



Погляд бізнес-лідерок в Україні

Спецвипуск 2021: COVID-19



ЗМІСТ

Вступне слово

3

Основні висновки

4

Відкритість до змін та реалістичне ставлення до нової реальності

5

Зростання

5

Ризики

8

Цифрова економіка

11

Здійснення позитивного впливу

13

Вдосконалення стійкості та цілей

13

Очікування стейкхолдерів

16

Вплив COVID — 19 на жіноче лідерство

18

Фактори особистого успіху

18

Кар'єрні перспективи

21

Різноманітність та інклюзивність: чи прокидається суспільство?

23

Гендерний розрив

25

27

Висновки

28

Методологія

Вступне слово

Інклюзивність: чи прокидається українське суспільство?

Світова пандемія непрогнозовано увірвалася в життя країн, бізнесів та кожної окремої людини, змусивши переосмислити формати взаємодії та усталені підходи, трансформувати бізнес-моделі, перерозподілити наявні ресурси, аби здобути стійкість та рішуче крокувати у невідоме майбутнє.

Як і будь-яка інша, ковідна криза загострила усі вразливі місця в соціальних, політичних та економічних системах. Важливо підкреслити, що нова реальність буде формуватися під впливом змінених очікувань зацікавлених сторін. Це зумовить більшу увагу бізнесу до питань сталого розвитку, соціальної відповідальності. Ця світова тенденція не омине Україну, і до неї необхідно почати готуватися вже сьогодні.

Визначальна риса поточної ситуації – непропорційний вплив кризи на жінок та пильна увага до питання різноманітності та інклюзивності. Чому це питання важливе? Гендерний паритет має фундаментальне значення для стабільності, успіху, економічного зростання компаній та корелює з рівнем процвітання економіки і суспільства. Жінки – це половина усіх наявних у світі талантів. Їхні розвиток і залучення мають величезне значення для зростання, конкурентоспроможності не лише компаній, а цілих країн.

Викликає оптимізм, що українські бізнес-лідерки переповнені оптимізмом щодо майбутнього. На їхню думку, у результаті вдосконалення цифрової трансформації та зміни очікувань зацікавлених сторін криза може створити нові можливості для жінок. Проте наразі пріоритети лідерок в Україні відрізняються від світових: у той час, коли бізнес-лідерки в світі занепокоєні питаннями зміни клімату та гендерної нерівності, фокус керівниць в Україні перебуває в зовсім іншій площині – вирішенні питання втрати робочих місць, міграції та захисту персональних даних.

Переважаюча кількість респонденток прагнуть забезпечити довгостроковий успіх бізнесу своєї компанії, мають досить оптимістичні прогнози щодо зростання їхніх компаній в умовах нової реальності та намагаються поєднати стратегію зростання з ширшими суспільними цілями.

Сподіваюсь, оптимізм респонденток нашого дослідження вас надихне та змусить замислитись про те, що інклюзивність, довіра та рівні можливості є основою довгострокового зростання будь-якої компанії.



Андрій Цимбал
Керуючий партнер
KPMG в Україні

ОСНОВНІ ВИСНОВКИ

Відкриті до змін та нової реальності

71% ► Виявляє оптимізм і переконаний, що в майбутньому їхні організації зростатимуть

21% ► Прогнозує зростання доходів організації на рівні понад 20% упродовж наступних трьох років

Вважають, що нові технології та інновації стануть рушіями зростання

82% ► Погоджується, що компанії, які докладають багато зусиль у сфері цифрової економіки, стануть справжніми переможцями на тлі кризи

71% ► Стверджує, що цифрова трансформація їхнього бізнесу під час пандемії прискорюється

96% ► Погоджується з тим, що їхня компанія має вдосконалити інноваційні процеси та їхнє виконання

53% ► Повідомляє, що з огляду на основні стратегічні цілі в умовах кризи, є необхідність збільшити капіталовкладення у придбання нових технологій та диджиталізацію

Поєднують в їхніх компаніях стратегії зростання з ширшими суспільними цілями

74% ► Стверджує, що їхня компанія намагається поєднати стратегію зростання з ширшими суспільними цілями

83% ► Прагне виправдовувати очікування всіх зацікавлених сторін, а не лише акціонерів

64% ► Прагне забезпечити довгостроковий успіх у бізнесі для власної компанії

Мають стратегічний план подальшого розвитку своєї кар'єри

78% ► Має стратегічний план подальшого розвитку своєї кар'єри

67% ► Вважає, що їхньою наступницею також буде жінка

Відкритість до змін та реалістичне ставлення до нової реальності

► Зростання

Проте пріоритети лідерок в Україні ті світі абсолютно різняться. У той час, коли бізнес-лідерки в світі занепокоєні питаннями зміни клімату та гендерної нерівності, фокус керівниць в Україні перебуває в зовсім іншій площині – вирішення питання втрати робочих місць, міграції та захисту персональних даних.

У світі 92% жінок-лідерок визнають, що все ще далекі від гендерної рівності в радах директорів і управлінських командах, що розрізняються за статеву ознакою. В Україні лише 43% вважають, що є потреба активніше підтримувати жінок, щоб домогтися більшої рівності на робочому місці. 48% нейтрально ставиться до цього питання.

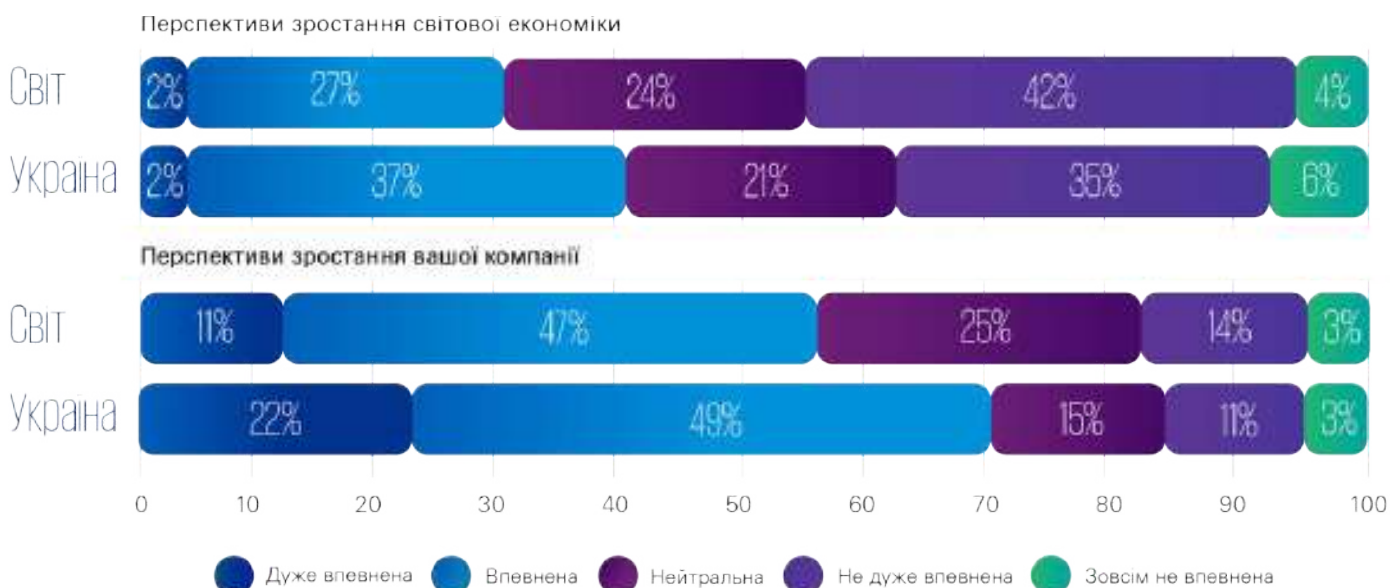


Вплив COVID-19 на економіку вже призвів до різкого економічного спаду в багатьох країнах. Як результат, аналітики в усьому світі очікують на довготривалий негативний вплив на світову економіку, в якій різні галузі зазнали нерівномірних втрат. За умов, що склалися, уряди країн усього світу намагаються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

