



RÓŻNE, CZY RÓWNE?

Sytuacja kobiet w MSP

2022

SPIS TREŚCI

01

Wstęp

02

Kluczowe wnioski z Badania
Bibby MSP Index

04

Długa droga do równości w
miejscu pracy

05

Kompetencje nie mają płci

07

W bezpiecznym i przyjaznym
miejscu pracy jesteśmy
bardziej kreatywni

09

Nie ma dla Ciebie krzesła przy
stole decydentów? To je
dostaw!

10

Płeć ma znaczenie

12

Styl zarządzania nie zależy od
płci

14

Tworzyć rozwiązania
i uskrzydlać ambicje

15

Zarząd nie jest kobietą

16

Pewności siebie
powinniśmy uczyć się od
mężczyzn

17

O badaniu Bibby MSP Index

WSTĘP

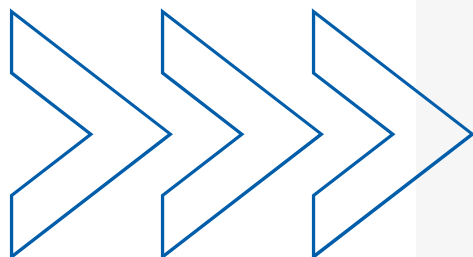
Ponad 30 lat polskiej transformacji przyniosło nie tylko ogromną zmianę gospodarczą, ale również społeczną, przejawiającą się w znacznej aktywizacji zawodowej kobiet. Polskie kobiety chcą realizować się zawodowo, piąć się po szczeblach kariery, zarządzać przedsiębiorstwami i realnie wpływać na rozwój polskiej gospodarki. W tym kontekście, jednym z największych wyzwań, z jakim przyszło się im zmierzyć było - i jest - stereotypowe postrzeganie ich przydatności w miejscu pracy, która - zdaniem wielu - jest mniejsza, choćby ze względu na macierzyństwo.



O tym, że *sytuacja kobiet w miejscu pracy jest lepsza niż jeszcze 10 lat temu jest przekonanych 60% respondentów* badania przeprowadzonego w 2021 r. na zlecenie Pracuj.pl. Jednak aż 42% przebadanych kobiet nie zgodziło się ze stwierdzeniem, że obie płcie mają równe szanse w miejscu pracy. To pokazuje, że choć jest lepiej, to osiągnięcie równości płci w miejscu pracy nadal jest przed nami.

W ramach XIV fali badania Bibby MSP Index postanowiliśmy sprawdzić, jak niektóre kwestie związane z aktywnością zawodową kobiet są postrzegane przez osoby pracujące w MSP. Wyniki prezentujemy na kolejnych stronach. Mamy nadzieję, że będzie to lektura inspirująca do działania na rzecz stwarzania takich samych możliwości rozwoju zawodowego wszystkim pracownikom niezależnie od ich płci, bo zmotywowany i realizujący swój potencjał pracownik to największy kapitał każdej organizacji.

W tytule naszego raportu, dość przewrotnie, pojawił się znak zapytania. Nie wynika on z naszego powątpiewania w prawdziwość stwierdzenia, że kobiety - choć różne - są równe mężczyznom w miejscu pracy. Wręcz przeciwnie - jesteśmy o tej równości przekonani. Kompetencje nie mają płci, a kobiety każdego dnia udowadniają, że są dobrymi pracownikami, kierowniczkami, dyrektorami czy prezeskami. Skąd zatem znak zapytania? Bo te same kobiety każdego mierzą się z krzywdzącymi dla nich stereotypami, umniejszaniem ich wartości zawodowej, powątpiewaniem w ich kompetencje czy luką płacową. Przed nami długa droga do równości, ale wierzymy w to, że kiedyś ten znak zapytania stanie się zbędny.





KLUCZOWE WNIOSKI

Miejsce pracy, w którym pracodawca umożliwia wszystkim pracownikom realizowanie potencjału na tych samych warunkach to jeden z kluczowych czynników odpowiadających za sukces firmy i rozwój biznesu. Pracownicy to największy i zarazem najważniejszy kapitał firmy, który w wielu przypadkach stanowi o przewadze konkurencyjnej, zwłaszcza w wysoko wyspecjalizowanych sektorach.

Kompetencje nie mają płci - każdy z nas posiada zestaw umiejętności, które nabyliśmy w trakcie nauki i pracy.

Niestety, z różnych badań wynika, że nader często stereotypowe postrzeganie płci uniemożliwia dostrzeżenie tego, co z punktu pracodawcy najważniejsze, czyli właśnie kompetencji. Dlatego tak istotne są wszelkie działania na rzecz równości płci w miejscu pracy, a - jak pokazuje nasze badanie - jest w tym kontekście jeszcze wiele do zrobienia.

01 Długa droga do równości w miejscu pracy

52% firm-respondentów Bibby MSP Index potwierdza, że w ich organizacji prowadzona jest polityka zrównywania szans. Co ciekawe, to reprezentanci średnich (59-249 zatrudnionych) istotnie częściej deklarują, że dotyczy to ich firmy. Zupełnie inaczej wygląda to w małych (10-49) organizacjach, gdzie większość odpowiedzi na tak zadane pytanie to "raczej nie". To istotna różnica w postrzeganiu rzeczywistości miejsca pracy, która pokazuje, że im mniejsza organizacja, tym niższy priorytet ma kwestia równości płci.

02 Równa praca, równa płaca

Jeśli chodzi o konkretnie działania, to najwięcej firm deklaruje wdrażanie polityki równych płac dla kobiet i mężczyzn na tych samych stanowiskach - 2/3 badanych zadeklarowało, że płace dla kobiet i mężczyzn są w ich organizacjach równane. W co czwartej firmie wprowadzono paritet na stanowiskach dyrektorskich i kierowniczych, zaś 23% firm zachęca mężczyzn do korzystania z urlopów tacierzyńskich. 1 na 5 firm prowadzi programy mentorskie i szkoleniowe dla kobiet.

03 Zarządy zdominowane przez mężczyzn

Z danych podanych przez Unię Europejską wynika, że w Polsce jesteśmy blisko osiągnięcia równowagi, jeśli chodzi o odsetek kobiet i mężczyzn na stanowiskach kierowniczych - mężczyźni stanowią niewiele ponad 50% kadry zarządczej. Jeśli chodzi o małe i średnie przedsiębiorstwa, to z naszego badania wynika, że w co czwartej firmie nie ma w zarządzie ani jednej kobiety. 37% badanych potwierdza, że udział kobiet w zarządzie wynosi między 26 a 50% składu osobowego. Wyłącznie kobiece zarządy zadeklarowało 6% respondentów.



