



# KOBIETY W MŚP POD LUPĄ



# SPIS TREŚCI

**Wprowadzenie** 3

**Kobiety w MŚP** 4

Raport w liczbach

**Idziemy na swoje** 5

Powody rozpoczęcia działalności gospodarczej

**Szybko się uczymy** 9

Wiedza o prowadzeniu własnej działalności gospodarczej

**Mamy to** 12

Mocne strony w zarządzaniu własną działalnością gospodarczą

**Metodologia** 16





# WPROWADZENIE

Polki znajdują się wśród liderów Unii Europejskiej, jeśli chodzi o zdolności przywódcze. Dowód? Udział kobiet na stanowiskach kierowniczych w Polsce wynosi 43% i jak wynika z danych Eurostatu za 2021 rok jest to drugi najwyższy wynik w Unii. Tylko Łotwa może pochwalić się wyższym wynikiem na poziomie 46%. I co bardzo cieszy, ten odsetek sukcesywnie wzrasta od kilku lat – w 2008 roku wynosił 36%. Mamy się więc, czym chwalić. Ale kobiety na wysokich stanowiskach w firmach to jedno, a drugie to kobiety przedsiębiorcze. Polki chcą być również własnymi szefami i stawiają na swój biznes. 8% kobiet w Polsce prowadzi własną działalność gospodarczą i to jest drugi najwyższy wynik wśród krajów członkowskich UE, a średnia wynosi 6%. Z biznesem zarządzanym przez kobiety bardzo często mamy do czynienia także na rynku leasingowym. W ubiegłym roku, co szósta firma, której inwestycje sfinansowaliśmy w EFL, była zarządzana przez kobiety. A jeśli przyjrzymy się, jakie rodzaje działalności wykonują przedsiębiorczynie, to na liście są nie tylko „kobiece biznesy” jak salony kosmetyczne, ale również te uchodzące za bardziej męskie jak sprzedaż pojazdów czy usługi budowlane. Każdy z nich wspieramy w EFL między innymi oferując specjalne usługi finansowe oraz realizując również projekty edukacyjno-informacyjne.

Raport, który mają teraz Państwo przez oczami, to kolejna inicjatywa EFL pokazująca, jak ważną częścią przedsiębiorczej Polski są kobiety. Postanowiliśmy zbadać, czy istnieje duża polaryzacja w podejściu kobiet i mężczyzn do prowadzenia własnej działalności. Czy „gołym okiem” widać różnice w kompetencjach, które są kluczowe w biznesie. I wreszcie, co skłoniło Polki do przejścia na swoje? Okazuje się, że kobiety i mężczyźni mają bardzo wiele wspólnego na biznesowym gruncie, ale jest też wiele czynników, które różnicuje podejście Polek i Polaków do zarządzania własną firmą. Swoimi obserwacjami i wskazówkami podzieliły się także ekspertki, które na co dzień pracują na wysokich stanowiskach kierowniczych lub prowadzą własne biznesy.

Z naszego badania wynika, że 55% firm kierowanych przez kobiety to mikroprzedsiębiorstwa. Wśród mężczyzn ten odsetek wynosi 47%. Natomiast Polacy częściej zarządzają większymi podmiotami – niemal co trzeci prowadzi organizację zatrudniającą od 50 do 249 pracowników. Takimi z kolei zarządza co szósta Polka. Jestem przekonana, że za sprawą swoich kompetencji i zdolności przywódczych w DNA, to kwestia czasu, kiedy firmy prowadzone przez kobiety będą coraz większe. I tego życzę wszystkim kobietom!

Inspirującej lektury!



**EWA KADZIEWICZ**

dyrektor departamentu  
marketingu w EFL





## KOBIETY W MŚP

# 47%

### **Powód.**

47% kobiet założyło własną firmę, bo pojawiła się ku temu dobra okazja. 43% Polek zawsze o takim kroku marzyło.

# 11%

### **Wiedza.**

Tylko 11% kobiet zakładających własną firmę miało dużą wiedzę dotyczącą prowadzenia działalności gospodarczej. Aż 28% kobiet miało niską wiedzę lub nie miało jej wcale.

