



Biznes

Nowy poradnik
„Rzeczpospolitej”

PORADNIK EKONOMICZNY PRZEDSIĘBIORCY RADZĄ PRZEDSIĘBIORCOM

MOTORYZACJA → H2

Jak kobiety kupują samochody?

Ponad połowa nowych praw jazdy w 2022 roku została wydana kobietom

CYFRYZACJA → H3

Kobiety siłą cyfryzacji

Biznesy zarządzane przez kobiety świetnie sobie radzą z procesami digitalizacji

PRAWO → H4

Urlopy i świadczenia związane z macierzyństwem

Po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego kobieta ma prawo do urlopu rodzicielskiego w wymiarze do 32 tygodni

KOMENTARZ „RZECZPOSPOLITEJ”

Być kobietą...



Anna Ogonowska-Rejer

Jednym z celów zrównoważonego rozwoju jest osiągnięcie równości płci oraz wzmocnienie pozycji kobiet i dziewcząt, także poprzez wyrównywanie płac i równowagę w zatrudnieniu.

Kobiety coraz częściej można znaleźć w zarządach czy radach nadzorczych spółek. Wybierają studia techniczne czy informatyczne. Zawody, które do tej pory wykonywali tylko mężczyźni. Coraz więcej kobiet pracuje w branży budowlanej, wodociągowej czy transportowej. Sprawdzają się w zasadzie na każdym stanowisku i miejscu pracy.

Jak wynika z badania Womenomics, przeprowadzonego na zlecenie Mastercard, wśród kobiet mieszkających w 12 krajach w Europie to Polki najlepiej oceniły swoje poczucie niezależności finansowej, które deklaruje osiem na dziesięć z nich. Dla porównania, takiej odpowiedzi udzieliło średnio 75 proc. Europejki. Ponad połowa Polek przyznaje, że samodzielną finansową osiągnęła już przed 24. rokiem życia (57 proc.). W gronie kobiet określających siebie jako „niezależne finansowo” 82 proc. przyznało, że takie poczucie buduje w nich możliwość zarabiania własnych pieniędzy, dzięki czemu nie muszą polegać na innych. Natomiast wśród kobiet, które nie czują się stabilnie finansowo, głównym powodem takiej sytuacji są niewystarczające zarobki, przez co muszą liczyć na wsparcie innych (47 proc.).

Mimo że tak dużo mówi się o wyrównywaniu płac, w całej Unii Europejskiej panie piastujące stanowiska w sektorze IT zarabiają średnio o 13 proc. mniej niż mężczyźni. Luka płacowa w poszczególnych państwach jest jeszcze wyższa. W Ukrainie wynosi 18,25 proc., na Węgrzech – 17,2 proc., zaś w Czechach – 16,4 proc. W Polsce kształtuje się ona na poziomie 4,2 proc.

Coraz więcej kobiet decyduje się na reskilling, kończy dodatkowe kursy, szkolenia czy studia. Zakłada własne firmy, które prowadzą z sukcesem, częściej niż mężczyźni stawia także na rozwój marki osobistej.

Paradoksalnie kobiety, choć bardziej świadome, w pewnych obszarach rzadziej dbają o swój zdrowotny dobrostan, rzadziej korzystają z badań profilaktycznych i wizyt u takich specjalistów, jak pulmonolodzy czy diabetolodzy. Rządziej szczerzą się przeciw grypie czy wykonują echo serca. Jedna na trzy kobiety umiera z powodu chorób serca i naczyń, a jedna na cztery kobiety nigdy nie wykonała badania USG piersi – wynika z raportu „Stan zdrowia Polaków” opublikowanego przez firmę Adamed.

NAPISZ DO NAS

Redaktor prowadząca: Anna Ogonowska-Rejer
anna.ogonowska@rp.pl

OPINIA

Najpierw szansa, potem sukces

Błędy i akceptacja porażek są także kluczowe na drodze kariery.



ALICJA WYSOCKA-ŚWITŁA

Sukces to słowo, które kojarzy mi się z klimatem lat 90., szybkimi karierami i polskimi serialami o biznesmenach. No właśnie, biznesmenach – kolejne wiekowe słowo – któryś mocnym, „męskim” uściskiem dłoni potwierdzali zawarcie ważnego kontraktu. Gdzie były wtedy kobiety? Albo raczej: gdzie są teraz? I co właściwie oznacza sukces według nich?

Definicji sukcesu zawodowego jest pewnie tyle, ile osób, które o taką definicję zapytamy, ale przyjrzyjmy się odpowiedziom z ostatniego badania Clue PR „Przywódczynie 3.0” z 2022 roku na ogólnopolskiej grupie ponad 640 kobiet i mężczyzn pełniących funkcje kierownicze i wspierające. Czym dla badanych liderek jest sukces zawodowy? Dla 35 proc. z nich jest równoznaczny z osiągnięciem niezależności zawodowej, a dla 31 proc. wiąże się z zapewnieniem bezpiecznej przyszłości dla siebie i bliskich. Co ciekawe, osiągnięcie wysokiego stanowiska jest utożsamiane z sukcesem tylko przez 19 proc. liderki i tyle samo deklaruje, że sukces to zarobienie dużej ilości pieniędzy. Wynikałoby z tego, że tzw. wysoki stółek definiuje sukces w mniejszym zakresie niż możliwość decydowania o sobie lub o przyszłości swoich bliskich, niemniej jedno z drugim jest mocno powiązane.