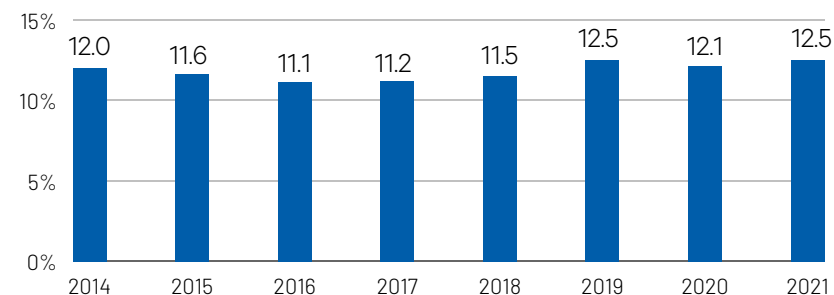
DŁUGA DROGA DO RÓWNOŚCI W MIEJSCU PRACY

Kobiety-menedżerki, kobiety-członkinie zarządu i kobiety prezeski to stosunkowo nowe zjawisko w miejscu pracy. Przez setki lat zarządzanie aktywnością biznesową było domeną mężczyzn i wynikało z historycznych i kulturowych uwarunkowań.

Głębokie zmiany społeczne, które rozpoczęły się pod koniec XIX w. wraz z rozwojem ruchu emancypacyjnego, stopniowo umożliwiały kobietom spełnienie zawodowe nie tylko w tradycyjnych rolach nauczycielek, pielęgniarek czy opiekunek do dzieci. Ponad 100 lat później, obecność kobiet na stanowiskach menedżerskich i dyrektorskich jest znacznie częstsza, ale szkodliwe i krzywdzące stereotypy nadal trzymają się mocno, a szklany sufit jest dla wielu barierą nie do przebicia.

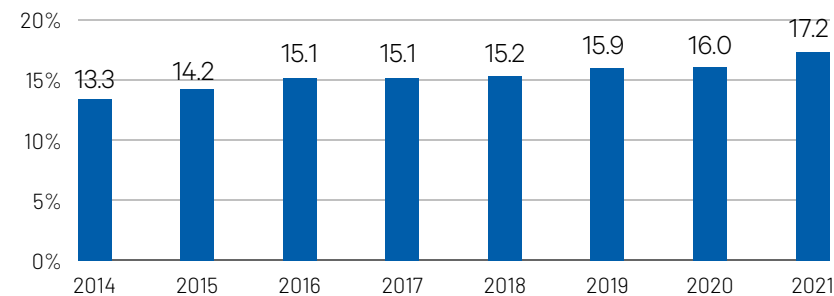
Polska rzeczywistość AD 2022 to zarządy i rady nadzorcze największych firm zdominowane przez mężczyzn. Z danych opublikowanych przez Giełdę Papierów Wartościowych wynika, że w 2021 r. udział kobiet w radach nadzorczych wyniósł 17,2%, zaś ich reprezentacja w zarządach to 12,5%. W tym kontekście warto zwrócić uwagę na trend - o ile kobiet w radach nadzorczych jest z roku na rok coraz więcej (13,3% w 2014 i 17,2% w 2021 r.), o tyle liczba kobiet w zarządach w tym samym okresie oscyluje wokół 12%. Dlatego polska giełda od kilku lat bierze udział w wydarzeniu "Ring the Bell for Gender Equality", które promuje wyrównywanie szans kobiet i mężczyzn w miejscu pracy.

KOBIETY W ZARZĄDACH NA RYNKU REGULOWANYM



Źródło: GPW

KOBIETY W RADACH NA RYNKU REGULOWANYM



Źródło: GPW

KOMPETENCJE NIE MAJĄ PŁCI



Ewa Gawrońska-Micuń,
Dyrektor Operacyjna i Członek Zarządu
w Bibby Financial Services

Empatia, dobra organizacja, współpraca, skuteczne budowanie zespołów czy dbanie o dobre relacje to budulec innowacyjnych przedsiębiorstw XXI w.

Patrząc na wyniki naszego badania, po raz kolejny dochodzę do wniosku, że pracuję w wyjątkowej organizacji - odsetek kobiet w zarządzie oraz na szczeblach kierowniczych i dyrektorskich jest znacznie wyższy niż statystycznie w Polsce. Jest to możliwe dzięki temu, że Bibby Financial Services jest firmą, która wspiera kobiety w rozwoju zawodowym, pozwalając im godzić obowiązki rodzinne z zadaniami w pracy. Jako organizacja doceniamy przede wszystkim kompetencje i promujemy pracowników niezależnie od ich płci.

Liczne badania pokazują, że zarządy, w których zasiadają kobiety, mają większe zyski. Za obecnością kobiet na stanowiskach kierowniczych przemawiają też pewne umiejętności, jakie przejawia większość z nas. Empatia, dobra organizacja, współpraca, skuteczne budowanie zespołów czy dbanie o dobre relacje to budulec innowacyjnych przedsiębiorstw XXI w. Niewątpliwie są to argumenty przemawiające za tym, aby wprowadzić parytety. Z drugiej jednak strony wszelkie odgórne regulacje napotykają opór pewnych grup, co może być w początkowej fazie przeciwnie skuteczne. Dlatego jako kobieta i członek zarządu dużej firmy wierzę przede wszystkim w siłę rynku i dobrych wyników, aktywizację zawodową kobiet, promowanie różnorodności i wdrażanie działań na rzecz równości kobiet i mężczyzn w miejscu pracy.

Ważną kwestią jest też pokonanie naszych wewnętrznych barier w dążeniu do samorealizacji zawodowej - wiele z nas wyniosło z domu przekonanie, że nie jesteśmy wystarczająco dobre do tego, aby skutecznie zarządzać organizacją. W świecie nowoczesnego biznesu, gdzie najważniejsze są kompetencje to szkodliwy i ograniczający nasz potencjał stereotyp.

W Bibby Financial Services działamy w wysoko wyspecjalizowanym sektorze finansowym i zależy nam na tym, aby specjalistyczny know-how zostawał wewnątrz organizacji. Zdecydowana większość moich koleżanek to ekspertki w swojej branży, posiadające unikatowe zestawy umiejętności, więc w interesie firmy jest, aby stworzyć im takie warunki pracy, które pozwalają godzić karierę z obowiązkami rodzinnymi. Dbamy też o to, aby były godnie wynagradzane za swoją pracę - w naszej firmie nie istnieje problem luki płacowej.

Cieszę się, że jako firma jesteśmy w awangardzie zmian społecznych, a nasza polityka równości kobiet i mężczyzn nie jest pochodną przepisów i zewnętrznych regulacji, ale wynika ze zdroworozsądkowego podejścia do biznesu.