# 27%

### **Kompetencje.**

27% kobiet uważa, że ich mocną stroną w zarządzaniu firmą jest komunikatywność, a 23% wskazało na kreatywność.



1

# IDZIEMY NA SWOJE

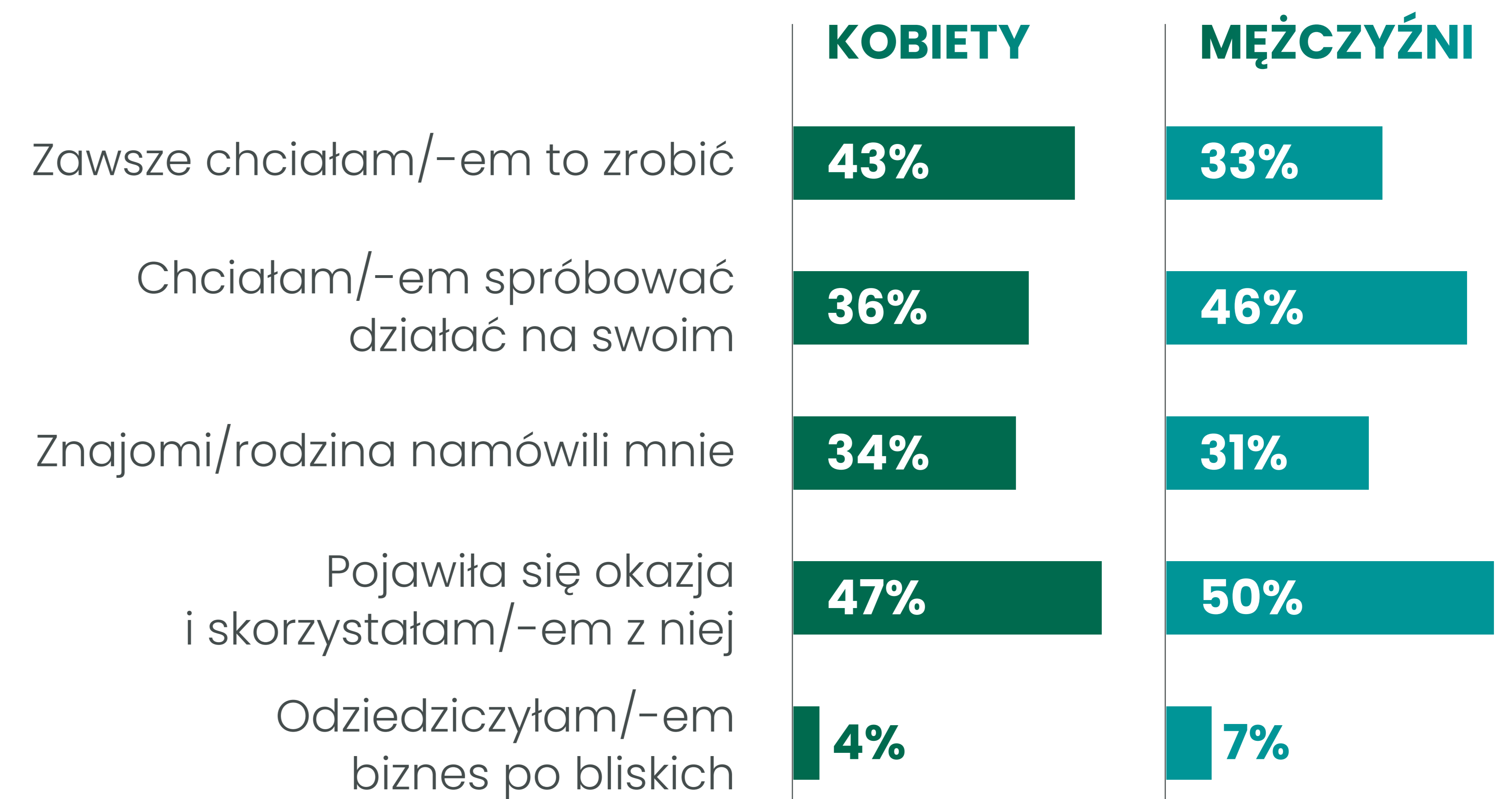
Powody rozpoczęcia działalności gospodarczej



