

S SUKCES
PISANY SZMINKĄ

WŁA
CZE
NI 

RAPORT

Polki i przedsiębiorczość 2024:

Sztuczna inteligencja i potrzeba parytetów

RAPORT

Polki i przedsiębiorczość 2024:

Sztuczna inteligencja i potrzeba parytetów

SUKCES
PISANY SZMINKĄ

WŁĄCZENI
PLUS

Dane przedstawione w najnowszym raporcie ukazują różnorodność podejść Polek i Polaków do prowadzenia własnych firm oraz ich gotowość do eksplorowania nowych możliwości. Kluczowym wnioskiem jest rosnące zainteresowanie przedsiębiorczością, szczególnie w sektorze usług i handlu, które oferują stabilność i relatywnie niską barierę wejścia. Jednocześnie badania pokazują, że kobiety prowadzące firmy wykazują dużą otwartość na zmiany i poszerzanie swoich kompetencji, co świadczy o ich elastyczności oraz odwadze w podejmowaniu decyzji biznesowych. Warto jednak zauważyć, że zmiana branży to dla wielu przedsiębiorczyń wyzwanie, które podejmują w oparciu o zdobyte doświadczenie – co podkreśla ich praktyczne podejście do biznesu.

Technologie, w tym sztuczna inteligencja, coraz mocniej wpływają na codzienne funkcjonowanie firm, ale wciąż pozostają niewykorzystanym potencjałem. Połowa przedsiębiorczyń już teraz korzysta z narzędzi AI lub planuje ich implementację, co wskazuje na świadomość znaczenia innowacji w budowaniu przewagi konkurencyjnej. Jednak wyzwania stanowią procesy związane z równością i przejrzystością, zarówno w dużych firmach, jak i w małych biznesach.

Konkurs Sukces Pisany Szminką od lat pokazuje, że kobiety w Polsce mają niezwykle potężny potencjał i ambicje, aby kreować własne ścieżki zawodowe, niezależnie od wyzwań, jakie napotykają. Wyniki raportu są kolejnym dowodem na to, jak ważne jest wspieranie przedsiębiorczości kobiet oraz promowanie równości w biznesie. Przyszłość polskiej gospodarki będzie opierała się na innowacjach, różnorodności i determinacji – a kobiety są i będą jednymi z kluczowych architektów tego sukcesu.

Olga Kozierowska

Pomysłodawczyni konkursu
Sukces Pisany Szminką
prezeska Fundacji WłączeniPlus



46%

Polek i Polaków chciałoby
prowadzić własną firmę.

RAPORT

Polki i przedsiębiorczość 2024:
Sztuczna inteligencja i potrzeba parytetów

Branża	Wszyscy	Mężczyźni	Kobiety
Usługi	41%	44%	37%
Handel	33%	37%	29%
Gastronomia, turystyka	20%	20%	19%
IT, technologie	14%	25%	3%
Przemysł spożywczy	13%	17%	8%
Edukacja, szkolenia	12%	14%	10%
HR, doradztwo zawodowe	3%	5%	8%
Inna	7%	5%	8%
Trudno powiedzieć	12%	6%	18%

W jakiej branży chciał(a)byś prowadzić własną firmę?

Najczęściej wskazywaną branżą są usługi – dwóch na pięciu badanych wybrałoby ten sektor. Co trzeci respondent chciałby prowadzić firmę związaną z handlem, a co piąty – gastronomią lub turystyką.

Czy chciałabyś zmienić branżę, w której obecnie działa Twoja firma?

(odpowiedzi zbadanych przedsiębiorczyń)

trudno powiedzieć
11%

chciałabym zmienić branżę, na taką, w której nie mam doświadczenia
4%

chciałabym zmienić branżę, na taką, w której mam już doświadczenie
6%

29%

chciałabym rozszerzyć działalność
o kolejną branżę

50%

nie, nie chcę zmieniać branży

Połowa przedsiębiorczyń jest otwarta na nowe branże, **29 proc.** nie chciałoby jej zmieniać, a rozszerzyć swoją działalność. Co dziesiąta respondentka prowadząca własną firmę chciałaby zmienić branżę, ze wskazań ankietowanych przedsiębiorczyń wynika, że większość z nich zdecydowałaby się na sektor, w którym ma już doświadczenie.