Broken rung

Niestety, poczucie wpływu na rzeczywistość nie jest w równym stopniu udziałem kobiet i mężczyzn, co wynika z ograniczonego dostępu kobiet do stanowisk seniorskich w firmach. Jest to zjawisko „broken rung”, czyli złamanego szczebla, w domyśle szczebla w drabinie zawodowej, opisane w raporcie McKinsey i LeanIn.Org „Women in the workplace” z 2021 roku. Zgodnie z tym raportem, na 100 mężczyzn awansowanych

na menedżerów przypada 86 kobiet osiągających tę samą pozycję w firmie. Tak jakby w pewnym momencie swoich karier kobiety natrafiały na złamany szczebel i nie mogły iść w górę, mimo analogicznych kompetencji. Ich awanse zostają zamrożone, wstrzymane, przełożone, unieważnione – słowem, zablokowane. Jaki jest tego efekt? Jak piszą autorzy raportu: „mężczyźni wyraźnie wyprzedzają liczbowo kobiety na poziomie kierowniczym i kobiety nie mają szans się potem z nimi zrównać (liczbowo – przyp. aut.). Po prostu jest za mało kobiet, które można wypromować na seniorskie pozycje”.

”
35 proc.
– dla tylu kobiet sukces jest równoznaczny z osiągnięciem niezależności zawodowej

Wiemy to od lat i mimo wielu równościowych inicjatyw ta fosa między dwoma brzołami – osób na uprzywilejowanych pozycjach i na tych niższych – nie została zasypała. Jak w takim razie kobiety powinny walczyć o swój sukces, niezależnie od tego, czy definiują go jako niezależność finansową, wysokie stanowisko lub możliwość realizowania swoich pasji w pracy? Opierając się na radach ekspertów i na własnych doświadczeniach, zarówno współzarządzania sporą firmą komunikacyjną, jak i wcześniejszego starania się o awans w strukturach korporacyjnych, mogę wskazać kilka sposobów na wyrażenie swojej własnej drogi do awansu. Takiej, która będzie bardziej przypominać

autostradę niż pełną ścieżkę, na którą system często spycha kobiety.

Liczy się cel

Pozostając w metaforze drogi, należy najpierw obrać cel i rozdzielić go na mniejsze cele. Wizja ścieżki zawodowej jako maratonu po wyboistej drodze może skutecznie osłabić wolę walki i pewność siebie. Ale jeśli zobaczymy ją w ujęciu kolejnych kroków czy „pitstopów” – niekoniecznie wyrażonych w podwyżce, awansie czy innym namacalnym efekcie, perspektywa długiej drogi staje się mniej onieśmielająca. Zdobycie kolejnych kompetencji, wyjazd na prestiżową konferencję, odwaga do zmiany pracodawcy czy specjalizacji – to wszystko są osiągnięcia, za które kobiety powinny nie tylko być doceniane, ale przede wszystkim doceniać same siebie.

Stać się dla samej siebie punktem odniesienia to właśnie kolejny krok na tej ścieżce. Motywacja zewnętrzna i patrzeć na tych przed nami, lepszych, bardziej doświadczonych, może zagrzewać do walki, ale bywa też źródłem frustracji i krzywdzących porównań. Sama czerpałam sporo z przykładów udanych karier innych kobiecych liderki, ale szczególnie na początku mojej drogi zawodowej działało to na mnie również onieśmielająco, w myśl zasady: ona jest już tak daleko, mi dojdzie do takich pozycji zajmie milion lat. Nieprawda. Choćby brzmiało to jak truizm, wszystkie historie spektakularnych karier to tylko część prawdy o życiu danych osób i nie można się nimi karmić. Można je doceniać, ale kobiety powinny przede wszystkim w większym stopniu doceniać własne sukcesy, mówić o nich głośno bez krygowania się i uczyć tego swoje córki.

Podczas każdego rajdu istnieje ryzyko wypadnięcia poza tor i z tym też należy się liczyć. Dlatego „zwinność” – podejmowania decyzji, zmie-

niania dyscyplin i dopasowania tempa do warunków jest w obecnym nieustannie zmieniającym się świecie kluczowa. Otwartość na rezygnowanie z wyuczonych, bezpiecznych sposobów zachowania, kwestionowanie swoich przyzwyczajeń, otwartość na konstruktywną, nie zawsze miłą dla ucha krytykę to warunki konieczne, by ruszyć dalej. Czasy wysiedzenia swojego sukcesu za wysługę lat się skończyły lub pozostają modelem pracy w uwstecznionych organizacjach.

Marka osobista

Do tego dodałabym jeszcze ważną cechę, która w odniesieniu do maratonu czy jazdy autostradą mogłaby się wyrażać jako opanowanie, ale w języku rozwoju zawodowego nazwałabym ją spójnością. Możemy ją rozumieć jako reputację, markę osobistą, pomysł na siebie. Wybrzmiewa to w ciekawym artykule How successful women sustain career momentum opublikowanym w Harvard Business Review w styczniu 2023 przez Brendę F. Wesil i Winifred Ernst na podstawie krótkiego badania na grupie 37 liderki pełniących najwyższe role w firmach. Jak piszą autorki: „83 proc. kobiet, z którymi rozmawialiśmy, powiedziało, że klarowność celu i zarządzanie własną marką było kluczowe w utrzymaniu tempa. Jeśli chcesz wnieść zmianę, musisz wiedzieć, na czym opiera się twoja reputacja i dlaczego ludzie mają zadzwonić właśnie do ciebie”.

Pozwalanie sobie na błędy i akceptacja porażek są równie kluczowe, jak zachowanie swoich naturalnych cech osobowości i kierowanie się nimi na drodze zawodowej. Drodze wyboistej, niełatwej, męczącej, ale przynoszącej dużą satysfakcję i co najważniejsze: niezależność.

— Alicja Wysocka-Świtła,
partnerka zarządzająca
i współwłaścicielka agencji
Clue PR.

MOTORYZACJA

TOMASZ
OTTO

Jak kobiety kupują samochody?

Ponad połowa nowych praw jazdy w 2022 roku została wydana kobietom.

