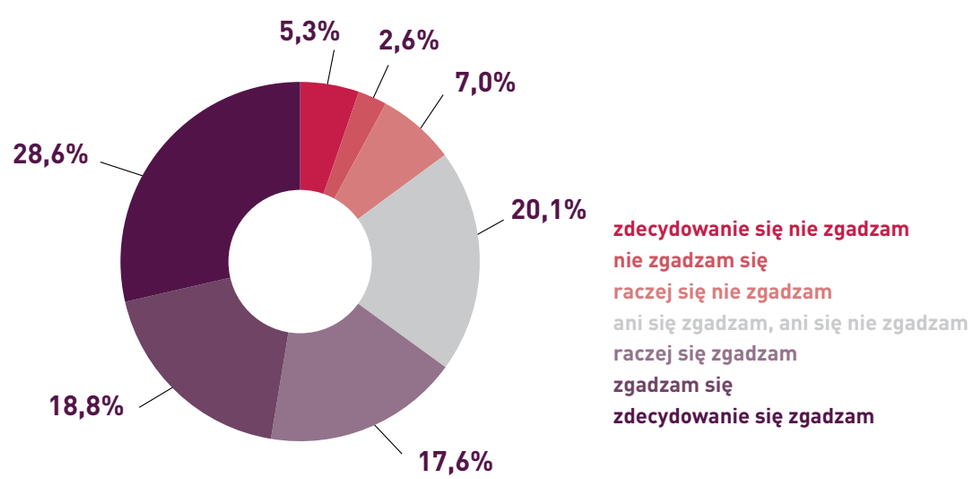
65,2%

uważa, że zbyt mało kobiet zajmuje kierownicze stanowiska

KOBIETY TO ŚWIETNIE WYKSZTAŁCENI I WYSZKOLENI PRACOWNICY



BARDZO CZĘSTO KOBIETY ZAJMUJĄ NIŻSZĄ POZYCJĘ W PRACY NIŻ MĘŻCZYŹNI, POMIMO POSIADANIA LEPSZEGO WYKSZTAŁCENIA I DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO

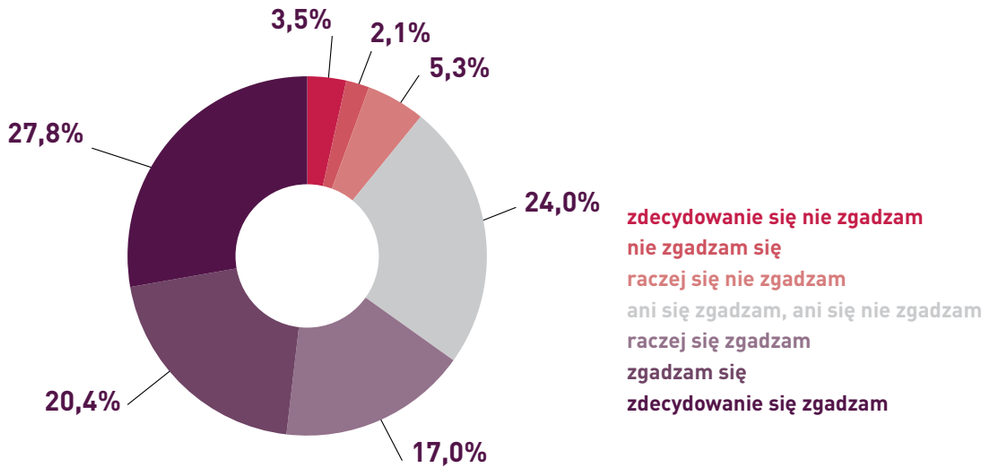




1.2. WIĘCEJ KOBIET POWINNO BYĆ NA KIEROWNICZYCH STANOWISKACH

65,2% kobiet biorących udział w badaniu Nesperty uważa, że zbyt mało kobiet zajmuje kierownicze stanowisko. Z badania[3] analizującego udział kobiet na kierowniczych stanowiskach w największych firmach w Polsce wynika, że w 63% firm nie ma żadnej kobiety w zarządzie. Ograniczoną obecność kobiet na najwyższych stanowiskach potwierdza również ostatnie badanie firmy Deloitte[4], która przeanalizowała spółki giełdowe działające na polskim rynku. Wynika z niego, że kobiety stanowią 15,2% wszystkich członków rad nadzorczych oraz 6,3% prezesów.

ZBYT MAŁO KOBIET W POLSCE ZAJMUJE KIEROWNICZE STANOWISKA



[3] Potęga równości. Jak i dlaczego warto wspierać kobiety w karierze zawodowej?, McKinsey&Company 2017.
[4] Women in the boardroom. A global perspective. 5th edition, Deloitte, 2017.

1.3. KOBIETY SĄ CZĘŚCIEJ DYSKRYMINOWANE NA RYNKU PRACY

71,90% badanych kobiet uważa, że kobiety są częściej dyskryminowane na rynku pracy. Na tą ocenę składa się percepcja kobiet związana ze słabszą pozycją w pracy mimo posiadanych kwalifikacji.

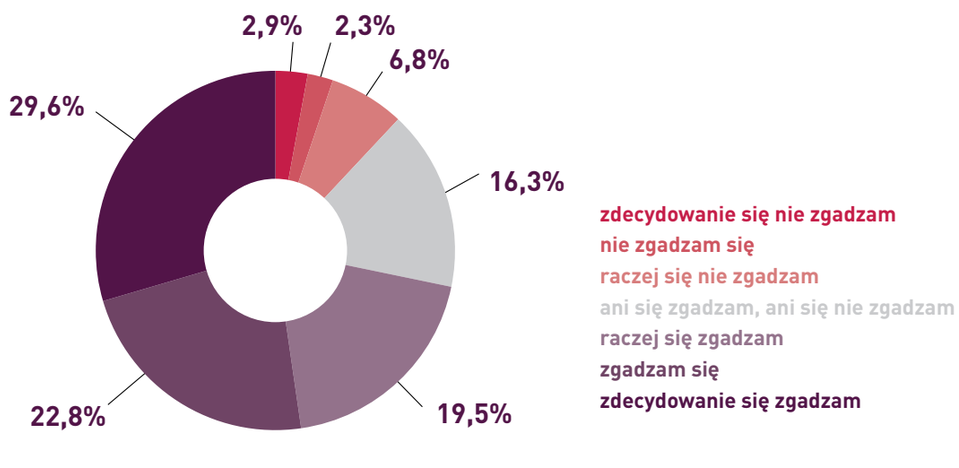
Jednym z czynników, który obrazuje pozycję Polek na rynku pracy jest tzw. luka płacowa, czyli różnica w wynagrodzeniu między kobietą a mężczyzną za tę samą lub porównywalną pracę. W Unii Europejskiej wysokość luki płacowej to 16,2%[5]. W Polsce, według tego samego badania różnica wynosi 7,7%, a więc jest znacząco niższa. Jednak różnice te wzrastają wraz wysokością stanowiska. Średnio w Polsce kobiety zarabiają ok.700 zł mniej niż mężczyźni[6].



W Polsce kobiety otrzymują ok. 80% wynagrodzenia mężczyzn za pracę na tym samym stanowisku. Skąd się bierze te 20% różnicy? Logicznych przesłanek brak, myślę, że przyczyna leży po prostu właśnie w takich utartych przekonaniach, które są powtarzane dość automatycznie – także przez kobiety. Póki same siebie będziemy postrzegały krytycznie, póki będziemy deprecjonowały nasze kompetencje, trudno oczekiwać równych płac i poprawy sytuacji zawodowej kobiet w Polsce.

Anna Rosińska,
dziennikarka Wysokich Obcasów Extra

KOBIETY CZĘŚCIEJ NIŻ MĘŻCZYŹNI SĄ DYSKRYMINOWANE NA RYNKU PRACY



[5] http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Gender_pay_gap_statistics
[6] https://www.mpips.gov.pl/aktualnosci-wszystkie/art,5543,9609,luka-placowa-w-polsce.html

Polepszenie sytuacji Polek na rynku pracy zależy od nich samych jak i dzięki wsparciu instytucjonalnemu oraz inicjatywom podejmowanym przez samych pracodawców. Ponad połowa polskich przedsiębiorców uważa, że to biznes[7] sam powinien zadbać o równouprawnienie w firmach.

PRAKTYKI NA RZECZ RÓWNOUPRAWNIENIA WPROWADZANE W POLSKICH FIRMACH[8]

80%
Praca na część etatu

78%
Elastyczne godziny pracy

70%
Równa płaca dla kobiet i mężczyzn na tych samych stanowiskach

56%
Dodatki dla dzieci

46%
Praca zdalna

4%
Publikacja danych o równości płci w firmie

4%
Wysokość płac zarządu zależna od równości płci

4%
Wprowadzanie parytetów

[7] Women in business 2018, Grant Thornton, 2018.
[8] Women in business 2018, Grant Thornton, 2018.