RAPORT

Polki i przedsiębiorczość 2024:

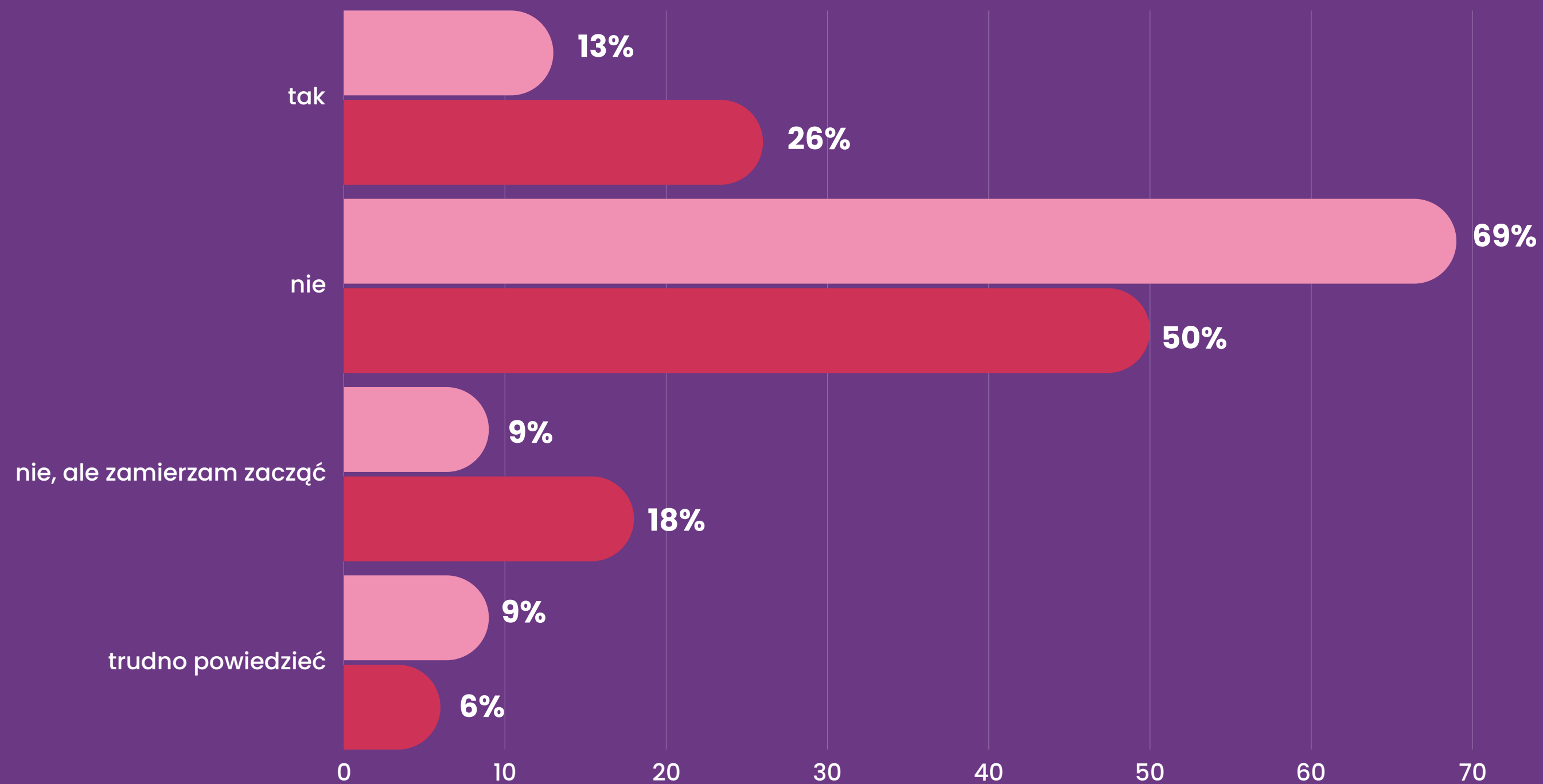
Sztuczna inteligencja i potrzeba parytetów

Ponad 2/3 badanych nie korzysta jeszcze z narzędzi AI w codziennej pracy, jednak wśród przedsiębiorczyń ten odsetek jest niższy i wynosi **50%**. **Co czwarta respondentka** prowadząca własną firmę wykorzystuje w codziennej pracy narzędzia sztucznej inteligencji, a **18% planuje zacząć**.

