

# Polski biznes ufa kobietom

Wyniki badania „Women in Business 2019”

7 marca 2019 r.



# Wprowadzenie

## Dlaczego warto dbać o równość płci w biznesie?

Jak wskazują coraz liczniejsze badania, dbanie o równouprawnienie w miejscu pracy wyraźnie opłaca się firmom. Największym atutem dobrze zbalansowanych i różnorodnych zespołów jest to, że mają dostęp do większej ilości doświadczeń i umiejętności, są otwarte na nowe pomysły i rozwiązania. W efekcie firmy, które zadbały o równość płci są bardziej odporne na kryzysy, co jest coraz większą przewagą konkurencyjną w niepewnym świecie. Ponadto łatwiej im jest budować długofalowe strategie rozwoju, bo oparte na szerszym spektrum wiedzy i kompetencji. Nie można również zapominać o tym, że w obliczu walki o talenty na rynku pracy, miejsce przyjazne kobietom i przestrzegające zasad równości szans rozwoju jest bardziej atrakcyjne, o wiele łatwiej również przychodzi budowanie w nim poczucia lojalności pracowników obu płci.

W jaki sposób dbać o równość płci w miejscu pracy i jak ją mierzyć? Najbardziej wyrazistymi wskaźnikami są te, które odnoszą się do różnicy w płacach między mężczyznami i kobietami, oraz w zajmowanych stanowiskach. Walka z tak zwanym „szklanym sufitem” przybiera różne formy – firmy zobowiązują się do wprowadzania parytetów, powiązując wysokość wynagrodzenia dla wyższej kadry kierowniczej z osiągnięciem odpowiedniego pułapu równego zatrudnienia kobiet i mężczyzn, w końcu wpisują w misję firmy równouprawnienie w miejscu pracy. Inni pracodawcy wybierają mniej spektakularne, ale niekiedy skuteczniejsze w danym kontekście społecznym metody – realizują potrzeby kandydatek i pracowników za pomocą możliwości pracy w elastycznym wymiarze godzin, na częściowym etacie czy umożliwiając pracę zdalną.

Na tym tle sytuacja kobiet w polskich firmach prezentuje się obiecująco, a w niektórych aspektach nawet bardzo dobrze. Co prawda, jak pokazują dane Głównego Urzędu Statystycznego, luka płacowa w Polsce jest wyraźna – według ostatniego pomiaru przeciętne wynagrodzenie kobiet było o 17 proc. niższe niż mężczyzn. Na tle Europy i świata wypadamy jednak nadzwyczaj dobrze – wskaźnik zróżnicowania wynagrodzeń kobiet i mężczyzn w Polsce jest zdecydowanie niższy niż u naszych sąsiadów, w tym Niemiec, i jest jednym z najniższych w Unii Europejskiej.

**Grant Thornton przyjrzał się drugiemu aspektowi równości płci w firmach – zbadaliśmy, ile kobiet zajmuje najważniejsze stanowiska w firmach i w jaki sposób przedsiębiorcy dbają o zapewnienie równouprawnienia. Zapraszamy do zapoznania się ze specjalnym raportem, dedykowanym kobietom w biznesie.**



# Kluczowe wnioski



**35 proc.** wyższej kadry kierowniczej w polskich firmach stanowią kobiety



W **10 proc.** polskich firm na najwyższych stanowiskach nie zasiada żadna kobieta