# POWODY ZAŁOŻENIA DZIAŁALNOŚCI

## Biznes przy okazji lub dzięki marzeniom

Kobiety w Polsce prowadzą własne firmy częściej niż w większości krajów Unii Europejskiej. Jak wynika z raportu Polskiego Instytutu Ekonomicznego „Sytuacja kobiet w Polsce z perspektywy społeczno-ekonomicznej” w naszym kraju 8% kobiet ma swoją firmę, co stanowi drugi wynik w Unii. Więcej przedsiębiorczych kobiet jest jedynie w Grecji (10%). Dla przykładu dwa razy mniej Niemek prowadzi własny biznes (4%) i cztery razy mniej Norweżek (2%). Co skłania Polki do „pójścia na swoje”? Najczęściej jest to okazja, z której warto było skorzystać, tak odpowiedziało 47% Polek. To także najczęściej wymieniany powód założenia działalności wśród mężczyzn. Jednak druga przyczyna różni się między Polkami a Polakami. Kobiety tworząc własny biznes realizują swoje marzenia, cele. 43% kobiet odpowiedziało, że zawsze o tym marzyło, chciało to zrobić. Takiej samej odpowiedzi udzielił co trzeci mężczyzna. Przedstawiciele płci męskiej częściej natomiast niż kobiety otworzyli działalność, bo chcieli spróbować sił na swoim (46% vs. 36%). Warto także zwrócić uwagę, że w przypadku kobiet rzadziej możemy mówić o sukcesji. Niemal dwa razy mniej Polek niż Polaków prowadzi biznes, który odziedziczyli po swoich bliskich.







## MARTA PAWLAK-DOBZAŃSKA

People Analytics Expert w Great Digital

### Mam autentyczną chęć wspierania innych firm

Kobiety wyraźnie częściej niż mężczyźni zakładają swoje biznesy realizując własne cele i marzenia. Tak również było w moim przypadku, chociaż nie tyle była to realizacja marzenia, a raczej determinacja w zrealizowaniu konkretnego celu. Mówiąc już konkretnie, moje poszukiwania pracy po odejściu z Pracuj.pl (gdzie przez 11 lat pracowałam bardzo blisko potrzeb pracodawców i kandydatów!) okazały się być przerażająco złym doświadczeniem. Urywający się kontakt z rekruterami, brak jakiegokolwiek feedbacku. Dodatkowo, polscy pracodawcy wypadli wyjątkowo blado w zestawieniu z procesem rekrutacji do centrali booking.com w Amsterdamie, w którym również uczestniczyłam. W tamtym procesie dbałość o kandydata i jego potrzeby była widoczna na każdym kroku. Dlatego, siedząc na lotnisku w Amsterdamie, analizując moje złe doświadczenia z kilkunastu procesów rekrutacyjnych w Polsce pomyślałam, że tutaj jest bardzo dużo do zrobienia i dlatego będę wspierać pracodawców w robieniu tego dobrze.

Tym właśnie – między innymi – zajmuję się już 9. rok, projektując dla firm strategie rekrutacyjne i inne oparte o dane i wyniki realizowanych badań. W pierwszych projektach nieocenionym źródłem klientów stały się polecenia moich byłych szefów i współpracowników z pracy. Z czasem, do tych poleceń doszło kolejne ważne źródło, polecenia od moich klientów, którzy polecają współpracę z Great Digital kolejnym pracodawcom.

Nigdy nie żałowałam decyzji o własnym biznesie, a ta autentyczna chęć zawalczenia o to, aby pracodawcy coraz lepiej traktowali kandydatów do pracy oraz pracowników, których już mają na podkładzie, daje mi duże poczucie sensu tego, co robię, choć na przestrzeni lat zmieniają się oczywiście metody pracy i prowadzone w tym obszarze projekty.