Jako ambasadorka marki Semilac chcę pokazać dziewczynom, że zawsze warto mieć marzenia i walczyć o ich spełnienie. Będąc małą dziewczynką bardzo chciałam zostać piosenkarką, tworzyć muzykę. Brzmi dziecinnie, może trochę banalnie, ale wiedziałam, że dzięki temu będę szczęśliwa. W końcu udało mi się osiągnąć cel, chociaż nie zawsze było łatwo. I, jak chyba każdy, popełniałam błędy. Starałam się jednak wyciągać z nich nauczkę, traktować je jako element, który mnie kształtuje. Myślę, że ważne jest, żeby mimo wszystko, koncentrować się bardziej na swoich osiągnięciach niż niedociągnięciach i powoli iść do przodu.
Dlatego stale nad sobą pracuję, rozwijam się. Wierzę, że człowiek jest kowalem swojego losu. Nie ukrywam jednak, że jestem też wielką szczęściarą. Spotkałam na swojej drodze wiele niesamowitych, bardzo utalentowanych kobiet – takich, od których mogłam się uczyć i które mnie wspierały. Bardzo dużo im zawdzięczam. Życzę wszystkim kobietom, żeby były pewniejsze siebie, nie bały się czasem zaryzykować. Dziewczyny, naprawdę pięknie jest marzyć! I pamiętajcie, że wspólnie możemy więcej!

Margaret,
Ambasadorka marki Semilac

2. 1. Z KIM WOLĄ WSPÓŁPRACOWAĆ KOBIETY I CO MYŚLĄ O INNYCH KOBIETACH W MIEJSCU PRACY?

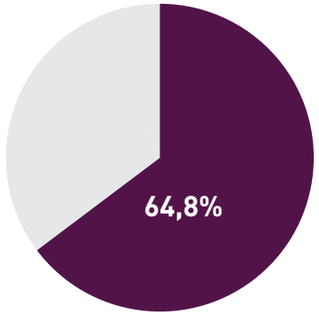
2.1. UMIEJĘTNOŚĆ WSPÓŁPRACY WAŻNIEJSZA OD PŁCI, JEDNAK STEREOTYPY SĄ NADAL SILNE

Dla 64,8% badanych kobiet płeć nie ma znaczenia przy współpracy, bardziej liczy się to czy druga osoba jest chętna do współpracy. Pozostałe odpowiedzi wskazywały na mężczyznę lub kobietę, jednak na wybór kobiety zdecydowało się tylko 7% badanych. Dominującym argumentem stojącym za wyborem kobiety było „kobiece zrozumienie", założenie, że kobieta zawsze lepiej zrozumie drugą kobietę, czy to na poziomie komunikacji poleceń, czy na poziomie emocjonalnym, czy na poziomie łączenia różnych ról życiowych (pracownicy, matki, prowadzącej gospodarstwo domowe czy żony). Znacznie rzadziej pojawiały się argumenty związane z konkretnymi umiejętnościami czy cechami ważnymi w miejscu pracy jak dyscyplina, zorganizowanie, empatia czy wielozadaniowość.

Natomiast około jedna trzecia kobiet wskazała na mężczyznę. W uzasadnieniu tego wyboru pojawia się znacznie więcej cech charakteru i umiejętności, których generalnie oczekuje się od przełożonego. Widać tu wpływ stereotypów płci, gdzie mężczyzna znacznie częściej postrzegany jest jako: konkretny, rzeczowy, mniej emocjonalny przez co łatwiej się z nim porozumieć. Co ciekawe w odpowiedziach pojawiało się często przeciwstawienie mężczyzn cechom stereotypowo kobiecym np. nie są tacy zawistni, nie są tacy emocjonalni, co nie pojawiało się w uzasadnieniach preferencji przełożonego kobiety.

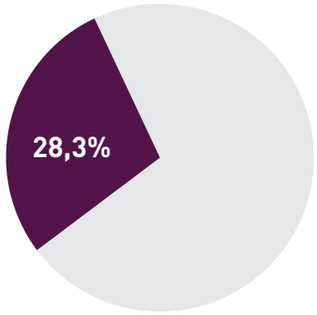
Z badania widać, że stereotypy na temat kompetencji kobiet i mężczyzn w miejscu pracy są nadal silne. I one, jak z kolei pokazuje badanie „Women in business 2018" stanowią największą przeszkodę do wprowadzania rozwiązań na rzecz równości płci.





64,8% kobiet

Płeć przy współpracy nie ma znaczenia, ważna jest sama umiejętność współpracy



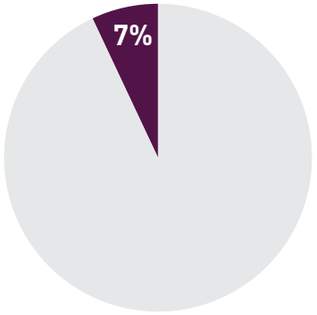
28,3% kobiet

Wolę pracować/ współpracować z mężczyzną

„Zazwyczaj są bardziej konkretni, kierują się kwestiami merytorycznymi, nie obrażają się".

„Niestety mężczyźni są lepszymi partnerami w pracy, biznesie. Kobiety czasem traktują inne kobiety jak rywalki, a nie jak partnerki".

„Są stabilni emocjonalnie. Kierują się faktami, a nie osobistą zawiścią, zazdrością i złym nastrojem. Działają racjonalnie. Dotyczy większości, nie wszystkich. Kobiety na wysokich stanowiskach w 10% mają do tego predyspozycje osobowościowe".



7% kobiet

Wolę pracować/ współpracować z kobietą

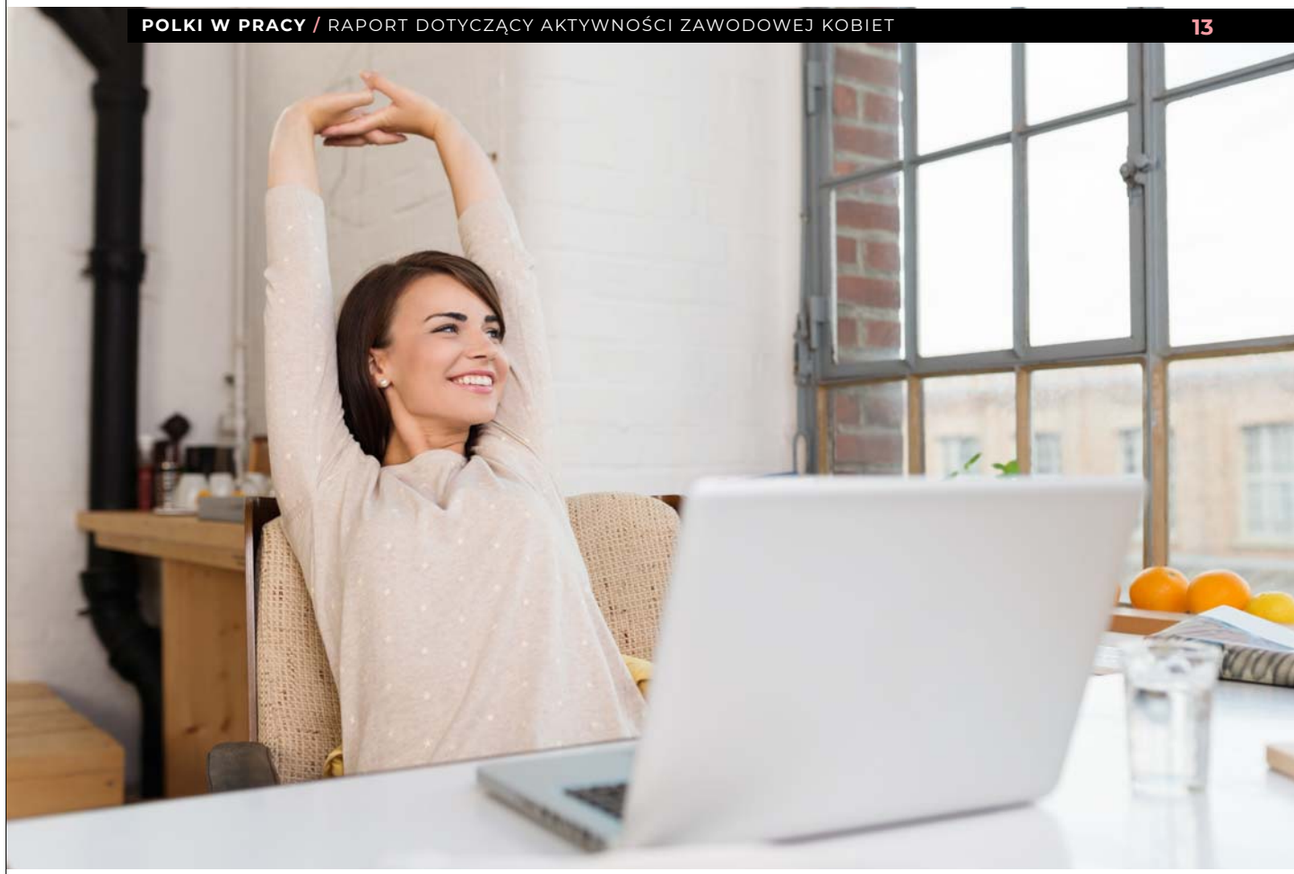
„Bardziej rozumie 2 kobietę".