RAPORT

Polki i przedsiębiorczość 2024:
Sztuczna inteligencja i potrzeba parytetów

Czy wykorzystujesz narzędzia AI (sztucznej inteligencji) w swojej pracy?



odpowiedzi
wszystkich
respondentów

odpowiedzi
badanych
przedsiębiorczyń

RAPORT

Polki i przedsiębiorczość 2024:
Sztuczna inteligencja i potrzeba parytetów

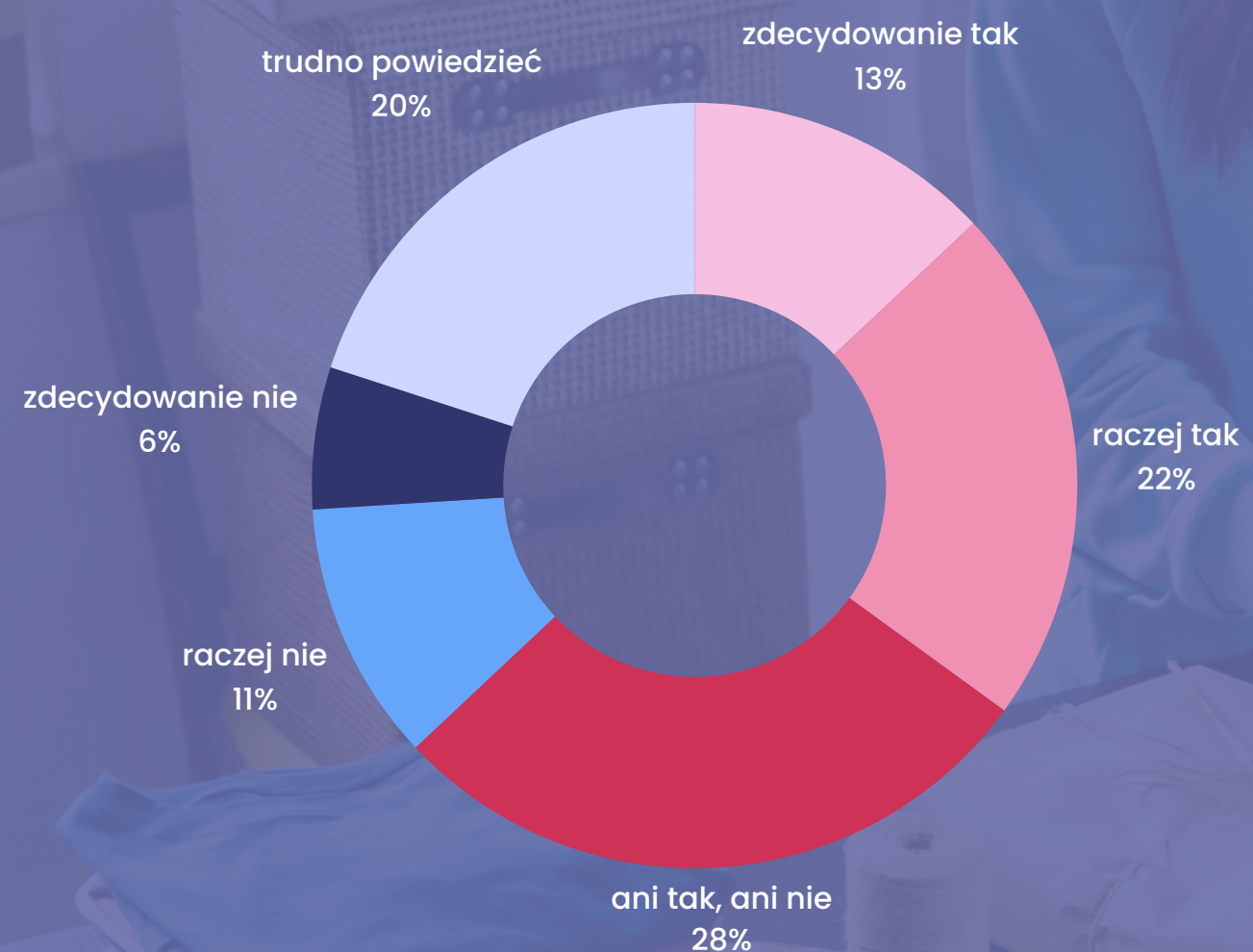
Ponad 1/3 badanych jest zdania, że parytety są potrzebne w zarządach i radach nadzorczych dużych firm. Co czwarty respondent ma problem z określeniem, czy są one potrzebne, czy nie, a **17 proc.** nie uważa ich za konieczność. Wśród przedsiębiorczyń ponad połowa uważa, że parytety są potrzebne.

