

FUNDACJA
LIDEREK
BIZNESU

Za mało kobiet w zarządach

→ Dlaczego nic
się nie zmienia?

KANTAR MillWARD BROWN



Nestlé

Jedz smacznie, żyj zdrowo

SIEMENS

Ingenuity for life



FUNDACJA
LIDEREK
BIZNESU

Warszawa, czerwiec 2017
Copyright by Fundacja Liderów Biznesu

Autor:

Fundacja Liderów Biznesu

**Raport został przygotowany przez zespół Fundacji Liderów Biznesu
pod kierownictwem Anny Sirockiej.**

Opracowanie redakcyjne:

Maria Bnińska

Wykonawca badań:

KANTAR MILLWARD BROWN

Partnerzy Raportu:



www.liderkibiznesu.pl

PUBLIKACJA BEZPŁATNA

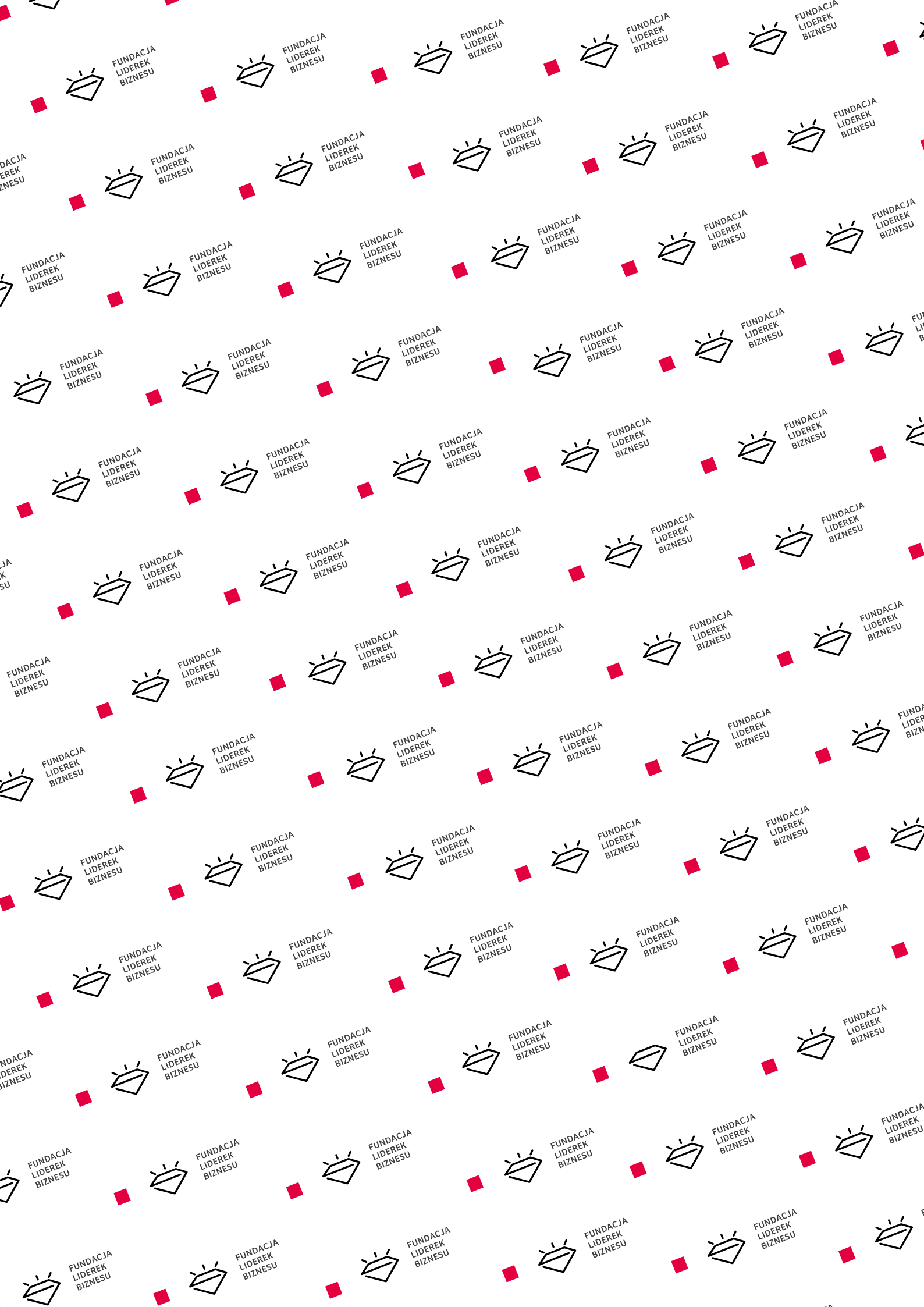
Za mało kobiet w zarządach

Dlaczego nic
się nie zmienia?