„Sama jestem kobietą i lepiej mi się dogaduje z kobietami".

„Łatwiej się dogadać z osobą tej samej płci".

Przyglądając się postrzeganiu kompetencji wśród kobiet i mężczyzn ciekawym wydaje się na tym tle badanie, które pokazuje różnice w ocenie kobiet i mężczyzn. W przypadku mężczyzn kompetencje i postrzegana pewność siebie idą w parze. Natomiast w przypadku kobiet konieczny jest trzeci czynnik czyli ocena kobiety jako ciepłej. „Jeżeli kobiety mają odnosić sukcesy w tendencyjnym świecie, nie wystarczy mówić im, że powinny być bardziej pewne siebie. Chcąc, by pewność siebie i kompetencje były podstawą wyższej oceny, a ponadto zdobyć sobie taki wpływ na organizację, jakiego by sobie życzyły, kobiety muszą zacząć świadomie pracować nad tym, by postrzegano je jako osoby ciepłe."[9]

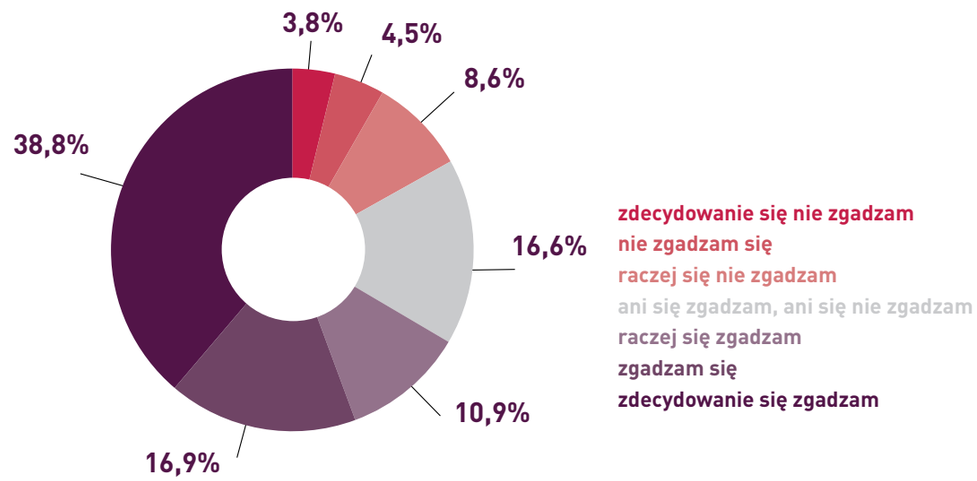
[9] www.hbrp.pl/b/czym-niestety-rozni-sie-postrzeganie-kobiecej-i-meskiej-pewnosci-siebie/zebCwvJ9



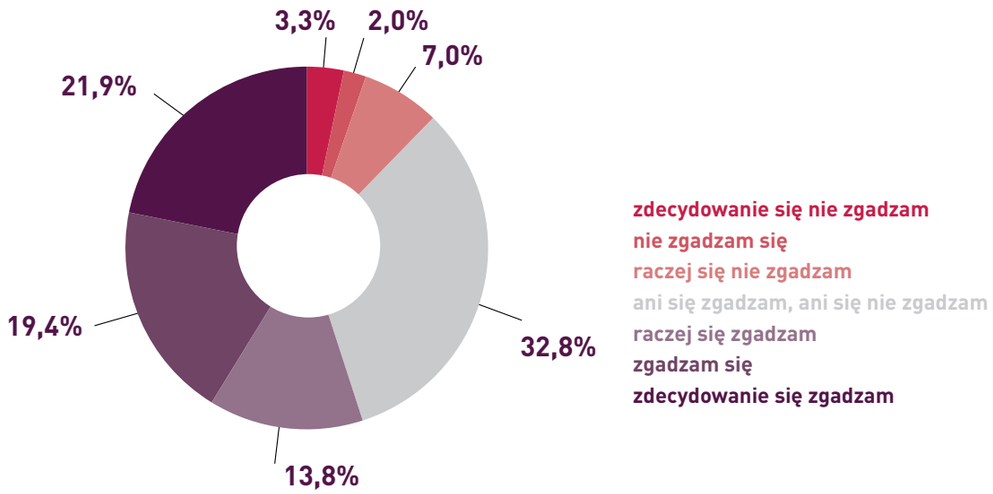
2.1. KOBIETY SĄ BARDZIEJ ZAANGAŻOWANE W PRACY

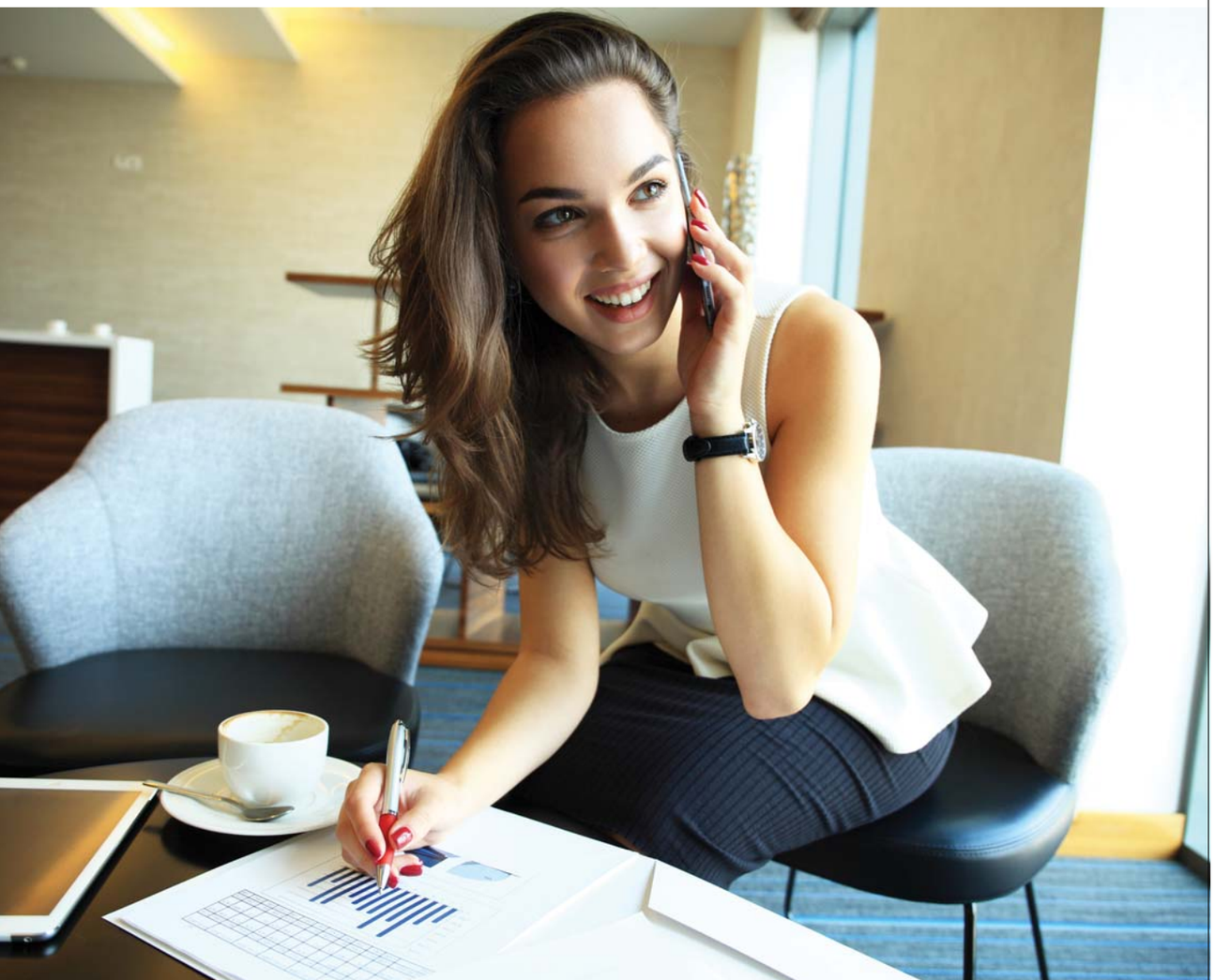
66,5% badanych kobiet zgadza się ze stwierdzeniem, że kobiety angażują się w wykonywaną pracę tak samo jak mężczyźni. Większość badanych zgadza się również ze zdaniem, że to kobiety są bardziej zaangażowane w pracę niż mężczyźni. W tej ocenie widać różnicę w badanych kategoriach wiekowych. Kobiety w wieku 36-46 lat częściej niż młodsze kobiety wskazywały na wyższy poziom zaangażowania kobiet.