RAPORT

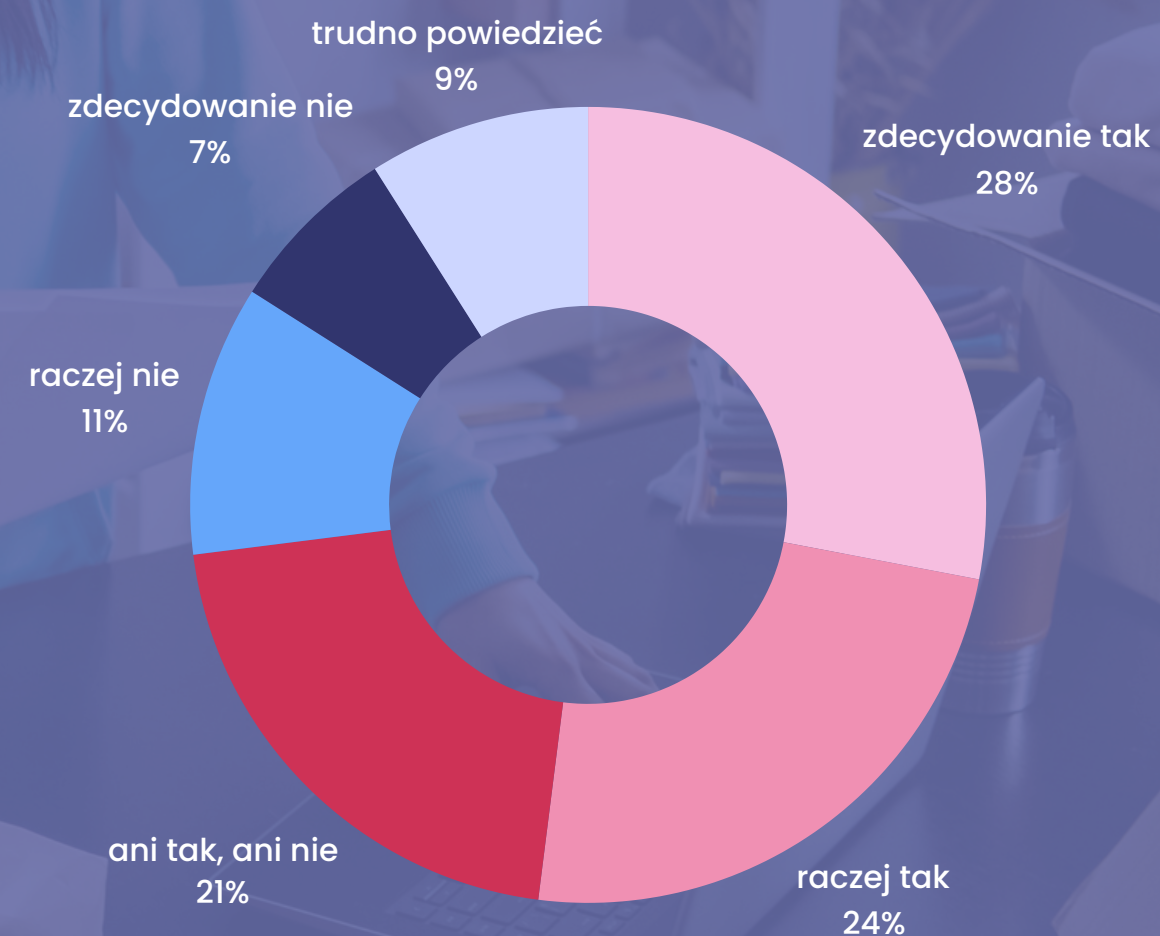
Polki i przedsiębiorczość 2024:
Sztuczna inteligencja i potrzeba parytetów

Czy uważasz, że parytety (z góry określona zasada proporcji liczby członków obojga płci) są potrzebne w zarządach i radach nadzorczych dużych firm?

ODPOWIEDZI WSZYSTKICH RESPONDENTÓW



ODPOWIEDZI BADANYCH PRZEDSIĘBIORCZYŃ



RAPORT

Polki i przedsiębiorczość 2024:

Sztuczna inteligencja i potrzeba parytetów



Polki należą do najbardziej przedsiębiorczych kobiet w Europie. Wykształcenie i doświadczenie wskazują na ich gotowość do pełnienia ról w zarządach i radach nadzorczych, a dla powątpiewających oferuję kubek zimnej wody w postaci twardych danych.

