

# Wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet

Autor: Zespół Aviteum

## Spis treści

1. Przegląd zagadnień .....	2
W jaki sposób definiujemy wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet? .....	2
Jakie ograniczenia i bariery napotykają kobiety ze względu na nierówną pozycję na rynku pracy? ..	2
Jakie pozytywne skutki przynosi wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet? .....	2
Jakie narzędzia wspierają wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet? .....	3
Kim są inicjatorzy zmian i w jaki sposób mogą podjąć aktywność? .....	3
2. Informacje szczegółowe .....	5
Wprowadzenie.....	5
W jaki sposób definiujemy wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet? .....	5
Jakie ograniczenia i bariery napotykają kobiety ze względu na nierówną pozycję na rynku pracy? ..	6
Jakie pozytywne skutki przynosi wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet? .....	7
Jakie narzędzia wspierają wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet? .....	8
Kim są potencjalni inicjatorzy zmian i w jaki sposób mogą podjąć aktywność? .....	9
Podejście neoklasyczne i neoliberalne .....	9
Podejście feministyczne .....	10
Jakie kluczowe dokumenty programowe wspierają wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet? ...	10
Szczegół międzynarodowy .....	10
Szczegół europejski .....	10
Przedsiębiorczość kobiet jako narzędzie wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet.....	11
Rekomendowane źródła.....	12
Wnioski i perspektywy na przyszłość.....	12
Słowniczek .....	14
Referencje.....	16
3. Materiały szkoleniowe .....	18
Pomóż Jane odnieść sukces w roli przedsiębiorcy! .....	18
4. Interaktywne uczenie się .....	26
Ćwiczenia 1: Quiz.....	26
Ćwiczenia 2: Zaznacz wszystkie stwierdzenia, które są poprawne .....	28
Ćwiczenia 3: Tak, czy nie?.....	29
Ćwiczenia 4: Uzupełnij puste pola .....	30

## 1. Przegląd zagadnień

*Dlaczego wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet (WEE) jest istotne? W jaki sposób wspierać wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet i inwestować w nie? Jak możemy pobudzić przedsiębiorczość kobiet jako narzędzie wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet?*

Odpowiedzi na te pytania przedstawiono pokrótce w poniższym artykule stanowiącym wprowadzenie do tematu wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet. Artykuł zawiera podsumowanie kontekstu oraz ogólne omówienie przyczyn zjawiska, a także narzędzi dedykowanych kobietom w ramach wsparcia ich niezależności oraz równego uczestnictwa w rynku pracy. Bardziej szczegółową analizę tematu znaleźć można w pełnej wersji artykułu.

### W jaki sposób definiujemy wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet?

Istnieje kilka definicji terminu „wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet” (ang. „women economic empowerment”, w skrócie „WEE”). W większości definicji WEE postrzegane jest jako proces, który pomaga kobietom uzyskać dostęp do zasobów i możliwości przyczyniających się tym samym do zwiększenia zakresu posiadanych praw, lepszej kontroli zasobów, rozszerzenia niezależności w procesie podejmowania decyzji oraz poprawy szans na uzyskanie korzyści ekonomicznych.

### Jakie ograniczenia i bariery napotykają kobiety ze względu na nierówną pozycję na rynku pracy?

Kobiety napotykają różnorodne ograniczenia i bariery w dostępie do rynku pracy oraz w ramach uczestnictwa w nim. W toku licznych studiów i badań poczyniono następujące ustalenia ilustrujące nierówną pozycję kobiet na rynku pracy:

- *Kobiety mają mniejsze szanse na uczestnictwo w rynku pracy w porównaniu z mężczyznami; są nadreprezentowane w zatrudnieniu nieformalnym, częściej mają niepewną sytuację zawodową, a w niektórych krajach są dyskryminowane przez prawo.*
- *Kobiety są bardziej narażone na bezrobocie niż mężczyźni.*
- *Kobiety zarabiają mniej od mężczyzn.*
- *Kobiety mają gorszy dostęp do ochrony socjalnej i usług finansowych.*
- *Kobiety mają trudności w uzyskaniu awansu na najwyższe stanowiska kierownicze.*
- *Kobiety ponoszą nieproporcjonalnie większą odpowiedzialność za wykonywanie nieodpłatnych i formalnie nieuznawanych za pracę obowiązków opiekuńczych.*
- *Kobiety rzadziej zostają przedsiębiorcami.*

### Jakie pozytywne skutki przynosi wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet?

Pozyskując wsparcie w kontekście promowania wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet, warto udowodnić pozytywny wpływ gospodarczy i społeczny takich działań. Istnieje szereg studiów i badań

potwierdzających pozytywny wpływ wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet na ogólny dobrobyt gospodarczy i społeczny.

Ustalenia poczynione w toku przedmiotowych studiów i badań wskazują, że wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet:

- wspiera **równość** mężczyzn i kobiet w zakresie udziału w życiu gospodarczym;
- pomaga zmniejszyć **lukę płacową między kobietami a mężczyznami** oraz lukę w zatrudnieniu pomiędzy płciami;
- wspiera **odpowiednie warunki pracy**;
- pozwala wykorzystać potencjał społeczno-ekonomiczny kobiet;
- pośrednio wpływa na **jakość życia całych rodzin, lokalnych społeczności** oraz ogółu **społeczeństwa**;
- wyznacza kierunek w procesie wiodącym do **ograniczania ubóstwa**;
- umożliwia **dostęp do kapitału i usług finansowych**;
- pobudza powstawanie **nowych przedsiębiorstw** i stanowi wsparcie dla **gospodarek lokalnych**, pobudza **wydajność gospodarczą** oraz zwiększa poziom **dywersyfikacji gospodarczej**;
- pośrednio wpływa na **jakość życia całych rodzin, lokalnych społeczności** oraz ogółu **społeczeństwa**;
- wyznacza kierunek w procesie wiodącym do **ograniczania ubóstwa**;
- wspiera **odpowiednie warunki pracy**.