Odpowiedź na motoryzacyjne potrzeby pań jest jednym z wyzwań, z którymi musi się zmierzyć rynek motoryzacyjny w 2023 roku. Kobiety stają się coraz bardziej znaczącą grupą klientów w kojarzonej do tej pory głównie z mężczyznami branży motoryzacyjnej. Według danych CEPiK w Polsce aktywne prawo jazdy posiada około 22,5 mln kierowców. Kobiety stanowią 40 proc. z nich, jednak zmotoryzowanych pań przybywa szybciej niż panów – w 2022 roku ponad połowę z 340 tys. nowych praw jazdy wydano właśnie im. Wynika to w dużej mierze z faktu, że według danych GUS z 2021 roku kobiety stanowią 52 proc. polskiej populacji. Z uwagi na te czynniki wyjście naprzeciw oczekiwaniom kobiet marzących o własnym samochodzie jest jednym z kluczowych wyzwań, przed którymi stają wszystkie firmy z branży motoryzacyjnej.

Kobiece auto

Ciekawe wnioski dotyczące motoryzacyjnych oczekiwań pań nasunęło badanie „Profile klientów indywidualnych kupujących samochody osobowe w Polsce” przeprowadzone przez Kantar Polska. Okazało się, że typowa kobieta kupująca samochód ma mniej niż 35 lat, mieszka w dużym mieście, jest dobrze wykształcona i dysponuje dochodami nieco poniżej średniej krajowej, które jednak systematycznie rosną. Co ciekawe, aż 40 proc. z nich zajmuje się własną działalnością gospodarczą – mając na uwadze, że tylko 1/3 jednoosobowych firm w Polsce jest prowadzona przez

kobiety (dane z raportu „Kobiety w biznesie” przygotowanego przez Transparent Data), jest to wartość bardzo wysoka.

Badanie ujawniło także, że panie wyrażające chęć zakupu samochodu cechują się pragmatyzmem i wysoką kreatywnością. Podkreślają, że w podjęciu decyzji pomaga im posiadanie samodzielnie wyrobionej opinii i wyczuwanie stylu. Doskonałym określeniem pozwalającym na opisanie klientek jest miano kobiet praktycznych, ponieważ dokonują swoich motoryzacyjnych wyborów w sposób bardzo racjonalny. Samochód traktują przede wszystkim jako środek transportu – liczą się dla nich zwłaszcza praktyczne aspekty użytkowe. Większość kobiet objętych badaniem wskazała, że nie interesują ich natomiast nowinki ze świata motoryzacji. Są za to skłonne zaufać w zakresie wyboru odpowiedniego auta doradcom.

Pragmatyzm przekłada się również na pozostałe kryteria wyboru auta przez kobiety, do których należą: cena zakupu, spalanie, koszty napraw i części zamiennych oraz ogólny stan techniczny pojazdu. Prawie połowa kobiet rozpoczyna poszukiwania samochodu od określenia swoich możliwości finansowych, dopiero później zawężając kryteria do konkretnej marki i modelu.

Finansowanie

Kryteria, którymi kobiety posługują się podczas wyboru auta, mają także przełożenie na decyzję dotyczącą finansowania samochodu. Z danych wynika, że w 2022 roku 65 proc. pań decydujących się na finansowanie na naszym serwisie transakcyjnym wybrało wynajem długoterminowy. To praktyczny i bezpieczny wybór zgodny z tym, czego dowiedzieliśmy się o klientkach. Wynajem oznacza przede wszystkim przewidywalność miesięcznych wydatków – jego rata jest stała w całym okresie trwania umowy. Co więcej, wynajmujące nie muszą się martwić o ubezpieczenie, ponieważ już w podstawowym pakiecie wynajmu mają zapewnione OC, AC i NNW. Decydując się na wynajem, klientki uzyskują również dostęp do dodatkowych pakietów serwisowych, zapewniających im bezobsługowe korzystanie z samochodu, bez zmartwień o przegląd, naprawy, a nawet wymianę opon. Korzystają z programu elastycznego finansowania z możliwością zwrotu samocho-



Panie mają swoje ulubione marki

du przed końcem umowy, bez dodatkowych kosztów i konieczności podania przyczyny. Kobiety praktyczne docenią taką możliwość, będąc idealnym zabezpieczeniem dla ich finansów.

Rodzinny doradca

W rolę doradców najczęściej wcielają się natomiast ich najbliżsi: 39 proc. pań uznaje porady członków rodziny i przyjaciół za kluczowe źródło wiedzy. Dla porównania większość, bo aż 54 proc., badanych z porównywalnej grupy mężczyzn informacje czerpie przede wszystkim z opisów ofert na portalach internetowych. Kobietom w podjęciu ostatecznej decyzji z pomocą przychodzą

również osobiste oględziny auta, na które decyduje się 74 proc. z nich, oraz jazda testowa – przed zakupem chce ją odbyć 60 proc. pań. Przekłada się to na stosunkowo niski odsetek kobiet korzystających z możliwości w pełni zdalnego zakupu na platformie Automarket.pl. W 2022 roku panie stanowiły jedynie 26 proc. takich kupujących.

Lepsze i nowsze

Jeśli chodzi o przyczyny zmiany samochodu przez kobiety, najczęściej jest to chęć posiadania nowszego, lepszego auta. Takiej odpowiedzi udzieliło 48 proc. badanych pań. Istotną rolę odgrywa również kwestia usterkowości – mniej

awaryjnego pojazdu szuka 31 proc. kobiet zdecydowanych na zakup. Nie dziwi więc fakt, że kobiety chętnie decydują się na sprawdzone i popularne modele. Najwięcej z nich, bo aż 32 proc., wybiera najbardziej uniwersalne samochody segmentu C. Pośród producentów największą popularnością cieszyły się auta marki Opel, które wybrało 15 proc. z nich. Na kolejnych pozycjach uplasowały się samochody z logo Hyundai i Skody. W pierwszej trójce najchętniej wybieranych modeli nie mogło zabraknąć także praktycznego SUV-a. Za kompaktowymi Oplem Astrą i Hyundaiem i30 znalazł się Hyundai Tucson.

/©©
–Tomasz Otto, Dyrektor Departamentu Strategii i Marketingu, Automarket.pl

TRANSPORT

Nieoczywisty benefit dla pracowników

Czy carpooling w Polsce ma szanse na dofinansowanie.