Spis treści

I. Wprowadzenie	4
II. Kompetencje a płeć	7
III. Kogo chcemy jako przełożonego?	12
IV. Rekrutacja kobiet - czego boją się mężczyźni, a czego kobiety?	15
V. Jakie należy podjąć działania?	18
O badaniu	20



I.

Wprowadzenie



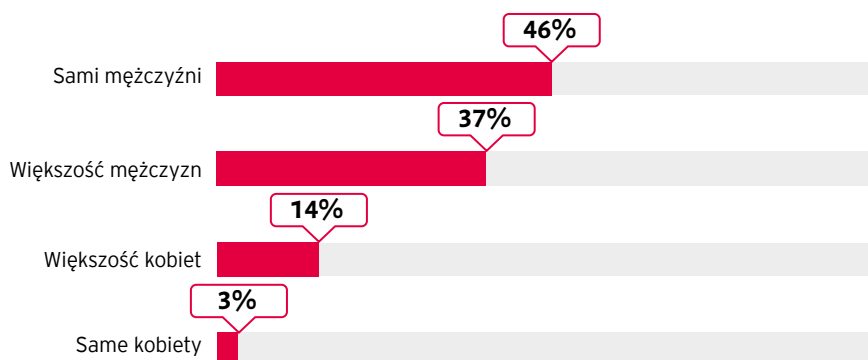


Zeszłoroczne badanie Fundacji Liderki Biznesu „Kobiety we władzach spółek giełdowych w Polsce. Czas na zmiany” po raz kolejny potwierdziło, że zarządy polskich firm są zdominowane przez mężczyzn. W 2015 roku w zarządach spółek notowanych na Rynku Głównym GPW w 2015 roku było zaledwie 12,05% kobiet, a w radach nadzorczych 14,49%.

W tym roku Fundacja Liderki Biznesu z **udziałem partnerów raportu Axa, Nestlé Polska i Siemens** postanowiła, razem z firmą **Kantar Millward Brown** zbadać, jak postrzegane są kobiety, które zasiadają w zarządach przedsiębiorstw lub aspirują do najwyższych stanowisk.

Na poziomie deklaracji respondenci, z którymi przeprowadzono poszerzone wywiady, deklarują pełną otwartość w myśleniu o kobietach w zarządach. Twierdzą, że płeć nie ma znaczenia w procesie rekrutacyjnym. W praktyce jednak chcą pracować z osobami podobnymi do siebie, więc wybór mężczyzny jest wygodniejszy i obciążony - w ich mniemaniu - mniejszym ryzykiem. Dodatkowo panuje przekonanie, że kobiety, które już są w zarządach, osiągnęły tę pozycję dzięki męskim cechom.

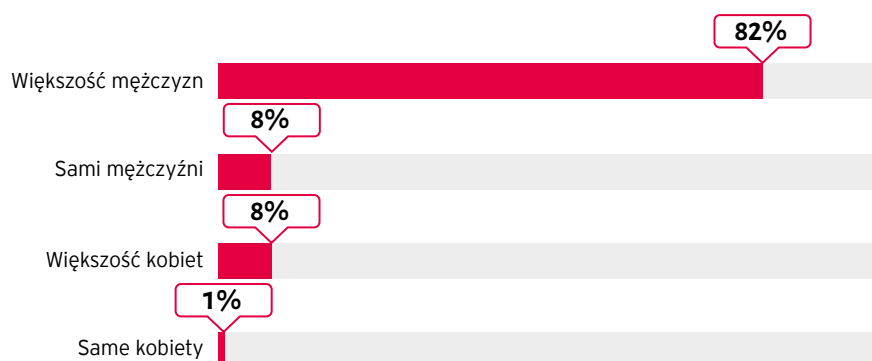
Czy zarząd Pana/Pani firmy to?



Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderki Biznesu.

W prawie połowie badanych przedsiębiorstw zarząd składa się wyłącznie z mężczyzn, a w 37% mężczyźni stanowią większość. Jednocześnie respondenci zupełnie inaczej postrzegają swoją konkurencję - ich zdaniem tylko w 8% firm o podobnym profilu w zarządzie są wyłącznie mężczyźni.