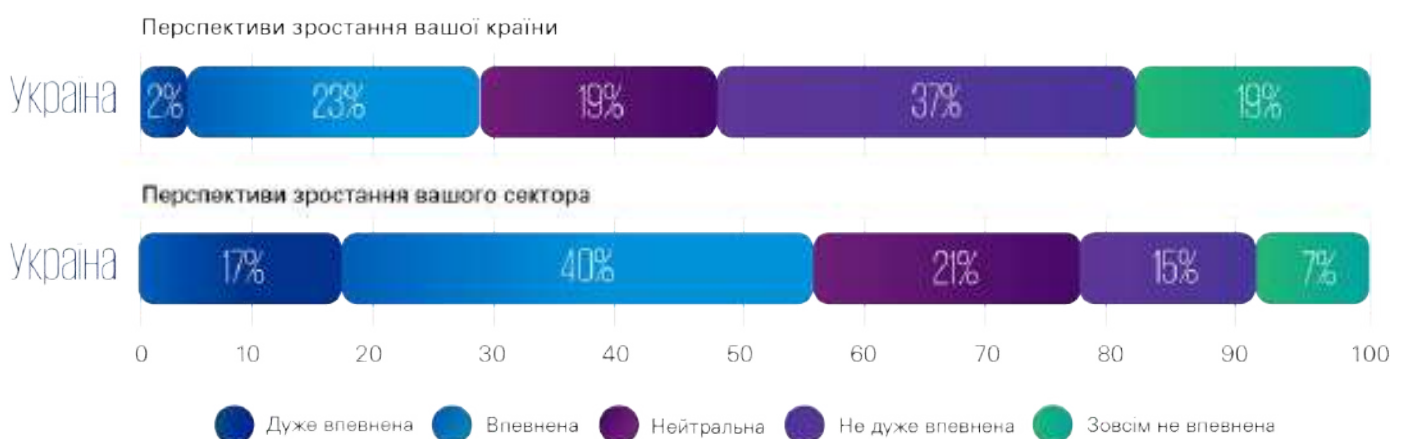
В Україні більшість українських лідерок (71 %) демонструють оптимізм та переконані у майбутньому зростанні їхніх організацій, при цьому з них 21 % прогнозує зростання доходів організації на рівні понад 20% упродовж наступних трьох років.

Жінки виявляють менше оптимізму, коли йдеться про зростання сектору, в якому оперує їхня компанія — 57%. У світі понад половина (58%) респонденток лишається впевненою або дуже впевненою у перспективах зростання їхньої компанії. Однак респондентки у світі були менш оптимістичними щодо світової економіки, при цьому 46% з них очікували падіння, а лише 29% заявили, що впевнені чи дуже впевнені у зростанні. Серед українських керівниць думки з цього питання розділилися майже порівну: 41% налаштований песимістично, тоді як 39% виявляють оптимізм. При цьому 56% не бачать перспектив для зростання економіки України.

Рівень впевненості у перспективах зростання на кінець 2020/початок 2021 року



Рівень впевненості у перспективах зростання на кінець 2020/початок 2021 року в Україні





Юлія Данкова,
фінансова директорка
«Метінвест Холдинг»

“

**Криза з грецької — поворотний пункт. Повороти
лякають невідомістю, можуть передувати зростанню
або занепаду. Сьогодні ми знаємо, що відбулося
за ковідним поворотом, але буде ще багато нових.
Визначною рушійною силою для зростання організації у
постковідному майбутньому буде готовність до змін, до
нових знань та, обов’язково, відповідальність.**

”

Ризики

На думку респонденток в Україні, в 2021 році, крім ризиків глобальної безпеки у сфері охорони здоров'я/ризик пандемії, найбільшою загрозою для бізнесу є ризик браку кадрів. З початком пандемії ризик людського капіталу у світі піднявся у рейтингу і був визнаний найбільшою загрозою для бізнесу.*

Українські керівниці усвідомлюють, що економічний спад та формат віддаленої роботи наразі породжує проблеми, як то утримання провідних співробітників, найм талановитих працівників та підтримка мотивації персоналу.

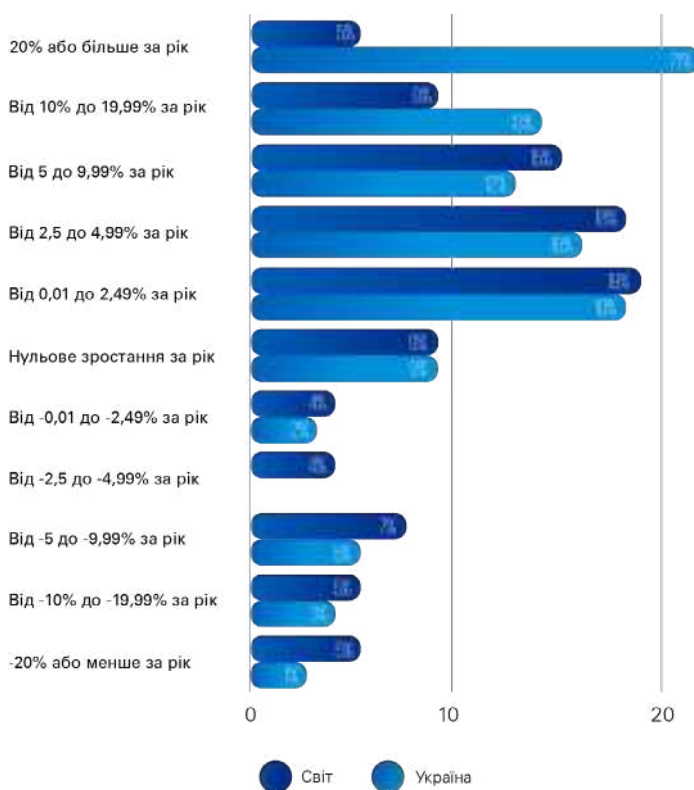
Регуляторний ризик та ризик кібербезпеки також очолюють трійку серйозних стратегічних загроз для ведення бізнесу в Україні.

На запитання про доходи майже половина (47%) жінок-лідерок компаній у світі 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%.

Крім ризику глобальної безпеки у сфері охорони здоров'я/ризик пандемії, який із наведених ризиків становить найбільшу загрозу для зростання вашої організації протягом наступних трьох років? (%)



Прогноз доходів вашої організації впродовж наступних трьох років (%) серед респонденток