**19 proc.** ekspertów cytowanych w polskich mediach ekonomicznych to kobiety



**21 proc.** prelegentów występujących na największych konferencjach biznesowych w Polsce to kobiety

Rozdział 1

# Pozycja kobiet w polskim biznesie



# Co trzeci menedżer w Polsce jest kobietą

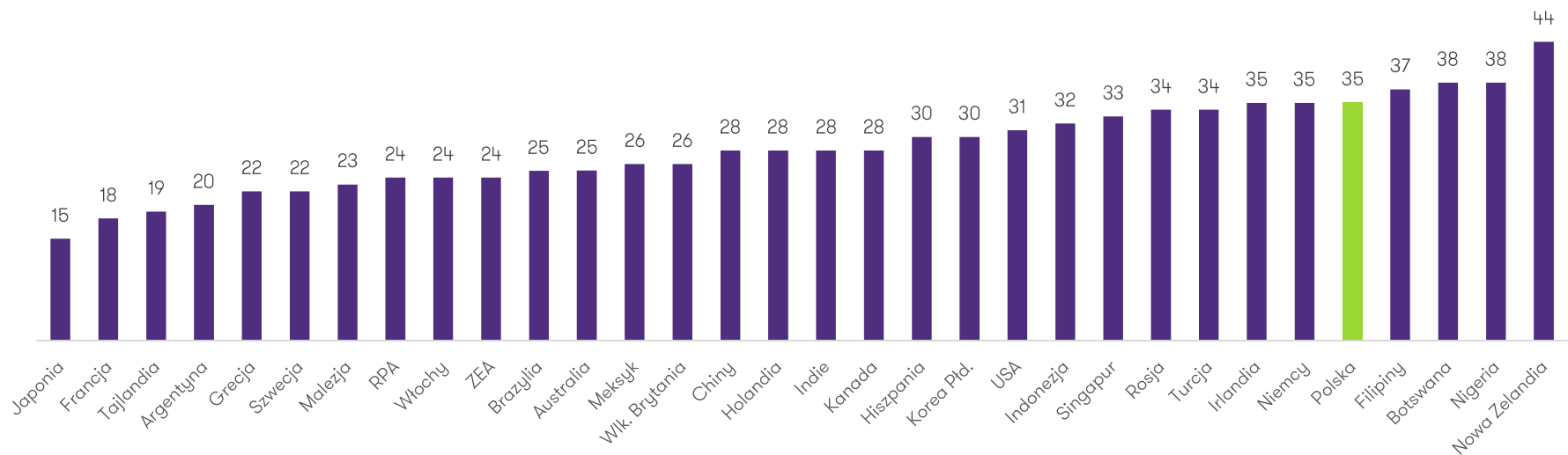
Ponad jedna trzecia osób zasiadających w Polsce na kierowniczych stanowiskach to kobiety – wynika z badania „Women in Business 2019” prowadzonego przez Grant Thornton. Polska jest pod tym względem w światowej czołówce.

Jak pokazują wyniki najnowszej edycji naszego badania, kobiety w Polsce zajmują aż 35 proc. najwyższych stanowisk w firmach

[za stanowiska te przyjmujemy: prezesa, zarząd i szefów pionów]. Polska jest pod tym względem wyjątkowa. Na świecie odsetek ten wynosi 29 proc., a w przebadanych krajach Unii Europejskiej – 28 proc.

Wśród 32 państw objętych badaniem, Polska plasuje się ze swoim wynikiem na wysokim piątym miejscu – ex aequo z Niemcami i Irlandią, a wyprzedza nas jedynie Nowa Zelandia (44 proc.), Nigeria i Botswana (po 38 proc.), a także Filipiny (37 proc.). Najmniej kobiet na kierowniczych stanowiskach zasiada w Japonii (15 proc.), Francji (18 proc.) i Tajlandii (19 proc.).

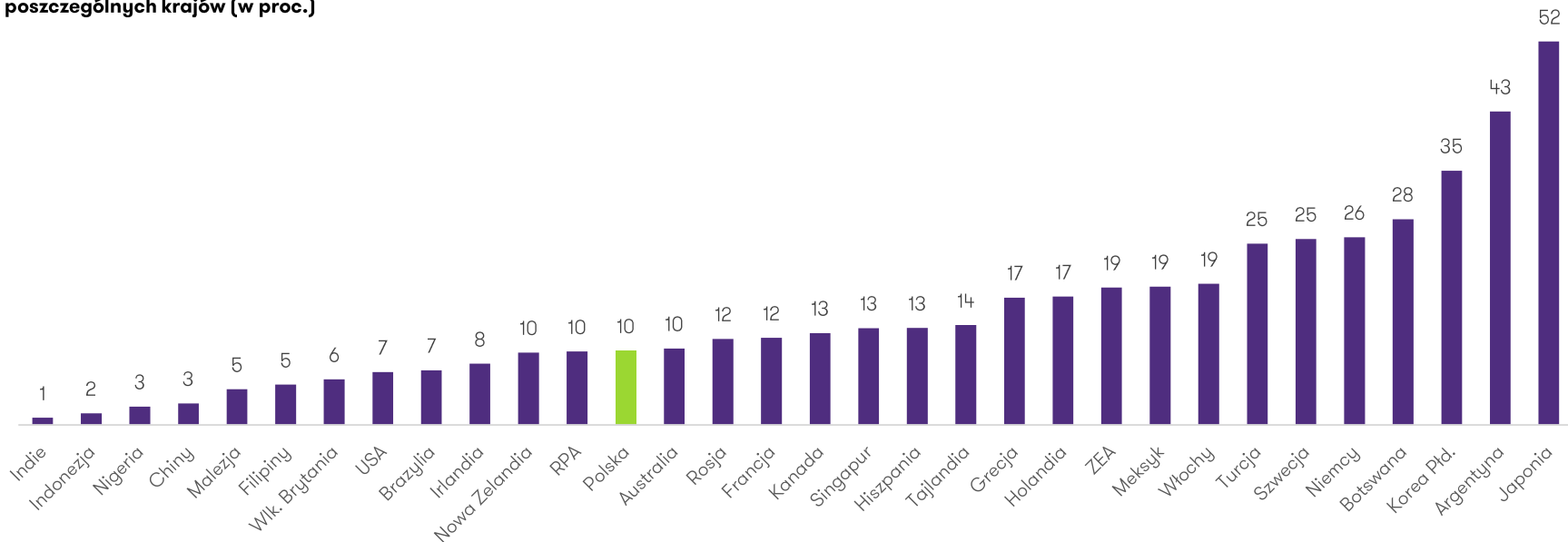
**Wykres 1. Odsetek kobiet w wyższej kadrcze kierowniczej (zarząd, szefowie działów) firm w poszczególnych krajach (w proc.)**