## Wyzwania to codzienność biznesowa

Założenie własnej firmy było dla mnie zarówno procesem jak i impulsem. Szukałam pomysłu na prosty biznes, w którym liczy się moje doświadczenie, a jednocześnie takiego, który ma niskie bariery wejścia – coś, co mogłam szybko rozpocząć, nawet mając niewielki budżet. Pewnego wieczoru pojawił się pomysł, który zdawał się idealnie spełniać te kryteria – założyłam firmę sprzątającą. Pierwsze miesiące działalności pokazały, że największym wyzwaniem było przystosowanie się do różnorodności sytuacji. W początkowej fazie obsługiwaliśmy z partnerem ponad 700 różnych mieszkań i domów. Między innymi byliśmy pionierami w Polsce jako firma sprzątająca, która wprowadziła swoją ofertę na portal zakupów grupowych. Z sukcesem sprzedaliśmy blisko 500 usług sprzątania opłaconych z góry. Każdemu klientowi, dla którego świadczyliśmy usługi, proponowaliśmy podpisanie umowy abonamentowej na regularne sprzątanie. Było to wyzwanie, ale wiedziałam, że będąc konsekwentnymi uda nam się rozwijać.

W rezultacie spędzałam u klientów sporo czasu, obserwując jak ktoś sprząta. Szybko doszłam do wniosku, że obsługa firmy sprzątającej świadczącej standardowy zakres usług nie gwarantuje w domu porządku. Mimo tego, że u klientów było czysto, to jednak bałagan tworzyło zupełnie coś innego: nadmiar rzeczy i brak organizacji. Zrozumiałam wtedy, że każdy dom jest unikalny, a moje umiejętności organizacji przestrzeni były kluczowe. Tak wpadłam na pomysł usług Architekta Porządku.

Założenie własnej działalności biznesowej było świetną decyzją i kluczowym etapem w realizacji moich marzeń i celów. Jednak najskuteczniejszą strategią okazało się zaangażowanie społeczności wokół marki Architekt Porządku. Pragnienie wprowadzenia porządku i harmonii do przestrzeni życiowej stało się moją pasją i zajęciem na co dzień. Dlatego z całego serca zachęcam wahające się kobiety do podjęcia tego kroku. Nie bójcie się wyzwań, to część każdego przedsięwzięcia.



### **AGNIESZKA WITKOWSKA**

założycielka i właścicielka marki  
ARCHYTEKT PORZĄDKU



2

A woman in a business suit is multitasking in an office setting. She is holding a calculator in her right hand, a smartphone in her left hand, and a tablet in her lower left hand. She is also talking on a mobile phone. The background is a blurred office environment. The entire image has a teal overlay.