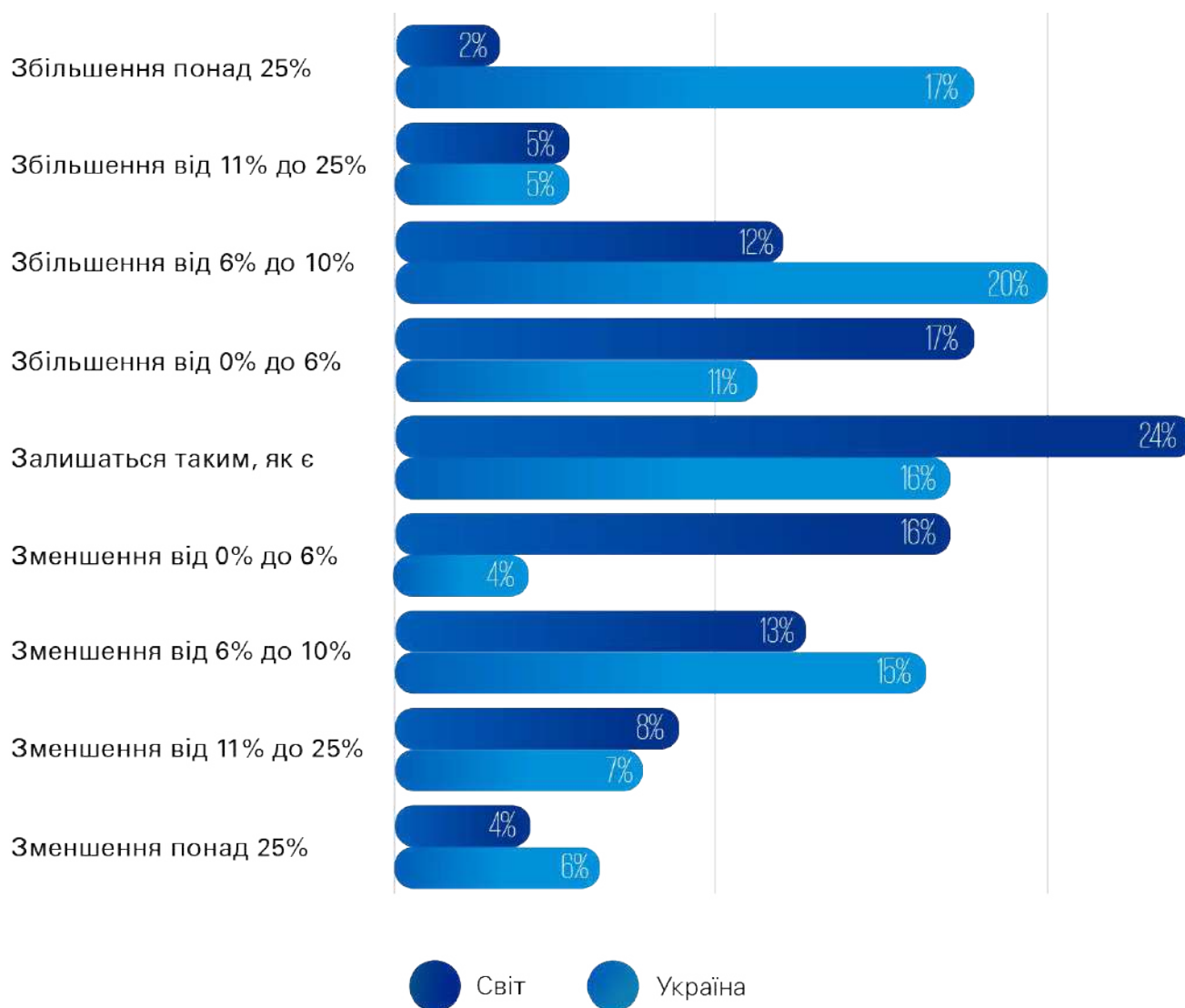
*KPMG 2020 CEO Outlook: Спецвипуск COVID-19
<https://home.kpmg/content/kpmgpublic/ua/uk/home/insights/2020/08/global-ceo-outlook-2020.html>

В Україні понад половина (62%) жінок-лідерок компаній відповіла, що зростання доходів їхньої компанії може перевищити 2,5%, при цьому 21% з них очікують на зростання на рівні понад 20%. Тоді як 18% очікують, що доходи їхньої організації зростуть десь від 0,01% до 2,5%. І навпаки, 11% респонденток заявили, що очікують негативних темпів зростання. Цей показник більше ніж удвічі нижчий за світовий (25%).

Щодо зростання чисельності персоналу, ми маємо більш розрізнену картину. У той час як 24% жінок-лідерок компаній у світі заявляє, що кількість персоналу залишатиметься незмінною, 36% очікують на зростання, а 41% — на скорочення.

Цікаво, що ситуація щодо зростання чисельності персоналу в Україні хоча і досить неоднорідна, проте майже віддзеркалює загальний світовий настрій. У той час як 16% жінок-лідерок компаній заявляє, що кількість персоналу лишатиметься незмінною, 52% очікують на зростання, а 32% — на скорочення.

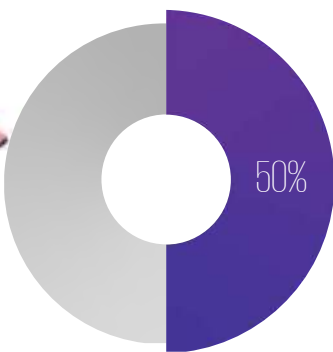
Імовірні зміни чисельності штату вашої організації упродовж наступних трьох років?



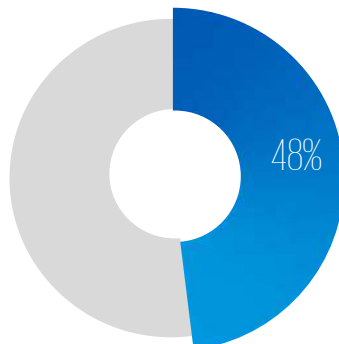
Зростаюче значення робочої сили — тенденція, яка збережеться в найближчі роки. Насправді вже можна побачити деякі напрацювання в цій галузі. Наприклад, посилення тенденції віддаленої роботи змушує топменеджмент спиратися у керуванні компаніями на довіру, а не на контроль.

Оскільки працівники відіграють все важливішу 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. За результатами міжнародного дослідження, аби подолати цей виклик, жінки-лідерки компаній вважають найбільш відповідними такі стимули:

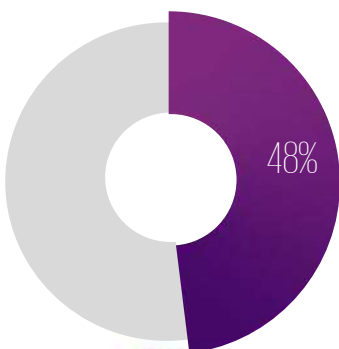
Баланс між роботою
та особистим життям



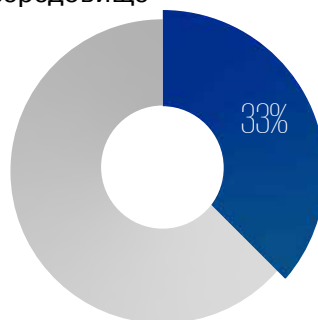
Позитивна атмосфера
у команді



Гнучкий графік роботи



Змістовне та
цілеспрямоване робоче
середовище



Цифрова економіка

У постковідному світі очікується, що бізнес-лідери надаватимуть ще більшого 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.

У світі та Україні переважна більшість (80% та 71%) жінок-лідерок 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 та зосередити увагу на цифровому бізнесі: 74% у світі та 61% в Україні. 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 компаній у світі та 82% в Україні погоджуються з тим, що компанії, які працюють та процвітають у цифровій економіці, стануть справжніми переможцями на тлі кризи.

Погляди жінок-лідерок на цифрову економіку



Коли ми попросили жінок-лідерок в Україні назвати найбільші перешкоди на тлі посилення цифрових перетворень, ними виявилися брак капіталу для прискорення прогресу — 24%, перехід від пілотних проєктів та експериментів до масштабованого впровадження — 19%, відсутність в організації кваліфікованих ІТ-фахівців — 15%.

З яким найбільшим викликом ви зіткнулися у прискоренні цифрової трансформації?



Здійснення позитивного впливу

Вдосконалення стійкості та цілей

Отримані результати вказують на те, що жінки-лідерки дотримуються чіткої стратегії з метою сприяння зростанню їхньої організації та забезпечення її виживання. Дев'ять із десяти (92%) респонденток у світі та (96%) в Україні 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 намагається їхня компанія поєднати стратегію зростання із ширшими суспільними цілями — 42% жінок-лідерок у світі та 74% в Україні — погоджуються з таким твердженням.

Чверть респонденток (25%) у світі та 21% в Україні залишаються байдужими до цієї теми.