Przebiegający Polak poświęca prawie pół godziny na codzienny dojazd do pracy, jak wynika z danych Eurostatu. A sporo z nas traci nawet godzinę dziennie na to, aby dotrzeć do biura. Nie wszyscy mogą jednak pracować zdalnie czy hybrydowo, a ceny paliwa czy biletów na transport miejski rosną. W Polsce wciąż mierzymy się także z wykluczeniem komunikacyjnym, związanym z ograniczeniem przewozów autobusowych lub brakiem własnego auta. Jednak zarówno przedsiębiorcy, jak i władze państwowe mogą czerpać inspirację z krajów zachodnich, takich jak Francja. Najnowsze statystyki pokazują, że 76 proc. osób przebadanych przez Pracuj.pl znacząco odczuło wpływ rosnących

kosztów życia w porównaniu z 2022 r. To oznacza, że coraz większą rolę w wyborze nowego pracodawcy będą odgrywać oferowane przez niego benefity, kompensujące warunki inflacyjne. Obszar dojazdów do pracy pozostaje jednak w dużej mierze niedostrzegany przez zatrudniających.

Koszt dojazdu

Aktualnie obowiązujące przepisy prawne umożliwiają pracownikom odliczenie kosztów dojazdów do pracy od podatku. Można w ten sposób odzyskać nawet 3,6 tys. zł zwrotu rocznie, pod warunkiem, że podatek jest zatrudniony na umowie o pracę. Nie trzeba więc mówić, że w dobie różnych rodzajów rozliczeń,

takich jak umowy zlecenia, umowy o dzieło czy jednoosobowa działalność gospodarcza, nie wszyscy mogą zostać beneficjentami takiego zwrotu.

Pracodawcy co do zasady nie mają obowiązku zwracania zatrudnionym kosztów dojazdu do pracy. Chociaż mają możliwość dofinansowania paliwa czy biletów transportu publicz-

” Francja wprowadziła bony dla kierowców przewożących inne osoby

nego, to nie każdy pracownik skorzysta z tej możliwości, nawet jeśli będzie dostępna. Nie każdy posiada własny samochód, zdarzają się również osoby mieszkające na terenach z trudnym dostępem do komunikacji miejskiej lub po prostu na obrzeżach dużych miast.

W efekcie ciekawym benefitem na miarę 2023 roku mogłoby być wsparcie finansowe pracodawcy lub państwa dla przejazdów carpoolingowych, tzn. wspólnych przejazdów jednym samochodem. Kierowcy mogą zabierać innych, by podzielić się kosztami podróży i zaoszczędzić pieniądze. Z kolei pasażerowie mogliby wydawać mniej na transport i nie musieliby się martwić, że spóźniony autobus zakłóci im rytm dojazdu do pracy. Podobne rozwiązanie od początku

tego roku funkcjonuje we Francji, gdzie w ramach walki ze skutkami rosnących cen paliwa rząd proponuje bony dla kierowców przewożących innych pasażerów w swoich pojazdach. Premia w wysokości 100 euro będzie przekazywana za pośrednictwem platform carpoolingowych, takich jak BlaBlaCar, za realizowanie przynajmniej trzech długodystansowych podróży lub dziesięciu codziennych przejazdów w ciągu trzech miesięcy. Dodatkowo 10 milionów pracowników o najniższych dochodach dostanie bon na paliwo w wysokości 100 euro.

Forma zachęty

Czy w Polsce takie dofinansowanie mogłoby zaistnieć?

Sądząc po benefitach oferowanych przez pracodawców, jak również aktualnych cenach paliwa, dopłacanie do dojazdów do pracy – niezależnie od tego, czy są dokonywane własnym sumptem, czy na siedzeniu pasażera – mogłoby być atrakcyjną ofertą dla zatrudnionych z terenów wykluczonych komunikacyjnie lub położonych z dala od zakładu pracy.

To także ciekawy sposób na zachęcenie pracowników zdalnych do częstszych odwiedzin w biurze, szczególnie, jeśli ich motywacją do wykonywania obowiązków z domu jest czasochłonny dojazd do biura i z powrotem do domu.

/©©
–Yuliia Krupenko, Communications Director CEE w BlaBlaCar

NOWE TECHNOLOGIE



ELŻBIETA
WŁODARCZYK

Cyfryzacja opłaca się wszystkim

Trzy czwarte Polek rozwijało kompetencje cyfrowe.

Cyfryzacja przeprowadzana z udziałem kobiet opłaca się wszystkim. Większa liczba pań w sektorze digital mogłaby zapewnić wzrost produktu krajowego brutto (PKB) Unii Europejskiej nawet o 16 mld euro rocznie – wskazuje ONZ. Na całym świecie, również w Polsce, biznesy zarządzane przez kobiety świetnie sobie radzą z procesami digitalizacji. Współczesne liderki rzucają wyzwanie kryzysowi i za sprawą innowacji oraz cyfrowych narzędzi pokazują swój ogromny wkład we współczesny rozwój technologiczny społeczeństwa.

Kobiety podchodzą kompleksowo do wszelkich udogodnień w sferze online i chętnie korzystają z oferty usług świadczonych online zarówno przez biznes, jak i administrację publiczną. Komisja Europejska wylicza, że 56,3 proc. Polek przynajmniej raz w roku załatwia sprawę urzędową przez wybrany portal rządowy (w porównaniu z ok. 53 proc. Niemek czy 39,4 proc. Włosek). Inne unijne dane wskazują ponadto, że z bankowości elektronicznej korzysta 62 proc. Polek, co jest o 9 proc.

wyższym wynikiem niż w przypadku Niemek.