Niewątpliwie pocieszające jest to, że według danych Eurostatu z 2020 r. Polska zajmuje drugie miejsce w Unii pod względem odsetka kobiet na stanowiskach kierowniczych z wynikiem 44%, który sytuuje nasz kraj o 10 pkt. proc. powyżej średniej.

W tym kontekście warto przywołać badanie polskiego oddziału Hays "Kobiety na rynku pracy 2022", z którego wynika, że kobiety i mężczyźni zupełnie inaczej postrzegają wpływ płci na starania o awans i otrzymanie sprawiedliwego wynagrodzenia.

44% odsetek kobiet na stanowiskach kierowniczych w Polsce

W BEZPIECZNYM I PRZYJAZNYM MIEJSCU PRACY JESTEŚMY BARDZIEJ KREATYWNI



Tomasz Kukulski

prezes Bibby Financial Services

Budowanie kultury organizacyjnej opartej na zrównywaniu szans wszystkich pracowników to jedno najważniejszych zadań nowoczesnego lidera i prezesa firmy. Dlatego w Bibby Financial Services staramy się wzmacniać pozycję kobiet, wspieramy pozytywne dla nich rozwiązania i walczymy ze stereotypami.

W naszych działaniach wsluchujemy się w potrzeby i oczekiwania naszych koleżanek - kształtowanie firmowych zasad zaczyna się podczas codziennych rozmów w firmowej kuchni. Bardzo cenię sobie te momenty, bo w nieformalnej atmosferze wspólnej kawy moje koleżanki chętnie dzielą się ze mną swoimi oczekiwaniami, a ja przedstawiam im mój punkt widzenia na rozwój kobiet w organizacji, zgodny z ich oczekiwaniami i uwzględniający ich kulturowo-społeczne ograniczenia.

Obecność kobiecego pierwiastka w biznesie jest nie do przecenienia - kobiety, z którymi pracuję, są świetnie zorganizowane, innowacyjne, empatyczne i elastyczne. Ich siłą jest też dobrze pojęta opiekuńczość, która wpływa na ogólny dobrostan wszystkich pracowników. Moje koleżanki potrafią też myśleć o wielu rzeczach jednocześnie i świetnie priorytetyzują zadania. Dążąc do celu biznesowego, nie tracą z pola widzenia wartości pozafinansowych - relacji w pracy, wizerunku firmy w oczach klientów czy naszego wpływu na środowisko.

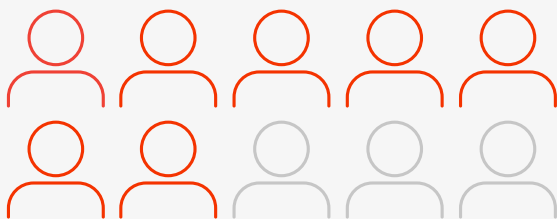
Współczesny świat, pełen nieprzewidywalnych zjawisk i niezwykle szybkich zmian, wpływa również na świat biznesu. Obecnie rynek potrzebuje takich organizacji, w których człowiek po prostu czuje się dobrze i może rozwijać swoje pasje, bo wtedy jest kreatywny.

Coraz mniej potrzebujemy mechanicznie wykonywanych czynności, bo to za nas mogą już zrobić maszyny, roboty, sztuczna inteligencja. Nie do zastąpienia natomiast jest nasza ludzka kreatywność, umiejętność dostosowywania się do zmian, innowacyjność.

Tradycyjna rola kobiety w wielu przypadkach determinuje jej zawodową rzeczywistość. Kariera jest często przerywana urlopem macierzyńskim, a szybko zachodzące zmiany mogą utrudniać powrót do pracy. Obowiązki opiekuńcze kobiet są też zazwyczaj znacznie bardziej rozległe niż obowiązki opiekuńcze mężczyzn, co było szczególnie widoczne w okresie pierwszych lockdownów. Dlatego jako lider zadaję sobie pytanie: co może zrobić firma dla pracujących kobiet?

„ W Bibby Financial Services sprawdziło się wprowadzenie na stałe hybrydowego modelu pracy - elastyczne godziny ułatwiają codzienną logistykę matkom, czy osobom pomagającym starszym rodzicom.

Ale to tylko jedno z wielu rozwiązań - rynek dostarcza nam całą gamę dobrych praktyk. Na rynku pracy coraz śmielej poczynają sobie nowe pokolenie - dzisiejsi dwudziestoparo- czy trzydziestolatkowie są znacznie bardziej otwarci na szeroko rozumianą różnorodność. To postawa ze wszech miar godna pochwały - inkluzywna i szukająca w każdym człowieku tego, co w nim najlepsze, niezależnie od jego kulturowych, rasowych czy płciowych uwarunkowań. Takie podejście materializuje się też w miejscu pracy, dlatego wierzę w to, że z czasem zbudujemy taką kulturę, w której liczyć się będą przede wszystkim kompetencje.



7 na 10 mężczyzn uważa, że pracownicy o podobnych kwalifikacjach mają równe szanse na awans niezależnie od płci, podczas gdy z tym samym stwierdzeniem zgadza się tylko co trzecia kobieta.

38% deklaruje, że napotkało przeszkody w drodze do osiągnięcia pierwszego w karierze stanowiska kierowniczego w postaci m.in. oceny kandydatury

wyłącznie przez pryzmat płci, demotywującej postawy przełożonego i współpracowników, sprzeciwu współpracowników wobec bycia zarządzanym przez kobietę czy krzywdzących stereotypów na temat kobiet-menedżerek.

Podobne wyniki przynosi raport "Tytanki pracy. Kobiety na rynku pracy w dobie cyfrowej transformacji". Blisko 2/3 pań jest przekonanych, że kobiety i mężczyźni nie mają w Polsce równych szans rozwoju zawodowego,

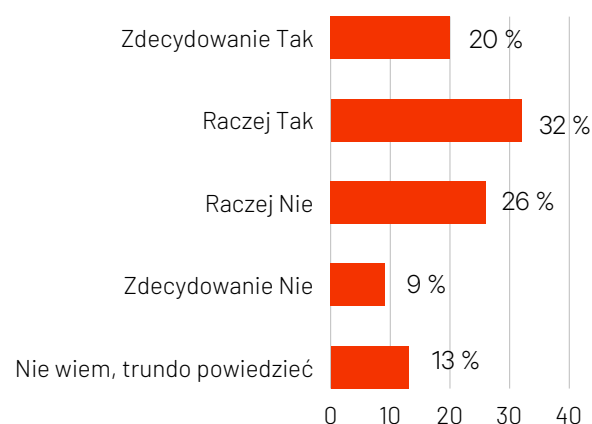
67% uważa, że możliwości awansu determinuje płeć, a deklaruje, że polscy pracodawcy inaczej traktują kobiety, a inaczej mężczyzn w miejscu pracy.