Jak te proporcje wyglądają Pana/Pani zdaniem w innych firmach o zbliżonym profilu do Państwa firmy?

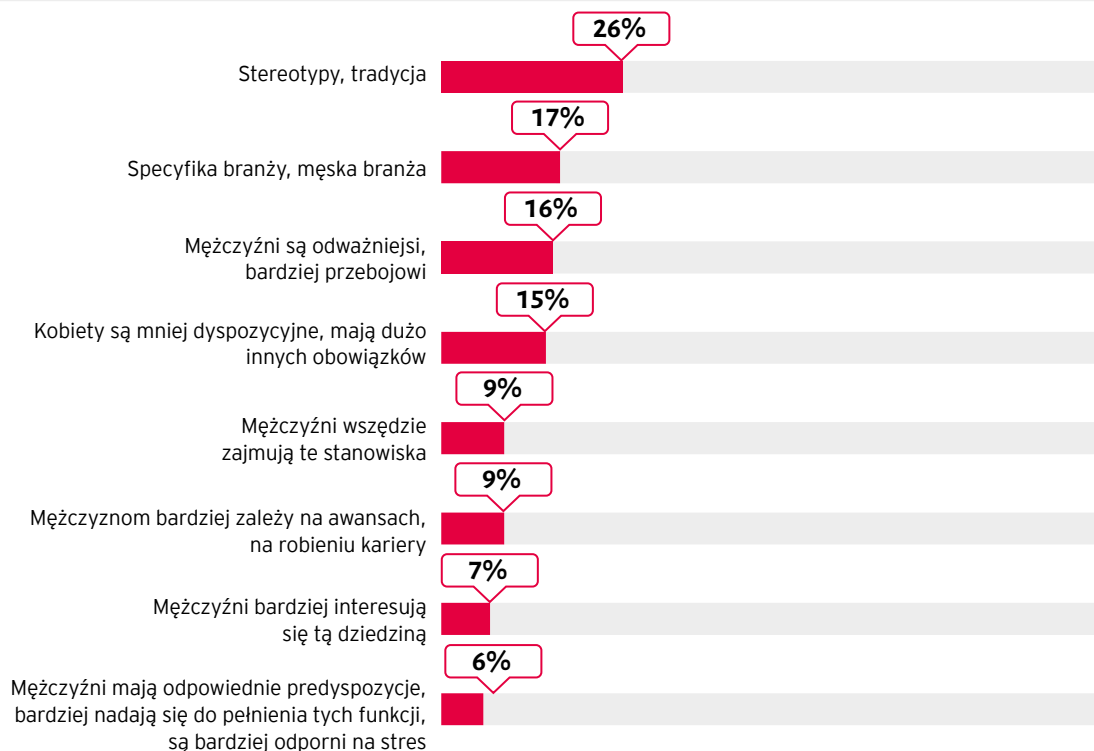


Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderki Biznesu.



Ponad 1/4 respondentów uważa, że wyłącznie męskie lub prawie wyłącznie męskie zarządy to przede wszystkim wynik uwarunkowań kulturowych - tradycji i stereotypów. Często pada też określenie o „męskości” danej branży - podkreślało to 17%. Zdaniem 16% mężczyźni są odważniejsi i bardziej przebojowi.

Dlaczego Pana/Pani zdaniem w zarządach firm są sami mężczyźni/jest większość mężczyzn?



Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderów Biznesu.

Jednocześnie większość badanych członków zarządów przyznaje, że historyczne oraz kulturowe uwarunkowania są jedną z największych barier w dostępie kobiet do najwyższych władz w firmach.

Część badanych wskazywała także, że kobiety same rezygnują z ubiegania się o najwyższe stanowiska, gdyż nie chcą większej odpowiedzialności, większego stresu oraz poświęcenia życia osobistego. Wielu mężczyzn postrzega to jako brak ambicji wynikający z przypisanej kobietom roli społecznej.



W Polsce wciąż jest trochę inaczej niż w zachodniej Europie. Rola kobiet jest postrzegana dużo bardziej tradycyjnie. Ale od lat obserwuję dyskusję na ten temat. Przynosi pozytywne efekty, bo przynajmniej świat mężczyzn dowiadyuje się, że jest problem braku kobiet w zarządzaniu.

II.