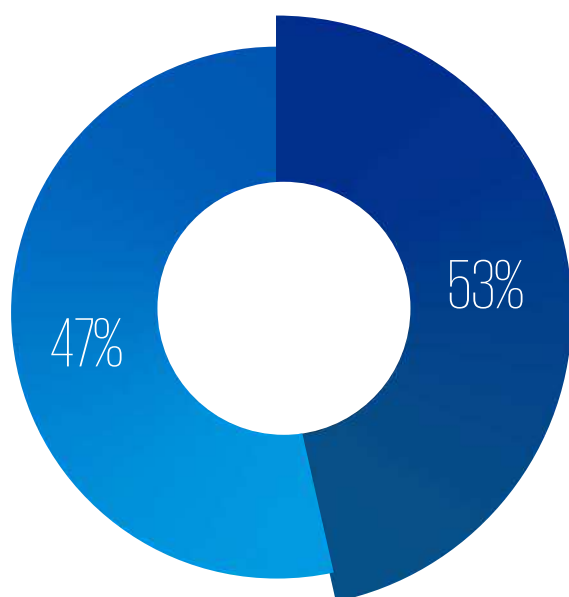


Наскільки ви погоджуєтеся чи не погоджуєтеся із таким твердженням щодо виживання/зростання вашої організації? (%)



В Україні понад половина респонденток (53%) у контексті основних стратегічних цілей в умовах кризи повідомила про необхідність збільшення капіталовкладень у придбання нових технологій та диджиталізацію. Решта (47%) вказала на пріоритетність інвестування у підвищення кваліфікацій та навичок персоналу.

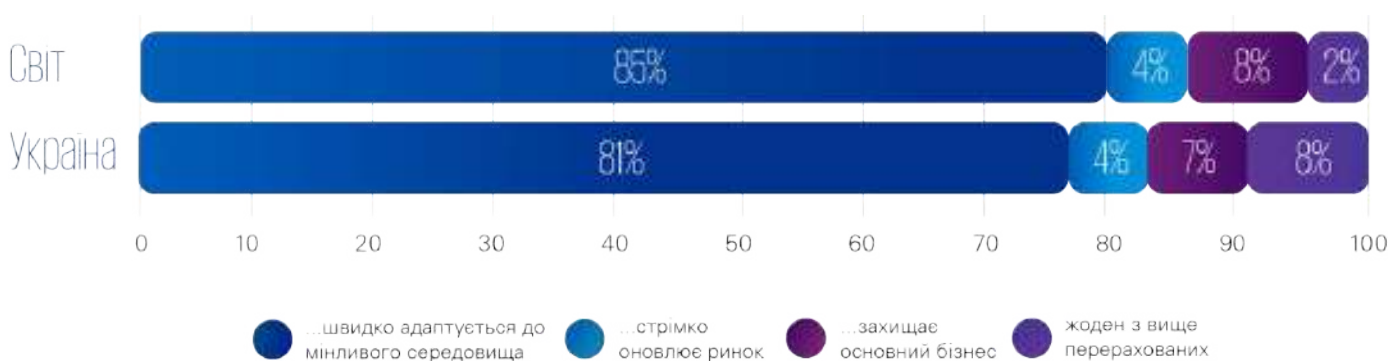
У контексті ваших основних стратегічних цілей у реагуванні на кризу та підготовці до нової реальності, яка із зазначених інвестицій є пріоритетною для вас?



● Диджиталізація ● Кваліфікація персоналу

На противагу цьому лідерки виявляють однаковість, коли характеризують компанію, здатну до швидкого відновлення. Справді, 85% жінок у світі та 81% в Україні вважають, що швидка адаптація до мінливого ділового середовища є найкращим способом боротьби з порушенням бізнес-процесів в умовах невизначеності ділового клімату.

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





Олена Макаренко,
директорка, керівниця
групи форензик,
KPMG в Україні

“

Відступ від ініціатив ESG у всьому світі пов'язують з пандемією COVID-19. Проте слід пам'ятати, що стратегія далекоглядного бізнесу має охоплювати стратегію сталого розвитку, яка повинна також фокусуватися на соціальних аспектах. Її неможливо створити нашвидкуруч. Майбутній успіх компаній все більше залежатиме від надійної стратегії стійкості та процесів управління ризиками. Тож збалансовані команди, що працюють у цьому напрямку, є вкрай важливі. Велика частка жінок-лідерів якраз намагається поєднати стратегію зростання з ширшими суспільними цілями та співпрацювати з широким колом зацікавлених сторін.

”

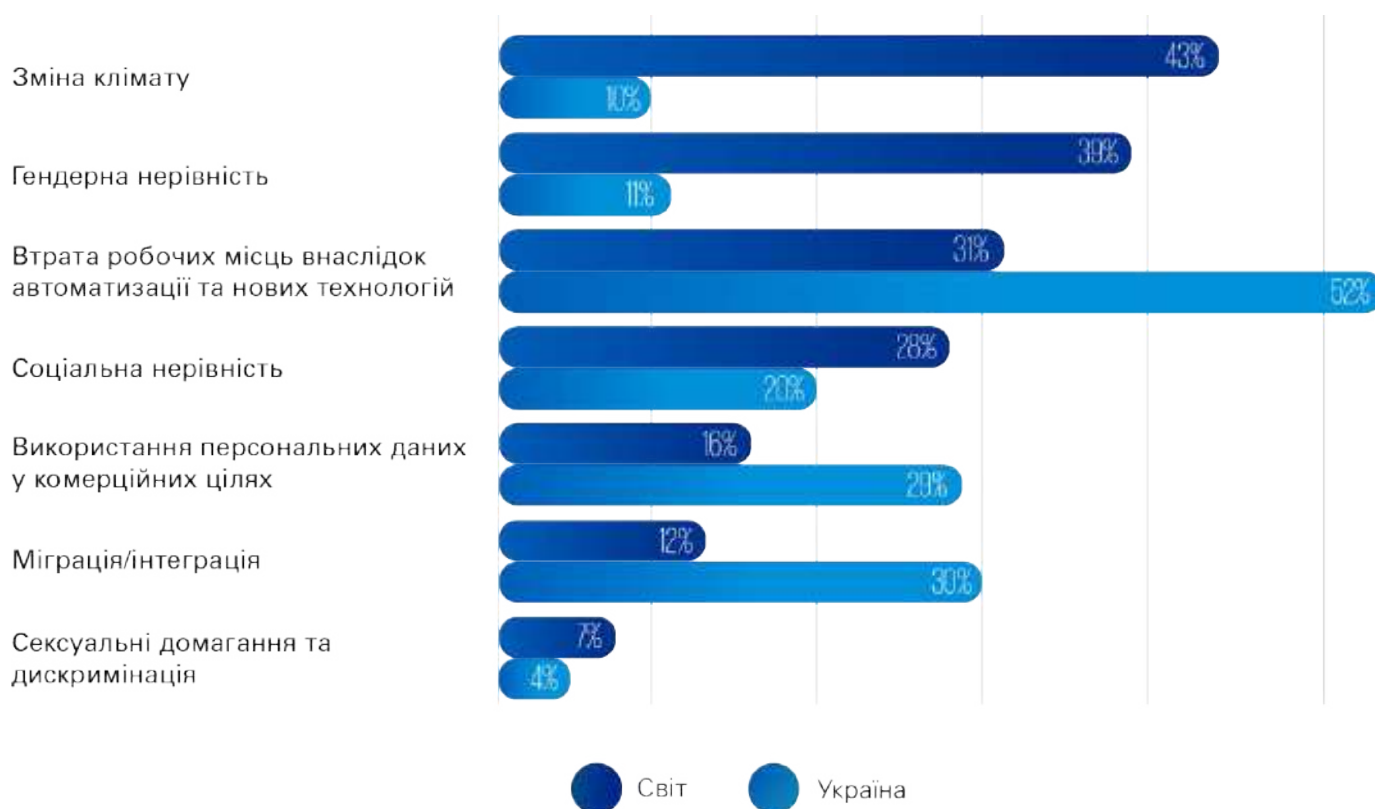
Очікування стейкхолдерів

Нові цінності та очікування зацікавлених сторін стають основними рушіями змін. Одним із чітких висновків цього опитування є необхідність компаній виправдовувати очікування всіх зацікавлених сторін, а не лише акціонерів. До речі, 83% респонденток в Україні та 90% в світі заявили, що погоджуються або абсолютно погоджуються з цим твердженням. Проте пріоритети лідерок в Україні та світі абсолютно різняться. У той час, коли бізнес-лідерки в світі занепокоєні питаннями зміни клімату та гендерної нерівності, їхня робоча реальність, як ніколи раніше, ґрунтуватиметься на нових екологічних, соціальних та управлінських чинниках, фокус керівниць в Україні перебуває в зовсім іншій площині.