64%

Przywołane badania uzasadniają konieczność kontynuacji wysiłków na rzecz wyrównywania szans kobiet i mężczyzn w miejscu pracy. W ramach Bibby MSP Index sprawdziliśmy, jak kwestia ta wygląda w małych i średnich firmach. I tak, 52% firm-respondentów Bibby MSP Index potwierdza, że w ich organizacji prowadzona jest polityka zrównywania szans. Co ciekawe, to reprezentanci średnich (59-249 zatrudnionych) istotnie częściej deklarują, że dotyczy to ich firmy. Zupełnie inaczej wygląda to w małych organizacjach (10-49 pracowników), gdzie większość odpowiedzi na tak zadane pytanie to "raczej nie". To istotna różnica w postrzeganiu rzeczywistości miejsca pracy, która pokazuje, że im mniejsza organizacja, tym niższy priorytet ma kwestia równości płci.

CZY FIRMY PROWADZĄ POLITYKĘ ZRÓWNYWANIA SZANS Kobiet i MĘŻCZYŹN?

ponad połowa przedstawicieli małych i średnich przedsiębiorstw deklaruje, że ich firma realizuje zasadę równości szans kobiet i mężczyzn



52%
FIRM POTWIERDZA, ŻE PROWADZONA JEST POLITYKA ZRÓWNYWANIA SZANS

- Reprezentanci średnich przedsiębiorstw (50 - 249) istotnie częściej deklarują, że w ich firmie raczej jest prowadzona polityka zrównywania szans kobiet i mężczyzn
- Różni ich to od badanych z małych podmiotów (10 - 49), którzy na tak zadane pytanie częściej odpowiadają "raczej nie"

NIE MA DLA CIEBIE KRZESŁA PRZY STOLE DECYDENTÓW? TO JE DOSTAW!

Dane statystyczne wielu badań z zakresu socjologii pracy mogą wydawać się optymistyczne – przynajmniej w Polsce. Mamy imponujący odsetek aktywnych zawodowo kobiet, niemal połowę stanowisk menadżerskich obsadzają kobiety, stanowią ponad 60% społeczności absolwentów uczelni wyższych, coraz częściej na kierunkach technicznych. To w czym problem, można by zapytać? Ano w tym, że w ogóle nadal powstają – i muszą powstawać – raporty traktujące o (nie)równości płci na rynku pracy. Dobrze będzie, gdy *to zagadnienie przestanie być tematem debaty publicznej. Jak w przypadku oczywistego dostępu wszystkich obywateli i obywaterek do prawa wyborczego. Nie tak całkiem dawno było to wciąż zagadnienie wywołujące gorące dyskusje... Wierzę, że jesteśmy na dobrej drodze.

Kultura różnorodności i włączania (wszystkich mniej uprzywilejowanych grup społecznych) staje się trendem. Młode pokolenia stawiają pracodawcom zupełnie inne wymagania niż ich rodzice czy dziadkowie.

Kultura różnorodności i włączania (wszystkich mniej uprzywilejowanych grup społecznych) staje się trendem. Młode pokolenia stawiają pracodawcom zupełnie inne wymagania niż ich rodzice czy dziadkowie. Chcą robić ciekawe, dobre rzeczy, czuć się w pracy swobodnie, móc być sobą, realizować pasję i wykorzystywać talenty. Niezależnie od płci, poglądów, koloru skóry, preferencji seksualnych czy wyznania. Wywierają nieagresywną presję – w pracy mają liczyć się wyłącznie kompetencje.

Sama praca ma być dopełnieniem ich życia, nie celem ani nie poświęceniem. Niby oczywiste, ale przed nami wciąż wiele wyzwań. Co jest główną przeszkodą? Stereotypy, które wciąż mają się dobrze i bezkarnie się panoszą w działach HR. Tradycyjne postrzeganie ról społecznych, konserwatywne wychowanie chłopców i dziewcząt – to wciąż kule u nogi rozwoju na rynku pracy. Problem często jest w naszych – kobiet – głowach. Przez lata mojej kariery obserwowałam różne osoby aplikujące o pracę. Schemat lubił się powtarzać: Mężczyzna spełniający 5/10 kryteriów, z wielką pewnością siebie twierdził, że wie, że umie, a czego (jeszcze) nie umie, tego się szybko nauczy. Kobiety przychodziły z dużo mniejszą pewnością siebie i swoich możliwości. 9/10 ale... Może mój angielski nie jest wystarczająco profesjonalny? Moja dyspozycyjność nie aż taka...

Nic dziwnego, że kobiety – te bardziej zdeterminowane – chwytają się parytetów jak koła ratunkowego. Ma być kobieta w zarządzie? To będzie! Tylko zauważmy, jak często kobietom w zarządach przypadają role nie do końca decyzyjne, strategiczne. Np. CFO, dyrektor finansowej. Sama doświadczyłam tego fenomenu – bycia niby wśród kadry zarządczej, a jednocześnie niewiele mogąc. Albo sytuacji nazywanej przeze mnie „syndromem królowej” – my (mężczyźni) się wszystkim zajmujemy, ty się nie kłopotcz, po prostu podpisz...

Co robić? Nie godzić się na to. Mówię to z perspektywy humanistki, która doszła bardzo wysoko w wielkich korporacjach technologicznych. Bo chciałam i mogłam. Czego nie umiałam czy nie wiedziałam, nauczyłam się, korzystając z wiedzy i doświadczenia mądrych osób wokół mnie. Pokazałam, że mam swoje zdanie i jestem jego pewna. Potrafiłam zaryzykować i przejąć odpowiedzialność. Wytrwać w mojej postawie. A jak nie byłam brana pod uwagę, to żądałam tej uwagi. Nie było dla mnie krzesła przy stole narad zarządu? Nie szkodzi, postoję lub dostawię sobie krzesło. Nic o nas bez nas. Po prostu.



Dominika Bettman

CEO Microsoft Polska, przedsiębiorczyni,
orędowniczka nowych technologii
i zrównoważonego biznesu

PŁEĆ MA ZNACZENIE

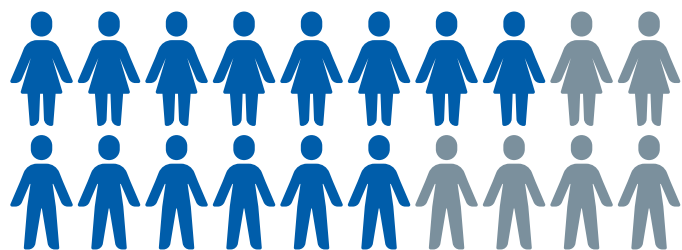
Dla wielu aktywnych zawodowo kobiet jednym z najbardziej oczywistych symptomów nierównego traktowania jest kwestia wynagrodzenia, a konkretnie niższe stawki oferowane kobietom zajmującym stanowiska analogiczne do stanowisk mężczyzn. Tworzy to tzw. lukę płacową, czyli różnicę między pensją kobiet i mężczyzn wykonujących podobną pracę.