Kompetencje a płeć



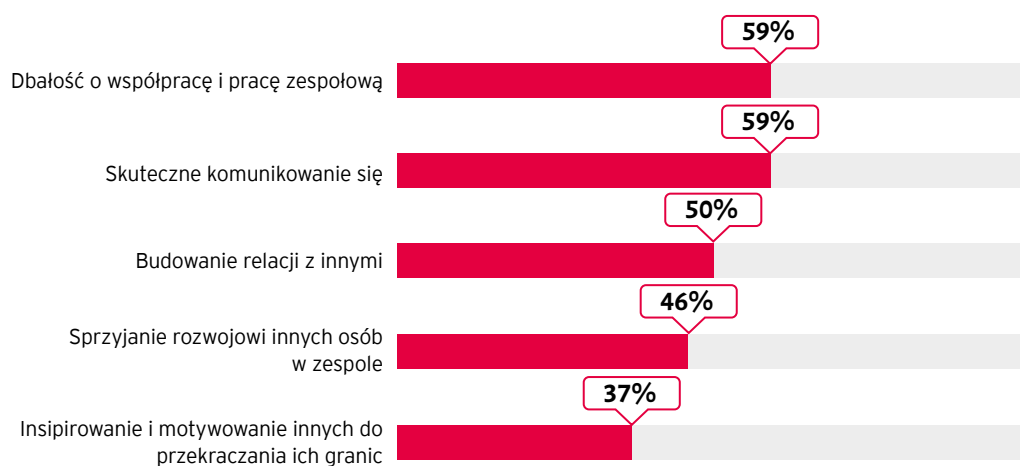


W badaniu wyraźnie widać, że ocena kompetencji koniecznych do zarządzania firmą jest uzależniona od płci. Mężczyźni uważają, że najważniejsze kompetencje kobiet należą do grupy tzw. miękkich umiejętności - skuteczne komunikowanie się, dbałość o współpracę i praca zespołowa. Kobiety jasno formułują swoje oczekiwania i stymulują dyskusję. Podkreślają także ich determinację w poszukiwaniu rozwiązań.

Słabsze punkty kobiet to - zdaniem mężczyzn - przede wszystkim brak innowacyjnego myślenia.

Jak Pan ocenia kompetencje współpracownicy z zarządu (odsetek dwóch najwyższych ocen)?

Umiejętności interpersonalne



Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderki Biznesu.

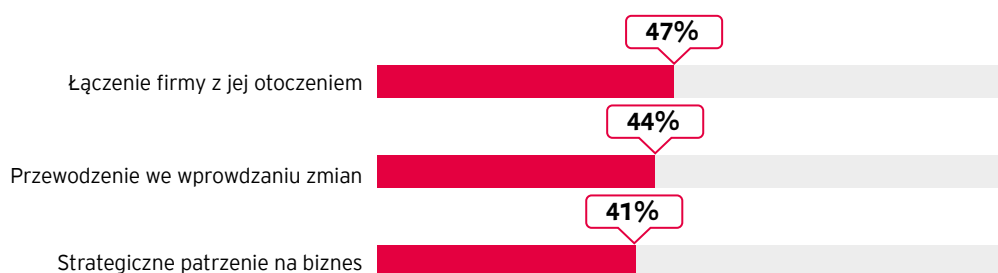
W trakcie wywiadów respondenci podkreślali także, że kobiety nie boją się zmian, są kreatywne i potrafią patrzeć na zagadnienie z różnych perspektyw.



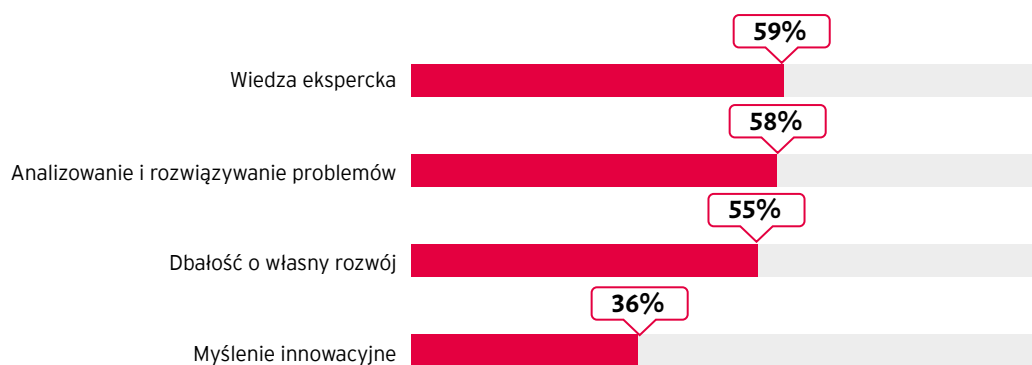


Jak Pan ocenia kompetencje współpracownicy z zarządu (odsetek dwóch najwyższych ocen)?