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

- 52% керівниць вважає, що зацікавлені сторони очікують від них вирішення проблеми втрати робочих місць, викликані новими технологіями автоматизації;
- 30% респонденток відчувають тиск з боку зацікавлених сторін щодо впровадження заходів, покликаних вирішувати проблему міграції;
- 29% вказали на тиск з боку зацікавлених сторін щодо вирішення проблеми використання персональних даних у комерційних цілях.

Зважаючи на зазначені глобальні виклики, наскільки ви відчуваєте тиск з боку працівників, клієнтів та інших зацікавлених осіб щодо вжиття заходів для вирішення цих питань? (%)



Подолати негативні наслідки пандемії жінкам-лідеркам в світі допомогла стратегія, орієнтована на інтереси акціонерів. Відповідно, окрім зосередження уваги на забезпеченні ліквідності (48%), більшість респонденток вирішили вжити таких заходів для подолання кризи:



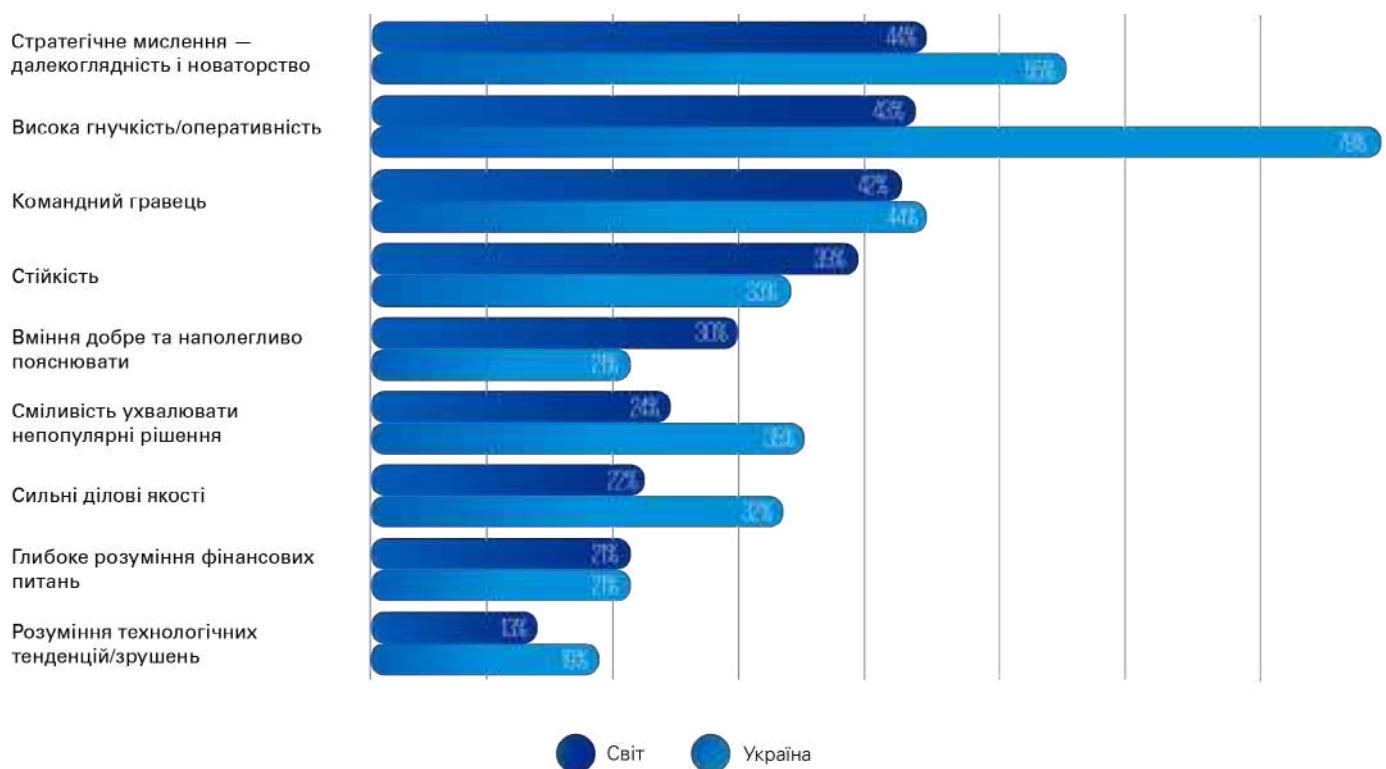
Вплив COVID-19 на жіноче лідерство

Фактори особистого успіху

У відповіді на запитання, які особисті сильні сторони необхідні для подолання кризи COVID-19, жінки-лідерки в Україні були суголосні: висока гнучкість та оперативність посідають перше місце в переліку (79%), стратегічне мислення (55%) та співпраця в команді (44%). Сміливість ухвалювати непопулярні рішення також відіграє важливу роль (35%).

Водночас, для світових лідерок гнучкість і оперативність виявились не настільки вагомими якостями, хоча менше половини (43%) вказали, що це допоможе подолати кризу. Тоді як 44% і 42% переконані у важливості стратегічного мислення і вмінні бути командним гравцем відповідно.

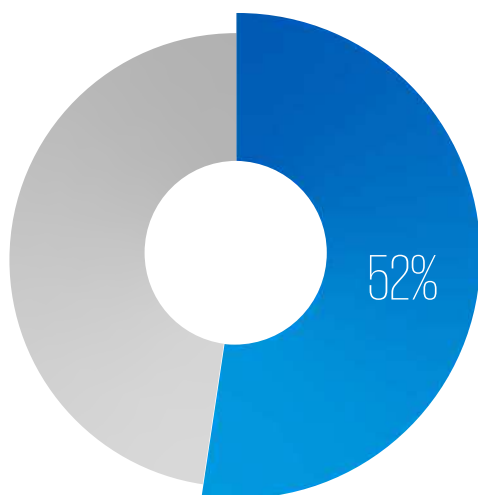
Особисті сильні сторони лідера, що допоможуть вам подолати кризу COVID-19 (%) для респонденток в Україні та у світі



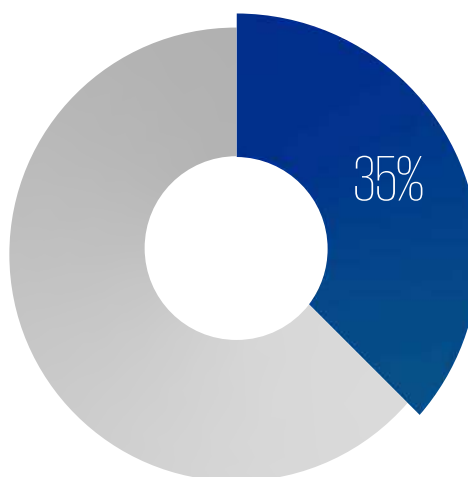
На думку бізнес-лідерок в Україні, коли йдеться про фактори особистого майбутнього успіху, для половини респонденток головними виявилися активні особисті зв'язки та сильні комунікативні навички. Вагому роль у досягненні успіху відіграє і підтримка керівництва (35%).