KOBIETY ANGAŻUJĄ SIĘ W WYKONYWANĄ PRACĘ W TAKIM SAMYM STOPNIU JAK MĘŻCZYŹNI



KOBIETY TO BARDZIEJ ZAANGAŻOWANI PRACOWNICY NIŻ MĘŻCZYŹNI





2.2. KOBIETY SĄ WSPIERANE W PRACY ZARÓWNO PRZEZ INNE KOBIETY JAK I MĘŻCZYZN

Badanie przeprowadzone przez Nespertę pokazuje, że kobiety otrzymują wsparcie w miejscu pracy zarówno ze strony kobiet jak i mężczyzn. Te odpowiedzi, które wskazywały na faktyczne otrzymanie wsparcia od jednej płci nie różniły się znacząco.

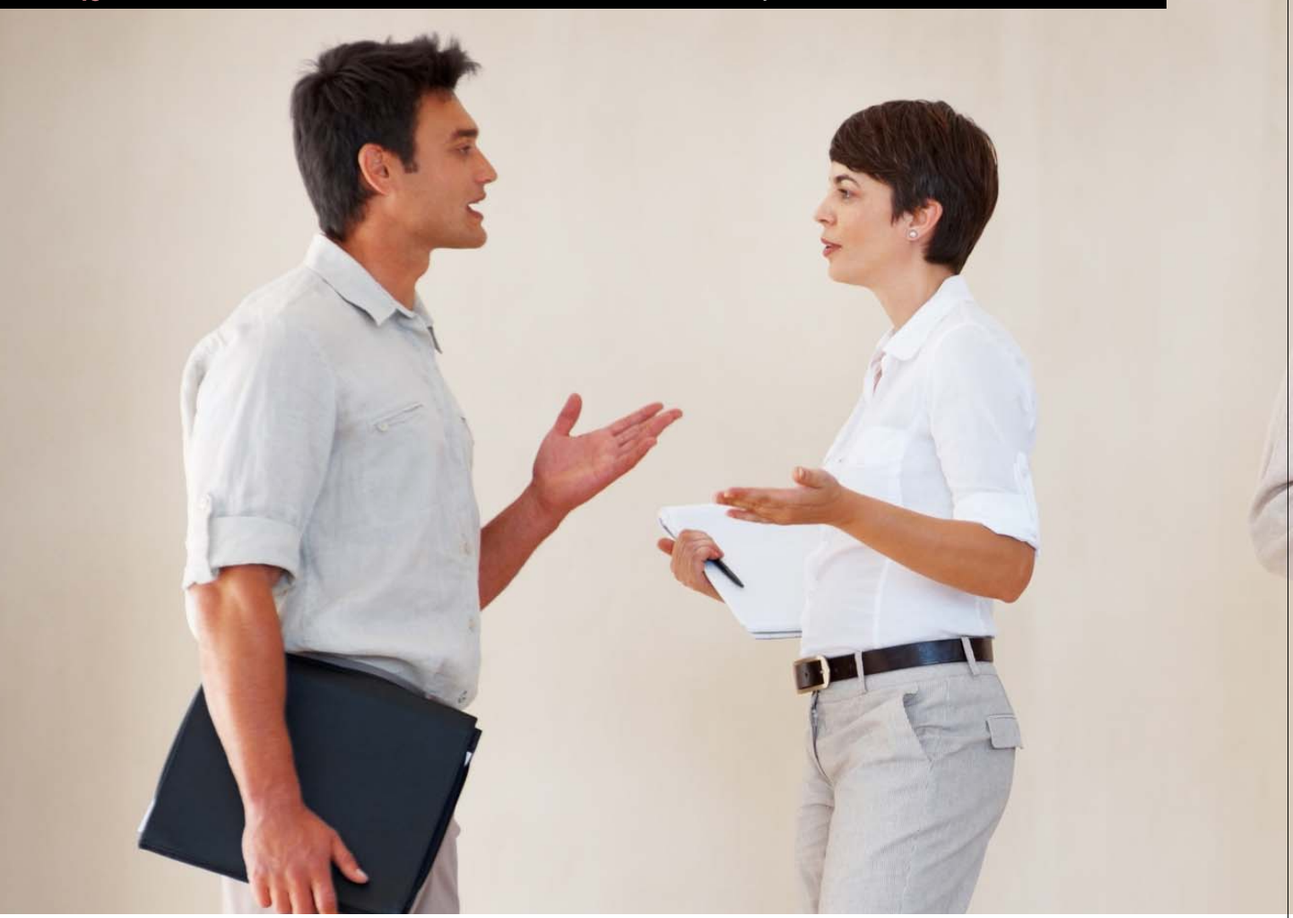


Wyniki prezentowanego badania pokazują, że stereotypy płciowe są także silnie reprezentowane w umysłach badanych kobiet. Widać to szczególnie w odpowiedziach dotyczących preferowanych współpracowników i przełożonych. Z jednej strony kobiety stwierdziły, że płeć nie ma znaczenia jeśli chodzi o współpracę. Z drugiej jednak strony wśród kobiet, które preferują jedną z płci większość wskazało na mężczyznę. Przy czym powody, które podały Panie w swoich swobodnych wypowiedziach argumentującym taką preferencję, wyraźnie wskazują na silny związek ze stereotypem mężczyzny. Wspominają na przykład o kontroli emocjonalnej czy rzeczowości mężczyzn. Podobnie, te nieliczne kobiety, które preferują jako swojego przełożonego kobietę, odwołują się do stereotypowych cech kobiecych – na przykład kwestii sprawnej komunikacji.

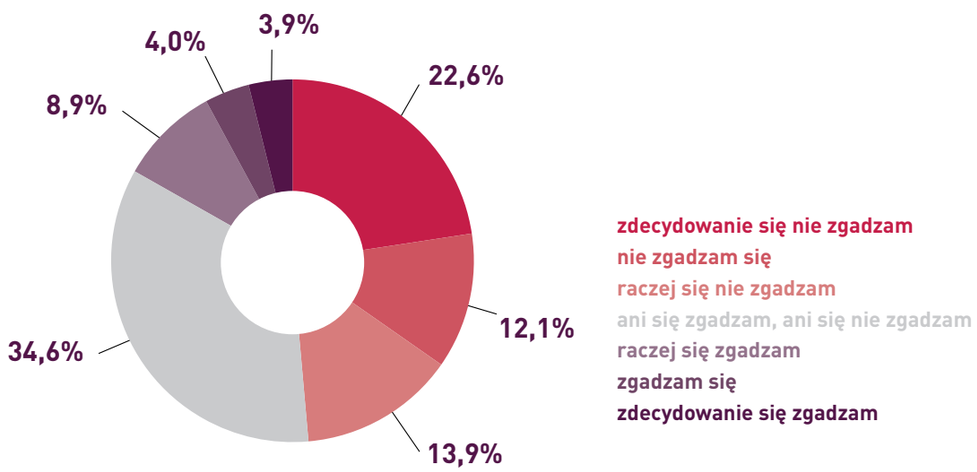
Co ciekawe, niektóre inne badania podkreślają, że jeśli już istnieją różnice płciowe u przełożonych, to są one właśnie zgodne z takim stereotypowym ujęciem. Na przykład kobiety są bardziej niż mężczyźni skłonne do demokratycznego, strukturyzującego stylu (nastawionego na częste kontakty i kooperację). Podczas gdy mężczyźni preferują makiaweliczny (oparty na manipulowaniu innymi i przekraczaniu ustalonych norm) styl kierowania.[10] Jeśli chodzi o wzajemne stosunki między kobietami w pracy, to nie wydaje się, żeby wyniki badania wskazywały na jakieś bardzo specyficzne aspekty. Tyle samo badanych kobiet wskazuje na rywalizację jak i na wzajemne wspieranie się kobiet w miejscu pracy. Podobnie, na pytanie o to kto je najczęściej wspiera, badane kobiety twierdzą, że płeć współpracownika nie ma tutaj większego znaczenia.

Agnieszka Czerw,
doktor psychologii, Kierownik Zakładu Psychologii Pracy i Organizacji na Wydziale Uniwersytetu Humanistycznospołecznego SWPS w Poznaniu

[10] J. Babiak, B. Bajcar, A.Borkowska (2017), Kobiety i mężczyźni na stanowiskach menedżerskich – wyolbrzymione, czy niedoszacowane różnice? Zarządzanie Zasobami Ludzkimi, 1, 45-46.