Zjawisko to z jednej strony jest konsekwencją postrzegania pracy świadczonej przez kobiety jako gorszej i mniej wartościowej, a z drugiej wynika z obniżonych oczekiwań finansowych samych zainteresowanych, które mają świadomość, że ich praca często jest oceniana przez pryzmat płci, a nie rzeczywistego wkładu w rozwój firmy. Stworzone w ten sposób błędne koło niższego wynagrodzenia bywa trudne do zatrzymania.



Powyższa analiza znajduje odzwierciedlenie w wynikach badań - w przywołanym wcześniej raporcie Hays połowa pań i co piąty mężczyzna są zdania, że płeć ma wpływ na wynagrodzenie: kobiety są gorzej wynagradzane za tę samą pracę. Warto w tym miejscu dodać, że jednym z proponowanych rozwiązań luki płacowej jest wprowadzenie powszechnej transparentności wynagrodzeń.

Takiego zdania jest



77% kobiet

58% mężczyzn



Nie powinno zatem dziwić, że respondenci Bibby MSP Index wskazywali równe płace dla kobiet i mężczyzn jako najczęściej podejmowane działanie na rzecz równości płci - aż 66% respondentów zadeklarowało, że w ich firmach płace kobiet i mężczyzn na tych samych stanowiskach są równe.

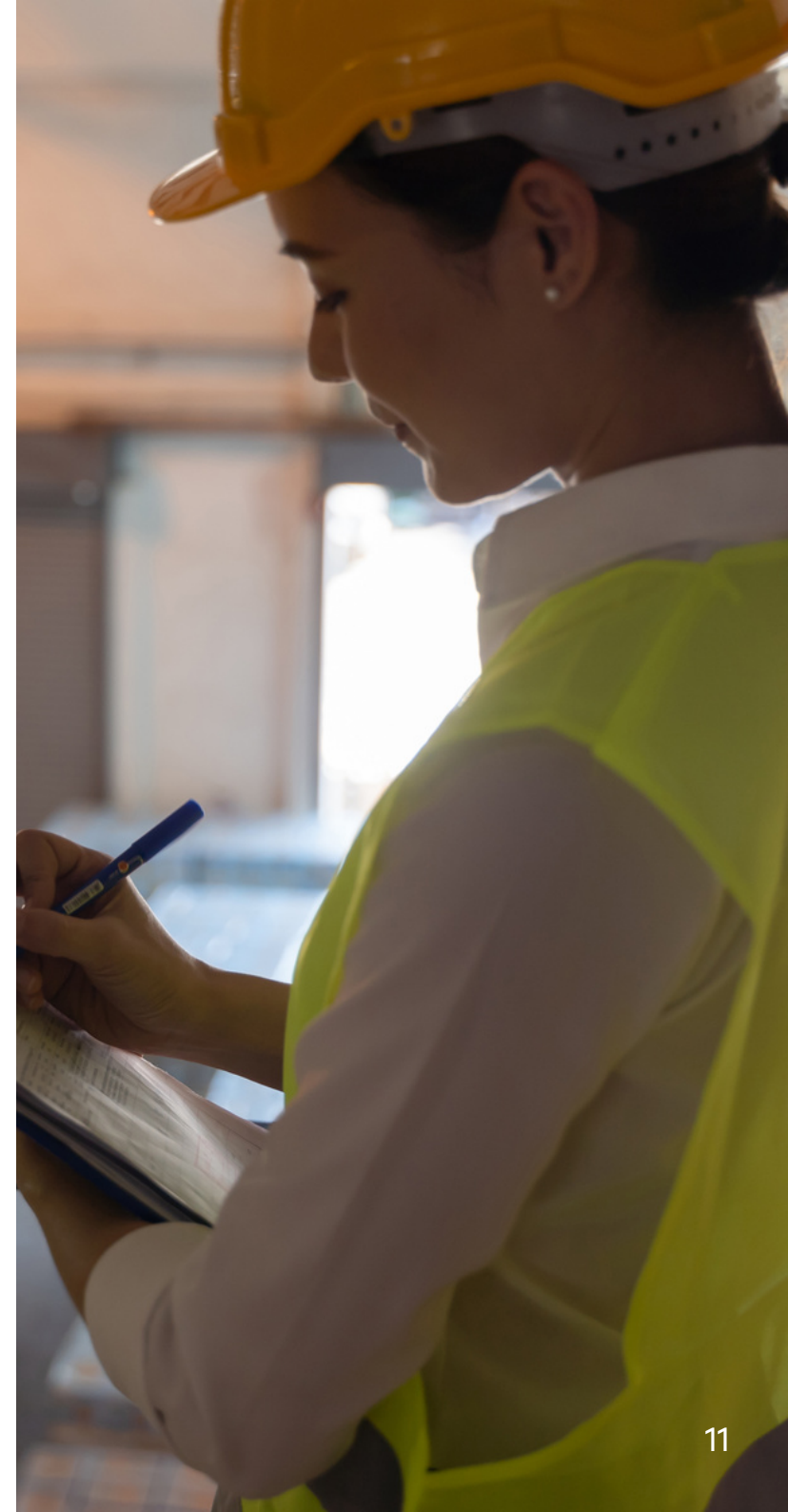
Ale wachlarz działań na rzecz równości kobiet i mężczyzn w miejscu pracy jest w polskich MSP szerszy -

26% firm biorących udział w badaniu Bibby MSP Index zadeklarowało,

że ma ustalony parytet na stanowiskach dyrektorskich i kierowniczych, a tym samym stara się zatrudniać tyle samo kobiet i mężczyzn.

23% badanych zachęca mężczyzn do korzystania z urlopów

tacierzyńskich, a co piąta firma prowadzi programy mentorskie, szkoleniowe i rozwoju zawodowego dla kobiet.



