



Погляд бізнес- лідерок у світі

Спецвипуск 2021: COVID—19



ЗМІСТ

Вступне слово	3
Основні висновки	4
Відкритість до зміни та реалістичне ставлення до нової реальності	6
– Зростання	6
– Цифрова економіка	8
Здійснення позитивного впливу	9
– Сталий розвиток	9
– Вдосконалення стійкості та цілей	10
– Зміна орієнтації зацікавлених сторін та очікувань споживачів	11
COVID—19: потенційна стабілізація гендерної рівності	14
– Еволюція ділового світу	14
– Особисті наслідки	17
– Кар'єрні перспективи	20
– Різноманітність та інклюзивність: затримка чи зміна правил гри	21
– Сімейні структури та моделі для наслідування	23
Висновки	24
Методологія	26
Демографія	27

Вступне слово

Пандемія COVID—19 є визначальною глобальною кризою нашого часу.

Вона змінила правила гри як для різних суспільств, так і для різних економік. Порівняно з попередніми кризами COVID—19 може спричинити більш глибокі зміни не тільки в нашому особистому житті (робота вдома та дистанційне навчання в школі), а й у сферах, пов'язаних з бізнесом (цифрова трансформація та комунікація), а також із громадським простором (залучення уряду та урядове регулювання).

Ще однією помітною рисою, яка робить цю кризу такою надзвичайною, є її непропорційний вплив на жінок. Окрім очевидного впливу COVID—19 на здоров'я людей та світову економіку, наслідки карантинних заходів стають особливо відчутними для приватного життя. Наприклад, закриття шкіл та дитячих садків посилює тиск на жінок у всьому світі. Переважно саме жінкам, які працюють вдома, довелося займатися організацією щоденного життя та доглядом за членами родини. Таким чином, деякі аналітики вже називають кризу COVID—19 «жіночою кризою» або «Шіцесією» ("Shecession").

Коли ми вирішили підготувати ще один «Глобальний прогноз для жінок-лідерок», то досить швидко зрозуміли, що пандемія може мати специфічні наслідки для тих з них, котрі займаються бізнесом.

Тож, як й для попередніх видань, ми розробили анкету із запитаннями щодо основних економічних та ділових очікувань, ризиків та можливостей, а також факторів кар'єри та гендерної різноманітності. Така структура запитань дозволяє нам проводити порівняння між світом до COVID та новою реальністю.

На відміну від думки багатьох аналітиків, наші респондентки менш песимістичні щодо впливу COVID—19 на жінок. На їхню думку, криза може створити нові можливості для жінок в результаті вдосконалення цифрового спілкування, технологічного прогресу та зміни очікувань зацікавлених сторін.

На основі отриманих даних ми дійшли висновку, що COVID—19 може стати каталізатором гендерної рівності, якщо не в короткостроковій перспективі, то принаймні в середньо- та довгостроковій.

Сподіваємось, вас надихнуть результати міжнародного дослідження жінок-лідерок компаній у 2020 р.



Анжеліка Хубер-Штрассер

Керівниця департаменту
корпоративних клієнтів
KPMG у Німеччині



Сигрід Баушерт

Засновниця та керуюча
партнерка Management Circle

У цьому документі „ми“, „нас“ та „наш“ відноситься до KPMG та Management Circle.

KPMG означає одну або декілька фірм або глобальну організацію незалежних фірм, що входять до складу KPMG International Limited (далі — KPMG International). Кожна з фірм є окремою юридичною особою. KPMG International Limited — приватна англійська компанія з відповідальністю, обмеженою гарантіями своїх учасників, і не надає професійних послуг клієнтам. Детальна інформація про структуру глобальної організації KPMG за посиланням: home.kpmg/governance.

КЛЮЧОВІ ВИСНОВКИ



Жінки-лідерки відкриті до змін, пов'язаних з COVID—19, і реалістично ставляться до нової реальності їхніх організацій

80% помітили, як цифрова трансформація їхнього бізнесу прискорилося під час пандемії.

81% очікують, що криза впливатиме на їхній бізнес протягом двох років і більше.

48% кажуть, що їхній кадровий потенціал збільшився.

53% надали перевагу побудові довгострокових відносин із клієнтами як найважливішому заходу боротьби з наслідками кризи.



Жінки-лідерки кажуть, що їхній позитивний вплив на світ є головним мотиватором

Жінки-лідерки визначили питання зміни клімату та гендерної нерівності як дві основні проблеми, у пошуку відповідей на які вони відчувають найбільший тиск з боку акціонерів.

42% кажуть, що проблеми кліматичних змін та спрямовані на їхнє зменшення заходи стануть ще важливішими при ухваленні стратегічних рішень після завершення пандемії COVID—19.

58% заявляють, що хочуть зафіксувати досягнення в екологічній сфері та зміні клімату, отримані в результаті кризи. У той час як 48% стверджують, що їхня відповідь на пандемію призвела до того, що внаслідок пандемії їхній фокус змістився на компонент «S» у рамках «ESG» (оцінка екологічних і соціальних ризиків бізнесу, а також ризиків корпоративного управління в компанії).

42% погодилися, що заходи, які їхня компанія вжила нещодавно для боротьби з дискримінацією та расизмом, є потужними.



Жінки-лідерки оцінюють COVID—19 як потенційний стабілізатор гендерної рівності

Нові засоби цифрового спілкування та співпраці дають змогу працювати з будь-якого місця, що може допомогти в досягненні балансу роботи та життя жінок-керівниць.

59% жінок-менеджерок вважають, що їхнє особисте спілкування з працівниками покращилося під час кризи.

41% не вважає, що криза вплине на їхнє подальше кар'єрне просування.

41% вважає, що прогрес у напрямку різноманітності та інклюзивності не сповільниться після завершення пандемії.

51% респонденток кажуть, що вони живуть у справді рівних сімейних структурах.

Відкритість до змін та нової реальності

Зростання

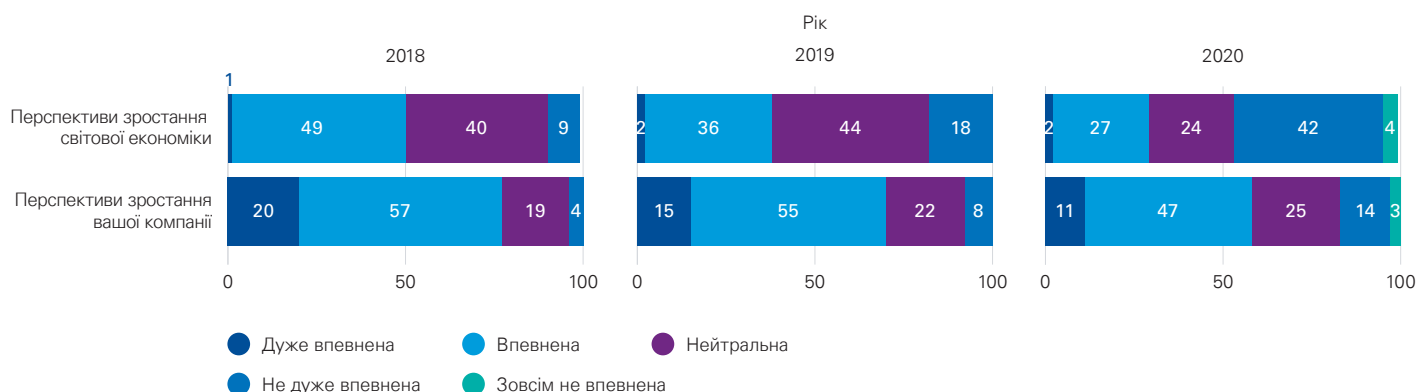
Вплив COVID—19 на економіку вже призвів до різкого економічного спаду в багатьох країнах. Як результат, аналітики в усьому світі очікують на довготривалий негативний вплив на світову економіку, в якій різні галузі зазнали нерівномірних втрат. За умов, що склалися, уряди країн усього світу намагаються протидіяти будь-яким негативним економічним наслідкам за допомогою фінансових та регуляторних заходів.

Розглядаючи питання зростання упродовж наступних трьох років жінки залишаються оптимістичними. Насправді понад половина (58%) респонденток лишається впевненими або дуже впевненими щодо перспектив зростання їхньої компанії.