Wprowadzanie zmiany



Efektywność osobista



Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderki Biznesu.



Gdyby zrobić pulę 1000 mężczyzn i 1000 kobiet to nie sądzę, by mężczyźni wygrali w kreatywności. Kobiety są o wiele bardziej kreatywne od mężczyzn.

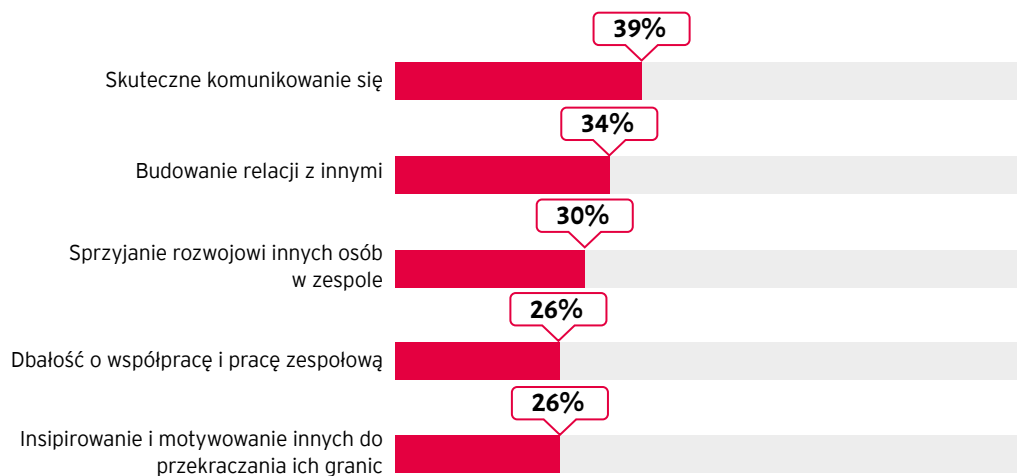


Obecność kobiet we władzach firm przynosi wymierne korzyści. Respondenci wskazywali na zwiększanie potencjału rozwojowego, wprowadzanie lepszych rozwiązań organizacyjnych i podnoszenie wartości kapitału ludzkiego.

Kobiety zdecydowanie gorzej oceniają miękkie kompetencje mężczyzn.

Jak Pani ocenia kompetencje współpracownika z zarządu (odsetek dwóch najwyższych ocen)?

Umiejętności interpersonalne



Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderki Biznesu.



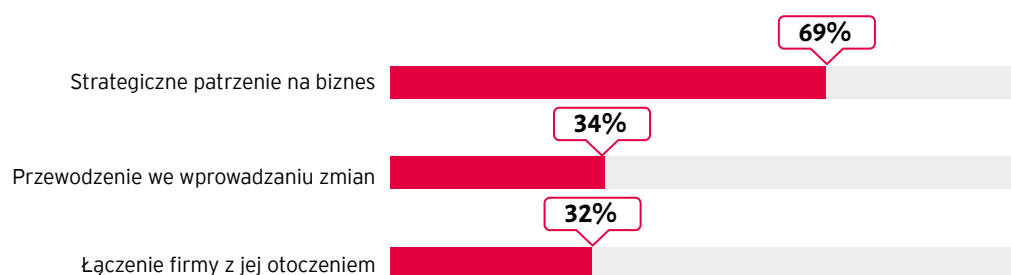
Jeżeli wiedziałbym, że potrzebuję menedżera z przewagą miękkich umiejętności, to statystycznie mam większe szanse znaleźć taką osobę wśród kobiet, gdyż mają większą empatię.



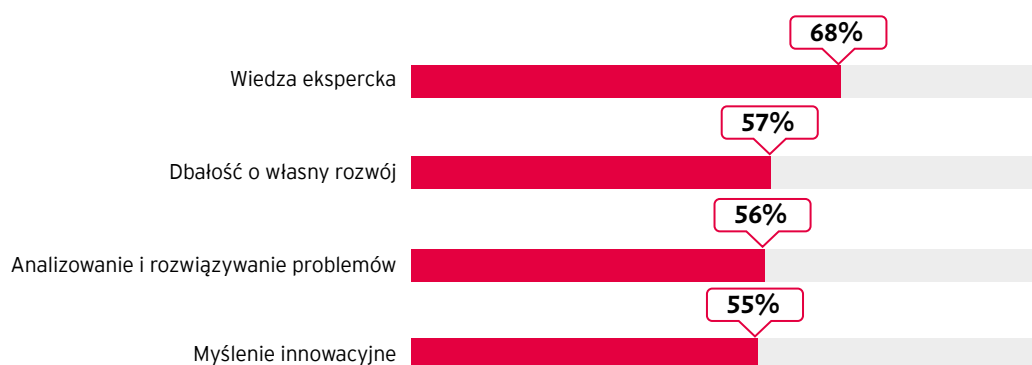
Za to cenią u mężczyzn umiejętność strategicznego patrzenia na biznes - aż 69% postawiło najwyższą ocenę mężczyznom, z którymi współpracują. Prawie tyle samo, bo 68% podkreślało ekspercką wiedzę kolegów.