# Co dziesiąta firma bez kobiet na górze

Firm, które nie zatrudniają ani jednej kobiety na najwyższych stanowiskach, jest w Polsce 10 proc., a więc relatywnie niewiele. Globalna średnia to 14 proc. Tylko 10 innych państw objętych badaniem ma wynik niższy niż Polska

**Wykres 2. Odsetek firm bez żadnej kobiety w wyższej kadry kierowniczej (prezes, zarząd, szefowie działów) w poszczególnych krajach (w proc.)**



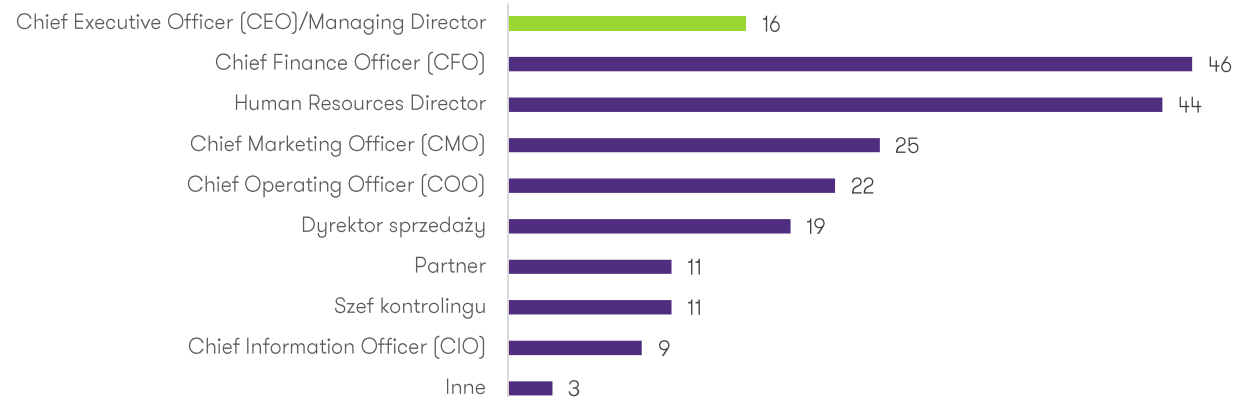
# Biznes rzadko kierowany przez kobiety

Niestety, podobnie jak w poprzednich edycjach badania, kobiety w Polsce – mimo że dość często dochodzą do stanowisk menedżerskich – to relatywnie rzadko osiągają najwyższe możliwe stanowisko w firmie, czyli pozycję prezesa zarządu lub dyrektora zarządzającego.

W naszym kraju odsetek kobiet na szczycie firmowej hierarchii wynosi 16 proc. – wynik ten stawia Polskę niemal dokładnie w połowie stawki wszystkich 32 krajów objętych badaniem. Średnia

globalna to 15 proc., a średnia dla państw Unii Europejskiej wynosi 17 proc. Dla porównania, w Tajlandii czy Wietnamie aż co trzeci prezes firmy jest kobietą. O ile więc Polska jest krajem, w którym kobietom relatywnie łatwo dostać się na wysokie, menedżerskie stanowiska, o tyle objąć sam fotel prezesa jest im już dość trudno.