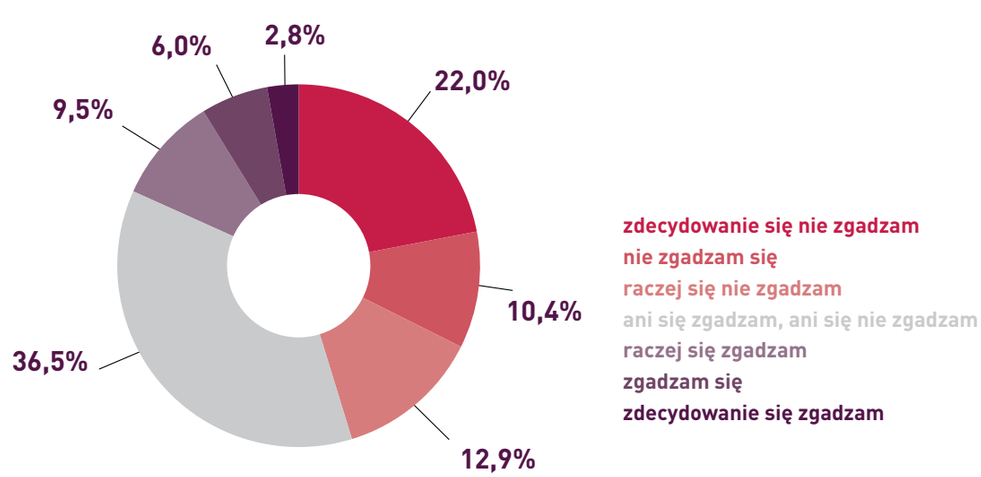


CZY KOBIETY OTRZYMUJĄ WSPARCIE W PRACY WYŁĄCZNIE OD INNYCH KOBIET?

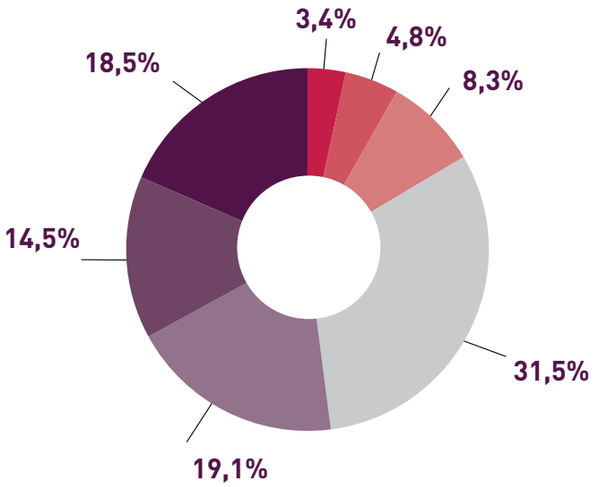




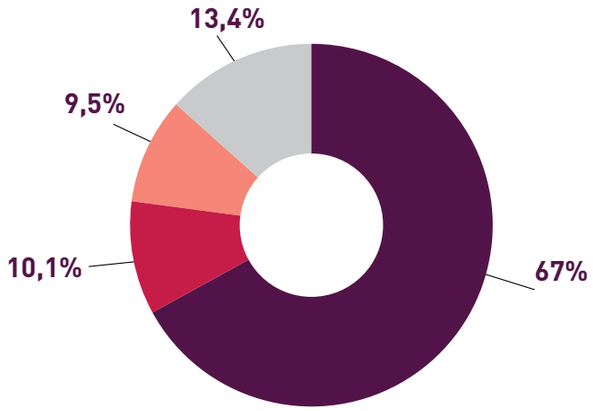
CZY KOBIETY OTRZYMUJĄ WSPARCIE W PRACY WYŁĄCZNIE OD MĘŻCZYZN?



CZY KOBIETY OTRZYMUJĄ WSPARCIE W PRACY ZARÓWNO OD KOBIET JAK I OD MĘŻCZYZN?



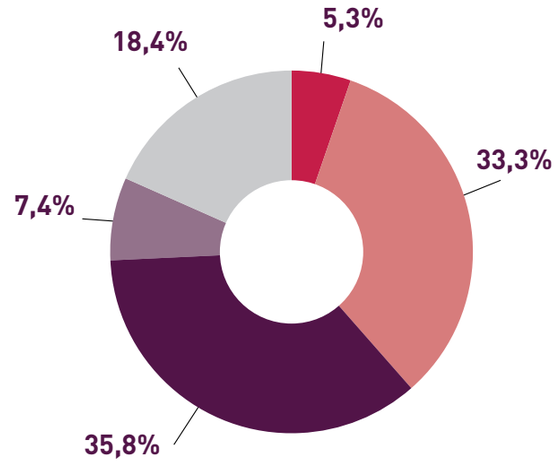
FAKTYCZNIE W PRACY KOBIETY OTRZYMUJĄ LUB OTRZYMYWAŁY WSPARCIE OD:



2.3. KOBIETY W STOSUNKU DO INNYCH KOBIET SĄ NASTAWIONE NA RYWALIZACJĘ

W kwestii wzajemnych stosunków kobiet w miejscu pracy badane miały podzielone opinie. Podobny odsetek osób wskazał nastawienie na rywalizację (36%) jak na solidarność (33%). Co ciekawe młodsze kobiety (22-35 lat) istotnie częściej wskazywały nastawienie na solidarność, zaś starsze (36-45 lat) na rywalizację kobiet w miejscu pracy.

CZY PANI ZDANIEM, KOBIETY W MIEJSCU PRACY SĄ W STOSUNKU DO INNYCH KOBIET....?





Myślę, że prawda dotycząca kobiecej jedności leży po środku – kobiety mają tendencję do konkurowania ze sobą, gdy przebywają w zdominowanym przez mężczyzn środowisku. To chęć dopasowania się do męskich wzorców zachowań, pokazania, która z nich lepiej adaptuje się do „męskiego świata". Gdy jednak trafiamy do grupy zróżnicowanej płciowo, kobiety zaczynają współpracować, bo czują się swobodniej, nie próbują udawać. Dlatego właśnie tak ważne jest otwieranie firm na kobiety. Wiem, z doświadczenia i obserwacji, jak wiele potrafią one wnieść do rozwoju biznesowego przedsiębiorstwa, wprowadzają inną jakość zarządzania czy współpracy.

Dorota Warakomska,
Prezeska Stowarzyszenia Kongres Kobiet, dziennikarka, publicystka, autorka książek, reportaży i programów telewizyjnych



02
PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ KOBIET

1. CZY KOBIETY CHĘTNIE ZAKŁADAJĄ WŁASNY BIZNES?

1.1. WIĘKSZOŚĆ KOBIET POZYTYWNIE ODNOSI SIĘ DO POMYSŁU WŁASNEGO BIZNESU

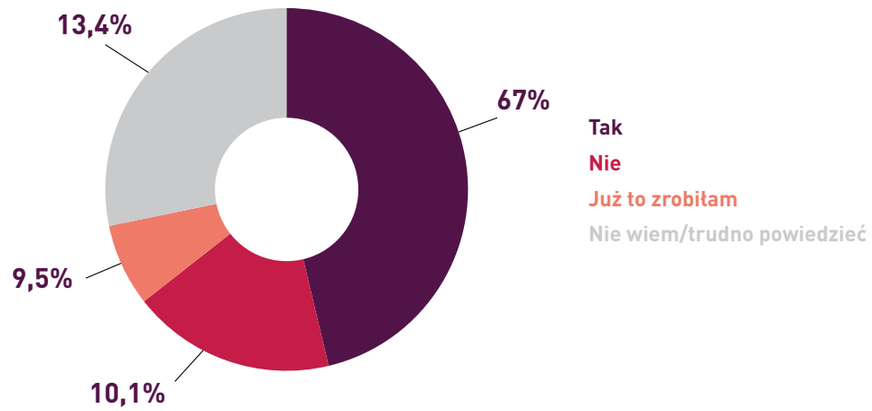
Polska posiada wysoki wskaźnik przedsiębiorczości kobiet. Statystyki pokazują, że prawie co trzecia firma w Polsce została założona i prowadzona przez kobietę, co nieco przekracza średnią unijną. Pozytywny stosunek do własnej działalności gospodarczej prezentują wyniki badania Nesperta. Prawie połowa badanych kobiet jest skłonna do założenia działalności gospodarczej. Warto przyjrzeć się powodom, dla których kobiety zdecydowałyby się założyć własny biznes. Najwięcej: 60,5% kobiet założyłoby własną działalność gospodarczą, aby być bardziej niezależną zawodowo. Ten powód był wskazywany częściej niż perspektywa większych zarobków (59,9% badanych kobiet).



Sukces CSRinfo, firmy zajmującej się edukacją i doradztwem w zakresie odpowiedzialnego biznesu i zrównoważonego rozwoju, wynika z dwóch czynników. Pierwszym było postawienie na prowadzenie biznesu zgodnie z zasadami CSR, których uczę inne firmy. Uważam, że jest to jedyna sensowna droga, adekwatna dla każdego przedsiębiorstwa. Drugim czynnikiem była motywacja leżąca u powstania firmy, marzeń o tym by aktywność zawodowa łączyła moje wartości, pasjonujący mnie temat i jednocześnie pozwalała na utrzymanie się. Warto przyjąć te trzy kryteria do wyboru ścieżki zawodowej.

Liliana Anam,
Menedżer zarządzający CSRinfo

CZY BYŁABY PANI SKŁONNA/CHCIAŁABY PANI ZAŁOŻYĆ WŁASNĄ DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ?