Однак респондентки були менш оптимістичними щодо світової економіки, при цьому 46% з них очікували негативних темпів зростання, а лише 29% заявили, що впевнені чи дуже впевнені у зростанні.

Малюнок 1:

Рівень впевненості у перспективах зростання упродовж наступних трьох років.



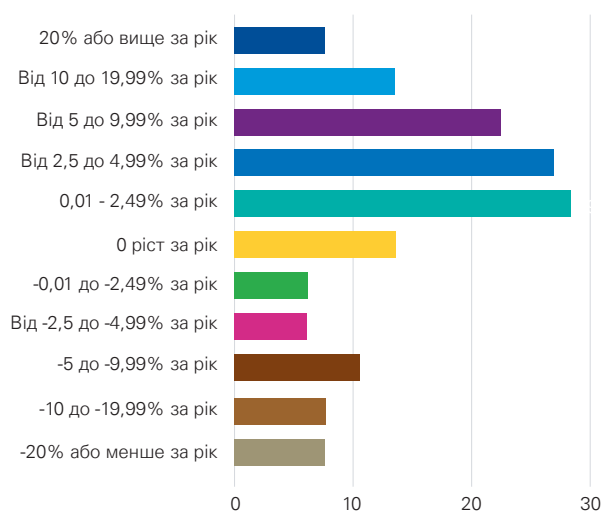
Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

На запитання про доходи майже половина (47%) жінок-лідерок міжнародних компаній відповіла, що зростання доходів їхньої компанії може перевищити 2,5%, тоді як 19% очікують, що доходи їхньої організації зростуть десь від 0,01% до 2,5%. І навпаки, 25% респонденток заявили, що очікують негативних темпів зростання, порівняно з лише 5%, які дали таку відповідь у 2019 році.

Малюнок 2:

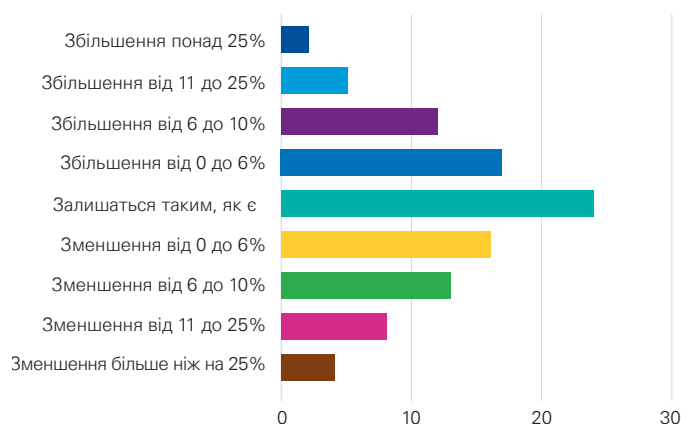
Прогноз доходів вашої організації упродовж наступних трьох років



Щодо зростання чисельності персоналу, ми маємо більш розрізнену картину. У той час як 24% жінок-лідерок міжнародних компаній заявляють, що кількість персоналу залишатиметься незмінною, 36% очікують зростання, а 41% — на скорочення. Лише минулого року 27% учасників в рамках 3-річного прогнозу очікують на зростання меншої кількості працівників.

Малюнок 3:

Ймовірні зміни чисельності штату вашої організації упродовж наступних трьох років?



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

У постковідному світі очікується, що бізнес-лідери надаватимуть ще більше значення думці своїх клієнтів. Зростаючий сектор електронної комерції, розповсюдження інструментів цифрового спілкування та соціальних медіа призвели до того, що клієнти більше, ніж будь-коли раніше, впливають на розвиток брендів або навіть на бізнес-стратегії взагалі.

84% наших респонденток вважають, що захист приватних даних клієнтів є одним з найважливіших обов'язків, які організації повинні взяти на себе, щоб мати можливість нарощувати клієнтську базу.

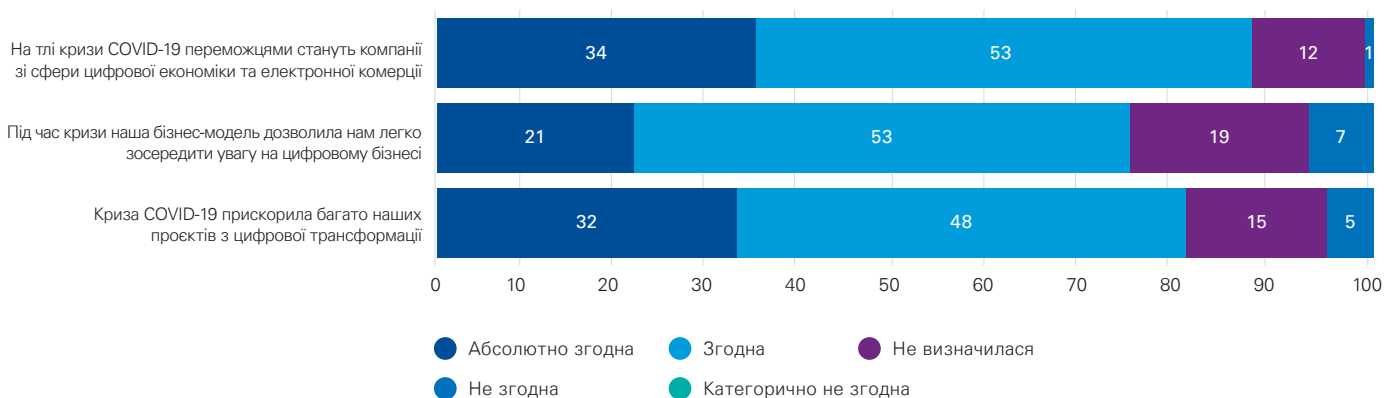
Цифрова економіка

Переважає більшість (80%) жінок-лідерок міжнародних компаній заявляє, що проєкти цифрової трансформації в їхніх компаніях були прискорені у відповідь на кризу. Крім того, чимало респонденток підтвердили, що бізнес-модель їхньої організації дозволяє їм краще адаптуватися.

Останнє має важливе значення, оскільки скорочення витрат часто розглядається як один із найефективніших засобів управління негайними наслідками кризи. Однак зменшення інвестицій у такі важливі проєкти, як цифровізація та інновації, може бути дуже короткостроковою стратегією. Тим більше, що 87% жінок-лідерок міжнародних компаній погоджуються з тим, що компанії, які працюють та процвітають у цифровій економіці, стануть справжніми переможцями на тлі кризи.

Малюнок 4:

Погляди жінок-лідерок на цифрову економіку



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

Здійснення позитивного впливу

Сталий розвиток

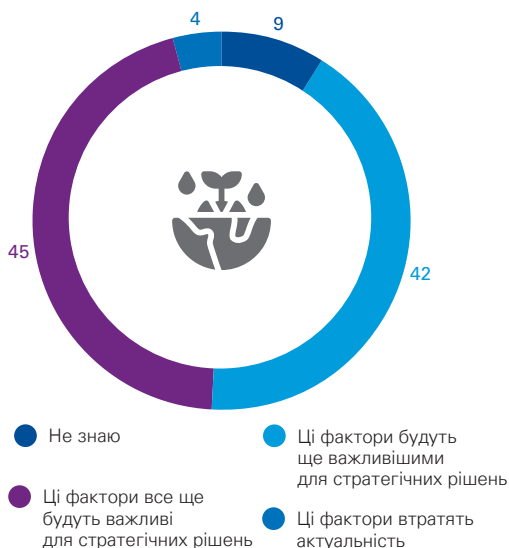
Проблеми ESG (екологічні, соціальні та питання корпоративного управління) стають дедалі більш актуальними для всіх зацікавлених сторін. У відповідь на це багато компаній переглядають власні бізнес-стратегії із врахуванням більш екологічного та дружнього до клімату підходу. На жаль, через пандемію чимало компаній приділяють менше уваги вирішенню екологічних проблем, оскільки змушені долати нагальні наслідки кризи.

Тим не менше, 42% жінок-лідерок міжнародних компаній вважають, що діяльність, спрямована на

боротьбу зі зміною клімату, набуває ще більш важливого значення в епоху після COVID—19. Хоча ще 45% очікують, що тема залишатиметься такою ж актуальною, як і раніше, лише 4% вважають, що її значення зменшиться. Тому питання ESG, швидше за все, ставатимуть з часом більш актуальними, причому питання корпоративного управління стають найбільш актуальними в періоди кризи (за даними 70% респондентів). Загалом більшість респонденток (58 %) заявили, що сподіваються закріпити успіхи в галузі сталого розвитку та зміни клімату, досягнуті в результаті кризи.