Nowoczesne firmy

Obserwacje wskazują, że różnic między płciami, jeśli chodzi o podejście do nowych technologii, nie znajdziemy już na przykład w prowadzeniu biznesu, a firmy zarządzane przez kobiety również ustawnie się cyfryzują. Warto tu zaznaczyć, że Polska zajmuje drugie miejsce w UE pod względem udziału kobiet na stanowiskach kierowniczych. Badania Bibby Financial Services z 2022 r. pokazują, że kobiety w Polsce zajmowały 44 proc. takich etatów (przy średniej dla całej UE o 10 pkt proc. niższej). Coraz więcej Polek jest przy tym gotowych, by brać sprawy w swoje ręce i zakładać własną działalność: uważa tak już 30 proc. ankietowanych pań w wieku 18–39 lat – podaje Visa. Aż 48 proc. przyznaje, że ma dużą wiedzę na temat bezpieczeństwa w sieci, dotyczącego m.in. ochrony danych, przelewów czy bankowości elektronicznej.

Dlatego przedsiębiorstwa technologiczne coraz częściej dostrzegają korzyści z różnicowania struktur kadrowych pod

względem płci. Zwiększa to ich potencjał innowacyjny, a bardziej zróżnicowane zespoły odnotowują wzrost efektywności. Dochodzi do tego korzystniejszy wizerunkowo odbiór takiej organizacji.

Cyfrowe rozwiązania

Kobiety w biznesie chętnie decydują się na wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań, m.in. takich, które pomagają im rozwijać firmę w warunkach zaostrej konkurencji w sieci czy osiągać balans między życiem zawodowym a prywatnym. Polski ośrodek THINK-TANK dowodzi, że biznes odnosi wymierne korzyści z większego udziału kobiet w zarządzaniu – cztery piąte respondentów podziela przekonanie o rosnącej roli kobiet w biznesie. Za wprowadzeniem parytetu płci na wszystkich stanowiskach opowiada się ponad jedna trzecia respondentów (36 proc.).

Niewątpliwie głównym atutem pań jest rosnące doświadczenie zawodowe (71 proc.) oraz umiejętność adaptacji do zmian (55 proc.), czyli kluczowe dziś kompetencje na rynku pracy i w biznesie. Co więcej, kobiety aktywniej niż panowie

inwestują we własny rozwój zarówno w zakresie wykształcenia formalnego, jak i poprzez dodatkowe szkolenia i kursy. W ostatnim czasie już trzy czwarte badanych Polek rozwijało swoje kompetencje cyfrowe. U ponad połowy był to obszar mediów społecznościowych, u 38 proc. – szkolenia digital. Niestety, pomimo znacznych postępów społecznych, największą przeszkodą dla rozwoju kariery kobiet są stereotypy, wskazane przez 72 proc. uczestników badania.

Mnogosć różnych rozwiązań, także tych wysoko zaawansowanych technologicznie, stosowanych przez liderki, wskazuje na ich wysoką kreatywność oraz gotowość, aby adaptować firmy do zmieniającego się otoczenia biznesowego, warunków makroekonomicznych i sytuacji na rynku. Kobiety w biznesie na całym świecie dostrzegają potencjał, jaki leży w technologii, i wykorzystują go, by ułatwić sobie codzienne prowadzenie przedsiębiorstwa. Technologie i biznes mogą zyskać wiele z udziałem kobiet, a wszystko wskazuje na to, że przyszłość Polski będzie dzięki nim coraz bardziej cyfrowa. /©

—Elżbieta Włodarczyk
dyrektor linii biznesowej
podpis elektroniczny w KIR

FINANSE

Ostrożniejsze i bardziej uważne

Badania wykazują, że kobiety są średnio mniej zadłużone niż mężczyźni.

Polki coraz częściej i odważniej inwestują, a tym samym pomnażają swoje dochody i oszczędności. Za celem, jakim jest zwiększenie komfortu życia, idzie również poprawa pozycji społecznej. Potwierdza to badanie ankietowe Appinio przeprowadzone w 14 krajach. Wynika z niego, że co trzecia kobieta czuje potrzebę, a czasem nawet presję, by rozwijać się jako inwestorka, przedsiębiorczyni, finansistka, bizneswoman. To właśnie niezależność finansowa potęguje inwestycyjną odwagę kobiet i skutkuje lepszym zarządzaniem budżetem.

W 2022 r. kobiety w Polsce założyły blisko 95 tys. jednoosobowych działalności gospodarczych. Dane Polskiego Instytutu Ekonomicznego wskazują, że najczęściej są to firmy handlowe lub „działalność profesjonalna, naukowa i techniczna”. W praktyce oznacza to, że przedsiębiorcze kobiety zajmują się m.in. doradztwem w zakresie prowadzenia i zarządzania działalnością gospodarczą, doradztwem podatkowym, działalnością prawniczą lub księgowo-rachunkową oraz związaną ze specjalistycznym projektowaniem technicznym.

Sytuacja kobiet biznesu zmienia się na lepsze między innymi za sprawą ich wykształcenia oraz rozumienia konieczności nieustannego podnoszenia kwalifikacji. Z tego powodu coraz częściej decydują się na zdobywanie wiedzy z zakresu ekonomii czy finansów zarówno w formie studiów, jak i w ramach kierunków podyplomowych czy certyfikowanych kursów.

W roku akademickim 2021/2022 60 proc. spośród 1,2 mln studiujących stanowiły kobiety. Raport „Kobiety na politechnikach” opracowany w 2022 r. ramach akcji „Dziewczyny na politechniki” wskazuje, że na uczelniach technicznych niekiedy to właśnie panie stanowiły większość osób studiujących – np. na takich kierunkach jak finanse i rachunkowość oraz finanse i rachunkowość w biznesie. Stanowiły tam bowiem odpowiednio 79 proc. i 77 proc. uczących się. Można więc z pełnym przekonaniem powiedzieć, że ekonomia jest domeną kobiet. Świadome finansowo kobiety, wybierając wspomniane kierunki studiów, stawiają na solidne wykształcenie i dobrze płatną pracę, a samo studiowanie zwiększa ich świadomość rynku, ekonomii, finansowania, kredytów czy inflacji.