## Jakie narzędzia wspierają wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet?

Istnieje szeroki wachlarz narzędzi uważanych za kluczowe i niezbędne na początkowym etapie procesu wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet. Na świecie obserwujemy jednak znaczne różnice w sposobie ich wdrażania. Ogólnie rzecz biorąc, swoją skuteczność we wspieraniu WEE udowodniły w praktyce narzędzia wymienione poniżej:

- *Umożliwienie kobietom podejmowania niezależnych decyzji;*
- *Otwarta dyskusja na temat ewolucji norm społecznych;*
- *Dostęp do edukacji i szkoleń;*
- *Dostęp do dochodów;*
- *Dostęp do godnych i elastycznych możliwości zatrudnienia;*
- *Dostęp do pomocy w opiece nad dziećmi;*
- *Zachęty dla mężczyzn do przejęcia części obowiązków opiekuńczych i rodzinnych;*
- *Polityki promujące równość w miejscu pracy;*
- *Dostęp do usług finansowych;*
- *Wsparcie dla przedsiębiorczości kobiet.*

## Kim są inicjatorzy zmian i w jaki sposób mogą podjąć aktywność?

Zarówno kobiety, jak i mężczyźni odgrywają odmienne role w różnych społeczeństwach i gospodarkach. Ze względu na obiektywnie istniejące bariery, kobiety mają trudności z uzyskaniem dostępu do takich samych możliwości na rynku pracy jak mężczyźni. Celem wzmocnienia pozycji

gospodarczej kobiet jest równe uczestnictwo w rynku i równy dostęp do zasobów zarówno po stronie mężczyzn, jak i kobiet.

Istnieją różne podmioty dysponujące różnymi narzędziami i możliwościami wpływu na wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet. W gronie tym znajdują się same kobiety, ale także mężczyźni, pracodawcy, związki zawodowe, czy państwo. Wielu ekonomistów przyznaje, że tworzenie sprzyjających warunków dla kobiet, umożliwiających im usamodzielnienie się oraz podjęcie aktywności na rynku pracy przyczynia się do ogólnego rozwoju i wzrostu dobrobytu. Z tego względu, wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet zyskuje na ważności jako temat uwzględniany w agendach podmiotów decyzyjnych i twórców polityk. Działania w tym obszarze wymagają jednak nie tylko systemowej zmiany polityczno-infrastrukturalnej, ale także zmiany naszego sposobu myślenia. Bez większego zaangażowania mężczyzn w opiekę nad dziećmi i obowiązki rodzinne nie uda się skutecznie zmienić tradycyjnego paradygmatu rodziny. Ponadto, każde narzędzie wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet należy oceniać indywidualnie przez pryzmat ogólnej sytuacji w danym kraju i wprowadzonych już polityk, biorąc pod uwagę cały kontekst społeczny.

Bardziej złożony obraz współzależności między płcią a gospodarką przeanalizowano w artykule „Feminist Economics” („*Ekonomia feministyczna*”). Osoby zainteresowane pogłębieniem swojej wiedzy na temat kluczowych założeń paradygmatu feministycznego i źródłowych przyczyn nierówności płci, zapraszamy do zapoznania się z powyższym artykułem, gdzie znajdą kolejną dawkę inspiracji.

## 2. Informacje szczegółowe

### Wprowadzenie

*Dlaczego wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet (WEE) jest istotne? Dlaczego należy wspierać wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet i inwestować w nie? Jak możemy pobudzić przedsiębiorczość kobiet jako narzędzie wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet?*

Na te i inne pytania odpowiadamy krok po kroku w treści poniższego artykułu zawierającego wprowadzenie do tematu, objaśnienie kontekstu oraz uzasadnienie potrzeby wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet, a także odpowiednie dane liczbowe ilustrujące kluczowe tezy padające w artykule. Znajdziecie tu również uporządkowany przegląd narzędzi i polityk wspierających wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet. Ponadto dowiedziecie się więcej na temat przedsiębiorczości jako skutecznego narzędzia wspierania kobiet i wzmocniania ich pozycji gospodarczej.

### W jaki sposób definiujemy wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet?

Istnieje kilka definicji terminu „wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet” (ang. „women economic empowerment”, w skrócie „WEE”). Tytułem przykładu, przedstawiamy poniżej trzy takie definicje sformułowane przez organizacje działające nie dla zysku:

*„CARE definiuje wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet jako proces, dzięki któremu kobiety zwiększają zakres posiadanych praw do zasobów ekonomicznych oraz zyskują możliwości podejmowania decyzji korzystnych z punktu widzenia ich samych oraz ich rodzin i lokalnych społeczności.” (1)*

*„Fundacja Billa i Melindy Gatesów definiuje wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet jako proces transformacji, który pomaga kobietom i dziewczętom przejść od ograniczonej władzy, ograniczonego głosu i ograniczonych możliwości wyboru w domu i w życiu gospodarczym do sytuacji, w której będą posiadać umiejętności, zasoby i możliwości niezbędne z punktu widzenia równego konkurencyjności na rynkach, a także siłę sprawczą pozwalającą im kontrolować zyski ekonomiczne oraz czerpać z nich korzyści.” (2)*

*„OXFAM definiuje wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet jako sytuację, w której kobiety mogą cieszyć się przysługującymi im prawami do kontrolowania zasobów, majątku, dochodów i własnego czasu i czerpania z nich korzyści oraz w której mają możliwość zarządzania ryzykiem i poprawy własnego statusu ekonomicznego i dobrostanu.” (3)*

Po zapoznaniu się z powyższymi definicjami, możemy już zidentyfikować istotne punkty wspólne, stanowiące kluczowe kryteria dla zrozumienia pojęcia WEE, a mianowicie **prawo do podejmowania decyzji, dostęp do potrzebnych zasobów oraz korzyści ekonomiczne.**

## Jakie ograniczenia i bariery napotykają kobiety ze względu na nierówną pozycję na rynku pracy?

Na pytanie dlaczego należy wspierać wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet i inwestować w kobiety można łatwo odpowiedzieć, jeśli przyjrzymy się ogólnemu kontekstowi sytuacji oraz danym liczbowym, zarówno w wymiarze globalnym, jak i europejskim.

Na całym świecie udział kobiet w rynku pracy jest niższy niż udział mężczyzn. Według statystyk MOP (4, str. 7) różnica między płciami w obszarze aktywności zawodowej w ujęciu globalnym w roku 2018 wynosiła 26,5% (na każdych 75,0 pracujących mężczyzn przypadało 48,5 pracujących kobiet). W Europie Północnej, Południowej i Zachodniej różnica między płciami w zakresie uczestnictwa w rynku pracy wynosiła 11,9% (pracowało tu 63,4% mężczyzn oraz 51,6% kobiet), zaś w Europie Wschodniej różnica ta wynosiła 15,2% (przy 67,0% pracujących mężczyzn i 51,8% pracujących kobiet).