Jak Pani ocenia kompetencje współpracownika z zarządu (odsetek dwóch najwyższych ocen)?

Wprowadzanie zmiany



Efektywność osobista



Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderów Biznesu.

Wspólnymi umiejętnościami dla obu płci jest dążenie do osiągnięcia wyników - u kobiet podkreśla tę cechę 62% męskich respondentów, u mężczyzn wskazuje na to 71% kobiet. Respondenci podkreślają, że kobietom pomaga ich obowiązkowość, koncentracja na zadaniach, dokładność oraz wytrwałość.

Praktycznie identycznie obie płcie oceniają wyznaczanie sobie i firmie ambitnych celów (odpowiednio 55% i 54%). Zdaniem mężczyzn 40% kobiet przejmuje inicjatywę, według kobiet to samo robi 57% mężczyzn.

III.

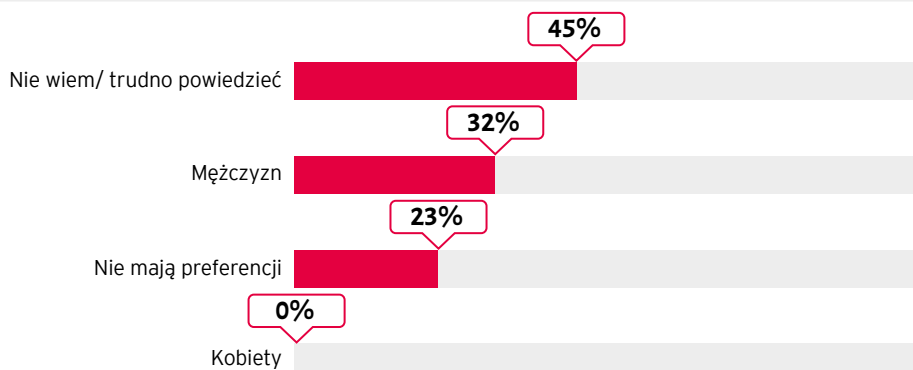
**Kogo chcemy jako
przełożonego?**





Ponad 1/4 respondentów twierdzi, że ich pracownicy wolą mężczyznę. Kobiętę wybrało zaledwie 6% badanych. 21% uważa, że nie ma żadnych preferencji co do płci szefa, przy czym żaden badany mężczyzna nie chce mieć kobiety jako przełożonego.

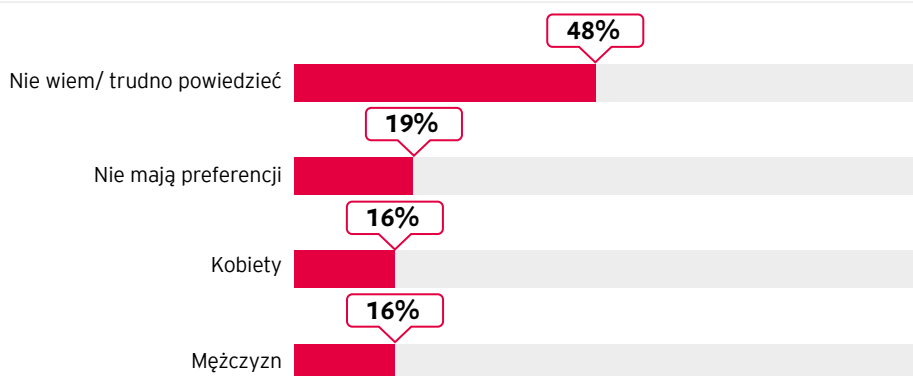
Kogo, zdaniem mężczyzn, pracownicy wolą jako przełożonych?



Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderów Biznesu.

Kobiety wybierają zarówno kobietę-szefa, jak i mężczyznę, przy czym prawie połowa respondentek nie potrafiła odpowiedzieć na pytanie.