# SZYBKO SIĘ UCZYMY

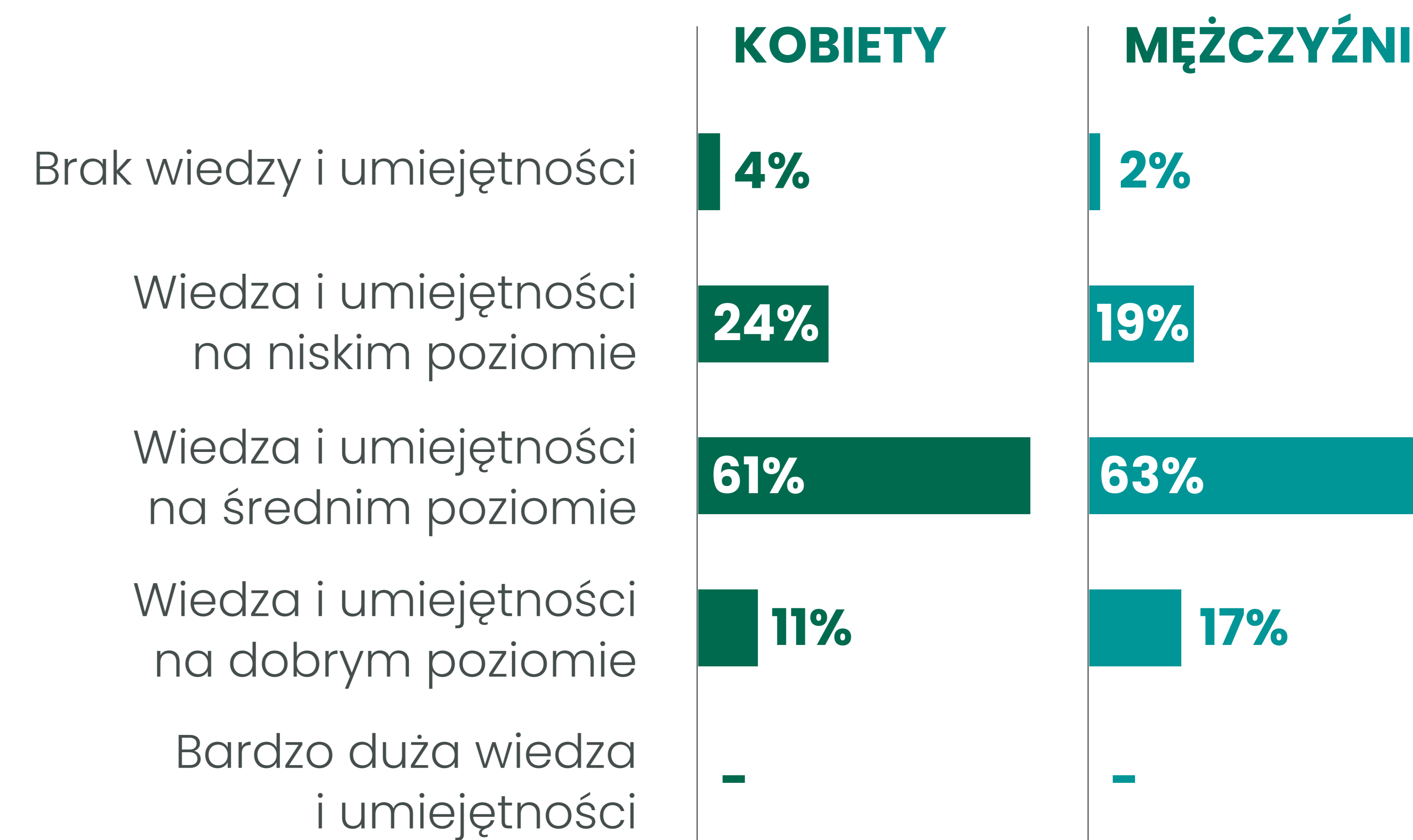
Wiedza o prowadzeniu własnej działalności gospodarczej



# WIEDZA O BIZNESIE

## Kobiety mniej przygotowane do prowadzenia biznesu

Wyniki badania EFL jasno wskazują, że wiedza i umiejętności zarządzania biznesem są bardzo dużym wyzwaniem dla osób rozpoczynających własną działalność gospodarczą. Ani Polki, ani Polacy nie są „pilnymi studentami przedsiębiorczości” i nie określili stanu swojej wiedzy na bardzo wysokim poziomie. Najczęściej przedstawiciele obu płci wskazali na średni poziom „wtajemniczenia” (61% kobiet i 63% mężczyzn). Jednak patrząc dalej, informacje Polek o prowadzeniu biznesu w pierwszych miesiącach działalności okazują się słabsze niż Polaków. 11% kobiet określiło swoją wiedzę i umiejętności na dobrym poziomie, podczas gdy w grupie mężczyzn ten odsetek wyniósł 17%. Co więcej, zdecydowanie częściej kobiety niż mężczyźni zakładały swoje firmy bez przygotowania biznesowego lub z niską wiedzą i umiejętnościami (28% vs. 21%).