Według publikacji [ONZ Kobiety: Facts and Figures: Economic Empowerment \(Fakty i liczby: Wzmocnienie pozycji gospodarczej \(5\)\)](#) sytuacja **na światowym rynku pracy** wyraźnie wskazuje na niekorzystną pozycję kobiet. Poniżej podsumowujemy najważniejsze fakty i przedstawiamy dane statystyczne (z naciskiem na kontekst europejski) ilustrujące następujące stwierdzenia:

- **Kobiety mają mniejsze szanse na uczestnictwo w rynku pracy w porównaniu z mężczyznami; są nadreprezentowane w zatrudnieniu na część etatu oraz zatrudnieniu nieformalnym, częściej mają niepewną sytuację zawodową, a w niektórych krajach są dyskryminowane przez prawo.**

Według danych zebranych przez ONZ Kobiety, wskaźnik aktywności zawodowej kobiet w wieku 25-54 lata wynosi 63% w porównaniu z 94% dla mężczyzn. W ujęciu globalnym, ponad 2,7 mld kobiet jest prawnie pozbawionych takiego samego wyboru pracy, jakim dysponują mężczyźni.

- **Kobiety są bardziej narażone na bezrobocie niż mężczyźni.**  
Statystyki Międzynarodowej Organizacji Pracy (4) pokazują, że światowa stopa bezrobocia w roku 2018 wynosiła 5,2% w przypadku mężczyzn i 6,0% w przypadku kobiet. Prognozy wskazują, że stosunkowo stabilny trend w tym zakresie utrzymywać się będzie do roku 2021. Według EUROSTATU (6), stopa bezrobocia w UE w roku 2018 wynosiła 6,6% w przypadku mężczyzn oraz 7,1% w przypadku kobiet.

- **Kobiety zarabiają mniej od mężczyzn.**  
Tak zwana luka płacowa między kobietami i mężczyznami to względna różnica w średniej godzinowej płacy brutto kobiet i mężczyzn. Według danych EUROSTATU (7), kobiety w UE w roku 2017 zarabiały za godzinę średnio o 16% mniej niż mężczyźni. Pomiedzy poszczególnymi państwami członkowskimi obserwuje się tu znaczące rozbieżności. Największa różnica w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn występuje w Estonii (25,6%), Republice Czeskiej (21,1%) oraz Niemczech (21,0%). Najniższą lukę płacową między kobietami i mężczyznami odnotowuje się z kolei w Rumunii (3,5%), Luksemburgu (5,0%) oraz we Włoszech (5,0%). Zmiany w tej kwestii postępują bardzo powoli – na przestrzeni ostatnich 7 lat luka płacowa zmniejszyła się o zaledwie 1%. Według danych Eurostatu, kobiety we Francji zarabiają średnio o 15,5% mniej niż mężczyźni. Przykładowo, w roku 2020, ze względu na nierówności płacowe, Francuzki zaczęły wykonywać swoją pracę „nieodpłatnie” już od 4 listopada.

- **Kobiety mają gorszy dostęp do ochrony socjalnej i usług finansowych.**  
Nierówności płci na rynku pracy skutkują gorszą dostępnością do ochrony socjalnej uzyskiwanej dzięki zatrudnieniu, w tym do emerytur, zasiłków dla bezrobotnych, czy

świadczeń związanych z ochroną macierzyństwa. Niższe płace przekładają się również na ograniczony dostęp do kapitału finansowego.

- **Kobiety mają trudności w uzyskaniu awansu na najwyższe stanowiska kierownicze.**  
Kobiety napotykać także inne bariery, takie jak tzw. „szklany sufit”, będący metaforą barier, z jakimi kobiety mierzą się w procesie awansowania na wysokie stanowiska. Tylko 5% prezesów w rankingu Fortune 500 to kobiety.
- **Kobiety ponoszą nieproporcjonalnie większą odpowiedzialność za wykonywanie nieodpłatnych i formalnie nieuznawanych za pracę obowiązków opiekuńczych.**  
Nieodpłatnie wykonywana przez kobiety praca opiekuńcza nie jest nadal formalnie uznawana, mimo jej znaczenia dla funkcjonowania gospodarki. Według danych ONZ Kobiety (5), kobiety poświęcają około 2,5 razy więcej czasu na wykonywanie nieodpłatnych obowiązków opiekuńczych niż mężczyźni. Gdyby nieodpłatna praca kobiet została przeliczona na pieniądze, jej wartość odpowiadałaby od 10 do 39% PKB.
- **Kobiety rzadziej zostają przedsiębiorcami.**  
W 40% gospodarek, kobiety od niedawna prowadzące działalność gospodarczą (czyli będące młodymi przedsiębiorcami lub początkującymi właścicielkami firm) stanowią jedynie połowę lub mniej niż połowę grupy aktywnych mężczyzn-przedsiębiorców (8).

## Jakie pozytywne skutki przynosi wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet?

Pozyskując wsparcie w kontekście promowania wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet, warto udowodnić pozytywny wpływ gospodarczy i społeczny takich działań. Istnieje szereg studiów i badań (zob. „Bibliografia”) potwierdzających pozytywny wpływ wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet na ogólny dobrobyt gospodarczy i społeczny.

Ustalenia poczynione w toku przedmiotowych studiów i badań wskazują, że wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet:

- wspiera **równość** mężczyzn i kobiet w zakresie udziału w życiu gospodarczym;
- pomaga zmniejszyć **lukę płacową między kobietami a mężczyznami** oraz lukę w zatrudnieniu między płciami;
- wspiera **odpowiednie warunki pracy**;
- pozwala wykorzystać potencjał społeczno-ekonomiczny kobiet;
- pośrednio wpływa na **jakość życia całych rodzin, lokalnych społeczności** oraz ogółu **społeczeństwa**;
- wyznacza kierunek w procesie wiodącym do **ograniczania ubóstwa**;
- ułatwia **dostęp do kapitału i usług finansowych** oraz pozwala wykorzystać potencjał społeczno-ekonomiczny kobiet;
- pobudza powstawanie **nowych przedsiębiorstw** i stanowi wsparcie dla **gospodarek lokalnych**, pobudza **wydajność gospodarczą** oraz zwiększa poziom **dywersyfikacji gospodarczej**;
- pośrednio wpływa na **jakość życia całych rodzin** (wzrost dochodów gospodarstw domowych, lepszy poziom opieki zdrowotnej, lepsza jakość odżywiania, planowanie rodziny, zwiększony dobrostan, większe inwestycje w edukację dzieci itp.), **społeczności lokalnych**, a także ogółu **społeczeństwa** (podatki, składki na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne);
- **ograniczania ubóstwa**;
- wspiera **odpowiednie warunki pracy** (sprawiedliwe wynagrodzenie, bezpieczne warunki pracy, zapobieganie przemocy seksualnej i przemocy ze względu na płeć).