Фактори успіху

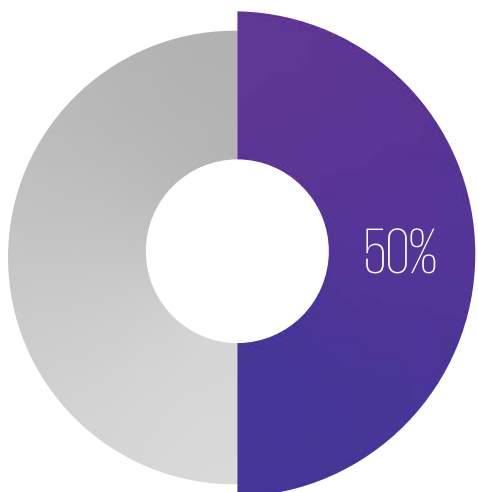
Особисті зв'язки



Підтримка керівника/ наставника

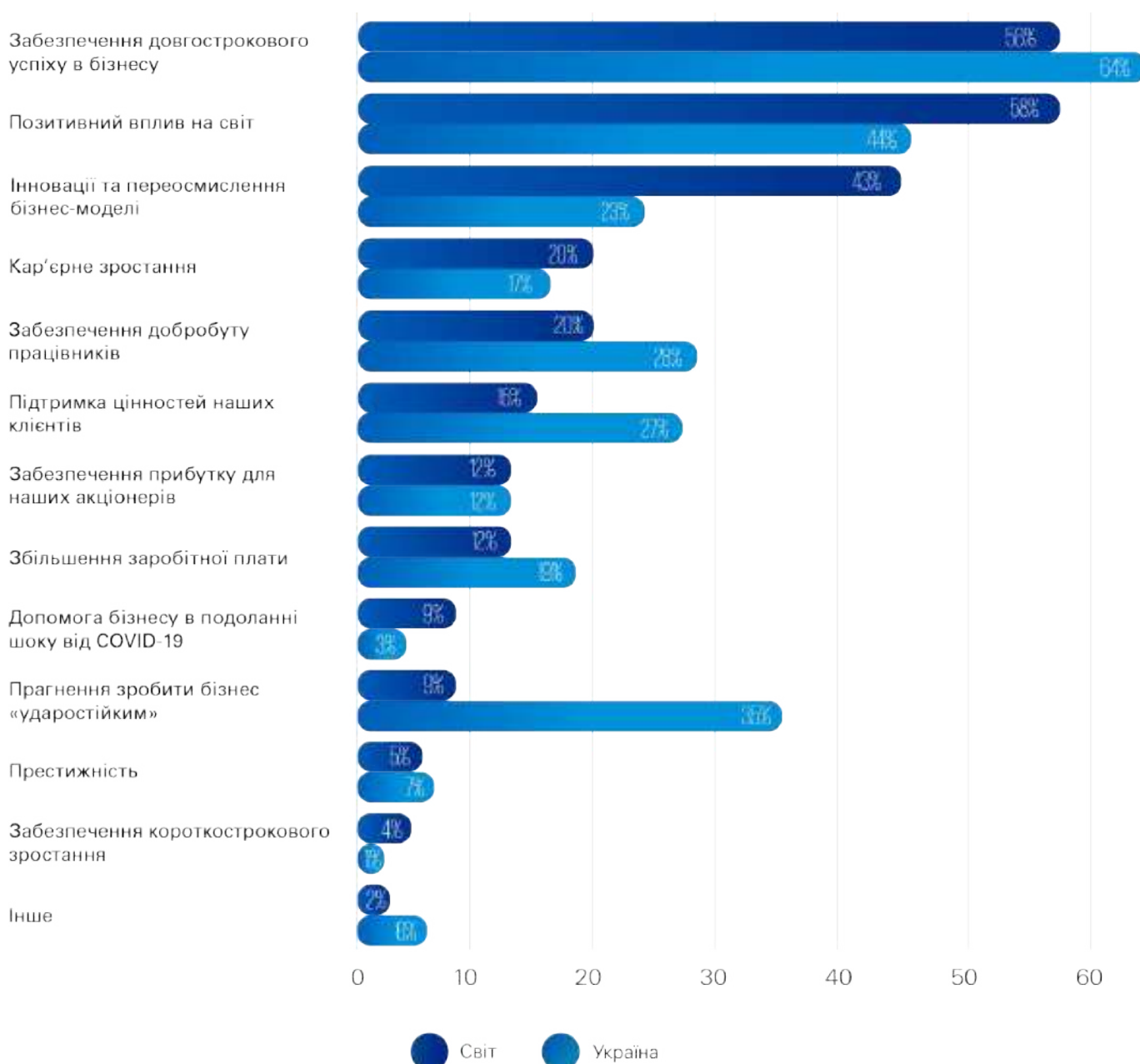


Сильні комунікативні навички



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

Що вас найбільше мотивує? (%)



Кар'єрні перспективи

Ми також запитали жінок-лідерок, чи дотримуються вони стратегічного плану для подальшого розвитку своєї кар'єри. Понад три чверті жінок в Україні (78%) та 71% у світі відповіли «так».

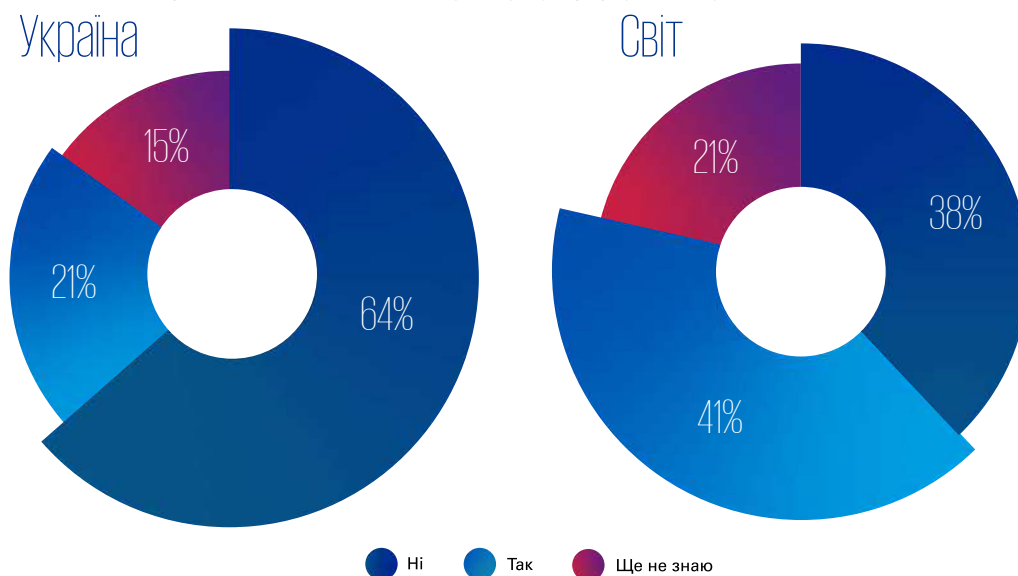
Криза COVID-19 — це криза для жінок? Пандемія мала вплив як на їхнє приватне життя, так і на професійну сферу, в результаті чого багатьом з них довелося взяти на себе подвійний тягар роботи та сім'ї. Особливо негативно позначилося на жінках закриття шкіл і дитячих садків під час карантину. Крім того,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

Більшість керівниць в Україні (64%) переконані, що ковідна криза не вплине на їхню наступну кар'єрну сходинку. Однак 21% респонденток повідомили, що їхнє кар'єрне зростання може зазнати негативного впливу пандемії COVID-19, і 15% ще не розуміють, які наслідки ця криза матиме для них.