1.2. NIEZALEŻNOŚĆ I WYŻSZE DOCHODY TO GŁÓWNE PRZYCZYNY ZAKŁADANIA WŁASNEGO BIZNESU

CO MOGŁOBY PANIĄ SKŁONIĆ DO ZAŁOŻENIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?

60,5%
Większy poziom niezależności zawodowej

59,9%
Perspektywa uzyskania wyższych dochodów

46,6%
Możliwość podejmowania samodzielnych decyzji

41,4%
Możliwość podejmowania nowych wyzwań

38,14%
Chęć osiągnięcia sukcesu jako przedsiębiorca

21,2%
Brak ciekawych ofert pracy, odpowiadających uzyskanemu wykształceniu

17,4%
Brak w okolicy firm konkurencyjnych

16,3%
Chęć uznania i szacunku otoczenia

7%
Wywodzę się ze środowiska, w którym rodzina, znajomi, prowadzą własne biznesy



Fot. Kamil Piklikiewicz/DDTVN/East News

Kobiet, które inspirowały mnie, zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym było kilka – spotykałam je na swojej drodze, czytałam lub słyszałam o nich opowieści. Ale szczególnie jedna kobieta miała dla mnie ogromne znaczenie. Swoim uporem, nieprzeciętną inteligencją i bezkompromisowością - Oriana Fallaci wzbudziła moje ogromne zainteresowanie już na studiach. Zaczytywałam się w jej książkach, esejach czy przeprowadzonych przez nią wywiadach i marzyłam, by w przyszłości być dziennikarką taką jak ona. Więcej, być kobietą tak jak ona, silną, bezkompromisową, która nie boi się wyrażać własnej opinii, nawet jeśli ta opinia wielu się nie spodoba. W męskim świecie tworzyła swoje zasady gry: choć często kontrowersyjna – zawsze była wysoko ceniona za profesjonalizm, przenikliwość umysłu i doskonałe przygotowanie do każdej rozmowy. Była geniuszem wywiadów politycznych, już w latach 60. pracowała jako korespondentka wojenna. Przecierała innym dziennikarkom szlaki, udowadniała, że inteligencja i talent zależą od jednostki, nie od płci. Dla wielu kobiet stała się symbolem niezłomnej wytrwałości w dążeniu do wyznaczonych celów. Dla mnie jest wzorem i inspiracją w codziennej pracy, motywacją do tego, by zawsze walczyć o swoje marzenia. Bardzo żałuję, że nie zdążyłam jej spotkać.

Agnieszka Woźniak-Starak,
Ambasadorka marki Semilac

1.3. BRAK POMYSŁU I OBAWA PRZED NIEPOWODZENIEM TO GŁÓWNE BARIERY

Wśród powodów, którymi badane tłumaczą brak chęci założenia firmy przeplatają się te racjonalne – jak brak pomysłu na własną firmę (39,6%) czy brak własnych środków finansowych (37,5%) – ale tak samo ważne okazują się również aspekty emocjonalne, jak strach przed niepowodzeniem (wskazany przez 38,2% . Na kolejnych pozycjach pojawia się stres i nakłady pracy oraz ryzyko prowadzenia własnej firmy.

Jak pokazuje jedno z najbardziej znanych na świecie badań[11], dotyczących przedsiębiorczości, w Polsce na decyzję o założeniu własnej firmy wpływają w największym stopniu ocena własnych umiejętności (60%), obawa przez niepowodzeniem (48%) oraz postrzegane szanse (40%). Ta obawa przed niepowodzeniem jest znacznie wyższa w Polsce niż średnia unijna.

Badanie[12] przeprowadzone wśród kobiet przedsiębiorczyń pokazuje, że w początkowym momencie istnienia firmy posiadały wsparcie. Kluczowym wsparciem dla większości z nich (53%) był mąż/partner, następnie rodzina (20%) oraz wspólnik lub wspólniczka w biznesie (16%). Możliwość liczenia na wsparcie najbliższych było dla wielu kobiet ważnym czynnikiem przy założeniu działalności.

Z JAKICH POWODÓW NIE BYŁABY PANI SKŁONNA ZAŁOŻYĆ WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ?
(% OSÓB, KTÓRE NIE CHCIAŁYBY ZAŁOŻYĆ WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ)

39,6%
Brak pomysłu na firmę

38,2%
Strach przed niepowodzeniem

37,5%
Brak własnych środków finansowych

34,7%
Znaczący stres oraz zbyt duże nakłady czasu i pracy związane z prowadzeniem firmy

34,7%
Zbyt duże ryzyko prowadzenia własnej firmy

27,0%
Zbyt duża odpowiedzialność w pracy na własny rachunek

26,6%
Nadmierna biurokracja

26,4%
Brak wiedzy o prowadzeniu firmy

20,8%
Brak predyspozycji do prowadzenia działalności

9,0%
Brak wiedzy o możliwych do uzyskania źródłach finansowania

[11] Global Entrepreneurship Monitor - Poland, PARP, 2017.
[12] Zawód: Prezeska! Diagnoza przedsiębiorczości kobiet, Badanie zrealizowane w ramach programu Biznes w Kobiecych Rękach, finansowanego przez United Way Worldwide dzięki funduszom przekazanym przez Citi Foundation, 2017.



Sama odeszłam z dużej firmy i zdecydowałam się na założenie własnej, bo czułam się niedoceniona. Miałam przekonanie, że marnuje się moja energia do pracy, pomysły, inwencja. Dziś mogę tworzyć strategię rozwoju organizacji od podstaw, a następnie małymi krokami ją realizować. Mam możliwość zaoferowania Klientowi rozwiązań, których szuka oraz wspierania go na każdym etapie projektu. Nie oglądam się na procedury, ograniczenia, decyzje różnych gremiów. To nie było proste, ale z perspektywy 10 lat prowadzenia firmy widzę, że było warto, choć nie zawsze było łatwo. Każdego dnia muszę udowadniać, że jestem solidnym partnerem, że potrafię efektywnie wykorzystać swoje umiejętności. Niestety, mam też poczucie, że mężczyźni nie są pod taką presją, często a priori uznaje się ich za bardziej wiarygodnych.

Agnieszka Tobota,
Dyrektor Sprzedaży, trener związana z firmą szkoleniową Grupa Fundamenti, właścicielem portalu Manager na Obcasach.



Warto zwrócić uwagę, że kobiety rezygnują z założenia własnej firmy, jeżeli, w ich przekonaniu, nie mają na nią dobrego pomysłu, nie chcą ponosić ryzyka. Często racjonalizują taką decyzję poprzez wskazywanie przypadków kobiet, których przedsiębiorstwa nie utrzymały się na rynku i zakładają, że w ich przypadku będzie podobnie. Przyjmuje to postać samospełniającej się przepowiedni. Paradoks polega jednak na tym, że to kobiety chętniej inwestują w swoją edukację: studia podyplomowe, szkolenia, kursy, rozwój osobisty – są więc kompetentne.

Monika Skibińska,
Dyrektor Programowy, trener związana z firmą szkoleniową Grupa Fundamenti, właścicielem portalu Manager na Obcasach.



Sądzę, że z punktu widzenia zakładania własnej działalności istotny jest właśnie ten aspekt – realne przekonanie o swoich możliwościach i wiara w swój potencjał. Mężczyźni wychowywani są w taki sposób, aby chwalić się swoimi sukcesami, móc powiedzieć „wykonałem kawał dobrej roboty". Natomiast kobiety, którym od pokoleń wbija się do głów hasła: „nie chwal się", „bądź skromna", często nie mają nawyku mówienia o swoich osiągnięciach. Pozostają niejako w cieniu, bardziej jako realizator wizji niż lider, który tę wizję nakreślił i rozpoczął jej realizację. Sytuacja na przestrzeni lat oczywiście się zmienia, ale nasze doświadczenie szkoleniowe pokazują, że w dalszym ciągu przekonania i role społeczne są na tyle silne, że istnieje znacząca różnica w kreowaniu oraz postrzeganiu siebie jako ludzi sukcesu u mężczyzn i u kobiet. A to przekłada się na pewność siebie na polu zawodowym i przekonanie, że warto zaryzykować, bo dzięki wiedzy i kompetencjom uda się osiągnąć wyznaczone cele.

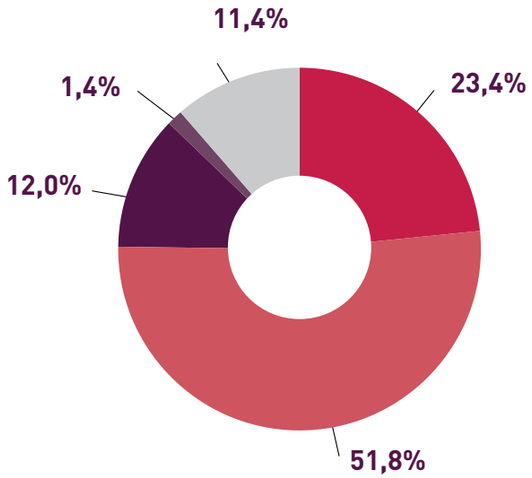
Radek Wajler,
Dyrektor Merytoryczny, trener związana z firmą szkoleniową Grupa Fundamenti, właścicielem portalu Manager na Obcasach.