Polki stanowią znaczącą większość absolwentów studiów wyższych, szczególnie na kierunkach takich jak ekonomia, prawo i zarządzanie. Wysokie wykształcenie przekłada się na udział kobiet na wyższych stanowiskach kierowniczych. Według Eurostatu aż 44% szeroko rozumianej kadry kierowniczej w Polsce to kobiety, co plasuje nas na drugim miejscu w UE. Mimo to, na koniec 2023 r. we władzach największych spółek giełdowych kobiety stanowiły tylko 18%, a jedynie 6 z 140 badanych firm miało kobietę na stanowisku prezeski zarządu, według danych 30% Club Poland. Firmy posiadają zatem znaczącą pulę kandydatek na stanowiska na samym szczycie, z której na razie nie korzystają.

Polska jest gotowa na zmiany, jeśli wprowadzeniu parytetów towarzyszyć będą narzędzia wsparcia i większa świadomość wartości różnorodności w biznesie. Kluczowe jest przekonanie, że parytety to nie tylko wymóg prawny, ale też narzędzie budowania konkurencyjności. Pandemia COVID-19 i inne globalne kryzysy gospodarcze czy konflikty zbrojne pokazały, że różnorodne zespoły pod względem płci, doświadczeń i perspektyw są bardziej odporne na nieprzewidywalne zmiany i lepiej adaptują się do nowych wyzwań.

Aleksandra Włodarczyk

Współzałożycielka kampanii 30% Club Poland
Laureatka konkursu Sukces Pisany Szminką
w kategorii Female Champion of Change





Badanie przeprowadzono we wrześniu 2024

przez IRCenter x Socjolożki.pl na zlecenie Fundacji WłączeniPlus z użyciem metodologii CAWI z wykorzystaniem licencjonowanego panelu zapewniającego reprezentatywność próby pod kątem płci, wieku, wielkości miejscowości zamieszkania oraz regionu na próbie Polek i Polaków w wieku 16–65 lat.

METODOLOGIA BADANIA

Polki i przedsiębiorczość 2024:

Sztuczna inteligencja
i potrzeba parytetów

wlaczeniplus.pl

sukcespisanyszminka.pl

konkurs.sukcespisanyszminka.pl



Badanie przeprowadzono w ramach konkursu Sukces Pisany Szminką Fundacji WłączeniPlus, który nagradza polskie przedsiębiorczynie, aktywistki, działaczki społeczne, edukatorki, a także liderki i liderów oraz organizacje, które odważnie kształtują przyszłość, walcząc o równość, różnorodność i włączenie. **To wyróżnienie dla ludzi zmieniających świat na lepsze!**

Nominacje w XVI edycji konkursu zbieramy **do 10 stycznia**, zaś zgłoszenia **do 20 stycznia 2025**. Udział jest bezpłatny.

Więcej na: konkurs.sukcespisanyszminka.pl

WEŹ UDZIAŁ W KONKURSIE!

www.konkurs.sukcespisanyszminka.pl



**SUKCES
PISANY
SZMINKĄ**



XVI EDYCJA





Misją Fundacji WłączeniPlus jest promowanie różnorodności jako fundamentalnej wartości organizacyjnej, uczynienie równości normą, a włączania kluczowym elementem drogi do sukcesu w wymiarze biznesowym i indywidualnym. Tworzymy programy edukacyjne, ogólnopolskie kampanie społeczne i projekty dedykowane indywidualnym potrzebom firm współpracujących. Bazujemy na 16-letnim doświadczeniu.

Stworzenie Fundacji WłączeniPlus to oznaka naszej ekspansji. Fundacja nie tylko kontynuuje realizację misji, którą 16 lat temu stworzyła Olga Kozierowska w ramach Sukcesu Pisanego Szminką, ale jednocześnie idzie dalej, skupiając się wokół różnorodności, równości i włączania w szerszym zakresie niż tylko płeć.

WłączeniPlus oprócz projektów dedykowanych kobietom – ich rozwojowi, wsparciu psychologicznemu i promowaniu przedsiębiorczości, realizuje również projekty dedykowane innym grupom na rynku pracy, m.in. silver generation, społeczność LGBT+, osoby neuroróżnorodne i z niepełnosprawnościami.