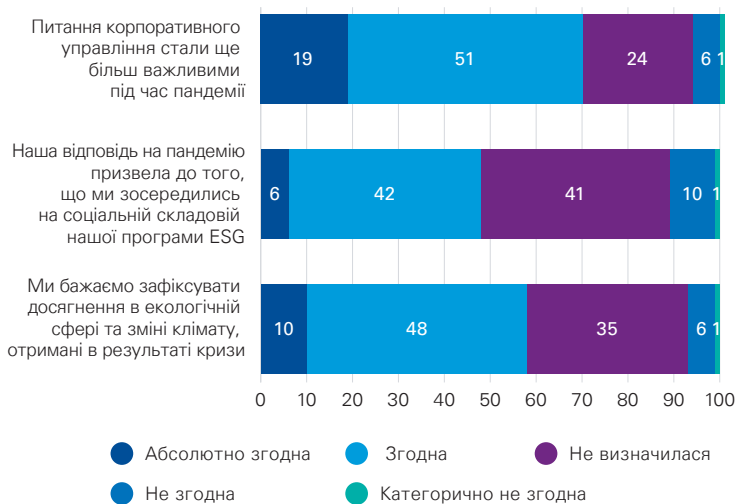
Малюнок 5:

Чи залишатимуться питання екології/кліматичних змін актуальними після COVID—19?



Малюнок 6:

Наскільки важливими є для вас питання ESG під час пандемії?



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

Вдосконалення стійкості та цілей

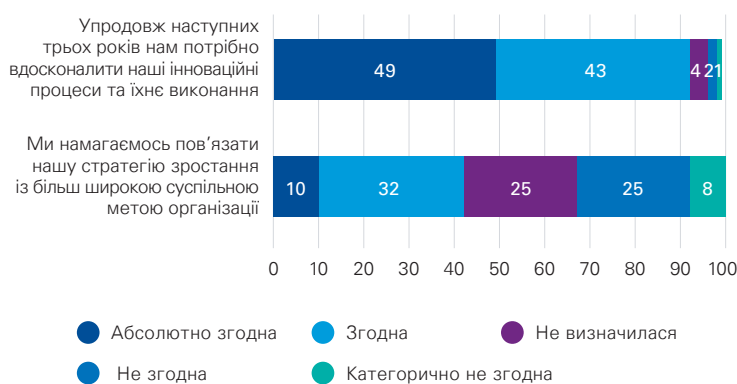
Отримані результати вказують на те, що жінки-лідерки міжнародних компаній дотримуються чіткої стратегії з метою сприяння зростанню своєї організації та забезпечення її виживання.

Дев'ять із десяти (92%) респонденток заявляють, що погоджуються або абсолютно погоджуються з тим, що їхня компанія має вдосконалити інноваційні процеси та їхнє виконання.

Думки учасниць опитування, схоже, розділилися з приводу питання, чи успішно їхня компанія поєднує свою стратегію зростання із більш широкими суспільними цілями. Хоча 42% жінок-лідерок міжнародних компаній визнають, що це проблема, з якою вони зараз стикаються, 33% не згодні або категорично не згодні з тим, що це становить для їхньої компанії проблему. Чверть респонденток (25%) залишаються байдужими до цієї теми.

Малюнок 7:

Наскільки ви погоджуєтесь чи не погоджуєтесь із такими твердженнями щодо виживання/зростання вашої організації?



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

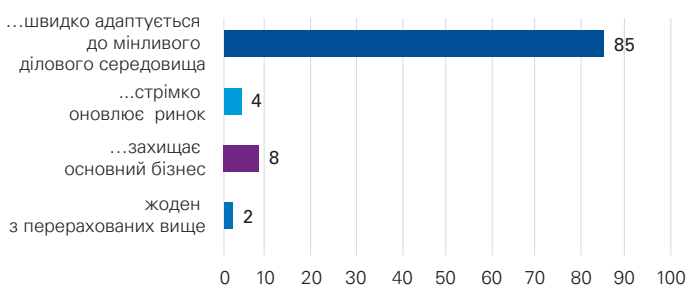
«Хоча цього року ми спостерігаємо певний відступ від ініціатив ESG у всьому світі, дані свідчать про те, що це є результатом пандемії COVID—19, а не довгостроковим зниженням пріоритетності цих питань у бізнесі. Результати переконливо доводять, що разом зі зменшенням необхідності терміново реагувати на пандемію, пожвавлюватиметься корпоративна увага до пріоритетів, пов'язаних з ESG»

Джейн Лоурі

Глобальна керівниця з корпоративних питань, KPMG

Малюнок 8:

У невизначеному бізнес-кліматі справді стійкий бізнес — це перш за все той, що...



Малюнок 9:

Погляди жінок-лідерок щодо очікувань всіх зацікавлених сторін організації?



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

На противагу цьому лідерки виявляють однаковість, коли характеризують компанію, здатну до швидкого відновлення. Справді, 85% вважають, що швидка адаптація до мінливого ділового середовища є найкращим способом боротьби з порушенням бізнес-процесів в умовах невизначеності ділового клімату.

Зміна орієнтації зацікавлених сторін та очікувань споживачів

Нові цінності та очікування зацікавлених сторін стають основними рушіями змін. Схоже, наша нова робоча реальність, як ніколи раніше, ґрунтуватиметься нових екологічних, соціальних та управлінських чинниках.

Одним із чітких висновків цього опитування є необхідність компаній виправдовувати очікування всіх зацікавлених сторін, а не лише акціонерів. До речі, 90% респонденток заявили, що погоджуються або абсолютно погоджуються з цим твердженням.

Ще один погляд – KPMG 2020 CEO Outlook Спецвипуск: COVID-19

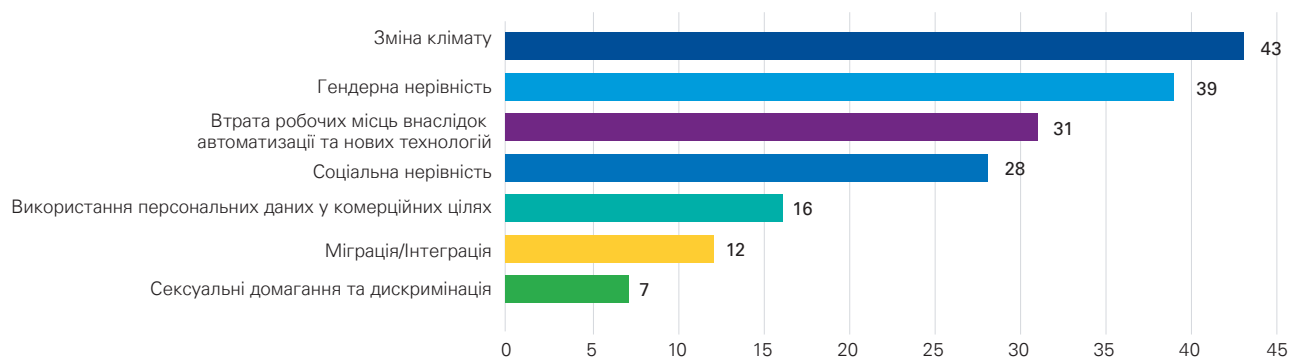
На початку 2020 року керівники компаній заявляли, що їхні організації планували відігравати більшу роль у суспільстві. Майже дві третини (65%) керівників компаній заявили, що громадськість очікує, що бізнес візьме на себе вирішення суспільних викликів в тому, що стосується суспільних викликів, і три чверті (76%) респондентів погодились, що як керівники вони несуть персональну відповідальність за зміни у суспільній сфері.

Перехід від створення додаткової вартості для акціонера до створення додаткової вартості для зацікавлених сторін також відображається у таких висновках :

- 43% респонденток відчувають тиск з боку зацікавлених сторін щодо впровадження заходів, покликаних вирішувати проблему кліматичних змін;
- 39% вважають, що існує запит на заходи щодо забезпечення гендерної рівності;
- 31% вважає, що зацікавлені сторони очікують від них вирішення проблеми втрати робочих місць, викликані новими технологіями автоматизації.