Kogo, zdaniem kobiet, pracownicy wolą jako przełożonych?

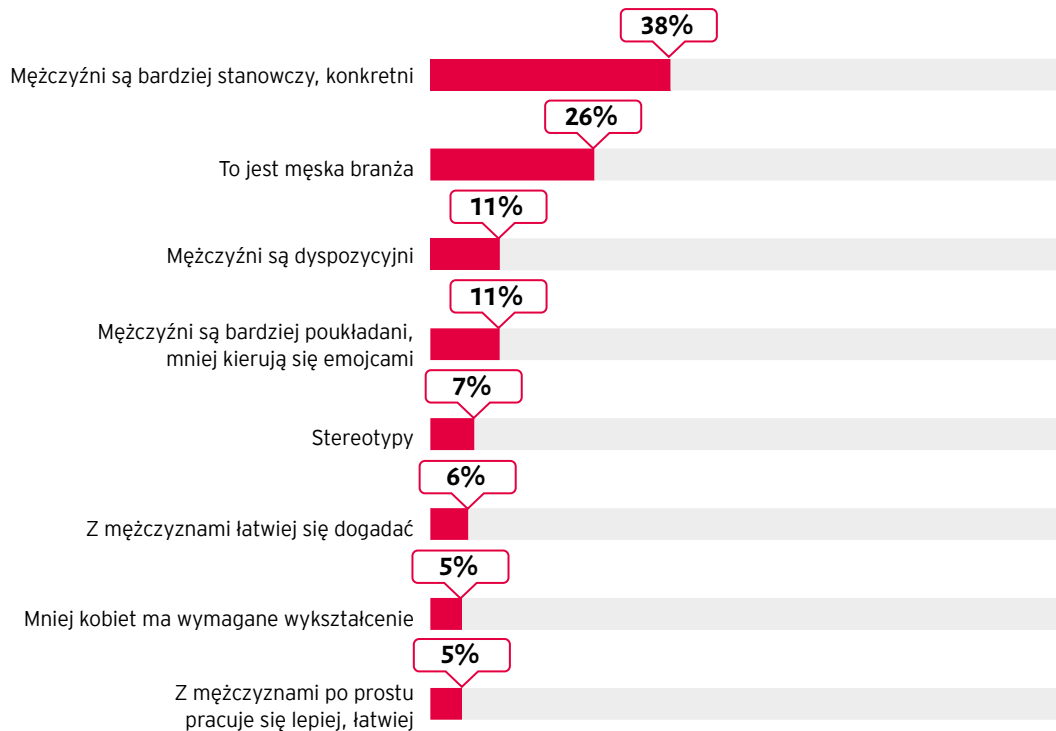


Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderów Biznesu.



Mężczyzn wybierano przede wszystkim dlatego, że są bardziej stanowczy - podkreślało to 38% wszystkich respondentów. Ponad 1/4 wskazywała, że pracuje w męskiej branży, a 11% uważa, że mężczyźni są bardziej dyspozycyjni. 7% wybór mężczyzny motywowało stereotypem.

Dlaczego pracownicy wolą mężczyznę jako przełożonego?*



Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderów Biznesu.

*respondenci - kadra zarządzająca.

Mężczyźni, którzy mieliby zatrudnić kobietę na wysokim stanowisku wskazują na obowiązki rodzinne kobiet i wynikające z tego trudności w wypełnianiu zadań - podkreśliło to aż 42% respondentów. 55% obawia się emocjonalnego działania, a 31% tego, że kobiety niechętnie podejmują trudne decyzje.

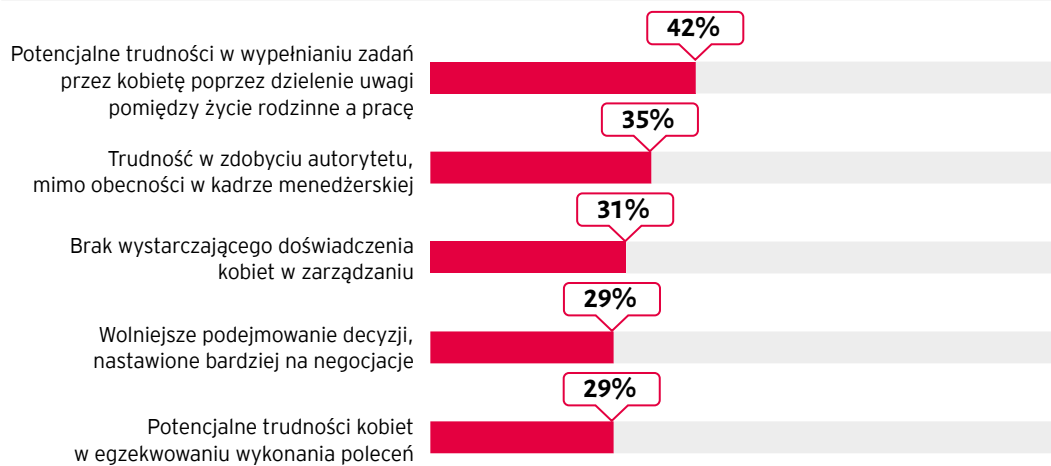
IV.