## Jakie narzędzia wspierają wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet?

Istnieje szeroki wachlarz narzędzi uważanych za kluczowe i niezbędne na początkowym etapie procesu wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet. Na świecie obserwujemy jednak znaczne różnice w sposobie ich wdrażania. Ogólnie rzecz biorąc, swoją skuteczność we wspieraniu WEE udowodniły w praktyce narzędzia wymienione poniżej:

- **Umożliwienie kobietom podejmowania niezależnych decyzji** (tworzenie warunków wolnych od ograniczeń prawnych ze względu na płeć, wolnych od gróźb przemocy itp.).
- **Otwarta dyskusja na temat ewolucji norm społecznych** (omawianie sztywnych norm społecznych związanych z płcią, podejmowanie próby podważenia uprzedzeń i stereotypów w stylu: „kobiety powinny zajmować się domem i dziećmi, a mężczyźni zapewniać byt swoim rodzinom i realizować się na rynku pracy”).
- **Dostęp do edukacji i szkoleń** (równy dostęp dziewcząt i młodych kobiet do szkół i uniwersytetów, edukacja w zakresie przedsiębiorczości, znajomość finansów i ekonomii, kształcenie zawodowe, podnoszenie kwalifikacji i przekwalifikowanie, szkolenia technologiczne i cyfrowe pozwalające nadążyć za zmianami na rynku pracy itp.).
- **Dostęp do dochodów oraz godnych i elastycznych możliwości zatrudnienia** (tworzenie warunków umożliwiających kobietom integrację z rynkiem pracy)
- **Dostęp do pomocy w opiece nad dziećmi** (przystępne cenowo placówki opieki nad dziećmi, tworzenie alternatywnych form opieki nad dziećmi, wzajemne wsparcie w ramach społeczności lokalnej itp.). Na przykład w Republice Czeskiej opieka publiczna nad dziećmi w wieku przedszkolnym jest dofinansowywana na poziomie pozwalającym na pokrycie większości rzeczywiście ponoszonych kosztów. Ze względu na brak infrastruktury publicznej, formalne uznanie opieki nad dziećmi za pracę i jej częściowe finansowanie przez sektor publiczny może odbywać się za pośrednictwem form alternatywnych, pod warunkiem spełnienia wszystkich kryteriów i wymogów).
- **Łańcuch wartości sprzyjający włączeniu** (tworzenie korzystnych warunków dla małych przedsiębiorstw tak, aby pomóc im w procesie dostarczania produktów/usług od etapu projektowania, poprzez etap wytwarzania, aż po dostawę do klientów – np. poprzez priorytetowe traktowanie i promowanie małych przedsiębiorców i lokalnych gospodarek, zapewnianie szkoleń uświadamiających w obszarze równości płci na poziomie lokalnym (wojewódzkim oraz powiatowym/gminnym), edukacja konsumentów itp.).
- **Polityki promujące równość w miejscu pracy** (wsparcie dla wdrażania polityk różnorodności i włączenia w miejscu pracy; Na przykład Komisja Europejska ustanowiła [unijną platformę Kart różnorodności](#) jako miejsce spotkań, dyskusji i wymiany doświadczeń dla organizacji pozarządowych, organów publicznych, przedsiębiorstw prywatnych itp.).
- **Dostęp do usług finansowych** (w tym np. do pożyczek/kredytów, rachunków bankowych, niskiego/zerowego oprocentowania pożyczek/kredytów).
- **Wsparcie dla przedsiębiorczości kobiet** (poprzez edukację, tworzenie sieci kontaktów, równy dostęp do kapitału, sieci biznesowe itp.).
- **Zachęty dla mężczyzn do przejęcia części obowiązków opiekuńczych i rodzinnych** (np. w Niemczech obojgu rodzicom przysługuje wspólnie przez okres 14 miesięcy świadczenie rodzicielskie na każde dziecko, przy czym czas opieki może być dzielony dowolnie między rodzicami. Ponieważ z możliwości tej korzystają przede wszystkim kobiety, dwa z 14 miesięcy urlopu muszą zostać wykorzystane przez drugiego rodzica (głównie ojca) – w przeciwnym razie prawo do świadczenia wygasa).



## Kim są potencjalni inicjatorzy zmian i w jaki sposób mogą podjąć aktywność?

Istnieją różne podmioty, dysponujące różnymi narzędziami i możliwościami wpływania na wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet:

### 1. Same kobiety

- wykorzystując możliwości edukacji i zaawansowanego szkolenia;
- wnioskując u pracodawców o podwyżkę wynagrodzenia;
- organizując życie rodzinne w sposób umożliwiający pogodzenie życia zawodowego i prywatnego oraz angażując ojców w obowiązki opiekuńcze;
- poprzez tworzenie sieci kontaktów, wzajemne wspieranie się i promowanie innych kobiet;
- zakładając własne firmy i zostając przedsiębiorcami.

### 2. Mężowie i ojcowie, koledzy z pracy

- przejmując część obowiązków opiekuńczych w rodzinie tak, aby zapewnić sprawiedliwy podział pracy;
- poprzez wspieranie kobiet w działaniach zmierzających do uzyskania sprawiedliwego i równego wynagrodzenia.

### 3. Pracodawcy

- nie dyskryminując kobiet w polityce płacowej;
- oferując pracę w niepełnym wymiarze godzin zarówno mężczyznom, jak i kobietom;
- oferując elastyczne warunki pracy;
- zapewniając opiekę nad dziećmi w firmach.

### 4. Związki zawodowe

- podejmując zdecydowane działania na rzecz grup społecznych o niskich dochodach i pracowników zatrudnionych w niepełnym wymiarze godzin;
- podejmując działania na rzecz skrócenia tygodniowego czasu pracy oraz zapewnienia właściwej równowagi między pracą a życiem osobistym dla wszystkich.

### 5. Państwo

- znosząc dyskryminujące przepisy prawa;
- poprzez wprowadzenie przepisów, które faworyzują i wspierają kobiety w obszarach, w których znajdują się one w niekorzystnej sytuacji strukturalnej;
- poprzez aktywne angażowanie się w zmianę wzorców kulturowych opartych o płęć;
- wprowadzając przepisy zmuszające pracodawców do eliminowania dyskryminacji oraz wspierania polityki prorodzinnej w swoich przedsiębiorstwach;
- zapewniając infrastrukturę niezbędną do sprawowania opieki nad dziećmi i osobami starszymi;
- działając w roli pracodawcy oferującego dobre warunki zatrudnienia dla kobiet.

Różne szkoły ekonomiczne, a także osoby o różnych poglądach politycznych będą skłaniać się ku różnym podejściom. Podstawowe różnice widać najlepiej w ramach dwóch podejść opisanych poniżej.