2. CZY KOBIETY CZUJĄ SIĘ PRZYGOTOWANE DO PROWADZENIA WŁASNEGO BIZNESU?

2.1. KOBIETY POZYTYWNIE OCENIAJĄ SWOJE UMIEJĘTNOŚCI

Większość badanych kobiet uważa, że posiada umiejętności, wiedzę i doświadczenie do prowadzenia własnej działalności.

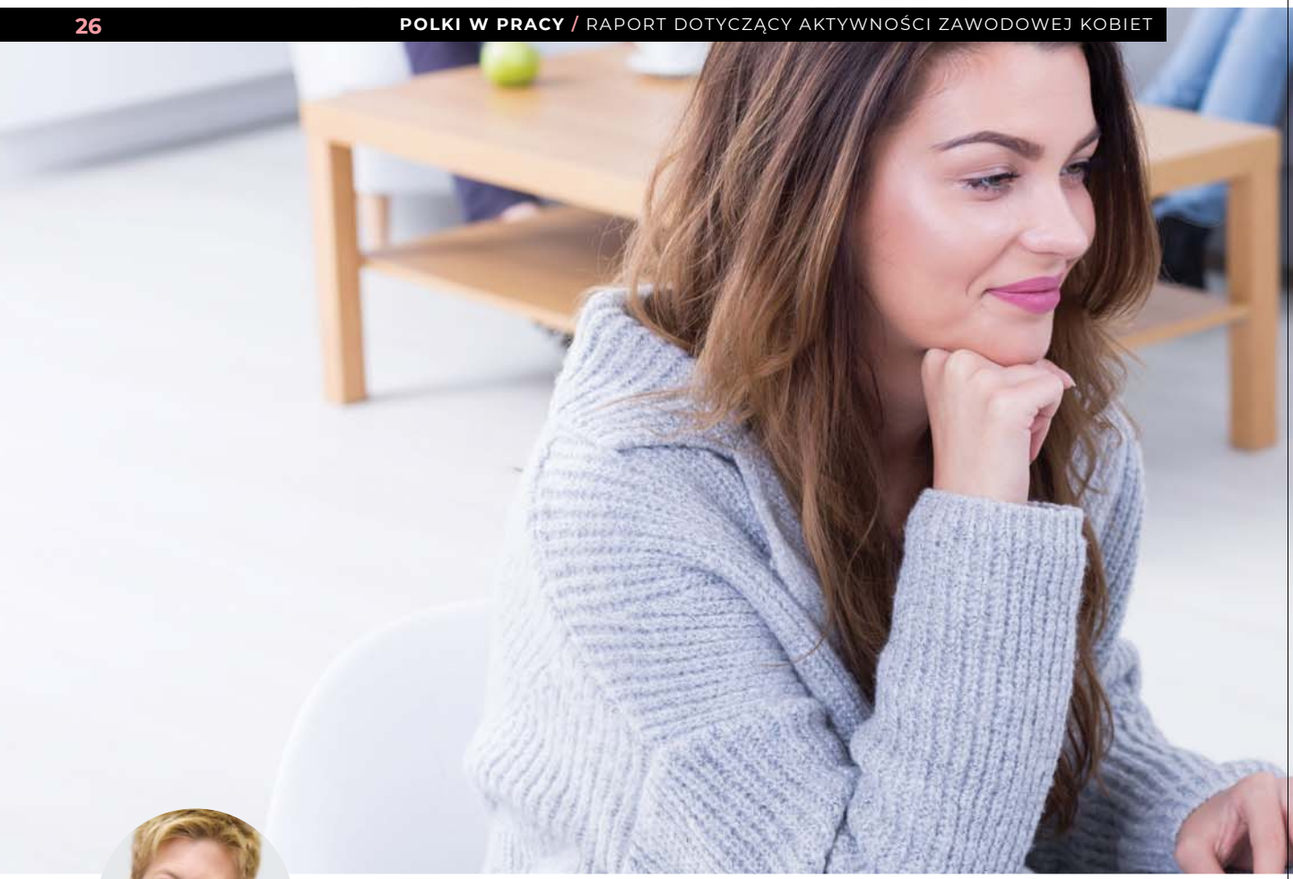
CZY UWAŻA PANI, ŻE POSIADA NIEZBĘDNE UMIEJĘTNOŚCI, WIEDZĘ I DOŚWIADCZENIE DO PROWADZENIA WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI?





Zaskakuje ogromna pewność badanych kobiet dotycząca wysokiego poziomu swojej wiedzy i kompetencji w zakresie przedsiębiorczości. Aż ¾ z nich jest przekonana, że posiada niezbędne umiejętności, wiedzę i doświadczenie do prowadzenia własnej działalności. Jednak wśród badanych osób tylko niewielki odsetek to właścicielki firm. Pozostałe kobiety są w większości przychylnie nastawione do możliwości prowadzenia własnej działalności lub nie mają w tej kwestii jednoznacznej opinii. Tym co je powstrzymuje przed takim krokiem jest przede wszystkim brak pomysłu na własną działalność. Warto podkreślić, że większość badań potwierdza, że kobiety są równie przedsiębiorcze co mężczyźni, a ich przedsiębiorczość w takim samym stopniu przyczynia się do sukcesu firmy (Borowska, 2013).

Agnieszka Czerw,
doktor psychologii, Kierownik Zakładu Psychologii Pracy i Organizacji na Wydziale Uniwersytetu Humanistycznospołecznego SWPS w Poznaniu



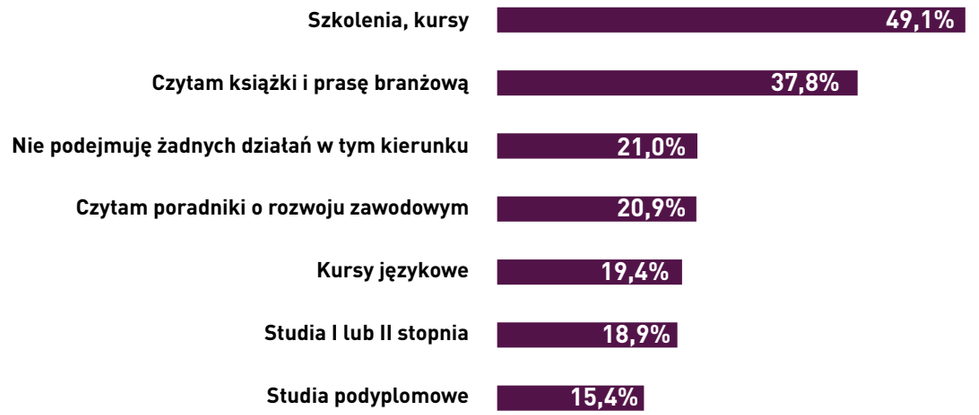
Kongres Kobiet, którego mam zaszczyt być Prezeską, udowadnia, że kobiety chcą i mogą zmieniać oblicze polityki czy przedsiębiorstw – są pełne energii i determinacji, doskonale wykształcone. Każdego dnia spotykam się z managerkami czy właścicielkami firm, które osiągnęły sukces. Dlatego przekonanie kobiet o tym, że posiadają odpowiednie kompetencje, aby stworzyć własną firmę nie są dla mnie zaskakujące – w swoim otoczeniu spotykam się z dowodami kobiecej przedsiębiorczości niemal każdego dnia

Dorota Warakomska,
Prezeska Stowarzyszenia Kongres Kobiet, dziennikarka, publicystka, autorka książek, reportaży i programów telewizyjnych

2.2. KOBIETY CHĘTNIE PODEJMUJĄ DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z PODNOSZENIEM SWOICH KWALIFIKACJI

Prawie 80% kobiet podejmuje działania, które pozwalają im na rozwój i podniesienie swoich kwalifikacji. Szkolenia i kursy są najczęściej podejmowaną formą samorozwoju zawodowego. Są one istotnie częściej wybierane przez kobiety z młodszej grupy wiekowej. Kobiety starsze częściej niż młodsze sięgają po książki i prasę branżową, łącznie jest to druga najczęściej wybierana forma podnoszenia swoich kwalifikacji.

CZY PODEJMUJE PANI JAKIEKOLWIEK DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z SAMOROZWOJEM I/LUB PODNOSZENIEM SWOICH KWALIFIKACJI ZAWODOWYCH? JEŚLI TAK, TO JAKIE?



GŁÓWNE WNIOSKI

Badane Polki:
- **uważają się za dobrze wykształcone, kompetentne i zaangażowane w pracy zawodowej**
- **czują się zdecydowanie niedoceniane na rynku pracy i w swoich organizacjach**
- **uważają, że są przygotowane do prowadzenia własnej działalności gospodarczej**
- **jednak niewiele z nich rzeczywiście taką działalność prowadzi.**

JAKA MOŻE BYĆ TEGO PRZYCZYNA?