STYL ZARZĄDZANIA NIE ZALEŻY OD PŁCI

Przyznam, że daleka jestem od prostego podziału na styl przywództwa, który utożsamiamy ze światem mężczyzn i styl, który jest głównie cechą kobiet. Można z łatwością znaleźć przykłady apodyktycznych jak i empatycznych liderów po obu stronach. Chociaż w naturalny sposób tradycyjnie wiążemy z kobietami takie cechy jak wrażliwość, łagodność czy empatyczność. W mojej ocenie w dzisiejszym zmiennym, złożonym świecie #VUCA, #BANI dobry lider, niezależnie od płci powinien poszerzać swoje umiejętności i mieć zdolność elastycznego poruszania się po szerokiej osi stylów przywództwa, od dyrektywności po empatię, w zależności od kontekstu i potrzeb danej sytuacji.

Oprócz stylu, ludzie dziś potrzebują przede wszystkim spójnych liderów, którzy nie będą mieli podwójnego systemu wartości.

Warto zwrócić także uwagę na zaskakujący fakt, iż badania prowadzone w ostatnich latach w Polsce wskazywały, że kobiety liderki miały niewspierający styl przywództwa. Kulturowo styl zarządzania w Polsce ma historię opartą na hierarchicznym podejściu, co sprawia, że niezależnie od płci wszyscy mamy lekcje do odrobienia. Jestem zdecydowanie za tym, aby kobiety miały równe szanse w kształtowaniu swojej kariery, aby były równorzędnie traktowane oraz wynagradzane i aby jedynym kryterium były kompetencje, doświadczenie, a nie płeć. Czasem rozwiązania administracyjne, takie jak na przykład parytety płci w zarządach, są potrzebne, a nawet konieczne, aby przełamywać impas. Potrzebny jest też czas, czysto statystycznie biorąc pod

uwagę postępujące na przestrzeni kilku ostatnich dekad zmiany w proporcji kobiet i mężczyzn na poszczególnych szczeblach zarządczych. Ale ważne jest, aby zawsze to był świadomy wybór danej kobiety, bez presji otoczenia i narzucania trybu definiowania swojej wartości jedynie poprzez aspekt hierarchii biznesowej. Obserwując firmy, które biorą udział w akcji #2H dla rodziny, i zgłaszają się do konkursu Firma Przyjazna Rodzinie / Człowiekowi dostrzegam pewną prawidłowość. Firmom tym towarzyszy większy poziom świadomego, długoterminowego kształtowania polityki zatrudnienia i dbałości o dobrostan ludzi. To firmy, które częściej pytają swoich ludzi o opinię i oddają im inicjatywę. Pracodawcy ci zdają sobie sprawę, że marketingowe podejście do takich działań jak nasza akcja będzie szybko zdemaskowane przez pracowników jako niespójne. Nasza akcja na przestrzeni lat stała się zatem przy zaangażowaniu pracowników swego rodzaju papierkiem lakmusowym wykrywającym takie niespójności (w 2022 roku, blisko co czwarta pracująca osoba w Polsce zetknęła się z Akcją).

Obecnie w wielu firmach zachodzą pozytywne zmiany w obszarze wellbeingu pracowniczego, czy dbałości o równowagę pomiędzy czasem zawodowym a rodzinnym. Powodów jest kilka, najważniejsze z nich to zmiana demograficzna i pokoleniowa. Na rynek pracy wchodzi coraz to młodsze pokolenia, które w środowisku pracy poszukują - poza kwestiami finansowymi - poczucia sensu oraz możliwości dobrego łączenia pracy z życiem prywatnym (work-life integration). W związku z tym od lat obserwujemy na rynku pracy silną walkę o talenty. Po pandemii przez zachodni świat przetoczyła się fala wielkiej rezygnacji (ang. great resignation), jako sygnał, że ludzie chcą pracować inaczej. Fala ta dodatkowo sprawiła, że pracodawcy stanęli przed koniecznością gruntownego przemyślenia swojego podejścia do tworzonej kultury pracy. W związku z pojawiającymi się oznakami recesji skala rezygnacji zostanie wyhamowana, ale nie wpłynie to w mojej ocenie długoterminowo na zapoczątkowany trend.

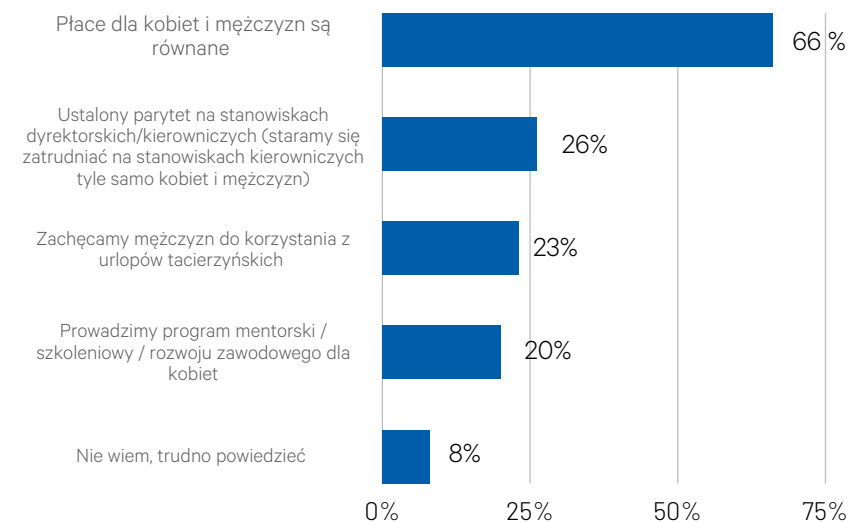


Zofia Dzik,
impact inwestorka, założycielka i prezeska
Instytutu Humanites



JAKIE DZIAŁANIA W ZAKRESIE ZRÓWNYWANIA SZANS PODEJMUJĄ FIRMY?

Równość w obszarze płac — to główne działania, jakie podejmują firmy wyrównujące szanse kobiet i mężczyzn w firmie. Co czwarta firma — z tych dbających o ten obszar — deklaruje, że ma parytet na kierowniczych stanowiskach



Na koniec warto przytoczyć jeszcze jedną statystykę: aż 88% panów i tylko 43% kobiet biorących udział w badaniu Hays uważa, że polski rynek pracy jest coraz bardziej przyjazny dla kobiet. Warto byłoby zbadać, z czego wynika tak radykalnie odmienne postrzeganie rzeczywistości zawodowej.

TWORZYĆ ROZWIĄZANIA I USKRZYDLAĆ AMBICJE



Paweł Oksanowicz,

dziennikarz specjalizujący się w tematach CSR, ESG i zrównoważonego rozwoju



Pierwszym krokiem do zapewnienia równych szans kobietom w biznesie jest stworzenie takich przepisów i udogodnień, które uwzględniają i pomagają im wypełnić różne życiowe role – zawodowe, macierzyńskie, opiekuńcze. Tu na pewno ważne jest monitorowanie firm, aby upewnić się, że przepisy i obietnice są przestrzegane i wypełniane.