W kontekście pozycji kobiet na rynku pracy trudno nie zwrócić uwagi również na stosunek kobiet do zarządania finansami osobistymi. Warto spojrzeć na wskaźniki dotyczące średniego zadłużenia kobiet i mężczyzn. Z danych ERIF Biura Informacji Gospodarczej wynika, że to mężczyźni mają większe problemy ze swoimi zobowiązaniami. Przeciętna wartość ich długów wynosi 23 tys. zł, podczas gdy u kobiet dwa razy mniej – średnio 11,6 tys. zł. Dodatkowo mężczyźni są odpowiedzialni za około 65 proc. negatywnych zobowiązań. A zatem kobiety radzą sobie z utrzymywaniem płynności finansowej i obsługą własnych zadłużeń lepiej niż panowie.

Z czego wynika większa zaradność kobiet w świecie finansów i biznesu? W dużej mierze być może z poświęcenia większej uwagi na rzecz odpowiedzialnego zarządzania i wnikliwej analizy zobowiązań, w tym ze świadomości konieczności skrupulatnej weryfikacji dokumentów dotyczących zaciąganych zobowiązań przed podpisaniem umowy. Według raportu Związku Banków Polskich „Poziom wiedzy finansowej Polaków 2021” 44 proc. kobiet czyta umowy bardzo dokład-

nie, podczas gdy u mężczyzn ten odsetek wynosi 36 proc.

Dodatkowo nie wszyscy dokładnie orientują się, ile są winni wierzycielom. Z badania Intrum wynika, że pewności co do wysokości własnych zobowiązań nie ma 14 proc. pytanym kobiet. Statystyki te wyglądają gorzej w przypadku mężczyzn – aż co piąty z badanych nie wie, ile dokładnie zalega względem wierzycieli. To pokazuje, że kobiety wykazują się większą świadomością finansową i lepiej zarządzają budżetem. Dzięki temu w okolicznościach kryzysu finansowego czy wyzwaniom spowodowanym osłabieniem sytuacji mikro- i makroekonomicznej kobiety mają większą szansę na pokonanie bieżących i przyszłych problemów ze spłatą długów bez negatywnych konsekwencji. Dotyczy to zarówno perspektywy indywidualnej, jak i gdy mowa o decydowaniu lub współdecydowaniu o finansach przedsiębiorstwa.

Kobiety są więc zaradne, odpowiedzialne, stanowcze i zapobiegliwe oraz z powodzeniem odnajdują się na wymagających stanowiskach menedżerskich, a także w roli inwestorek. /©

—Edyta Szymczak, wiceprezes
ERIF Biura Informacji
Gospodarczej

PRACA

Branża IT potrzebuje różnorodności

Kobiety zarabiają średnio o 13 proc. mniej niż mężczyźni.

Na rynku IT pojawia się coraz więcej kobiet. Należy pamiętać, że branża nadal boryka się z brakiem pracowników, a kobiety, które coraz chętniej kończą kierunki informatyczne lub wręcz przebranżawiają się, by pracować w sektorze IT, mogą pomóc zapłacić lukę kadrową. Niestety nadal widoczne są różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn piastujących te same stanowiska. W wielu organizacjach brakuje transparentnych działań, które pomagają niwelować te dysproporcje.

Z badania „Kobiety w IT 2023” wynika, iż większość kobiet pracujących w IT specjalizuje się w testingu (14,95 proc.), project managementie (10,03 proc.), a także w backendzie (8,84 proc.). Testing to jedna z najpopularniejszych specjalizacji nie tylko w Polsce, a także w innych państwach, np. w Czechach, na Węgrzech czy w Ukrainie. Z jakimi problemami borykają się panie w branży? To głównie luka płacowa.

Wynagrodzenia

W całej Unii Europejskiej panie piastujące stanowiska w sektorze IT zarabiają średnio o 13 proc. mniej niż mężczyźni. Luka płacowa w poszczególnych państwach jest jeszcze wyższa. W Ukrainie wynosi 18,25 proc., na Węgrzech 17,2 proc., a w Czechach 16,4 proc. W Polsce kształtuje się ona na poziomie 4,2 proc. Co ciekawe, aż 66 proc. specjalistek IT nie wie, ile zarabiają ich koledzy będący na tym samym stanowisku.

Skąd wynikają te dysproporcje? Z pewnością wiąże się one z doświadczeniem i stażem pracy w branży. Kobiety, które decydują się na wejście do świata IT, najczęściej robią to z uwagi na lepsze zarobki. Niejednokrotnie jednak, przebranżawiając się, zaczynają od najniższych stanowisk. Jak wynika z szesnastego raportu „Kobiety w IT”, jedynie 27,5 proc. rzeczywiście ukończyło informa-

tykę lub inny kierunek techniczny, a aż 55 proc. weszło do IT po studiach niespecjalistycznych, kursach, szkoleniach lub samodzielnej nauce. Co ciekawe jednak, w branży IT można dość szybko awansować. Z raportu wynika, że aż 53 proc. specjalistek IT zmieniło stanowisko na wyższe. A to, zwłaszcza w tak dynamicznej branży, wiąże się najczęściej nie ze stażem pracy, a z umiejętnościami, których kobietom nie brakuje.

Praca w IT

Obecnie znacznie większa liczba kandydatów do zespołów IT jest płci żeńskiej. Widoczny jest także znaczny wzrost wiedzy i kompetencji kandydatek w tym obszarze. Panie są bardzo dobrze przygotowane merytorycznie, są zdecydowane i skupione na celach zawodowych.

Zgodnie z trendami rynkowymi panie obejmują głównie stanowiska w testingu i project managementie, ale są zatrudniane także na pozycjach związanych z analizą systemowo-biznesową czy service deskim.

Panie mają cechy, które są pożądane na rynku IT. To m.in. umiejętność zarządzania kilkoma projektami jednocześnie, samodyscyplina czy rozwiązywanie konfliktów w zespołach. Branża IT potrzebuje także osób terminowych i wywiązujących się ze swoich obowiązków. Te cechy pożądane przez pracodawców. Co jeszcze jest istotne? To na pewno pasja do pracy i wykonywanego zawodu, a tych kobietom z pewnością nie brakuje.