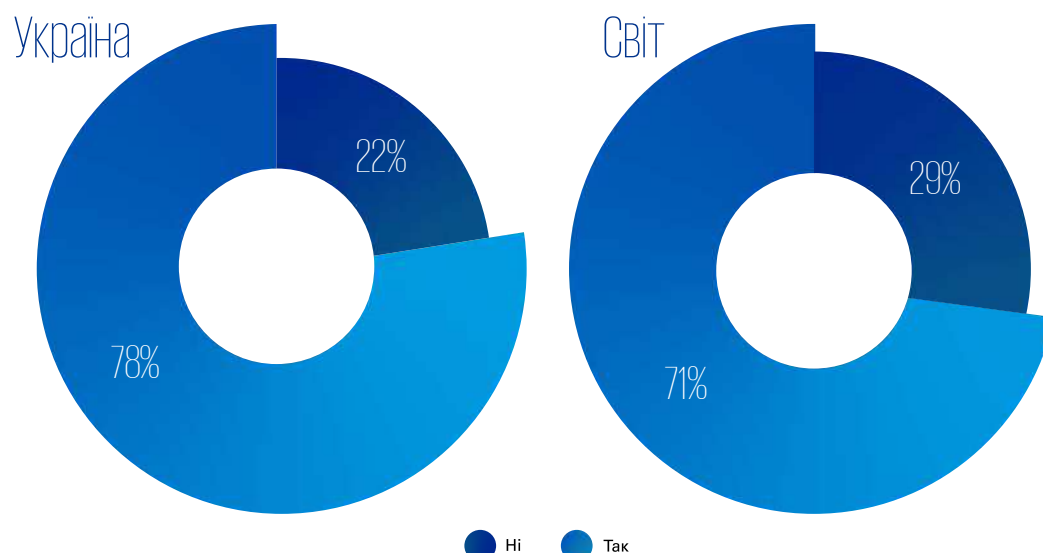
Порівнюючи ці прогнози з поглядами світових бізнес-лідерок, серед яких лише 41% переконані, що COVID-19 не вплине на їхнє подальше кар'єрне зростання, можна помітити, що українські керівниці сповнені оптимізму.

Кар'єрні плани

Чи вважаєте ви, що криза COVID—19 вплине на вашу наступну кар'єрну сходинку?



Чи маєте ви стратегічний план подальшого розвитку своєї кар'єри?





Інна Поперешнюк,
співзасновниця «Нової пошти»

“

Я вважаю, що жінкам не потрібно конкурувати з чоловіками у бізнесі або щось комусь доводити. Успішний бізнес — це не про гендер. Це про любов до справи, якою займаєшся, до людей, які з тобою працюють. Це про бажання постійно вдосконалюватися, вчитися нового, ставити конкретні цілі та досягати їх.

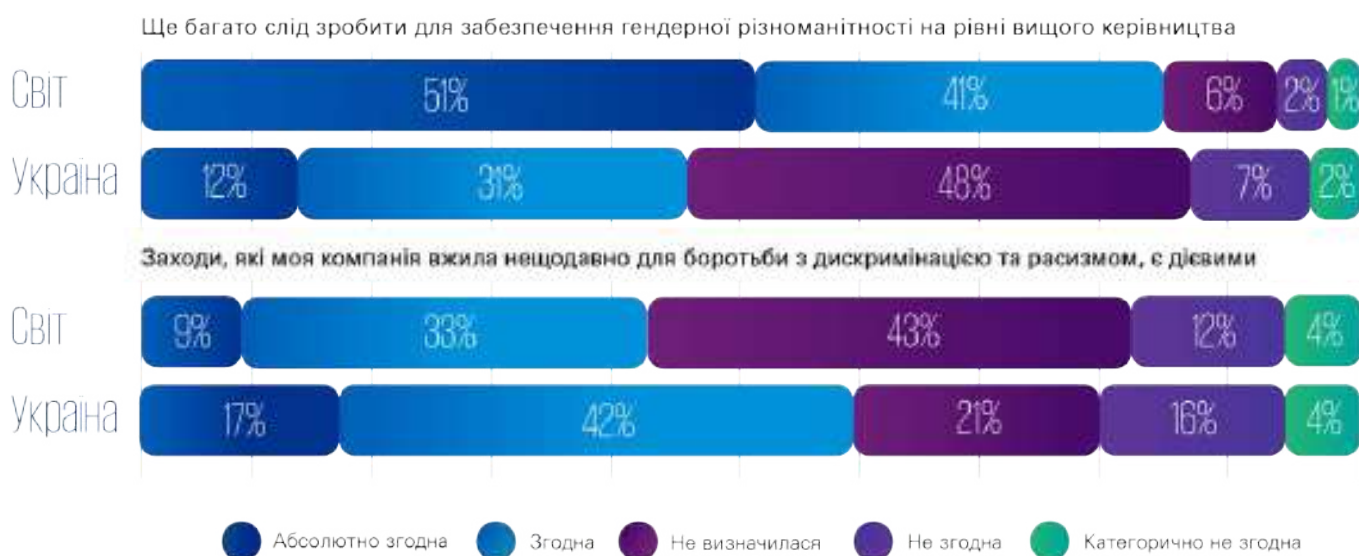
”

Різноманітність та інклюзивність: чи прокидається суспільство?

Дослідження показало, що майже половина керівниць в Україні (48%) нейтрально ставиться до ідеї про необхідність докладання величезних зусиль для формування різноманітності на рівні вищого керівництва та управління. Майже третина респонденток (31%) погодилася і 12% висловили повну згоду з таким твердженням.

Респондентки у світі переконані в тому, що треба активніше домагатися більшої рівності жінок 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.

Погляди жінок-лідерок щодо питання різноманітності та інклюзивності (%)



Разом з тим понад половина респонденток (59%) в Україні повідомили, що вони згодні або цілком згодні з думкою про те, що їхня компанія останнім часом вжила достатньо дієвих заходів для боротьби з дискримінацією та расизмом. Лише 4% керівниць висловили категоричну незгоду з цим.



Ірина Рубіс,

співзасновниця Biasless, членкиня
ради директорів Fulcrum, гендерна
активістка, тренерка і стратег з D&I

“

**Чому українські бізнес-леді менш гендерно чутливі?
Чому менше ніж половина опитаних вважає, що
для підтримки жінок потрібні додаткові заходи?
По-перше, через те, що ті, хто відповів нейтрально,
звикли жити у світі, створеному білими чоловіками
для білих чоловіків, і не схильні кидати виклики
нормам. По-друге, тому що жінки не хочуть виявляти
слабкість, заявляючи про потребу в підтримці, у світі,
де цінується сила. По-третє, тому що самі жінки всіх
рівняють по собі, із серії: «Я ж змогла видертися,
значить, хто по-справжньому захоче, той зможе. Нема
чого створювати тепличні умови. Утім, я серед тих
43%, для яких і квоти, і програми розвитку, і
менторство надзвичайно важливі для розвитку
жіночих кар'єр. Це однаково вигідно і жінкам, і
чоловікам, і бізнесам, і країнам**

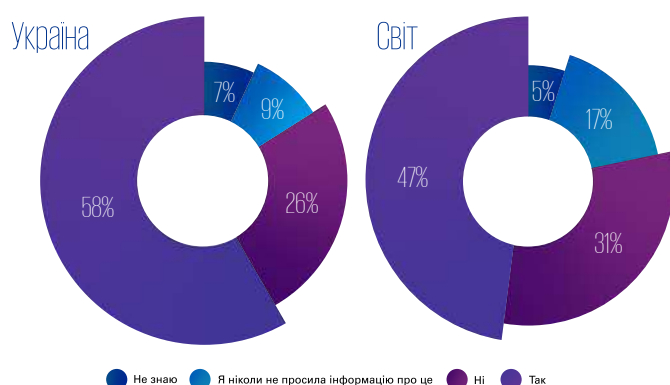
”