## **MONIKA CONSTANT**

Prezes Zarządu, Związek Polskiego Leasingu

### **Zainteresowanie przedsiębiorczością wśród Polek rośnie**

Według różnych raportów odsetek kobiet prowadzących własne firmy to około 35 % ogółu wszystkich prowadzących działalność gospodarczą w Polsce. Czy ten zaniżony poziom wynika z braku przedsiębiorczości wśród kobiet? Wydaje mi się, że na ten wynik składa się kilka czynników. Po pierwsze, kobiety rzadziej podejmują ryzyko, a zakładanie swojej firmy – szczególnie przy tak zmiennym i skomplikowanym otoczeniu prawno-podatkowym – wiąże się z ryzykiem. Po drugie, aby skutecznie prowadzić swój biznes, trzeba być do tego przygotowanym. Zjawisko niskiego poziomu wiedzy biznesowej wynika m.in. z braku dostępu do praktycznej edukacji w szkołach czy na uczelniach. Tzw. podstawy przedsiębiorczości koncentrują się głównie na teorii, zaniedbując praktyczne umiejętności niezbędne do prowadzenia własnego biznesu. Ponadto, stereotypy płciowe mogą odgrywać rolę: dziewczęta częściej wybierają zawody humanistyczne, rzadziej poszukują praktycznej wiedzy z zarządzania i finansów, które przydają się w prowadzeniu biznesu.

Niski poziom wiedzy biznesowej może być poważnym wyzwaniem przy prowadzeniu i rozwijaniu firmy. Może to prowadzić do popełniania błędów strategicznych, nieefektywnego zarządzania finansami, słabej identyfikacji rynkowej czy braku umiejętności budowania silnej marki. W konsekwencji, może to utrudniać skalowanie biznesu, czyli rozszerzanie działalności firmy, jej rozwój i osiągnięcie większych sukcesów a także do konkutowania na rynku oraz przyciągania inwestorów i partnerów biznesowych.

Widać jednak, że coraz więcej kobiet angażuje się w przedsiębiorczość i prowadzenie własnych firm, a wtedy wzrasta również ich zainteresowanie zdobywaniem wiedzy biznesowej: czytanie poradników, uczestnictwo w kursach, warsztatach i konferencjach, a także korzystanie z mentoringu i wsparcia innych kobiet.