Малюнок 10:

З огляду на такі глобальні виклики, наскільки ви відчуваєте тиск з боку працівників, клієнтів та інших зацікавлених сторін щодо впровадження заходів для вирішення цих питань?



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

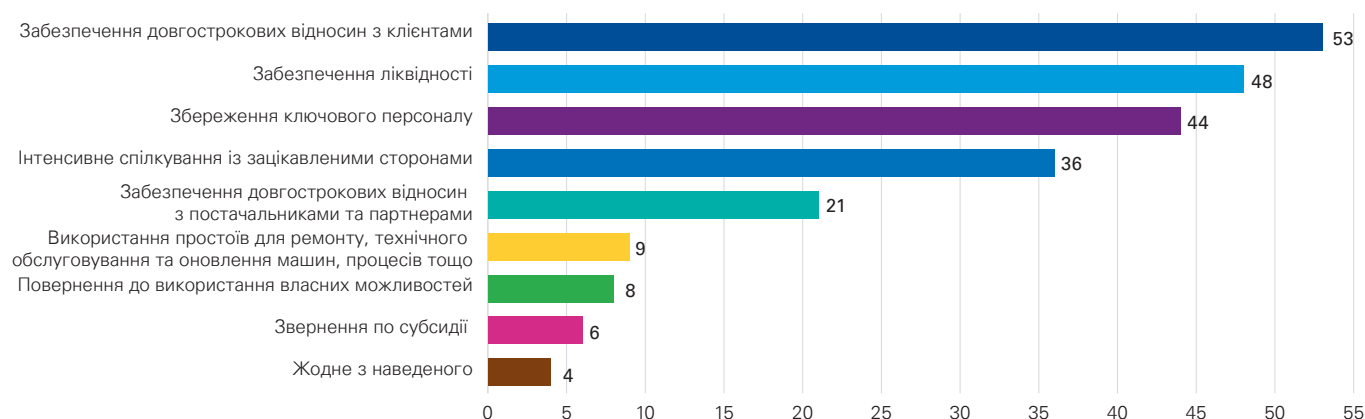
Подолати негативні наслідки пандемії жінкам-лідеркам допомогла стратегія, орієнтована на інтереси акціонерів.

Відповідно, окрім зосередження уваги на забезпеченні ліквідності (48%), більшість респонденток вирішили вжити таких заходів для подолання кризи:

- забезпечення довгострокових відносин із клієнтами (53%);
- утримання ключового персоналу в компанії (44%);
- інтенсивна комунікація з усіма зацікавленими сторонами (36%).

Малюнок 11:

Які заходи є/були найважливішими для вас у боротьбі з наслідками кризи COVID—19?



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

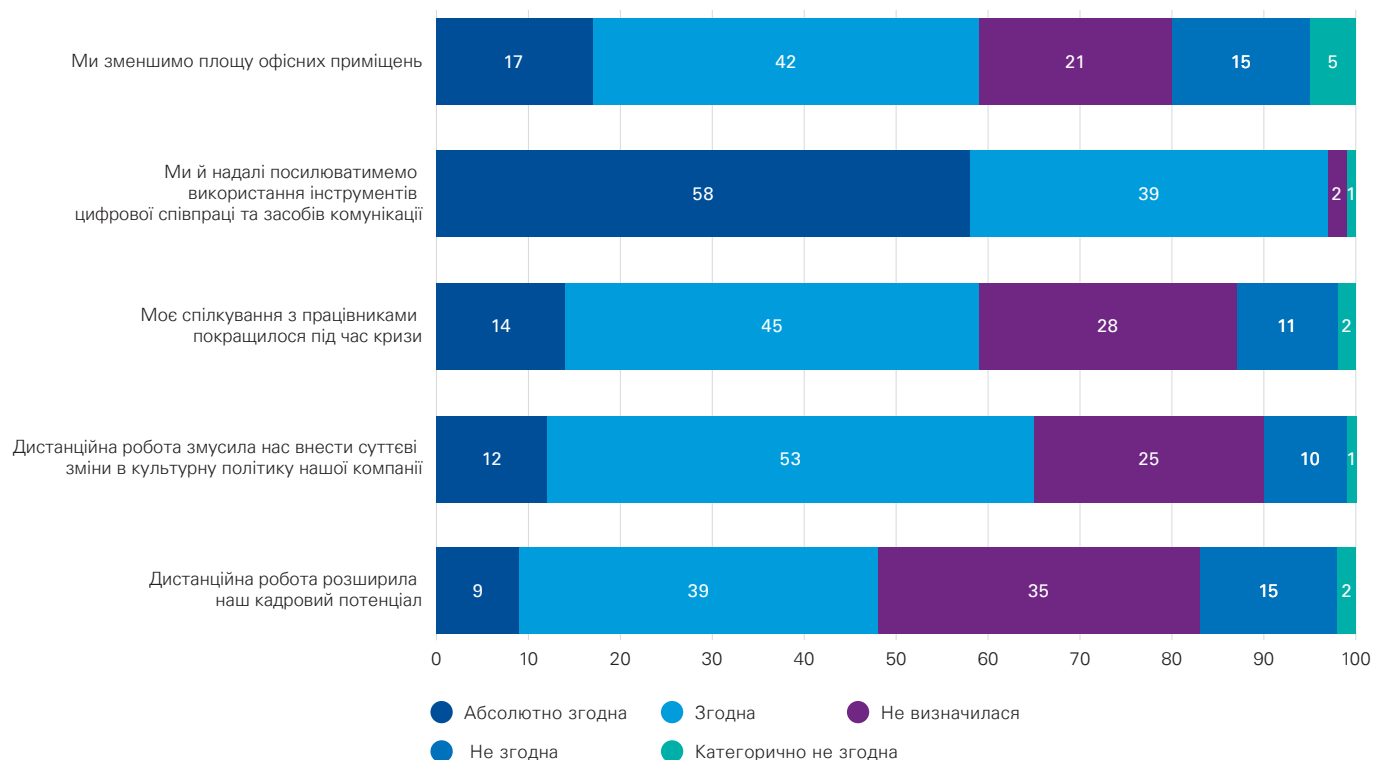
COVID—19: потенційний стабілізатор для забезпечення гендерної рівності

Еволюція ділового світу

На думку лідерок міжнародних компаній, найважливішою зміною, яка матиме місце внаслідок кризи, є збільшення використання засобів цифрового спілкування та співпраці. Насправді 97% респондентів кажуть, що хочуть зробити свій внесок у такий цифровий напрямок розвитку. Крім того, 59% жінок-менеджерок вважають, що їхнє особисте спілкування з працівниками покращилося під час кризи.

Половина респонденток вважає, що кадровий потенціал збільшився завдяки гнучкості, яку може запропонувати віддалена робота. Справді 65% жінок-лідерок погоджуються або повністю погоджуються із твердженням, що віддалена робота стимулювала їхні компанії суттєво змінити політику, щоб забезпечувати й підтримувати нову культуру праці. Оскільки кількість працівників, які працюють дистанційно, зросла, 59% респонденток очікують на скорочення офісних площ.