Гендерний розрив

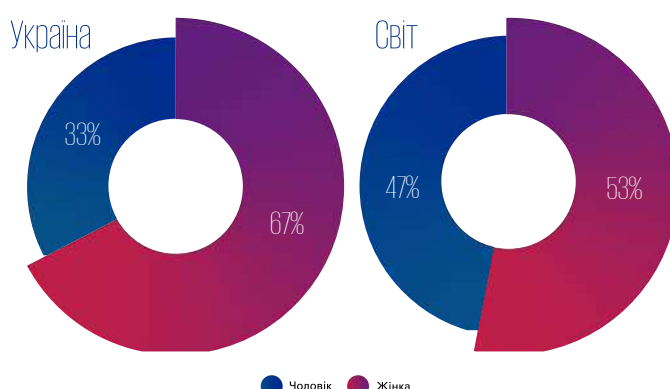
Для розуміння становища жінок на ринку праці важливо звернути увагу на те, чи існує гендерний розрив у оплаті праці. Понад половина (58%) українських керівниць повідомляє, що їхня компанія має прозорий підхід до оплати праці, майже третина (26%) вказує, що ні, і ще 9% респонденток не знає, чи існує гендерний розрив у розмірі заробітної платні. У світі майже половина (47%) респонденток підтвердили, що їхня компанія прозора щодо рівності в оплаті праці, у порівнянні з 40% в 2019 році. Проте 31% припадає на компанії, в яких, як і раніше, немає прозорості щодо оплати праці.

Порядок правонаступництва також відіграє життєво важливу роль у підвищенні гендерної різноманітності компанії. З усіх учасниць опитування «Погляди бізнес-лідерок у світі. Спецвипуск 2021: COVID-19» понад половина (53%) вважає, що їхньою наступницею також буде жінка, тоді як в Україні таких понад 67%. Слід зазначити, що посада, а також наявність у респонденток дітей, на результати не впливають.

Чи є ваша компанія прозорою в питанні рівності в оплаті праці? (%)



Ваш наступник імовірноше буде чоловіком чи жінкою? (%)





Марина Маковій
Генеральна директорка grc.ua

“

Присутність на ринку праці чоловіків і жінок майже однакова. За даними grc.ua, жінки раніше починають кар’єру, але і раніше її закінчують. Так, у віковій групі 18—30 років жінки кількісно переважають. У категорії 30—40 років кількість жінок і чоловіків майже однакова, у категорії 40—50 років кількість чоловіків значно більша. Однак запит на оплату праці різний – жінки розраховують на суттєво меншу зарплатню. COVID-19 дав величезний поштовх розвитку e-commerce, бізнес сильно змінюється, і багато компаній підсилюють команди з просування товарів і послуг.

Ця тенденція збережеться і в майбутньому. З огляду на це, можна говорити про вікно можливостей для жінок, які прагнуть професійного розвитку.

”

ВИСНОВКИ



Будь-яка криза, економічна рецесія – час ризиків та загроз для стабільності та успіху бізнесу. Проте, як доводить історія, це також час рішучих кроків, нових правил гри та можливостей, що створюють інше майбутнє. І справді, все залежить від нашого сприйняття, способу мислення, панівних ментальних моделей. Українські жінки дивляться в майбутнє з оптимізмом та переконані в зростанні їхніх організацій. Проте вони добре усвідомлюють і наявні виклики: економічний спад та формат віддаленої роботи наразі породжує проблеми, як то утримання провідних співробітників, найм талановитих працівників та підтримка мотивації персоналу.



Нові технології та інновації стануть рушіями збільшення багатства та зростання. Оскільки чимало 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 нових технологій та, замість того, щоб боятися їх, розглядайте як можливість та шанс показати свої здібності.



Усі ми свідки того, як COVID-19 став рушійною силою цифровізації та сприяє змінам у багатьох сферах життя. Завдяки всебічній цифровізації під час кризи доступ до відповідної інформації або навчальних платформ став набагато простішим. Це може дозволити більший кількості жінок в Україні отримати доступ до освіти та подальшого професійного розвитку, а отже, збільшити їхній економічний вплив. Жінки-лідерки не очікують, що пандемія негативно вплине на їхню кар'єру. Понад три четверті керівниць має стратегічний план подальшого особистого розвитку.



Якщо наступного року деякі з найбільших економік не витримають рецесії, то криза у світі поглибитися, 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.



Питання гендерного балансу вже кілька років очолює порядок денний світових керівників. Інвестори все більше посилюють вимоги щодо гендерної різноманітності на керівних посадах. У світі жінки-лідерки визнають, що необхідно докладати ще більше зусиль для досягнення гендерного паритету. Приклади жінок-лідерок можуть призвести до необхідних культурних змін у середньо- та довгостроковій перспективі. Українське суспільство почало прокидатися та наслідувати цей світовий тренд. Хоча в Україні керівниці в значно меншій мірі опікуються питанням підтримки жінок задля більшої рівності на робочому місці, більшість з респонденток все ще нейтрально ставиться до цього питання.



Нова реальність буде формуватися під впливом змінених очікувань зацікавлених сторін, в результаті чого компанії будуть більшою мірою пов'язувати свій бізнес-успіх зі своїм підходом до сталого розвитку, більш високим рівнем соціальної відповідальності. Ця світова тенденція не омине Україну, і до неї необхідно почати готуватися вже сьогодні. Проте наразі пріоритети лідерок в Україні абсолютно відмінні від світових. У той час, коли бізнес-лідерки в світі занепокоєні питаннями зміни клімату та гендерної нерівності, фокус керівниць в Україні перебуває в зовсім іншій площині — вирішення питання втрати робочих місць, міграції та захисту персональних даних.

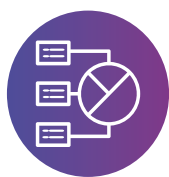


У справді складних обставинах новими факторами успіху стануть такі вміння, як діяти цілеспрямовано, створювати позитивну командну атмосферу та послідовно керувати бізнесом. Крім того, наш цілковито оцифрований світ буде побудований на мережах, співтовариствах та інтерфейсах як у віртуальному, так і в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



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.

Методологія



У звіті «Погляд бізнес-лідерок в Україні. Спецвипуск 2021: COVID-19» представлені думки українських керівниць щодо підприємницької діяльності та економічного зростання. Опитування пропонує погляд на те, як змінилося мислення керівниць унаслідок

світової пандемії. Період проведення опитування в Україні з 1 по 21 лютого 2021 року. В опитуванні взяли участь 107 лідерок, що працюють у різних галузях економіки. Структура опитування ґрунтувалася на 22 запитаннях, адаптованих із міжнародного опитування KPMG «Погляд бізнес-лідерок у світі. Спецвипуск 2021: COVID-19». Зазначені вище керівниці працюють у понад 8 ключових галузях, включно з сектором ІТ, банківською справою, роздрібною торгівлею, інвестиціями, фінансами, медіа та технологіями. Зі 107 керівниць 5 представляють компанії з річними доходами

\$10 млрд і більше; 6 — компанії з доходами від \$1 млрд до \$9,9 млрд; 14 — компанії з доходами від \$500 млн до \$999 млн; 80 — компанії з доходами менше \$500 млн та дві — з іншими доходами. Дані, опубліковані у цьому звіті, ми порівняли з результатами глобального звіту міжнародного опитування KPMG «Погляд бізнес-лідерок у світі. Спецвипуск 2021: COVID-19». Через округлення загальна сума на графіках у звіті може складати 99% чи 101%.



Серед респонденток 50 обіймають керівні посади бізнес-підрозділу чи функції, 19 — засновниці, 18 — генеральні директорки (чи аналогічна посада), 7 віце-президенток, 4 членкині виконавчої ради, 2 членкині наглядової ради, 7 зазначили, що обіймають інші керівні посади.



Контакти



Андрій Цимбал

Керуючий партнер,
KPMG в Україні

andriytsymbal@kpmg.ua



Олена Макаренко

Директорка,
керівниця групи форензик,
KPMG в Україні

omakarenko@kpmg.ua



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“ 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.

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