## Podejście neoklasyczne i neoliberalne

Zgodnie z podejściem neoklasycznym, liberalizacja przyniesie większe korzyści kobietom, głównie poprzez zmniejszenie luki płacowej oraz luki w zatrudnieniu między płciami. W ramach podejścia neoliberalnego, równość płci i wzmocnienie pozycji kobiet postrzega się jako narzędzie rozwoju gospodarczego i sprawiedliwości społecznej. To same kobiety powinny być głównymi inicjatorami

zmian, zaś równość należy praktykować na poziomie indywidualnym. Rolą państwa jest zapobieganie dyskryminacji prawnej kobiet i zapewnienie im równego dostępu do edukacji, przy jednoczesnym skoncentrowaniu na liberalizacji rynku.

## Podejście feministyczne

Podejście feministyczne stawia w centrum uwagi wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet. Aktualnie funkcjonujący model ekonomiczny uznaje się za wadliwy. Nierówność płci jest bezpośrednio związana z nierównością ekonomiczną. Z tego powodu, feministyczne ekonomistki wzywają do fundamentalnej zmiany modeli ekonomicznych z myślą o zapewnieniu równości dla wszystkich. W ramach przedmiotowego podejścia wskazuje się również na konieczność poświęcenia większej uwagi ramom prawnym oraz kwestiom praw pracowniczych, godnego zatrudnienia, sektora opiekuńczego w gospodarce oraz innym obszarom istotnym z punktu widzenia wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet.

## Jakie kluczowe dokumenty programowe wspierają wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet?

Wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet to ważny temat o zasięgu globalnym. Wiele rządów zdaje sobie sprawę z potencjalnych korzyści upodmiotowienia gospodarczego kobiet dla rozwoju gospodarek krajowych i lokalnych. Poniżej zamieszczono więcej informacji na temat międzynarodowych i europejskich ram prawnych określających strategiczne cele i działania zmierzające do wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet.

### Szczebel międzynarodowy

- [Agenda 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju \(Organizacja Narodów Zjednoczonych\)](#)  
Wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet jest jednym z narzędzi wspierających osiągnięcie [Celów Zrównoważonego Rozwoju](#). Dotyczy to zwłaszcza celu 5. (równość płci) i celu 8. (godna praca i wzrost gospodarczy).
- [Panel wysokiego szczebla Sekretarza Generalnego ONZ ds. wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet](#), *„Nikt nie zostanie pominięty: Wezwanie do działania na rzecz zapewnienia równouprawnienia płci i wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet”*. (2016)  
Raport podkreśla znaczenie kształtowania polityki makroekonomicznej i instrumentów prawnych dla wspierania wzrostu sprzyjającego włączeniu społecznemu i wzmocnieniu pozycji gospodarczej kobiet.

### Szczebel europejski

- [Strategiczne zaangażowanie na rzecz równości płci na lata 2016-2019](#)  
Dokument strategiczny Komisji Europejskiej określający priorytety i kluczowe działania na rzecz równości kobiet i mężczyzn.
- [Strategia Rady Europy na rzecz równości płci na lata 2018-2023](#)  
Dokument strategiczny Rady Europy określający cele i zadania strategiczne w zakresie wspierania równości płci.

## Przedsiębiorczość kobiet jako narzędzie wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet

Rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej może stanowić jedno z najpotężniejszych narzędzi wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet. Mimo to, to właśnie kobiety rzadziej zostają przedsiębiorcami. W tym miejscu można by wymienić cały szereg czynników tworzących bariery lub ograniczenia dla kobiet w rozpoczynaniu własnej działalności – garść przykładów przytoczono poprzednim tekście.

Istnieje jednak wystarczająco dużo narzędzi wsparcia, inicjatyw lub udanych projektów, które mogą posłużyć za inspirację większej liczbie kobiet pragnących zostać przedsiębiorcami. W ostatecznym rozrachunku dysponować będziemy jeszcze większą ilością empirycznych danych liczbowych, mogących przekonać kluczowych decydentów o potencjale kryjącym się w przedsiębiorczości kobiet z punktu widzenia wzrostu dobrobytu gospodarczego i społecznego.

### **Jakie są najbardziej interesujące ustalenia dotyczące globalnej przedsiębiorczości kobiet?**

Globalny Monitor Przedsiębiorczości podsumował wyniki analizy udziału kobiet w działaniach przedsiębiorczych, przeprowadzonej w 59 gospodarkach w publikacji zatytułowanej [Raport na temat przedsiębiorczości kobiet 2018/2019](#) (9).

- Wskaźnik całkowitej przedsiębiorczości (TEA) wśród osób dorosłych w wieku produkcyjnym (tj. w przedziale wiekowym 18–64 lata) na całym świecie wynosi w przypadku kobiet 10,2%.
- Najwyższe wskaźniki TEA dla kobiet odnotowuje się w Afryce Subsaharyjskiej (21,8%) i Ameryce Łacińskiej (17,3%), natomiast najniższe w Europie (6%) oraz na Bliskim Wschodzie i w Afryce Północnej (tj. w krajach regionu MENA) (9%). Z drugiej strony, w krajach MENA obserwujemy najwyższy wskaźnik deklarowanego zamiaru podjęcia działalności gospodarczej przez kobiety (36,6%).
- W dziewięciu krajach deklarowana aktywność przedsiębiorcza kobiet jest taka sama, jak aktywność mężczyzn lub wyższa. Do grupy tej należą: Angola, Ekwador, Indonezja, Kazachstan, Madagaskar, Panama, Katar, Tajlandia i Wietnam.
- Kobiety w krajach o wyższych dochodach wykazują mniejszą skłonność do zakładania własnej działalności gospodarczej niż kobiety w krajach o niższych dochodach, przy czym najniższe wskaźniki odnotowuje się w Europie (8,5%).
- Wskaźniki zaprzestania działalności są wyższe w krajach o niskich dochodach (około 5%) – najwyższe w Afryce Subsaharyjskiej (10,1%), zaś najniższe w Europie (1,4%).
- Najwyższy wskaźnik samodzielnej aktywności zawodowej występuje wśród kobiet w wieku 25-34 lata i 35-44 lata i rośnie wraz z poziomem wykształcenia.
- Na całym świecie własną działalność gospodarczą prowadzi samodzielnie (bez współzałożycieli i pracowników) 36,4% kobiet. Tylko 2,5% kobiet-przedsiębiorców zatrudnia powyżej 20 pracowników.
- W skali globalnej, 53,4% kobiet prowadzi własną działalność gospodarczą w sektorze handlu hurtowego i detalicznego. Kobiety są również aktywne głównie w administracji, służbie zdrowia/edukacji i usługach socjalnych. Niezależnie od powyższego, kraje o wysokich dochodach odnotowują odwrotną tendencję – tu kobiety działają głównie w sektorze usług finansowych, profesjonalnych i konsumenckich.
- W porównaniu z mężczyznami, kobiety deklarują mniejszą pewność siebie jeśli chodzi o kompetencje niezbędne do założenia własnej firmy.