Kobiety w Polsce na stanowiskach kierowniczych pełnią rolę głównie dyrektorów finansowych (46 proc. przedstawicieli tego stanowiska to kobiety), dyrektorów HR (44 proc.), szefów marketingu (25 proc.) i dyrektorów operacyjnych (22 proc.).



**Wykres 3. Jaki odsetek przedstawicieli danego stanowiska stanowią kobiety? (w proc.)**

# Kobiety głośno mało obecny w mediach i na konferencjach

Kobiety stanowią średnio 19 proc. cytowanych ekspertów w mediach ekonomicznych. Podobny odsetek – 21 proc. – stanowią kobiety występujące na największych konferencjach biznesowych w Polsce.

W tegorocznej edycji raportu dodatkowo postanowiliśmy sprawdzić, jaki odsetek ekspertów cytowanych w polskiej prasie ekonomicznej stanowią kobiety. Na potrzeby badania przeanalizowaliśmy 500 losowo wybranych tekstów artykułów o tematyce biznesowej z 2018 roku (za źródło posłużyło nam Puls Biznesu, Money.pl, Dziennik Gazeta Prawna, Rzeczpospolita oraz Wyborcza.biz).

**Z naszych obliczeń wynika, że w tematyce tylko 19 proc. cytowanych ekspertów to kobiety.**

Podczas badania mediów ekonomicznych zauważyliśmy również pewną tendencję – ekspertki relatywnie częściej wypowiadały się w tematyce ogólnogospodarczej oraz w sprawach dotyczących zarządzania, makroekonomii i HR. Z kolei o nieruchomościach, technologiach i tematyce związanej z podatkami wypowiadały się zdecydowanie rzadziej.

Policzyliśmy również, jak często kobiety występują na największych konferencjach biznesowych w Polsce. Przeanalizowaliśmy 20 dużych wydarzeń ekonomicznych\*.

**Kobiety stanowiły średnio 21 proc. wszystkich prelegentów oraz osób wypowiadających się w panelach dyskusyjnych analizowanych wydarzeń biznesowych z 2018 roku.**

Zatem zdecydowaną większość ekspertów wypowiadających się podczas wydarzeń ekonomicznych również stanowili mężczyźni.

Niestety, pomimo tego, że kobiety stosunkowo mocno są reprezentowane w polskich firmach na kierowniczych stanowiskach, to nadal ekonomiczne media i wydarzenia rzadko wsłuchują się w ich ekspercki głos. Średnio tylko jedna piąta wypowiedzi ekspertów w prasie czy na konferencjach to komentarze Polek, co wydaje się dość niskim wynikiem.

\* Forum Ekonomiczne w Krynicy Zdrój, Europejski Kongres Gospodarczy oraz Europejski Kongres Małych i Średnich Przedsiębiorstw w Katowicach, Europejski Kongres Samorządów w Krakowie, Kongres 590 w Rzeszowie, Europejskie Forum Nowych Idei oraz Europejski Kongres Finansowy w Sopocie, Wschodni Kongres Gospodarczy w Białymstoku, Ogólnopolski Szczyt Gospodarczy w Siedlcach, Kongres Regionów we Wrocławiu, Kongres Bezpieczeństwa Biznesu w Spale, Forum Przedsiębiorstw w Gdyni, Forum Inwestycyjne w Tarnowie, Welcomomy Forum w Toruniu oraz warszawskie: Forum Pośrednictwa Finansowego, Forum Zmieniamy Polski Przemysł, Forum Marketing to youth, Konferencja European Executive, Konferencja HR Directors Summit oraz Kongres Innowacyjnej Gospodarki.





**Katarzyna Nowaczyk**  
Dyrektor ds. Potencjału Ludzkiego  
Grant Thornton

“

Polska pod względem obecności kobiet wśród wyższej kadry kierowniczej może być dla wielu państw wzorem do naśladowania. Mimo, że w naszym kraju nadal większość kierowniczych stanowisk zajmują mężczyźni, to jednak na tle świata jawimy się jako kraj, gdzie biznes jest stosunkowo mocno sfeminizowany.