Natomiast mieszane środowisko doskonale wpływa na atmosferę i jakość oraz efektywność pracy w zespołach, wpływa na dobrą komunikację i tym samym zadowolenie z pracy, zmniejszenie rotacji.

Dlatego warto, by rynek IT był bardziej otwarty na kobiety i doceniał je na równi z mężczyznami. /©

—Jolanta Poreda, Digital Care
Group HR Director



27,5 proc. kobiet pracujących w IT ukończyło informatykę lub inny kierunek techniczny

PATRYCJA
DADOS

Urlopy i świadczenia związane z macierzyństwem

Z jakiego wsparcia mogą korzystać kobiety w okresie ciąży i w pierwszych miesiącach macierzyństwa?

Ubezpieczone kobiety, nie tylko te zatrudnione na podstawie umowy o pracę, mogą liczyć na wsparcie w okresie ciąży i w pierwszych miesiącach macierzyństwa. Co prawda te zatrudnione na podstawie umowy o pracę są w najlepszej sytuacji, ponieważ obejmuje je poza urlopem macierzyńskim i rodzicielskim także urlop wychowawczy, a przede wszystkim gwarancja zatrudnienia, jednak i pozostałe kobiety mogą liczyć chociażby na świadczenie wypłacane z ZUS.

Przysługujące urlopy

Urlop macierzyński przysługuje pracownicy w wymiarze 20 tygodni w przypadku urodzenia jednego dziecka albo 31, 33, 35, 37 tygodni w przypadku urodzenia odpowiednio dwojga, trojga, czwórka, pięciorka i więcej dzieci przy jednym porodzie. Kobieta może wykorzystać część urlopu macierzyńskiego przed przewidywaną datą porodu, ale w wymiarze nie większym niż sześć tygodni.

Po wykorzystaniu po porodzie co najmniej 14 tygodni urlopu macierzyńskiego pracownica ma prawo pod pewnymi warunkami zrezygnować z pozostałej części tego urlopu.

Urlop na warunkach urlopu macierzyńskiego przysługuje także pracownicy, która przyjęła dziecko na wychowanie jako rodzina zastępcza lub przyjęła dziecko na wychowanie i wystąpiła do sądu opiekuńczego z wnioskiem o wszczęcie postępowania w sprawie przysposobienia dziecka.

Po wykorzystaniu urlopu macierzyńskiego kobieta zatrudniona na podstawie umowy o pracę ma prawo do urlopu rodzicielskiego w wymiarze do 32 tygodni - w przypadku urodzenia jednego dziecka, do 34 tygodni - w przypadku urodzenia dwojga albo więcej dzieci. Nowelizacja Kodeksu pracy, która 23 marca 2023 została podpisana przez prezydenta i wejdzie w życie po upływie 21 dni od dnia ogłoszenia, wydłuża okres urlopu rodzicielskiego do 41 lub odpowiednio 43 tygodni, z tym zastrzeżeniem, że każdemu z rodziców będzie przysługiwać nieprzenoszalne prawo do części tego urlopu w wymiarze do dziewięciu tygodni. Oznacza to, że kobieta i tak będzie mogła wykorzystać maksymalnie do 32/34 tygodni.

Po wejściu w życie wspomnianej wyżej nowelizacji Kodeksu pracy urlop rodzicielski będzie udzielany jednorazowo albo nie więcej niż w pięciu częściach nie później niż do zakończenia roku kalendarzowego, w którym dziecko kończy szósty rok życia. Pracownice będą mogły zatem korzystać z urlopu rodzicielskiego w dowolnym terminie, nie tylko bezpośrednio po urlopie macierzyńskim. Do tej pory uprawnienie to ograniczone było jedynie do 16 tygodni urlopu rodzicielskiego.



Okres urlopu rodzicielskiego zostanie wydłużony do 41 lub 43 tygodni w sumie dla obu rodziców

Pracownica może łączyć korzystanie z urlopu rodzicielskiego z wykonywaniem pracy nawet u pracodawcy udzielającego tego urlopu w wymiarze nie wyższym niż połowa pełnego wymiaru czasu pracy.

Urlop wychowawczy to także uprawnienie pracownicze przysługujące na podstawie przepisów Kodeksu pracy. Prawo do urlopu wychowawczego ma pracownica zatrudniona co najmniej sześć miesięcy. Wymiar urlopu wychowawczego wynosi do 36 miesięcy, z tym zastrzeżeniem, że kobieta może, co do zasady, wykorzystać urlop w wymiarze do 35 miesięcy. Urlop jest udzielany

skiego czy wychowawczego nie dotyczą kobiet pozostających w cywilnoprawnym stosunku zatrudnienia ani prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą. Nie znaczy to jednak, że nie należy się im zasiłek macierzyński.

Zasiłek macierzyński

Za okres ustalony przepisami Kodeksu pracy jako okres urlopu macierzyńskiego, urlopu na warunkach urlopu macierzyńskiego i urlopu rodzicielskiego przysługuje zasiłek macierzyński, czyli łącznie przez okres 52 tygodni przy urodzeniu/

życia i wystąpiła do sądu opiekuńczego w sprawie jego przysposobienia albo przyjęła na wychowanie w ramach rodziny zastępczej dziecko w wieku do siódmego roku życia, a w przypadku dziecka, wobec którego podjęto decyzję o odroczeniu obowiązku szkolnego - do dziesiątego roku życia. Należy się zatem zarówno kobiecie zatrudnionej na podstawie umowy o pracę, jak i kobiecie prowadzącej pozarolniczą działalność gospodarczą. W przypadku kobiety, która ma zawartą umowę zlecenia, ubezpieczenie chorobowe jest dobrowolne. Musi zatem sama zadbać o objęcie jej ubezpieczeniem chorobowym. Nie jest ważne, czy umowa zakończy się w trakcie pobierania zasiłku macierzyńskiego - podlegająca ubezpieczeniu w dniu urodzenia dziecka kobieta ma gwarancję wypłaty zasiłku przez cały okres urlopu macierzyńskiego i rodzicielskiego. Umowa o dzieło nie stanowi podstawy do objęcia kobiety ubezpieczeniem społecznym. Zasiłek macierzyński więc jej nie przysługuje.