Малюнок 12:
Вплив пандемії на світ праці



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

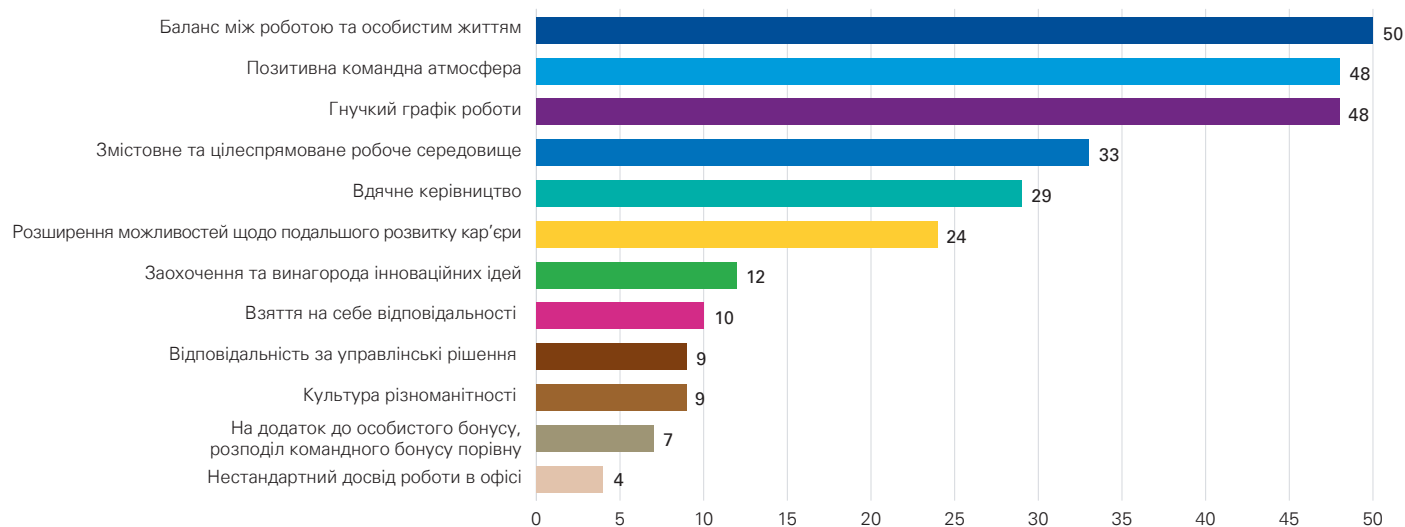
Зростаюче значення робочої сили — це тенденція, яка збережеться в найближчі роки. Насправді вже можна побачити деякі напрацювання в цій галузі. Наприклад, посилення тенденції віддаленої роботи змушує топменеджмент спиратися у керуванні компаніями на довіру, а не на контроль. Оскільки працівники відіграють все більш важливу роль у реалізації стратегії цифровізації компанії, залучення та збереження потрібних людей стане ключовою проблемою для деяких галузей в середньостроковій і довгостроковій перспективі.

Крім такого аспекту як оплата праці, слід також запроваджувати нові системи стимулювання для залучення та утримання найкращих працівників. Щоб подолати цей виклик, жінки-лідерки міжнародних компаній вважають найбільш відповідними такі стимули:

- баланс між роботою та особистим життям (50%);
- позитивна атмосфера у команді (48%);
- гнучкий графік роботи (48%);
- змістовне та цілеспрямоване робоче середовище (33%).

Малюнок 13:

Найбільш ефективний стимул для підвищення рівня задоволеності працівників



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

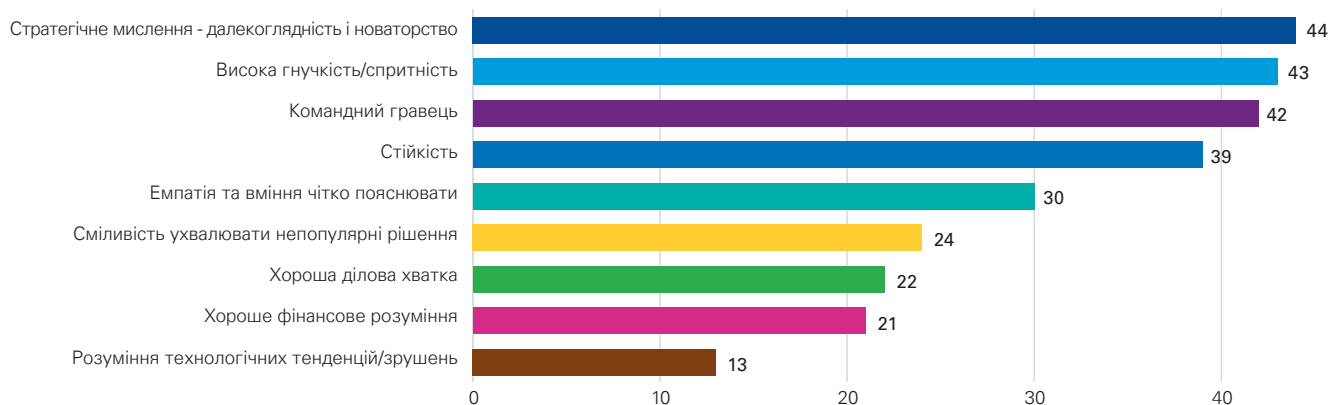
Перші три фактори отримали майже однаково високу оцінку респонденток. Вони дозволяють поглянути на новий світ роботи як з позиції роботодавця, так і працівників. У той час як «позитивна командна атмосфера», найвищий стимул 2019 року, посідає в переліку 2020 року верхні позиції, такий фактор як «змістовне та цілеспрямоване робоче середовище» відходить на другий план та поступається місцем «балансу між роботою та особистим життям» та «гнучкому графіку роботи». Ці елементи важливі для жінок-лідерок, оскільки вони поєднують сімейне та професійне життя.

Загальні результати підкреслюють вже згадану в минулорічному дослідженні динаміку, а саме: традиційні, вкорінені стимули, такі як «взяти на себе керівну роль», «розподіл додаткового командного бонусу порівну» або «нестандартний досвід» втрачають своє значення.

Збереження наявних кадрів, а також найм на роботу працівників нового покоління, змушує компанії адаптуватися та дотримуватися фундаментальних змін, яких зазнали очікування працівників.

Малюнок 14:

Особисті сильні сторони лідерки, що допоможуть вам подолати кризу COVID—19



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

Особисті наслідки

У відповіді на запитання, які особисті сильні сторони необхідні для подолання кризи COVID—19, жінки-лідерки з усього світу були суголосні: бути стратегічним мислителем — далекоглядність і новаторство посідають перше місце в переліку (44%), наступні позиції посіли вміння гнучко та спритно діяти (43%) та працювати в команді (42%). Стійкість (39%) також відіграє важливу роль. Усі ці сильні сторони необхідні для досягнення успіху в новій реальності.

«У середовищі, де ризик талантів є пріоритетним питанням для генеральних директорів, інклюзивність та різноманітність матимуть значний позитивний вплив на успіх як компаній, так і економіки. Лідери, які усвідомлюють це і вміють мислити гнучко, створювати інклюзивне і адаптивне робоче середовище в умовах постпандемічного світу, з вищою ймовірністю залучатимуть до себе кваліфікованих жінок, тим самим забезпечуючи своїм компаніям потужну конкурентну перевагу»

Нхламу Длому

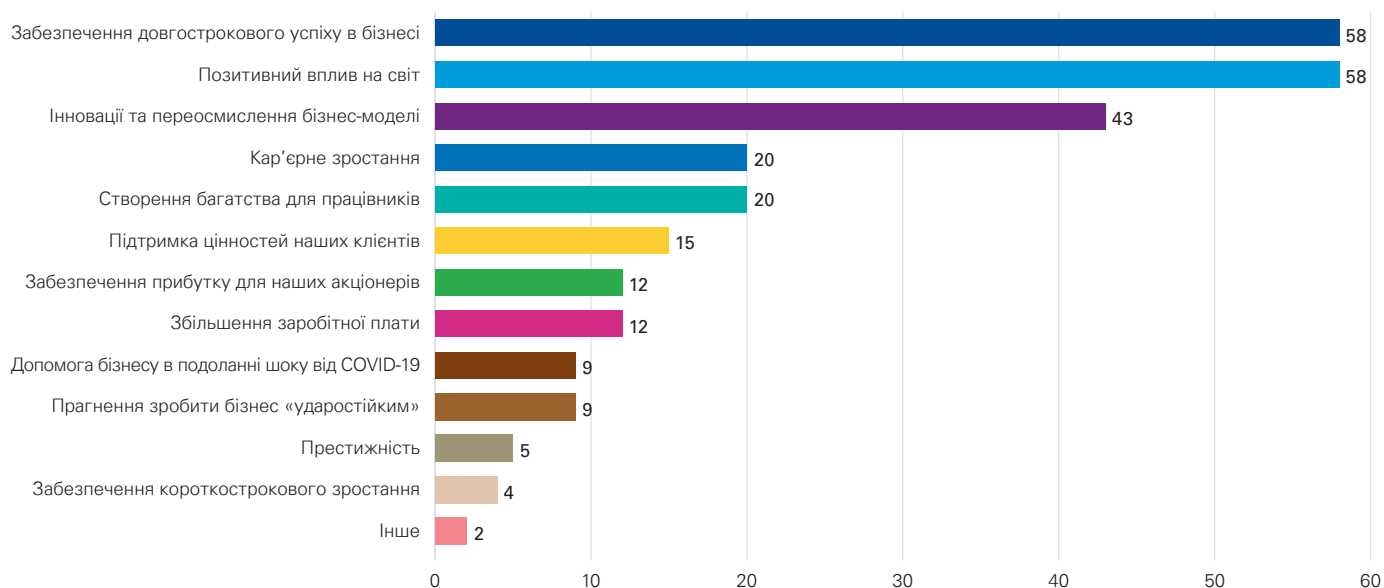
Керівниця з управління персоналом,
KPMG Global

На додаток до цих особистих якостей, не менш важливим фактором успіху в їхній кар'єрі є мотивація. Жінки-лідерки в усьому світі прагнуть не лише «забезпечити довгостроковий успіх у бізнесі для власної компанії (58%)», а й «позитивно впливати на світ (58%)».