# 3

## **MAMY TO**

Mocne strony w zarządzaniu własną działalnością gospodarczą

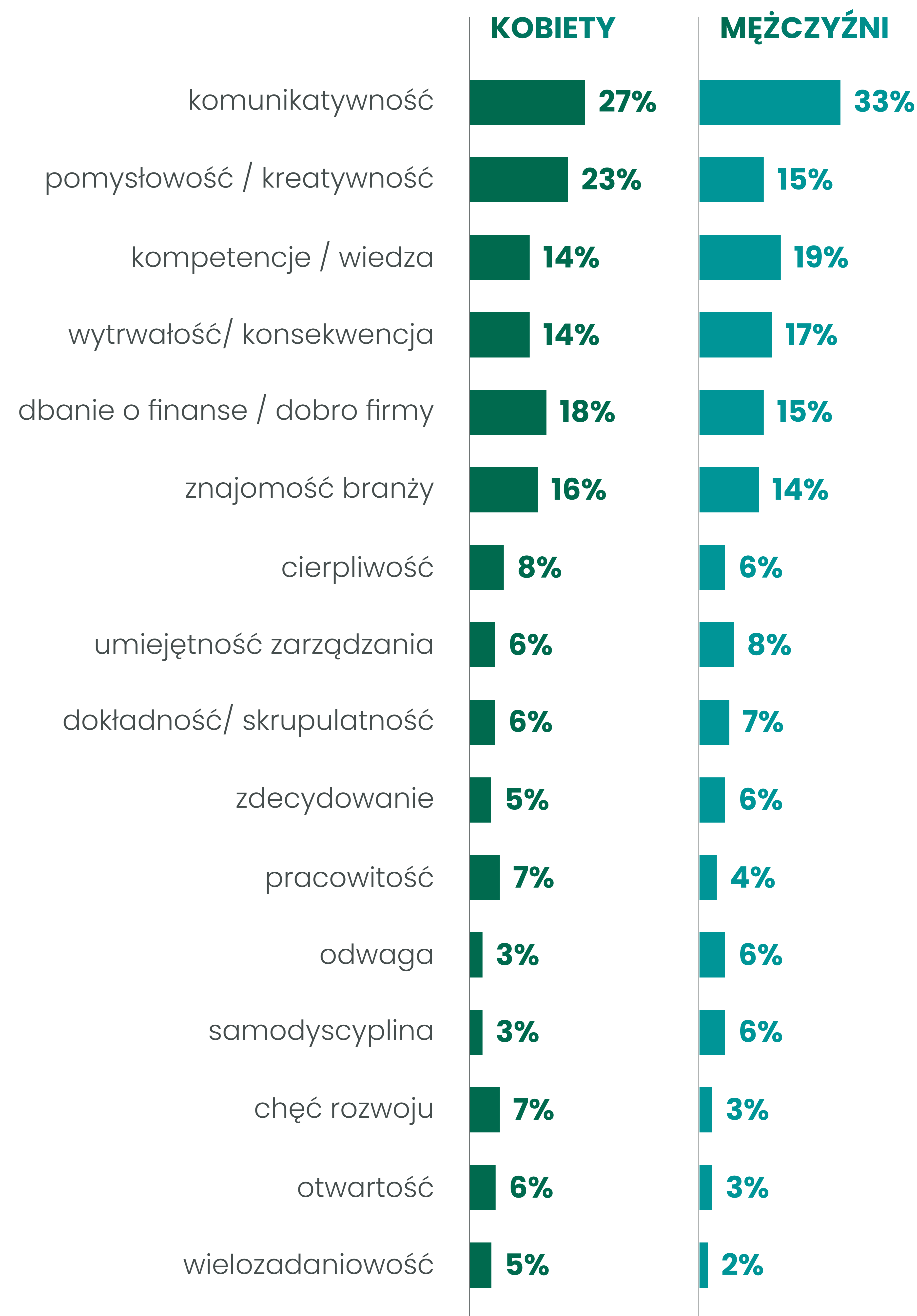




# MOCNE STRONY

## Kreatywne, pracowite i wielozadaniowe

Przedsiębiorczynie i przedsiębiorcy, zdaniem samych zainteresowanych, mają zróżnicowane predyspozycje w różnych obszarach kompetencyjnych. Choć TOP cech w przypadku obu płci jest podobny, to jednak „płeć tkwi w szczególe”. Po pierwsze, kobiety są w ich opinii bardziej kreatywne niż mężczyźni (23% vs. 15%). Z drugiej strony, panowie częściej uważają siebie za komunikatywnych (33% vs. 27%). Przeglądając się dalej w biznesowym lustrze, kobietom bardziej na sercu leży dobro firmy (18% vs. 15%), częściej niż mężczyźni uważają siebie za pracowite (7% vs. 4%), wykazują większą chęć rozwoju (7% vs. 4%) oraz częściej w zarządzaniu biznesem są wielozadaniowe (5% vs. 2%). Mężczyźni natomiast częściej niż kobiety uważają siebie za konsekwentnych (17% vs. 14%), bardziej odważnych (6% vs. 3%) oraz mają większą samodyscyplinę (6% vs. 3%).





## Prowadzenie firmy to dokonywanie wyborów i poświęceń

Założenie własnej firmy jest decyzją, której konsekwencji nie można przewidzieć. Bez względu na to, czy osiągniemy sukces czy też nie, cenę ponosi się zarówno w sferze osobistej jak i zawodowej. Tworząc firmę tkwiłam w błogiej nieświadomości konsekwencji, co dodało mi odwagi. Z drugiej strony znałam branżę i miałam relacje, co z kolei dawało mi poczucie bezpieczeństwa i pozwalało tworzyć palny na pierwsze lata. Czy to był impuls? Może. Na pewno nie była to racjonalna kalkulacja. Miałam chęć bycia niezależną i realizowania swojej własnej misji i wizji.

Prowadzenie własnej firmy jest jak nieustająca podróż. Pełna przygód, zaskakujących wydarzeń, kłód leżących na drodze i upadków. Nie ma wtedy do kogo się zwrócić o pomoc. Nie można zwolnić się z pracy i poszukać innej. Trzeba wstać, wyciągnąć wnioski i działać dalej. Firma jest na tyle mocna i na tyle słaba, na ile mocna i słaba jest jej właścicielka. Pomimo tego, że coraz więcej kobiet zakłada firmy i osiąga sukces, nadal funkcjonują stare przekonania i stereotypy. Mężczyzna poświęcający dla firmy czas i energię, które należą się rodzinie, jest akceptowany społecznie. Ale czy kobieta może przyznać się publicznie, że zaniedbywała rodzinę i dzieci dla firmy i nie spotkać się z krytyką? Jako właścicielka firmy dokonywałam wyborów i poświęceń, które rozrywały mi serce. Spotykałam się z krytyką, ostracyzmem, zazdrością i hejtem. Dopiero po kilkunastu latach nadszedł sukces, uznanie, przestrzeń do realizacji własnych pasji i komfort związany z sytuacją materialną. Jednak, pomimo trudności, nadal uważam, że decyzja o prowadzeniu własnego biznesu była jedną z najlepszych w moim życiu i życzę każdej kobiecie rozpoczynającej tę przygodę, żeby mogła znaleźć w sobie tę pewność i wytrwałość w podróży zwanej przedsiębiorczością.