W sferze psychologicznej ważne jest, aby kobiety były świadome dostępnych możliwości i wyposażone w umiejętności oraz wiedzę niezbędną do odniesienia sukcesu w świecie biznesu. Ponadto edukowanie firm na temat znaczenia równości i korzyści płynących z różnorodności zespołów, może pomóc w stworzeniu środowiska, w którym kobiety mają większe szanse na rozwój.

Wydaje mi się, że dla części kobiet wejście w gotową rolę osoby odpowiedzialnej za wychowywanie dzieci i prowadzenie domu – na pewnym etapie życia – jest jedynym sposobem uczestnictwa w świecie. Niestety, ale to może stać się pułapką. Kiedy wypełnią tę rolę do końca, muszą zmierzyć się z wymaganiami rynku pracy i skonfrontować je z własnymi oczekiwaniami. Rozczarowanie, jakiego mogą wtedy doznać powoduje, że wpadają w społeczną pustkę. Ich potencjał marnuje się, a przecież kobiety powinny mieć takie same możliwości jak mężczyźni, jeśli chodzi o uczestnictwo w rynku pracy i rozwój kariery, w każdym wieku.

Ogólnie rzecz biorąc, wyrównywanie szans kobiet w biznesie jest złożonym zagadnieniem, na które wpływa wiele czynników. Zwrócę jeszcze uwagę na jeden, być może nieoczywisty element – obecność kobiet w mediach. Dlaczego jest ważna?

Pomaga podważyć stereotyp, że tylko mężczyźni mogą odnieść sukces w sferze publicznej. Przecież kobiety mają tyle samo do zaoferowania, co mężczyźni i powinny mieć szansę, aby to udowodnić. Ich obecność w mediach może pomóc wzmocnić pozycję innych, a obraz kobiet odnoszących sukcesy i na wpływowych stanowiskach może zainspirować pozostałe panie do snucia wielkich marzeń i realizacji ambitnych celów. Poza tym, ważne jest, aby media odzwierciedlały różnorodność świata, w którym żyjemy, a kobiety są jego istotną częścią.

ZARZĄD NIE JEST KOBIETĄ

Z danych podanych przez Unię Europejską wynika, że w Polsce jesteśmy blisko osiągnięcia równowagi, jeśli chodzi o odsetek kobiet i mężczyzn na stanowiskach kierowniczych - mężczyźni stanowią niewiele ponad 50% kadry zarządczej. Jednak statystyka ta dotyczy wszystkich szczebli kadry zarządzającej, od kierowników, przez dyrektorów, po prezesów firm.

I o ile na niższych stanowiskach możemy mówić o względnej równowadze, o tyle znaczna większość ról prezesowskich jest zarezerwowana dla mężczyzn.

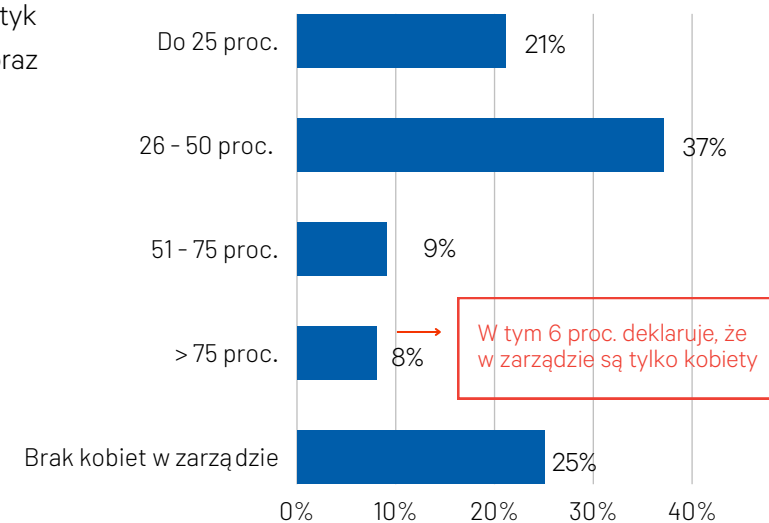
Droga do pierwszego w karierze stanowiska kierowniczego jest trudniejsza w przypadku pań, które muszą się mierzyć nie tylko ze stereotypowym postrzeganiem ich umiejętności zarządczych, ale też własnymi ograniczeniami wynikającymi z określonego stylu wychowania dziewczynek do ról społecznie akceptowalnych i pożądanых. Krzywdzące przekonania na temat "żądnych władzy kobiet-heter" i ich (braku) zdolności przywódczych są nie tylko szkodliwe dla samych zainteresowanych, ale mogą mieć też negatywne skutki dla firm i organizacji. Wybór osoby na stanowisko kierownicze, w którym najważniejszym kryterium jest płęć kandydata, raczej nie wyłoni najbardziej wskazanego z punktu widzenia potrzebnych kompetencji kandydata.

87% kobiet, które zajmują stanowiska kierownicze deklaruje, że zarządzanie zespołem jest dla nich źródłem satysfakcji; jednocześnie aż 69% uważa, że ich praca nie jest doceniana - takie informacje płyną z raportu Hays. Z zestawienia tych dwóch deklaracji płynie ciekawy wniosek - kobiety są w stanie czerpać radość z wykonywania obowiązków zawodowych nawet wtedy, gdy mają poczucie, że ich praca nie jest uważana za wartościową. Wbrew pozorom to dobry prognostyk na przyszłość, bo pokazuje, że panie stają się coraz mniej zewnątrzsterowne i potrafią same ocenić przydatność swojej pracy dla firmy.

A jak wygląda sytuacja kobiet w zarządach polskich MSP? Z badania Bibby MSP Index wynika, że najczęściej bo aż 37% badanych potwierdza, że udział kobiet w zarządzie ich firmy to wartość z zakresu 26-50%. W co piątej firmie panie w zarządzie stanowią do 25% składu osobowego. Tylko 9% firm może się pochwalić zarządem kobiecym w 51-75%. Jedynie w przypadku 6% małych i średnich podmiotów kadrę kierowniczą stanowią same kobiety. Natomiast w co czwartym przedsiębiorstwie zarządy są wyłącznie męskie.

JAKI JEST UDZIAŁ KOBIET W ZARZĄDACH FIRM?

Najwięcej, bo 37% badanych potwierdza, że udział kobiet w zarządzie ich firmy to 26-50%. 1/4 firm nie ma w ogóle kobiet w zarządzie.