Ubezpieczona uzyskuje prawo do zasiłku macierzyńskiego już od pierwszego dnia objęcia ubezpieczeniem zdrowotnym. W okresie otrzymywania zasiłku macierzyńskiego kobieta zatrudniona na podstawie umowy zlecenia może podjąć zatrudnienie na podstawie umowy zlecenia zarówno z podmiotem, z którym współpracowała dotych-

czas, jak i innym przedsiębiorstwem.

Wysokość zasiłku

Po wejściu w życie wspomnianej wyżej nowelizacji Kodeksu pracy za okres urlopu macierzyńskiego (albo urlopu na warunkach urlopu macierzyńskiego) zasiłek macierzyński wynosić będzie 100 proc. podstawy wymiaru, natomiast za okres urlopu rodzicielskiego zasiłek przysługiwać będzie w wysokości 70 proc. podstawy wymiaru. Jeśli ubezpieczona - matka dziecka, nie później niż 21 dni po porodzie, złoży wniosek o wypłacenie jej zasiłku macierzyńskiego za okres urlopu macierzyńskiego i urlopu rodzicielskiego w pełnym wymiarze, zasiłek macierzyński będzie przysługiwać jej w równym wymiarze 81,5 proc. podstawy wymiaru za cały okres (efektywnie tyle samo), przy czym za okres dziewięćtygodniowej nieprzenoszalnej części urlopu rodzicielskiego dla ojca dziecka zasiłek macierzyński przysługiwać będzie w wysokości 70 proc. podstawy wymiaru.

Za podstawę wymiaru zasiłku przyjmuje się podstawę, od której opłacana była składka na ubezpieczenie chorobowe za okres 12 miesięcy kalendarzowych, poprzedzających powstanie uprawnień do świadczenia. W przypadku kobiety zatrudnionej na podstawie umowy o pracę i umowy zlecenia podstawą wymiaru jest przeciętne miesięczne wyna-

”

Urlop wychowawczy ma być udzielany do końca roku kalendarzowego, w którym dziecko kończy sześć lat

godzenie wypłacone matce przez pracodawcę/zleceniodawcę w okresie ostatnich 12 miesięcy. Z kolei kobieta prowadząca jednoosobową działalność gospodarczą sama deklaruje, od jakiej podstawy chce opłacać składkę na ubezpieczenie chorobowe. Minimalna podstawa może wynosić 60 proc. przeciętnego wynagrodzenia, a maksymalna 250 proc. przeciętnego wynagrodzenia obowiązującego na dany rok.

Za czas przebywania na urlopie wychowawczym matce nie przysługuje ani wynagrodzenie, ani zasiłek macierzyński.

Gwarancja zatrudnienia

Pracodawca, co do zasady, nie może wypowiedzieć ani rozwiązać umowy o pracę z pracownicą w okresie urlopu macierzyńskiego oraz od dnia złożenia wniosku o udzielenie urlopu rodzicielskiego i wychowawczego, a nawet prowadzić przygotowań do wypowiedzenia lub rozwiązania stosunku pracy.

Co więcej, kobieta zatrudniona na podstawie umowy o pracę, zarówno po zakończeniu urlopu macierzyńskiego, rodzicielskiego, jak i wychowawczego, ma zagwarantowane prawo do powrotu do pracy na dotychczasowym stanowisku, a jeżeli nie jest to możliwe, na stanowisku równorzędnym z zajmowanym przed rozpoczęciem urlopu na warunkach nie mniej korzystnych od tych, które obowiązywałyby, gdyby pracownica nie korzystała z urlopu (zgodnie z ww. nowelizacją).

Pod kątem urlopów i świadczeń związanych z macierzyństwem to pracownice są w najlepszej sytuacji. Nic nie stoi jednak na przeszkodzie, by kobiety zatrudnione na podstawie umowy zlecenia, umowy o dzieło czy umowy o współpracę zagwarantowały sobie w danej umowie analogiczne prawo do powrotu na dotychczasowe stanowisko lub by zastrzegły, że zawarta umowa nie może zostać wypowiedziana w określonych okolicznościach. Powyższe zależy jednak wyłącznie od woli stron umowy, a pracownice mają to prawo zagwarantowane przepisami prawa pracy. W najgorszej sytuacji są kobiety zatrudnione na podstawie umowy o dzieło, ponieważ nie zostaną objęte ubezpieczeniem zdrowotnym nawet dobrowolnie. /©©

—Patrycja DADOS, radca prawny w Grabowski i Wspólnicy Kancelaria Radców Prawnych

” Każde z rodziców będzie miało nieprzenoszalne prawo do części urlopu rodzicielskiego

na okres nie dłuższy niż do zakończenia roku kalendarzowego, w którym dziecko kończy szósty rok życia, nie więcej niż w pięciu częściach.

W czasie urlopu wychowawczego pracownica ma prawo podjąć pracę zarobkową u dotychczasowego lub innego pracodawcy albo inną działalność, a także naukę lub szkolenie, jeżeli nie wyłącza to możliwości sprawowania osobistej opieki nad dzieckiem.

Uprawnienia do urlopu macierzyńskiego, rodziciel-

przyjęciu na wychowanie jednego dziecka albo przez okres od 65 do 71 tygodni w przypadku porodu mnogiego/przyjęcia na wychowanie dwojga-pięciorka dzieci oraz dodatkowo przez okres dziewięciu tygodni urlopu rodzicielskiego przysługującym drugiemu rodzicowi.

Zasiłek macierzyński przysługuje każdej kobiecie, która posiada tytuł do ubezpieczenia chorobowego i w tym okresie urodziła dziecko, ale także przyjęła na wychowanie dziecko w wieku do 14 roku