### **Dyskurs krytyczny związany z koniecznością uwzględnienia ogólnego kontekstu**

Należy wspomnieć, że wspieranie przedsiębiorczości nie może być postrzegane jako potężne narzędzie wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet bez uwzględnienia całego kontekstu społecznego.

Przykładowo, w Niemczech we wczesnych latach 2000 rząd promował indywidualną przedsiębiorczość, jednocześnie ograniczając prawa gwarantowane pracownikom. W efekcie obniżeniu uległo poczucie bezpieczeństwa zatrudnienia, wzrosła zaś niepewność dotycząca warunków zatrudnienia. Dlatego też każde narzędzie wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet należy oceniać indywidualnie, tj. przez pryzmat ogólnej sytuacji w danym kraju i wprowadzonych już polityk.

## **Rekomendowane źródła**

Osoby pragnące dowiedzieć się więcej na temat wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet i pragnące na bieżąco śledzić rozwój sytuacji w tym obszarze powinny zapoznać się z następującymi źródłami:

- **KOMISJA EUROPEJSKA:** [https://ec.europa.eu/international-partnerships/topics/empowering-women-and-girls\\_en](https://ec.europa.eu/international-partnerships/topics/empowering-women-and-girls_en)
- **ONZ KOBIECY:** <https://www.unwomen.org/en/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures>
- **OECD:** <http://www.oecd.org/development/womens-economic-empowerment.htm>
- **UNDP:** <https://www.undp.org/content/undp/en/home/2030-agenda-for-sustainable-development/people/gender-equality/women-s-economic-empowerment.html>
- **MFW:** <https://www.imf.org>
- **NIERÓWNOŚCI EKONOMICZNE WEDŁUG PŁCI:** <https://ourworldindata.org/economic-inequality-by-gender#women-often-have-no-control-over-their-personal-earned-income>

## **Wnioski i perspektywy na przyszłość**

Zarówno kobiety, jak i mężczyźni odgrywają odmienne role w różnych społeczeństwach i gospodarkach. Ze względu na obiektywnie istniejące bariery, kobiety mają trudności z uzyskaniem dostępu do takich samych możliwości na rynku pracy jak mężczyźni. Celem wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet jest równe uczestnictwo w rynku i równy dostęp do zasobów zarówno po stronie mężczyzn, jak i kobiet. Wielu ekonomistów przyznaje, że tworzenie sprzyjających warunków dla kobiet, umożliwiających im usamodzielnienie się oraz podjęcie aktywności na rynku pracy przyczynia się do ogólnego rozwoju i wzrostu dobrobytu. Z tego względu, wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet zyskuje na ważności jako temat uwzględniany w agendach podmiotów decyzyjnych i twórców polityk.

Niezależnie od powyższego, prawdziwa zmiana wymaga nie tylko systemowej zmiany polityczno-infrastrukturalnej, ale także zmiany naszego sposobu myślenia. Bez większego zaangażowania mężczyzn w opiekę nad dziećmi i obowiązki rodzinne nie uda się skutecznie zmienić tradycyjnego paradygmatu rodziny. Ponadto wdrożenie środków, które pozwolą doprowadzić do realnych, długofalowych i skutecznych zmian nie uda się na pewno bez uwzględnienia całościowego kontekstu historycznego, społecznego i gospodarczego oraz specyfiki poszczególnych krajów i społeczności.

Bardziej złożony obraz współzależności między płcią a gospodarką przeanalizowano w artykule „Feminist Economics” („*Ekonomia feministyczna*”). Osoby zainteresowane pogłębieniem swojej

wiedzy na temat kluczowych założeń paradygmatu feministycznego i źródłowych przyczyn nierówności płci, zapraszamy do zapoznania się z artykułem, gdzie znajdą kolejną dawkę inspiracji.

## Słowniczek

### **Dyskryminacja**

Różnicowanie ludzi na podstawie różnych czynników, takich jak płeć, rasa, wiek, pochodzenie, kolor skóry, orientacja seksualna itp. Dyskryminacja jest źródłem do nierównego lub krzywdzącego traktowania osób.

### **Równość płci**

Stan równego dostępu do zasobów i możliwości niezależnie od płci. Wskaźnik równouprawnienia płci to złożony wskaźnik oparty na ramach polityki unijnej, pomagający mierzyć i monitorować postępy w zakresie równości w całej Unii Europejskiej. Obecny wskaźnik równouprawnienia płci dla UE wynosi 67,4 na 100 (EIGE, 2019). Najlepsze wyniki uzyskano w kategorii „zdrowie” (88,1 pkt) i „pieniądze” (80,4 pkt). Najgorsze wyniki uzyskano z kolei w kategorii „władza” (51,9 pkt).

### **Luka płacowa między kobietami i mężczyznami**

Różnica między średnimi godzinowymi stawkami płac pomiędzy mężczyznami i kobietami. Według danych Komisji Europejskiej (2018), kobiety w Unii Europejskiej zarabiają ponad 16% mniej niż mężczyźni. Największa różnica w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn występuje w Niemczech (20,8%), Republice Czeskiej (21,1%) i Estonii (25,6%). Najniższą lukę płacową między kobietami i mężczyznami obserwuje się w Rumunii (3,5%), Luksemburgu (5,0%) i we Włoszech (5,0%).

### **Łańcuch wartości sprzyjający włączeniu**

Tworzenie korzystnych warunków dla małych przedsiębiorstw tak, aby pomóc im w procesie dostarczania produktów/usług od etapu projektowania, poprzez etap wytwarzania, aż po dostawę do klientów. Możliwe sposoby budowania łańcucha wartości sprzyjającego włączeniu to np. priorytetowe traktowanie i promowanie małych przedsiębiorców i lokalnych gospodarek, zapewnianie szkoleń uświadamiających w obszarze równości płci na poziomie lokalnym (wojewódzkim oraz powiatowym/gminnym), edukacja konsumentów itp.