”

# Kobiety w Grant Thornton

**44%**

**Taki odsetek najwyższych stanowisk w Grant Thornton w Polsce zajmują kobiety\*. To wyraźnie powyżej średniej dla kraju i całego badania**

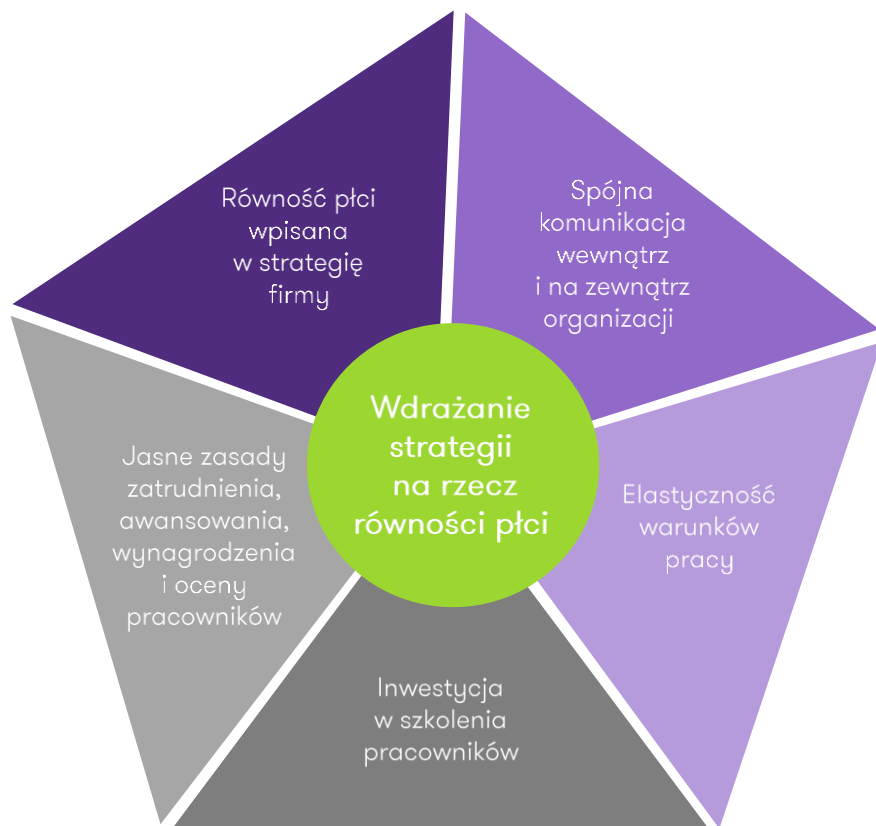
\* Pod uwagę wzięliśmy stanowiska partnerów zarządzających, partnerów i liderów zespołów IT, HR, kadr i płac, marketingu i administracji.

Rozdział 2

# Jak osiągnąć większą równość płci?



# Firmy potrzebują strategii promowania i wspierania kobiet



## Jak to zrobić?

- Krok 1** ○ Przeprowadzenie audytu wewnętrznego, na podstawie którego zidentyfikowane zostaną obszary, w których realizowane są standardy równościowe oraz te, w których niezbędne są zmiany
- Krok 2** ○ Wypracowanie rozwiązań na rzecz równości płci w firmie – odpowiednich do możliwości finansowych, organizacyjnych i kadrowych firmy
- Krok 3** ○ Wybranie narzędzi umożliwiających wprowadzanie rozwiązań na rzecz równości w firmie, a które są dopasowane do jej potrzeb oraz stanowią odpowiedź na problemy i wyzwania występujące w firmie
- Krok 4** ○ Wdrożenie wypracowanych rozwiązań
- Krok 5** ○ Budowanie wizerunku i marki pracodawcy wspierającego i działającego na rzecz równości płci w pracy
- Krok 6** ○ Budowanie wiedzy w zakresie równości płci wśród pracowników w firmie, aby zmniejszyć ryzyko występowania niepożądanych i niezgodnych z prawem sytuacji i zachowań

# Co zyskują firmy dzięki równości płci?



Mają lepsze wyniki ekonomiczne, gdyż pełniej wykorzystują potencjał posiadanych zasobów ludzkich



Budują wizerunek firmy przyjaznej zatrudnionym osobom i działającej w oparciu o jasne reguły



Są lepiej oceniane przez pracowników, co wpływa na ich poziom zaangażowania i retencję



Wyznaczają standardy i normy, które zapobiegają i zwalczają objawy dyskryminacji w miejscu pracy



Są atrakcyjnym pracodawcą dla potencjalnych kandydatów



Stają się wzorem dla innych w obszarze zarządzania różnorodnością

# Równość w Twojej firmie

Niezależnie od niezłych wyników na tle świata, w polskich firmach nadal w kwestii równości jest sporo do zrobienia. Oto sposoby, jak odnieść sukces w realizowaniu polityki równości płci:



**Dokonaj właściwego rozpoznania:** w każdej branży sytuacja zatrudniania kobiet jest inna – warto przeanalizować, jakie są standardy w danej branży. Znalezienie wzorców do naśladowania wydaje się być dobrym podejściem – dobre praktyki, które sprawdziły się u innych, mogą być wskazówką do zastosowania w Twojej firmie.