- Udział kobiet w zarządzie na poziomie 51 - 75 proc. deklarują istotniej częściej reprezentanci średnich firm (50 - 249)
- Głównie w przedsiębiorstwach budowlanych w zarządzie zasiada nie więcej niż 25 proc. kobiet

PEWNOŚCI SIEBIE POWINNYŚMY UCZYĆ SIĘ OD MĘŻCZYZN

Z wykształcenia jestem inżynierem trakcji elektrycznej, więc zawodowo poszłam w kierunku społecznie postrzeganym jako męski. Gdy pracowałam na pełnym etacie niejednokrotnie spotykałam się z przejawami dyskryminacji ze względu na płeć. Bardzo często musiałam walczyć z przekonaniem moich kolegów, że skoro „młoda i ładna, to na bank głupia”, a udowadnianie, niektórym powątpiewającym współpracownikom, że znam się na rzeczy, stało się przykrą normą.

Mam wrażenie, że przez te kilkanaście lat niewiele się zmieniło. Jako kobiety codziennie musimy mierzyć się z faktem, że w męskich branżach jesteśmy, bardziej surowo oceniane, niesprawiedliwie traktowane, a przecież jesteśmy równie dobre jak panowie. Edukujemy się, rozwijamy i często mamy większe kompetencje od kolegów, z którymi pracujemy co pokazują statystyki. Założenie, że ktoś może być gorszym pracownikiem ze względu na płeć jest nie tylko nieuprawnione, ale też bardzo krzywdzące. Ten, kto w przeważającej większości pracuje z kobietami, wie, że to kobiety są bardziej sumienne, szczegółowe i obowiązkowe.

Ale pewności siebie powinnyśmy uczyć się od panów. Są w tej kwestii naprawdę dobrzy. Mężczyźni, nie znając się na czymś, podejmują wyzwanie bo tak mają skonstruowaną głowę.

Pomimo, że czegoś nie potrafiam, nie mam o czymś zielonego pojęcia to i tak pewnym krokiem będą szli jak po Oscara. Tej samej pewności siebie używają w negocjacjach choćby dotyczących wynagrodzenia. Nam wiecznie wydaje się, że nie zasłużyłyśmy. Łatwiej przyznajemy się do swoich ułomności, braków, błędów i jesteśmy bardziej krytyczne wobec siebie.

Choć nadal pracuję w zawodzie to nie jest to już pełen etat. Ze swojej pracy zwolniłam się właśnie z powodu mobbingu i dyskryminacji. I nie ma to żadnego znaczenia, że jestem silną jednostką. Kropla drąży skałę. Nowy szef może zając pracownika najgłupszymi zadaniami, odsuwać go od projektów, których był twórcą czy zasypywać mailami, na które nikt nie nadążyłby odpowiadać i obniżać jego samoocenę i zawodowe dokonania. Między innymi takie zachowanie takie nazywa się mobbingiem. A dyskryminacja? Tego chyba nie trzeba tłumaczyć. Pracowałam w wielkiej międzynarodowej korporacji, która szczyliła się zasadami Ethics & Compliance, a ja pewnego dnia dzięki próżności mojego kolegi, pracującego na tym samym stanowisku, dowiedziałam się, że moje wynagrodzenie jest 30 % niższe.

Moje doświadczenia były sprężyną do tego, by założyć fundację Wykrzyknik. Fundację przeciwdziałającą mobbingowi i dyskryminacji.

Ale w życiu trzeba iść dalej. Dziś skupiam się przede wszystkim na mojej podróżniczej pasji, która stała się moją pracą. Zbudowałam silną markę osobistą, a o swoich projektach i wyczynach opowiadam w trakcie prelekcji motywacyjnych. Dzielę się swoją historią zdobycia Korony Ziemi czy Trawersu Grenlandii (3 i najmłodsza Polka). Opowiadam o doświadczeniu związanym z organizacją Festiwalu Siła Marzeń czy Rajdu Południe – Północ.

Swoją markę osobistą budujemy każdego dnia. Budujemy ją naszą postawą, zachowaniem, jakością wykonywanych zadań. W budowaniu marki nigdy nie zaszkodzą naturalność, uśmiech i bycie sobą. Wywiązywanie się ze swoich zadań, uczciwość i kręgosłup moralny to moim zdaniem emblematy dobrej marki. Dobra marka osobista to nie wielkie wyczyny, to właściwa postawa życiowa.



Miłka Raulin,

mama, inż. trakcji elektrycznej, zdobywczyni Korony Ziemi, 3 i najmłodsza Polka z Trawersem Grenlandii, autorka książek

O BADANIU BIBBY MSP INDEX

Bibby MSP Index to badanie prowadzone od ponad dekady przez [Bibby Financial Services](#) wspólnie z profesjonalnymi agencjami badawczymi (m.in. Keralla Research Instytut Badań i Rozwiązań B2B).

Badanie realizowane jest metodą CATI (wywiady telefoniczne) na reprezentatywnej próbie polskich małych i średnich przedsiębiorstw. Odpowiedzi udzielają właściciele, prezesi i osoby na wyższych stanowiskach kierowniczych.

W badaniu uwzględniane są branże:



produkcja



transport



budownictwo



usługi



handel



działalność
pozostała

Bibby MSP Index to wskaźnik wzorowany na sprawdzonym i cenionym przez światowych inwestorów indeksie określanym jako Indeks Managerów ds. Zakupów (tzw. PMI, Purchasing Managers Index). Przyjmowane przez Bibby MSP Index wartości znajdują się w przedziale od 0 do 100 pkt.

- Wynik > 50 pkt. to prognoza (zapowiedź) poprawy kondycji firm.
- Wynik < 50 pkt. to prognoza kryzysu na skutek pogarszającej się kondycji firm.

Otrzymanie informacji o przyszłej (oczekiwanej) przez przedsiębiorców sytuacji firmy w jej głównych obszarach (sprzedaż, inwestycje, zatrudnienie, płynność finansowa oraz poziom zadłużenia firmy), pozwala przewidzieć scenariusze, jakie mogą układać inni uczestnicy rzeczywistości gospodarczej.

Badania Bibby MSP Index to także zbieranie opinii przedsiębiorców na aktualne tematy gospodarcze. Każda fala skupia się na nieco innych zagadnieniach. W październiku 2022 r. zapytaliśmy o sytuację kobiet w małych i średnich przedsiębiorstwach.

Aktualne oraz poprzednie wyniki Bibby MSP Index można znaleźć na stronie <https://www.bibbyfinancialservices.pl/msp-index>.

PODCAST

PORUSZYĆ MĘSKIE DOMINO, CZYLI JAK WZMACNIAĆ POZYCJĘ KOBIET W FIRMACH

DOMINIKA
BETTMAN

TOMASZ
KUKULSKI

POSŁUCHAJ >>