### **Praca nieodpłatna**

Praca, w wyniku której wytwarzane są towary lub usługi, ale która nie jest bezpośrednio wynagradzana. Przykładowo, do pracy nieodpłatnej zalicza się wykonywanie obowiązków opiekuńczych czy prac domowych. Obowiązki wykonywane w ramach pracy nieodpłatnej nie są równo rozłożone pomiędzy kobiety i mężczyzn. Według danych Komisji Europejskiej (2018), kobiety korzystają z większej ilości dni wolnych pracy, aby opiekować się dziećmi lub innymi członkami rodziny (kobiety spędzają 36 godzin tygodniowo opiekując się osobami dorosłymi i dziećmi oraz wykonując prace domowe, podczas gdy mężczyźni poświęcają nieodpłatnej pracy średnio 21 godzin w tygodniu).

### **Niepełna sytuacja zawodowa**

Pojęcie to odnosi się do pracy niedającej poczucia stabilizacji i podatnej na wahania koniunktury. Termin ten odnosi się do nieopłacanych pracowników rodzinnych oraz osób pracujących na własny rachunek.

### **Wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet**

Proces wspierania kobiet w zdobywaniu uprawnień do podejmowania decyzji oraz uzyskiwaniu dostępu do niezbędnych zasobów i czerpaniu z nich korzyści ekonomicznych.



### **Dobrostan**

Stan, w którym doświadczymy się zdrowia, szczęścia i dobrobytu. Według Carol Ryff, głównymi czynnikami, mającymi kluczowe znaczenie z punktu widzenia ogólnego dobrostanu, są: samoakceptacja, rozwój osobisty, posiadanie celu w życiu, zdolność panowania nad warunkami zewnętrznymi (siła sprawcza), autonomia oraz pozytywne relacje z innymi. Poczucie własnej siły ekonomicznej przyczynia się do wzmocnienia czynników składających się na dobrostan.

## Referencje

**(1) CARE INTERNATIONAL. Wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet.**

Materiały dostępne pod adresem: <https://www.care-international.org/what-we-do/womens-economic-empowerment>

**(2) FUNDACJA BILLA I MELINDY GATESÓW. Wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet.** Materiały dostępne pod adresem:

<https://www.gatesfoundation.org/equal-is-greater/our-approach/>

**(3) OXFAM. Ramy koncepcyjne OXFAM dotyczące wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet.**

Materiały dostępne pod adresem: <http://www.wocan.org/sites/default/files/gt-framework-womens-economic-empowerment-230517-en.pdf>

**(4) Międzynarodowa Organizacja Pracy (MOP). World Employment and Social Outlook: Trends for Women 2018: Global Snapshot (Perspektywy społeczne i perspektywy w obszarze zatrudnienia na świecie: Trendy dotyczące kobiet w roku 2018 w ujęciu globalnym) (Genewa, 2018).**

Materiały dostępne pod adresem: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_619577.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_619577.pdf)

**(5) ONZ KOBIETY. Facts and Figures. Economic Empowerment (Fakty i liczby: Wzmocnienie pozycji gospodarczej) (2018).**

Materiały dostępne pod adresem: <https://www.unwomen.org/en/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures>

**(6) KOMISJA EUROPEJSKA. Luka płacowa między kobietami i mężczyznami w UE.**

Materiały dostępne pod adresem: [https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/equal-pay/gender-pay-gap-situation-eu\\_en](https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/equal-pay/gender-pay-gap-situation-eu_en)

**(7) EUROSTAT. Statystyki dotyczące bezrobocia (2019).**

Materiały dostępne pod adresem: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment\\_statistics#Male\\_and\\_female\\_unemployment](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Unemployment_statistics#Male_and_female_unemployment)

**(8) GLOBALNY MONITOR PRZEDSIĘBIORCZOŚCI. 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report (Raport na temat przedsiębiorczości kobiet 2018/2019) (2019).**

Materiały dostępne pod adresem: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-20182019-womens-entrepreneurship-report>

**(9) PROGRAM NARODÓW ZJEDNOCZONYCH DS. ROZWOJU. Wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet:**

<https://www.undp.org/content/undp/en/home/gender-equality/women-s-economic-empowerment.html>

**(10) Panel wysokiego szczebla Sekretarza Generalnego ONZ ds. wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet, „Nikt nie zostanie pominięty: Wezwanie do działania na rzecz zapewniania równouprawnienia płci i wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet” (2016).** Materiały dostępne pod adresem:

<https://www.empowerwomen.org/-/media/files/un%20women/empowerwomen/resources/hlp%20briefs/unhlp%20full%20report.pdf?la=en>

(11) **MIĘDZYNARODOWY FUNDUSZ WALUTOWY.** Dążenie do wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet.

Materiały dostępne pod adresem: <https://www.imf.org/en/Publications/Policy-Papers/Issues/2018/05/31/pp053118pursuing-womens-economic-empowerment>

(12) **MIĘDZYNARODOWA ORGANIZACJA PRACY.** Promowanie wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet w pracy poprzez odpowiedzialne prowadzenie biznesu w krajach grupy G7.

Materiały dostępne pod adresem: [https://www.ilo.org/empent/Projects/WCMS\\_646572/lang-en/index.htm](https://www.ilo.org/empent/Projects/WCMS_646572/lang-en/index.htm)

(13) **BROOKINGS.** Promowanie wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet: Misja niemożliwa?

Materiały dostępne pod adresem:

<https://www.brookings.edu/blog/future-development/2019/10/28/promoting-womens-economic-empowerment-mission-impossible/>

(14) **USAID.** Wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet.

Materiały dostępne pod adresem: <https://www.usaid.gov/what-we-do/gender-equality-and-womens-empowerment/womens-economic-empowerment>

(15) **KOMISJA EUROPEJSKA** Większa liczba kobiet pracujących a wzrost gospodarczy: Współpraca Unii Europejskiej i ONZ Kobiety na rzecz wzmocnienia praw ekonomicznych i możliwości kobiet w Azji.

Materiały dostępne pod adresem: [https://ec.europa.eu/fpi/news/eu-and-un-women-partner-to-boost-women-economic-empowerment\\_en](https://ec.europa.eu/fpi/news/eu-and-un-women-partner-to-boost-women-economic-empowerment_en)

(16) **OXFAM.** Wzmacnianie pozycji gospodarczej kobiet – przewodnik po zasobach. Materiały dostępne pod adresem:

<https://views-voices.oxfam.org.uk/wee-resources/index.html>

(17) **PARLAMENT EUROPEJSKI.** Raport w sprawie wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet w sektorach prywatnym i publicznym w UE (2017/2008 (INI)).