Далі йдуть такі мотиваційні фактори, як «інновації та переосмислення бізнес-моделі (43%)», а потім «кар'єрне зростання» і «створення багатства для працівників» (20% відповідно).

Малюнок 15:

Що вас найбільше мотивує?



Джерело: KPMG International, 2020.

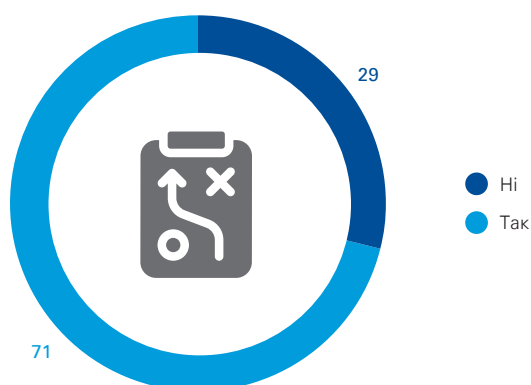
Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

Ми також запитали жінок-лідерок, чи дотримуються вони стратегічного плану для подальшого розвитку своєї кар'єри. Як і в 2019 році (73%), майже три чверті жінок у 2020 році (71%) відповіли «так».

Оскільки найпоширенішими сферами відповідальності є стратегія, фінанси та здійснення операцій (див. Малюнок 16), наші дані свідчать про те, що жінки-лідерки також прагнуть до виконання функцій, які дозволять їм зробити наступний крок у кар'єрі на рівні керівників вищої ланки.

Малюнок 16:

Чи є у вас стратегічний план подальшого розвитку кар'єри?



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

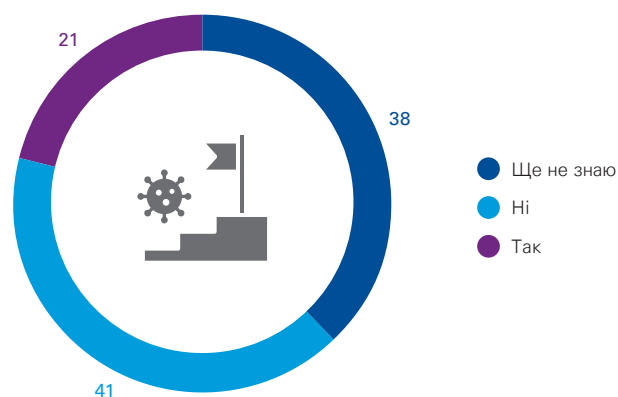
Кар'єрні перспективи

Криза COVID—19 — це криза для жінок? Пандемія проникла як в їхнє приватне життя, так і в професійну сферу, в результаті чого багатьом з них довелося взяти на себе подвійний тягар роботи та сім'ї. Особливо негативно позначилося на жінках закриття шкіл і дитячих садків під час карантину. Крім того, у багатьох з найбільш постраждалих галузей, таких як туризм і транспорт, а також у сфері охорони здоров'я і домашнього господарства, зазвичай зайнято більше жінок.

Незважаючи на ці події, значна частина учасниць опитування (41%) вважає, що COVID—19 не вплине на їхню кар'єру, тоді як менша кількість (38%) на даний момент не впевнені в тому, чи вплине криза на кар'єру і ще менше (21%) вважають, що криза вплине на їхню кар'єру.

Малюнок 17:

Чи вважаєте ви, що криза COVID—19 вплине на ваше подальше кар'єрне зростання?



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

Різноманітність та інклюзивність: спад чи переломний момент?

Дослідження показує, що 41% жінок-лідерок міжнародних компаній не очікує, що COVID—19 уповільнить прогрес у сфері різноманітності та інклюзивності. Лише близько чверті (26%) вірить, що після кризи настане спад.

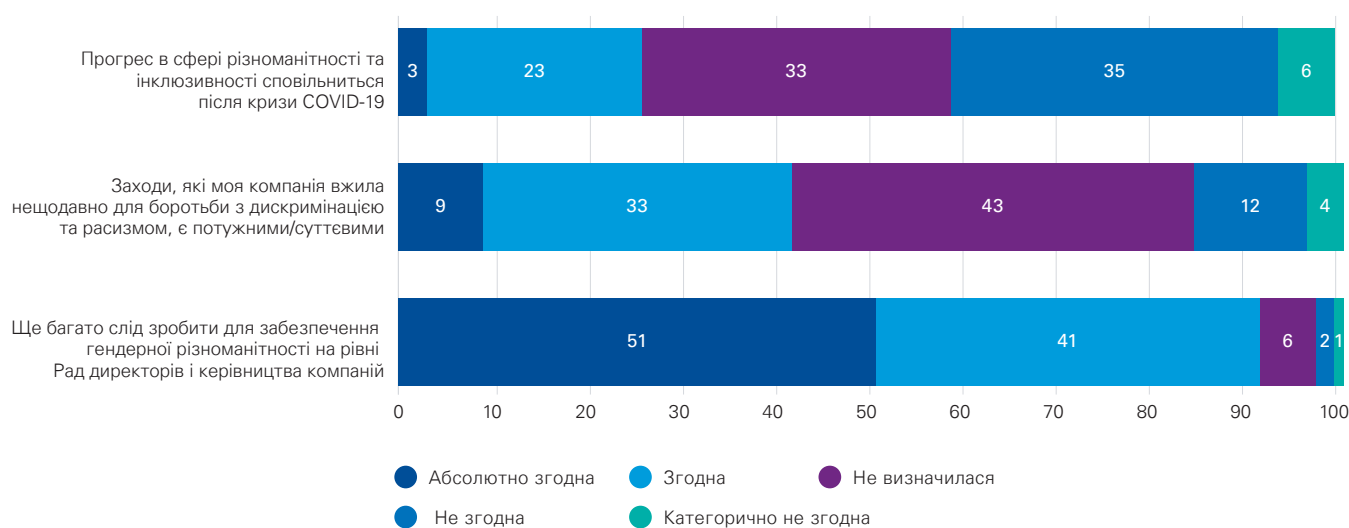
Щодо дискримінації та расизму, 42% респонденток заявляють, що заходи, які нещодавно вжила їхня

компанія для вирішення обох питань, мали позитивний вплив.

Респондентки вважають, що ще більше необхідно зробити для підтримки жінок, щоб домогтися більшої рівності на робочому місці. Фактично, 92% жінок-лідерок визнають, що все ще далекі від гендерної рівності в радах директорів і управлінських командах, що розрізняються за статевою ознакою.

Малюнок 18:

Погляди жінок-лідерок щодо питань різноманітності та інклюзивності



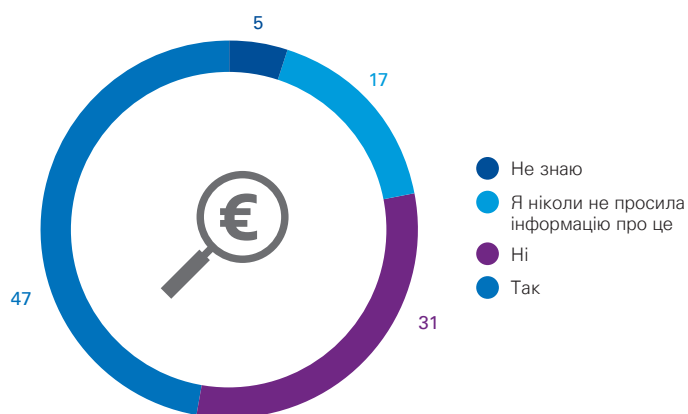
Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

Ще одним показником становища жінок на ринку праці в порівнянні з чоловіками є гендерний розрив в оплаті праці. У порівнянні з минулим роком цифри трохи змінилися. У 2020 році майже половина (47%) респонденток підтвердили, що їхня компанія прозора щодо рівності в оплаті праці, в порівнянні з 40% в 2019 році. Проте 31% припадає на компанії, в яких, як і раніше, немає прозорості щодо оплати праці. Кількість жінок-керівників, які не просили зіставлення заробітної плати або не були зацікавлені в цьому, залишається однаковою в обидва роки.