**KATARZYNA KOŁCZEWSKA**

Prezes Zarządu, ProCardia Medical





## HONORATA KLUSKA

Dyrektorka Centrum Operacji dla Klienta, EFL

### Z łatwością przychodzi nam jednoczenie i promowanie różnorodności

Trudno jednoznacznie określić, czy jest widoczna polaryzacja kompetencji pomiędzy kobietami a mężczyznami na stanowiskach zarządczych. Natomiast widoczny jest nierówny parytet płci na stanowiskach zarządczych. Zawodowo pracuję 25 lat, doświadczenie zdobywałam w wielu międzynarodowych firmach i za każdym razem „widoczni” byli bardziej mężczyźni niż kobiety, ale to nadal nie znaczy, że mają przewagę kompetencyjną nad kobietami. Budowanie wizerunku kobiety-lidera nadal nie jest łatwym zadaniem. Wymaga dodatkowego zaangażowania i często trudnych wyborów oraz „walki” ze stereotypami. Przez wiele lat panowało przekonanie, że skuteczny lider to osoba z silną osobowością, posiadająca cechy kojarzone z męskością jak dominacja czy umiejętność podejmowania szybkich decyzji. Tymczasem okazuje się że nie zawsze są to cechy, które ostatecznie prowadzą do sukcesu.

W mojej ocenie kobiety mają znaczącą przewagę nad mężczyznami w byciu autentycznym w swojej roli i w tym, co robimy. Do tego, jak już mamy samoświadomość własnych zalet, potrafimy to bardzo umiejętnie wykorzystywać. Ja osobiście świadomie wykorzystuję własną inteligencję emocjonalną, czyli zdolność rozumienia własnych emocji i emocji innych osób oraz zarządzania nimi. Dzięki temu buduję silne relacje, a to przyczynia się do współpracy i zaangażowania. Z dużą łatwością przychodzi nam-kobietom jednoczenie i integrowanie zespołów oraz promowanie różnorodności. Z własnych doświadczeń wiem, że kobiety dużo lepiej komunikują, zbierają od razu feedback. Uważam że jeżeli tylko znajdziemy w sobie odwagę i skupimy się na działaniu, to nie ma żadnych przeszkód, abyśmy stały się cenionymi liderkami w biznesie.



## Metodologia badania

Badanie, którego wyniki są prezentowane w raporcie „Kobiety w MŚP. Pod lupą”, zostało zrealizowane przez ICAN Institute na zlecenie EFL S.A. z właścicielami, współwłaścicielami i osobami odpowiedzialnymi za finanse w segmencie firm MŚP z całego kraju. W sumie zrealizowano 500 wywiadów: 250 rozmów z przedstawicielami mikro firm, 125 rozmów z przedstawicielami małych firm oraz 125 rozmów z przedstawicielami średnich firm. Przebadane firmy reprezentowały cztery branże: budownictwo, handel, produkcję oraz transport. 36% grupy badawczej stanowiły kobiety, a 64% mężczyźni. Przygotowane w ten sposób dane pozwalają analizować i opisywać na poziomie całej populacji firm w Polsce. Badanie wykonano metodą telefonicznych ankiet (CATI) w lipcu i sierpniu 2023 roku.

© 2024 Europejski Fundusz Leasingowy S.A. Wszystkie prawa zastrzeżone.

Cytowanie danych za: „Kobiety w MŚP. Pod lupą”, raport EFL S.A.