**Rekrutacja kobiet - czego
boją się mężczyźni, a czego
kobiety?**





Obawy mężczyzn przy rekrutacji kobiety do zarządu (odsetek odpowiedzi „zdecydowanie się obawiam” oraz „raczej się obawiam”).



Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderki Biznesu.





Kobiety myśląc o pracy na najwyższych stanowiskach nie są pewne własnych umiejętności i doświadczenia - co wskazało 45% respondentek, w odróżnieniu od zaledwie 1/3 zatrudniających je mężczyzn. Podobnie jest z umiejętnością szybkiego podejmowania decyzji - 43% kobiet i zaledwie 29% mężczyzn boi się, że będą one podejmować decyzje wolniej niż jest to oczekiwane.

Obawy kobiet związane z kandydowaniem do zarządu (odsetek odpowiedzi „zdecydowanie się obawiam” oraz „raczej się obawiam”).



Źródło: badanie Kantar Millward Brown dla Fundacji Liderki Biznesu.

Negatywna samoocena kobiet jest widoczna nie tylko w procesie rekrutacji, ale także wewnętrznych awansów w firmach i często skutkuje odmową przejścia na wyższe stanowisko. Kobiety boją się, że mimo zajmowania wysokiego stanowiska nie staną się autorytetem (35%) oraz że nie będą traktowane po partnersku (31%).



Zaproponowałem jednej z moich pracownic awans na stanowisko dyrektorskie. Powiedziałem, że na pewno da sobie radę. Poprosiła o kilka dni, żeby to przemyśleć. Po trzech dniach odpowiedziała, że nie chce awansu. Byłem zaskoczony, bo dla mężczyzn taka postawa jest kompletnie niezrozumiała. 99% z nas skorzystałoby z szansy nie zastanawiając się ani chwili.

V.

**Jakie należy podjąć
działania?**





Fundacja Liderki Biznesu od lat wskazuje, że jest wiele dróg dojścia do celu, jakim jest większy udział kobiet w zarządach i radach nadzorczych przedsiębiorstw.

Inicjatywę powinny podjąć same spółki, np. wyznaczając sobie kwoty oraz terminy ich osiągnięcia. Powinny stworzyć programy szkoleniowe i mentoringowe dla kobiet chcących awansować na najwyższe stanowiska. Działania te mogą pomóc kobietom w przełamywaniu wewnętrznych obaw oraz stereotypów dotyczących ich roli w społeczeństwie. Wprowadzenie elastycznych form zatrudnienia i pracy zdalnej pozwoli wielu kobietom na lepsze łączenie obowiązków domowych i zawodowych.

Jednocześnie badanie wskazuje, że kobiety powinny przede wszystkim rozwijać swoje kompetencje w zakresie: strategicznego patrzenia na biznes, umiejętności przejmowania inicjatywy i innowacyjnego myślenia.



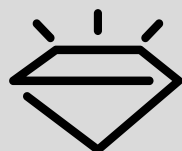


O badaniu

Badanie zostało przeprowadzone przez Kantar Millward Brown w kwietniu i maju 2017 r. wśród kadry zarządzającej i właścicieli średnich i dużych firm. W I etapie zrealizowano indywidualne wywiady pogłębione, a w II etapie 120 ankiet telefonicznych. W badaniu odtworzono strukturę firm w Polsce zgodnie z sektorami gospodarki. Jako podstawę teoretyczną ewaluacji kobiet i mężczyzn zajmujących stanowiska zarządcze zastosowano zestaw kompetencji wg Zengera i Folkmana.

KANTAR MILLWARD BROWN





Kontakt

Biuro Fundacji:

fundacja@liderkibiznesu.pl

Tel. 022 557 6458 , 519 511 608

022 557 7219, 502 444 733

www.fundacjaliderekibiznesu.pl

KANTAR MILWARDBROWN