Малюнок 19:

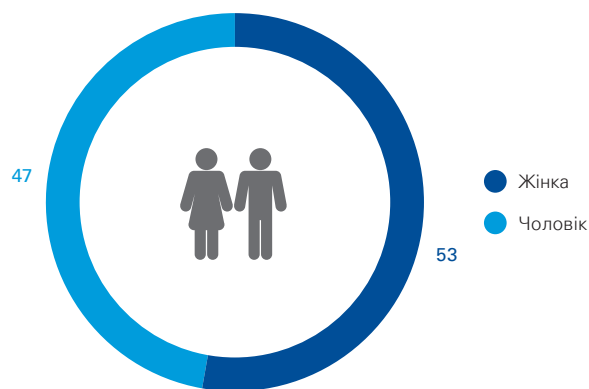
Чи є ваша компанія прозорою в питанні рівності в оплаті праці? 2020



Порядок правонаступництва також відіграє життєво важливу роль у підвищенні гендерної різноманітності компанії. З усіх учасників опитування «Погляди жінок-лідерок» у 2020 році понад половина (53%) вважає, що їхньою наступницею також буде жінка. Посада, а також наявність у респонденток дітей, на результати не впливають.

Малюнок 20:

Ваш наступник ймовірно буде чоловіком чи жінкою?



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

Сімейні структури та рольові моделі

Вважається, що сімейні структури та рольові моделі суттєво впливають на кар'єрне зростання.

73% жінок-лідерок міжнародних компаній — матері, а 83% респонденток, які мають дітей, були у відпустці у зв'язку з вагітністю та пологами. Проте, практично всі респондентки (95%) виконували свої обов'язки по догляду за дитиною, перебуваючи у декретній відпустці, оскільки їхні партнери не брали відпустку для догляду за дитиною.

Іншим результатом є той факт, що сьогодні понад половина (51%) респонденток живе у справді рівноправній сімейній структурі, ще 33% живуть в

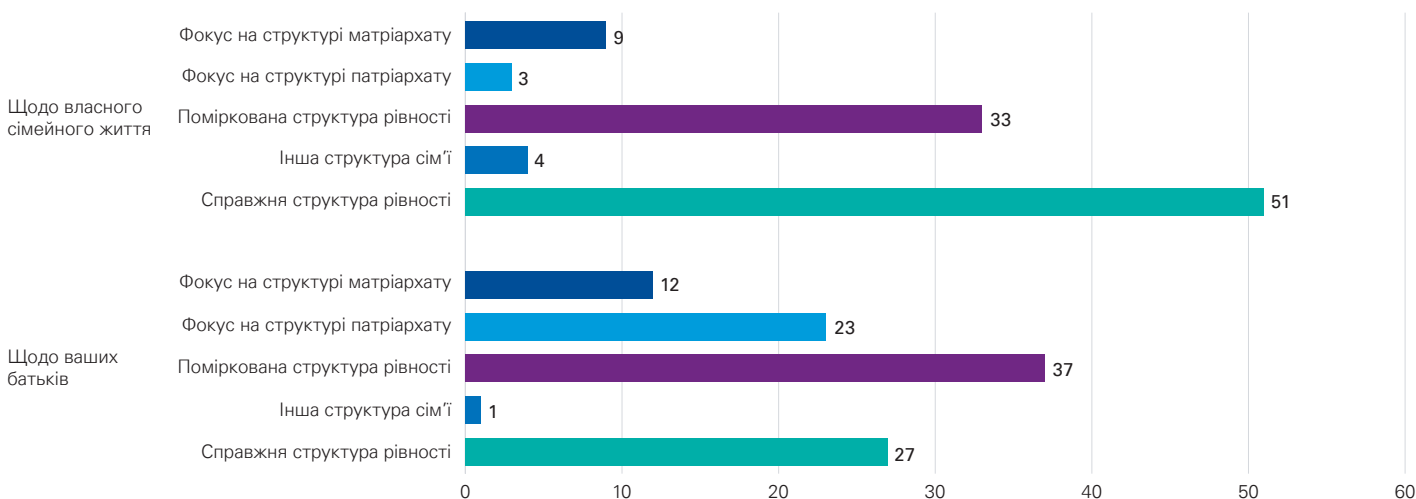
умовах сім'ї, які можна було б назвати поміркованою структурою рівності.

Цей висновок контрастує з тим, що більшість жінок-лідерок відчували в дитинстві, оскільки більшість батьківських сімей було засновано на поміркованій структурі рівності (37%), а деякі — на патріархальній структурі (23%). Лише 27% жінок-лідерок виросли в справді рівноправній сім'ї.

Якщо подивитись детальніше на дані дослідження, то 78% респонденток, які виросли в сімейній структурі, орієнтованій на патріархат, зараз живуть у рівноправній або, принаймні, поміркованій структурі рівності.

Малюнок 21:

До яких моделей наслідування ви звикли?



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

ВИСНОВКИ



COVID—19 є рушійною силою цифровізації та сприяє змінам у багатьох сферах життя. Отже, це цілком може стати каталізатором гендерної різноманітності, особливо в середньо- та довгостроковій перспективі.

Завдяки всебічній цифровізації під час кризи доступ до відповідної інформації або навчальних платформ став набагато простішим. Це може дозволити більшій кількості жінок у всьому світі отримати доступ до освіти та подальшого професійного розвитку, а отже, збільшити їхній економічний вплив. Ще один аспект полягає в тому, що багато урядів, схоже, визнають важливість різноманітності для економічного успіху, наприклад, уряд Іспанії видав указ, згідно з яким компанії повинні платити чоловікам і жінкам однаково. До цього заходу вдалися з метою боротьби з рецесією під час кризи, виходячи з припущення, що рівна оплата праці збільшить загальний ВВП.



Нові технології та інновації стануть рушіями збільшення багатства та зростання. Оскільки багато нових технологій все ще перебувають у зародковому стані та лише нещодавно стали пріоритетом для більшості компаній, настав час долучитись і допомогти формувати майбутнє.

ШІ та автоматизація будуть важливими темами в найближчі роки. Однак існує ще одна технологія, за якою слід стежити, — блокчейн. Він може стати захисником довіри в епоху цифрових технологій та ШІ, особливо у сферах управління та безпеки. Будьте відкриті до нової технології та, замість того, щоб боятися її, розглядайте як можливість та шанс показати свої здібності.



Нова реальність буде формуватися під впливом змінених очікувань зацікавлених сторін, в результаті чого компанії будуть більшою мірою погоджувати свій бізнес-успіх зі своїм підходом до сталого розвитку, більш високим рівнем соціальної відповідальності (для працівників, клієнтів і ділових партнерів), а також з аспектами управління.

У справді складних обставинах новими факторами успіху стануть такі вміння як діяти цілеспрямовано, створювати позитивну командну атмосферу та послідовно керувати бізнесом. Крім того, наш повністю оцифрований світ буде побудований на мережах, співтовариствах та інтерфейсах як у віртуальному, так і в реальному світі. Те саме стосується належних комунікативних навичок та підходу до ведення бізнесу, орієнтованого на партнерські відносини, в яких багато жінок-лідерок є неперевершеними.



Жінки-лідерки міжнародних компаній не очікують, що пандемія дуже негативно вплине на їхню кар'єру.

Якщо наступного року деякі з найбільших світових економік не витримають рецесії/спаду, то криза поглибиться, що історично нерідко спричиняє втрату робочих місць, і не лише для жінок. Таким чином, слід бути пильними та регулярно аналізувати ситуацію. Безсумнівно, з'являться нові можливості для тих, хто тримає руку на пульсі розвитку подій. Думайте нестандартно — нові кар'єрні перспективи можуть з'явитись в екологічній, соціальній сферах та сфері корпоративного управління. Справді, жінки перебувають на передовій багатьох з цих подій.



Нові засоби цифрового спілкування та співпраці підтримують можливість поєднання бізнесу та сім'ї.