Taka dwoistość przekonań i zachowań może wynikać z jednej strony z niezdecydowania, a z drugiej ze zbytniego zaufania do dobrze znanych, ale stereotypowych przekonań na temat ról płciowych i znaczenia płci w kontekście funkcjonowania zawodowego.

WARTO WIEDZIEĆ

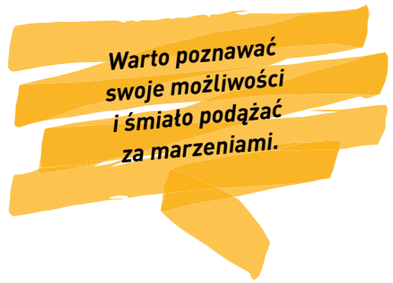
Analizy licznych badań nad różnicami płciowy mi wykazują, że:
- znaczące różnice pomiędzy kobietami a mężczyznami dotyczą jedynie tego, co wprost wynika z biologii obu płci – motoryki, siły fizycznej, tendencji do zachowań agresywnych czy seksualnych.
- niewielkie różnice dotyczą poziomu neurotyzmu, stylów komunikacji i wynikających z nich zachowań społecznych,
- reszta różnic jest jedynie w granicach błędu statystycznego

(B. Wojciszke, 2012[13]).

To co jest związane z pracą zawodową, to wypracowane nawyki i przekonania. Podlegają one w większości zmianom w toku doświadczania swojego życia. Kobiety potrafią wypracować skuteczne sposoby reakcji w kontekście pracy, także te przywódcze i nie powinny obawiać się z tego korzystać wbrew wszelkim stereotypom.

JEŻELI NADAL ZASTANAWIASZ SIĘ, CZY ŚCIEŻKA PROWADZENIA WŁASNEJ FIRMY ALBO AWANSU NA WYMARZONE STANOWISKO KIEROWNICZE JEST RZECZYWIŚCIE DLA CIEBIE DOBRA I MOŻLIWA, ODPOWIEDZ SOBIE SZCZERZE NA PYTANIA:

- Co Cię powstrzymuje przed pierwszym krokiem w tym kierunku?
- Czego się obawiasz?
- Co możesz zyskać, a co stracić, podejmując decyzję o zmianie?
- Co możesz zyskać, a co stracić, nie podejmując tej decyzji?
- Czy to, co Cię powstrzymuje, nie jest przypadkiem jakimś stereotypem?
- Czy to, co Cię powstrzymuje, nie jest przypadkiem tylko brakiem we własne siły?
- Czego chciałabyś się dowiedzieć, zanim podejmiesz swoją decyzję o zmianie?
- Czy jest ktoś, kogo warto w zaufaniu zapytać o część tych pytań i poprosić o wsparcie?



[13] B. Wojciszke (2012), Psychologiczne różnice płci. Wszechświat, 113, 01-03.

Z ogromną przyjemnością prezentujemy drugie, zaktualizowane wydanie raportu Kobiety Współpracujące, który jest jednym z fundamentów naszej polityki odpowiedzialnego biznesu. To właśnie raport i wnioski z jego lektury zainspirowały nas do stworzenia i zainicjowania programu ALL IN MY HANDS.

Nesperta jest właścicielem marki Semilac - numeru 1* wśród lakierów hybrydowych w Polsce. Innowacyjne podejście biznesowe pozwala spółce utrzymywać tytuł lidera branży kosmetycznej, który nieustannie rozwija swoje produkty, dbając tym samym o potrzeby kobiet. Od początku 2018, oprócz lakierów hybrydowych, marka Semilac poszerza swoje portfolio o kosmetyki kolorowe.

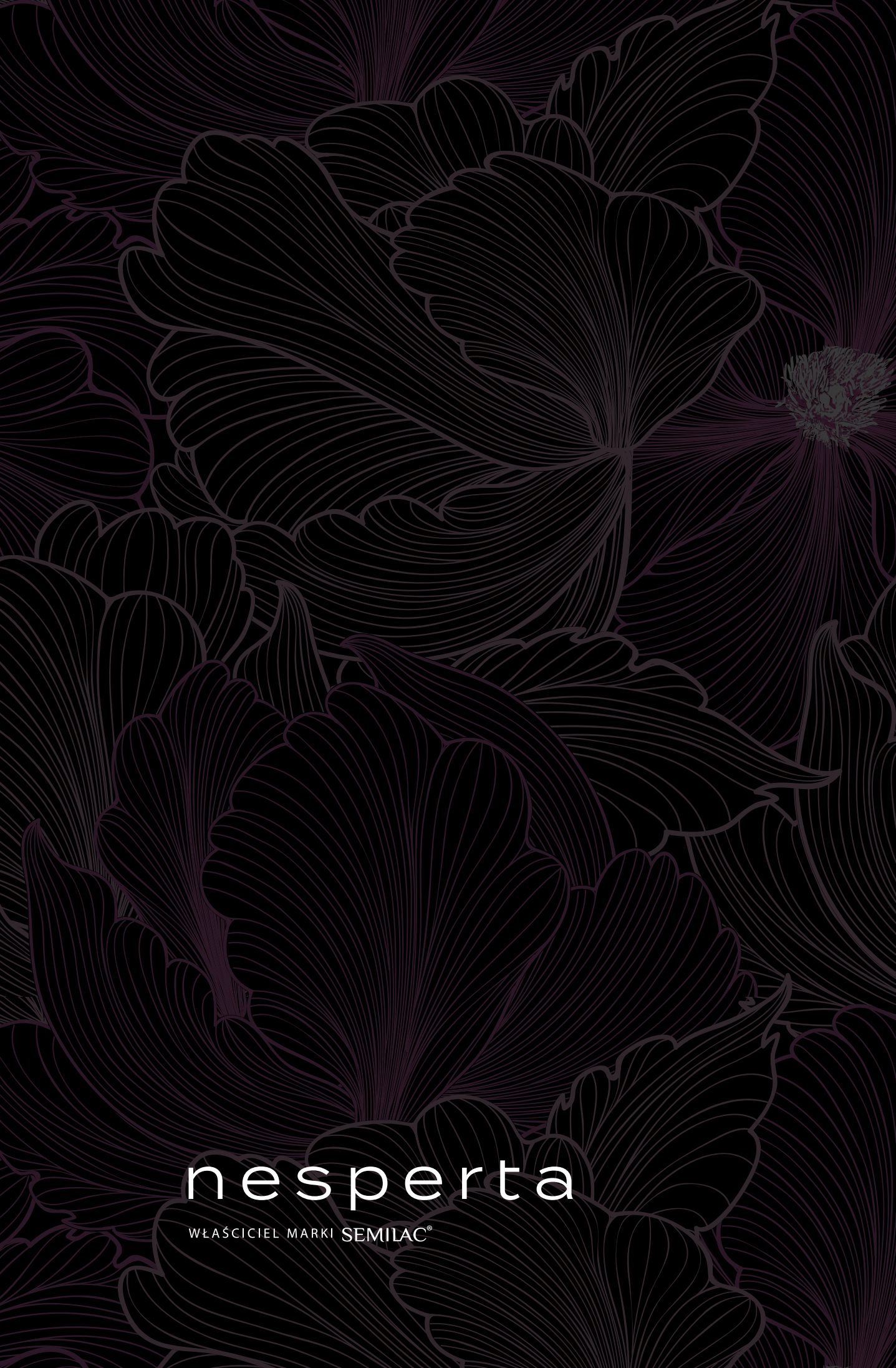
Wszystkie produkty i rozwiązania oferowane przez Nespertę od zawsze inspirowane są kobiecą energią, pasją i marzeniami. Niezmiennym celem firmy jest obudzenie w każdej użytkowniczce poczucia pewności siebie, dodania jej odwagi i wyzwolenie pełni potencjału, tkwiącego w każdej kobiecie. Marka Semilac zgromadziła wokół siebie społeczność, której istnienie opiera się na wzajemnym szacunku i pomocy, udowadniając jak wielka siła drzemie w kobiecej solidarności zawodowej.

Zaangażowanie firmy w promowanie kobiecej aktywności widoczne jest również w działaniu na rzecz równego traktowania kobiet i mężczyzn w środowisku pracy. W 2017 roku Nesperta została sygnatariuszem Karty Różnorodności, deklarując w ten sposób zobowiązanie do przestrzegania zasad równouprawnienia w przedsiębiorstwie.

Fundamentem działalności firmy Nesperta pozostaje także odpowiedzialność za otoczenie i relacje z interesariuszami. W trosce o komfort i bezpieczeństwo użytkowniczek, wszystkie oferowane przez marki lakiery posiadają odpowiednie atesty oraz certyfikaty, gwarantujące wysoką, jednorodną jakość każdego produktu.

* Według badań Kantar Millward Brown aż 61 % użytkowniczek hybryd wybiera lakiery hybrydowe Semilac. Badania zostały przeprowadzone na reprezentatywnej próbie kobiet w wieku 18-65 lat w lutym 2017 roku

Grafika i skład: LUNATIKOT


nesperta
WŁAŚCICIEL MARKI SEMILAC®