**Sprawdź, czy podświadomie nie kierujesz się uprzedzeniami:** pomimo uświadamiania sobie wagi, jaką ma równość ze względu na płeć, nieraz kierujemy się stereotypami i przyzwyczajeniami. Rozpoznanie i wdrożenie działań, mających na celu przeciwdziałaniu im, może wyraźnie poprawić równościowe standardy w firmie.



**Przeprowadź badania w swojej firmie:** żeby dobrze rozpoznać najważniejsze wyzwania w kontekście zapewnienia równości płci w danej firmie, potrzeba odpowiednich informacji. Jedynie w oparciu o dane możemy sprawdzić, czy wprowadzane przez nas działania są wystarczająco skuteczne, czy też powinniśmy dokonać zmiany.



**Ustal cele w zakresie równości płci:** ważnym jest, by wszyscy pracownicy odpowiedzialni za kierowanie firmą, zdawali sobie sprawę z zadań w zakresie zapewnienia równości płci. Ustal konkretne cele, które staną się zadaniem dla całego zespołu.



**Wprowadź mechanizmy zapewniające równouprawnienie:** żeby osiągnąć postawione cele, ważne są narzędzia pozwalające je zrealizować. Rozważ wprowadzenie paradygmatów lub równych płac, albo w oparciu o badania, wdróż najlepiej dopasowane rozwiązania.

## Jak Grant Thornton może Ci pomóc w działaniach na rzecz równości płci w Twojej organizacji?

- Diagnoza i zrozumienie Twoich potrzeb
- Audyt wewnętrzny
- Szkolenia i warsztaty
- Badania wewnętrzne
- Strategia na rzecz równości płci
- Wspólne wypracowanie i wdrażanie rozwiązań dla Twoich potrzeb
- Zaprojektowanie narzędzi dla działań na rzecz równości płci



**Małgorzata Kuik**

Partner, Business Consulting  
Grant Thornton  
T +48 603 668 125  
E Malgorzata.Kuik@pl.gt.com

“

Coraz głośniej i częściej mówi się o rosnącej roli kobiet w biznesie.

Wnosimy wiele – kreatywność i wieloaspektowość w rozwiązywaniu problemów, otwartość na różnorodność, umiejętność słuchania, silną motywację i chęć sprawdzenia swoich możliwości... Czego nam potrzeba w organizacjach?

Dostrzegania naszego potencjału i talentów, wzmacniania, przełamywania stereotypów i odczarowywania mitów. By nasze grono było jeszcze liczniejsze, Drogie Panie, wspierajmy się i promujmy nawzajem w biznesie.

”

# Zapraszamy do kontaktu

## Kontakt dla mediów:

### Jacek Kowalczyk

Dyrektor Marketingu i PR

Grant Thornton

T +48 505 024 168

E [Jacek.Kowalczyk@pl.gt.com](mailto:Jacek.Kowalczyk@pl.gt.com)

### Małgorzata Kuik

Partner, Business Consulting

Grant Thornton

T +48 603 668 125

E [Malgorzata.Kuik@pl.gt.com](mailto:Malgorzata.Kuik@pl.gt.com)

**O badaniu:** wyniki edycji badania Interantional Business Raport „Women in Business”, prowadzonego przez Millward Brown na zlecenie Grant Thornton International. Jest to cykliczne badanie ankietowe prowadzone wśród 10 tys. Właścicieli i menedżerów średnich i dużych firm. Badanie obejmuje 32 kraje świata, w tym w Polskę, gdzie badanych jest 200 firm.

**Grant Thornton** to jedna z wiodących organizacji audytorsko-doradczych na świecie. Wiedza ponad 40 000 pracowników dostępna jest dla klientów w 136 krajach. W Polsce działamy od 25 lat. Zespół 550 pracowników oraz obecność w kluczowych aglomeracjach (Warszawa, Poznań, Katowice, Wrocław, Kraków i Toruń) zapewniają bliski kontakt z Klientami oraz umożliwiają realizację usług audytorskich, doradztwa podatkowego, doradztwa gospodarczego, prawnego oraz outsourcingu rachunkowości, kadr i płac bez względu na wielkość, rodzaj i lokalizację prowadzonego biznesu.