Скористайтесь всіма можливостями, наданими новими інструментами для спілкування та спільної роботи, але не ховайтеся вдома. Будьте на видноті в офісі або за його межами. Знайдіть спосіб збалансувати віддалену і фізичну роботу. Крім того, інвестуйте у свої внутрішні та зовнішні мережі. Слід мати на увазі, що географічні та часові межі мають невелике значення в цифровому світі, де віддалена робота стає нормою. Зробіть себе видимими — як фізично, так і віртуально.



Приклади жінок-лідерок можуть призвести до необхідних культурних змін у середньо- та довгостроковій перспективі.

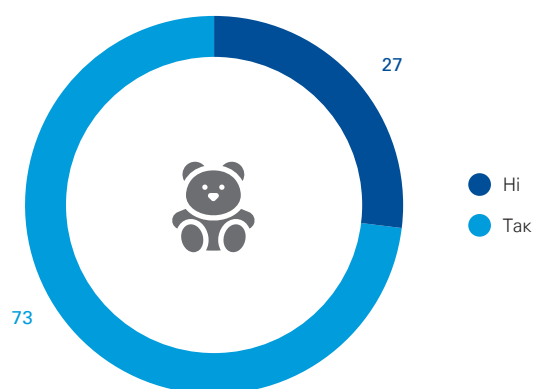
Жінки-глави держав, такі як Джасінда Ардерн, прем'єр-міністерка Нової Зеландії, та Сання Марін, прем'єр-міністр Фінляндії, добре впоралися з кризою, наслідком чого стала відносно низька кількість жертв у їхніх країнах. Жінки посідають лідерські позиції не лише в політиці. Ми дедалі частіше бачимо жінок у бізнесі. Усі вони — яскраві приклади для майбутніх поколінь. Підтримуйте гендерну рівність там, де це необхідно, особливо у вашій компанії. Ймовірно, існують процеси та структури, які можна скоригувати для сприяння інклюзивності та різноманітності.

Методологія

Онлайн-опитування охоплює 675 жінок-лідерок з 52 країн і проводилось у період з вересня по жовтень 2020 року. 44% респонденток представляють компанії, річний дохід яких перевищує 500 мільйонів доларів США.

Малюнок 22:

У вас є діти?



Малюнок 23:

Ви були у декретній відпустці?

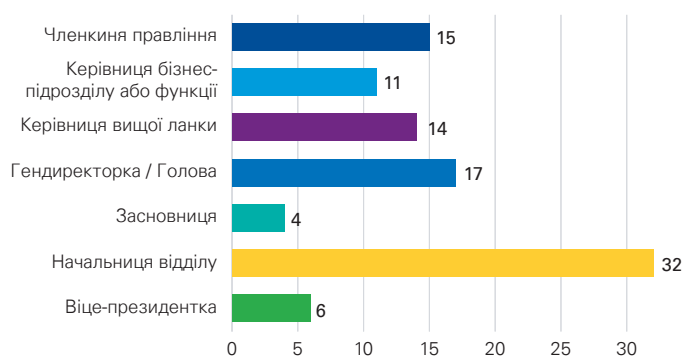


Джерело: KPMG International, 2020.

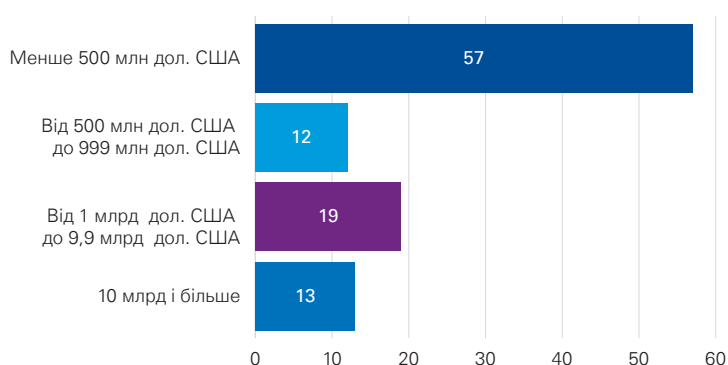
Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

Демографія

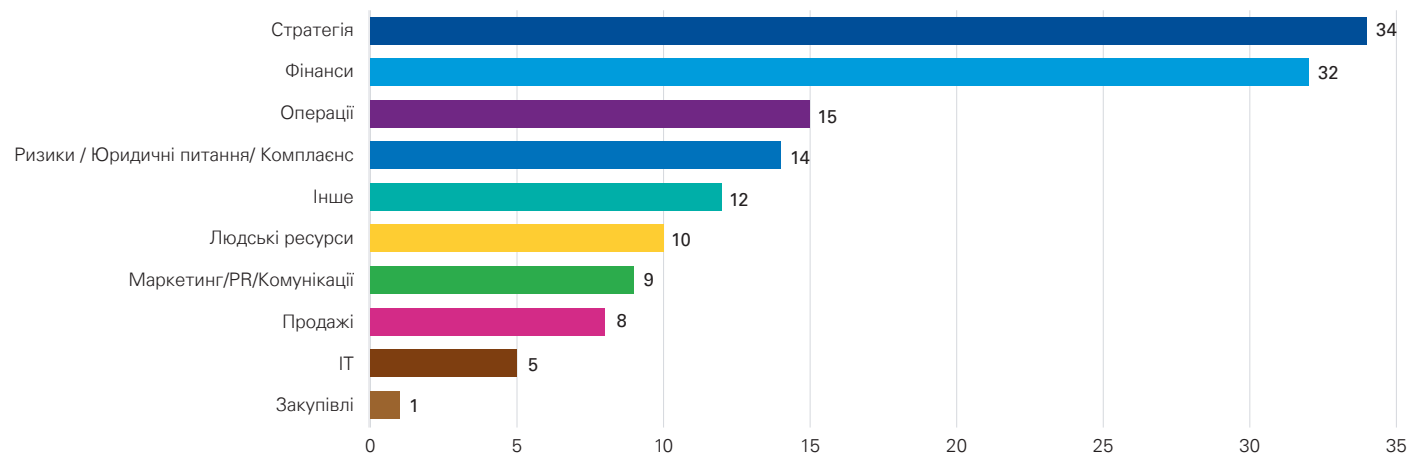
Малюнок 24:
Посади респонденток



Малюнок 25:
Доходи організації (у доларах США) за останній фінансовий рік



Малюнок 26:
Сфера відповідальності



Джерело: KPMG International, 2020.

Показники у відсотках, можливі відмінності через округлення

КОНТАКТИ

KPMG AG

Анжеліка Хубер-Штрассер

Партнерка, керівниця департаменту
корпоративних клієнтів
ahuberstrasser@kpmg.com

Петра Айлін Ліхтенау

Старша менеджерка,
департамент корпоративних клієнтів
plichtenau@kpmg.com

Management Circle AG

Сигрід Баушерт

Керуюча партнерка та засновниця
sigrid.bauschert@managementcircle.de

home.kpmg/ua/uk/home.html

home.kpmg/ceooutlook

home.kpmg/gflo



Інформація, що подана у цій публікації, носить загальний характер і не висвітлює стан справ будь-якого окремого підприємства або фізичної особи. Незважаючи на те, що ми намагаємося подавати точну і своєчасну інформацію, ми не гарантуємо, що ця інформація є правильною на дату її отримання або буде достовірною у майбутньому. Ніхто не повинен діяти і покладатися на таку інформацію без відповідної професійної консультації, наданою після детального вивчення стану справ.

© 2021 Авторське право, що належить одному або декільком організаціям-членам KPMG International. Організації-члени KPMG International не надають послуг клієнтам. Усі права застережені. У цьому документі „ми”, „нас” та „наш” відносяться до KPMG та Management Circle.

KPMG означає одну або декілька фірм або глобальну організацію незалежних фірм, що входять до складу KPMG International Limited (далі — KPMG International). Кожна з фірм є окремою юридичною особою. KPMG International Limited — приватна англійська компанія з відповідальністю, обмеженою гарантіями своїх учасників, і не надає професійних послуг клієнтам. Детальна інформація про структуру глобальної організації KPMG за посиланням: home.kpmg/governance.

Назва KPMG та логотип KPMG є зареєстрованими торговими марками або товарними марками, що використовуються за ліцензією учасниками глобальної організації незалежних фірм KPMG.