Materiały dostępne pod adresem:

[http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0271\\_EN.html](http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0271_EN.html)

(18) **KOMISJA EUROPEJSKA.** Raport w sprawie równości kobiet i mężczyzn w UE (2018). Materiały dostępne pod adresem: [https://ec.europa.eu/newsroom/just/document.cfm?doc\\_id=50074](https://ec.europa.eu/newsroom/just/document.cfm?doc_id=50074)

(19) **EUROSTAT.** Statystyki dotyczące płci.

Materiały dostępne pod adresem: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Gender\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Gender_statistics)

(20) **Strategiczne zaangażowanie na rzecz równości płci w latach 2016–2019.**

Materiały dostępne pod adresem:

[https://ec.europa.eu/anti-trafficking/eu-policy/strategic-engagement-gender-equality-2016-2019\\_en](https://ec.europa.eu/anti-trafficking/eu-policy/strategic-engagement-gender-equality-2016-2019_en)

(21) **ESTEBAN ORTIZ-OSPINA, MAX ROSE.** Nierówność ekonomiczna według płci (2018, 2019).

Materiały dostępne pod adresem: <https://ourworldindata.org/economic-inequality-by-gender>

### 3. Materiały szkoleniowe

#### Pomóż Jane odnieść sukces w roli przedsiębiorcy!

Aktywność	Pomóż Jane odnieść sukces w roli przedsiębiorcy!
<b>Informacje ogólne</b>	<p>Poniżej zamieszczono zestaw ćwiczeń tworzących ustrukturyzowany scenariusz warsztatów, które można przeprowadzić w ciągu 4 godzin. Ponieważ przedsiębiorczość kobiet może być jednym z najpotężniejszych narzędzi wspierających wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet, to właśnie ten temat wybraliśmy na motyw przewodni części edukacyjnej.</p> <p>W pierwszej kolejności uczestnicy powinni zapoznać się z treścią artykułu, ponieważ ćwiczenia odwołują się do zawartych w nim informacji. Scenariusz warsztatów prowadzi uczestników krok po kroku przez proces opracowywania pomysłu na biznes. Uczestnicy poznają Jane i jej rodzinę, a w trakcie warsztatów pomagają Jane rozwinąć pomysł na biznes. Dzięki temu sami zdobywają praktyczne umiejętności, które mogą potencjalnie wykorzystać we własnej działalności gospodarczej, a jednocześnie zgłębiają pojęcie przedsiębiorczości jako narzędzia prowadzącego do wzmocnienia pozycji gospodarczej kobiet.</p>
<b>Cele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• uświadomienie uczestnikom barier i ograniczeń, jakie napotykają kobiety stając się przedsiębiorcami, oraz znalezienie strategii pokonywania przedmiotowych trudności;</li> <li>• wyposażenie uczestników w nowe umiejętności i wiedzę ułatwiające opracowanie pomysłu na biznes;</li> <li>• doskonalenie umiejętności analitycznych i prezentacyjnych.</li> </ul>
<b>Materiały</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arkusze pracy</li> <li>• Tablica flipchart, markery, karteczki samoprzylepne</li> <li>• Ewentualnie komputery z oprogramowaniem do tworzenia prezentacji</li> </ul>
<b>Czas realizacji</b>	<p>1/ Przełamanie pierwszych lodów (10 min.)</p> <p>2/ Wprowadzenie do warsztatów: cele i oczekiwane rezultaty (10 min.)</p> <p>3/ Poznajcie Jane!: Czytanie w grupach (10 min.)</p> <p>4/ Trzy kroki do sukcesu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opracowywanie pomysłu na biznes (30 min.)</li> <li>• Mapowanie środowiska: czynniki mikro i makro (30 min.)</li> <li>• Oferowanie wartości klientowi: Wasz klient (30 min.), propozycja wartości (30 min.)</li> </ul> <p>5/ Przedstawianie pomysłu na biznes (60 min.)</p> <p>6/ Refleksja (30 min.)</p>
<b>Wielkość grupy</b>	6-20 uczestników
<b>Instrukcje dla prowadzącego</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. W pierwszej kolejności wprowadź uczestników w temat i wyjaśnij im ogólną ideę warsztatów – pomoc Jane w zdobyciu pozycji odnoszącego sukcesy przedsiębiorcy.</li> <li>2. Podziel uczestników na grupy po 3-5 osób.</li> <li>3. Poleć uczestnikom, aby przeczytali wprowadzenie i zapoznali się z Jane i jej sytuacją.</li> </ol>

	4. Postępuj zgodnie z instrukcjami podanymi poniżej przy poszczególnych ćwiczeniach.
<b>Podsumowanie i ocena</b>	Przeznacz co najmniej 30 min. na końcowe podsumowanie i refleksję. Postępuj zgodnie z instrukcjami i pytaniami zawartymi w ostatniej części.
<b>Wskazówki dla prowadzącego</b>	<p><i>Potencjalne wyzwania:</i></p> <p>Uczestnicy mogą reprezentować różny poziom wiedzy i umiejętności na dany temat. Dlatego wskazane jest wcześniejsze dokonanie oceny uczestników i upewnienie się, że grupy zostały odpowiednio podzielone (poprzez wymieszanie uczestników bardziej doświadczonych z mniej doświadczonymi).</p> <p><i>Uwagi:</i></p>
Więcej szczegółów: <a href="http://economic-literacy.eu">http://economic-literacy.eu</a>	

## PRZEŁAMANIE LODÓW

Czas: 10 min.

Instrukcje: Poproś uczestników, aby powiedzieli 3 rzeczy o sobie (dwie prawdziwe i jedną nieprawdziwą) i pozwól innym uczestnikom odgadnąć, która z nich jest „kłamstwem”.

## WPROWADZENIE

Czas: 10 min.

Instrukcje: Objaśnij uczestnikom główne cele warsztatów oraz jaką wiedzę i umiejętności mają zdobyć w wyniku ich przeprowadzenia.

Jednym z najpotężniejszych narzędzi wspierających wzmocnienie pozycji gospodarczej kobiet jest rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej. Jak już wiemy, kobiety mają mniejsze szanse na zostanie przedsiębiorcami w porównaniu z mężczyznami. Jest wiele wyzwań, które kobiety muszą pokonać, aby odnieść sukces jako przedsiębiorcy. Kluczowymi czynnikami sukcesu są tu:

- znajomość własnego otoczenia oraz zdefiniowanie kluczowych zasobów, którymi dysponujemy i których potrzebujemy;
- znajomość własnego klienta i jego potrzeb;
- stworzenie wartości dla swojego klienta.

W trakcie warsztatów będziecie towarzyszyć Jane w procesie zakładania własnej firmy. Lepiej poznać ją samą i jej rodzinę. Wspólnie zdecydujecie, jaki pomysł na biznes będzie dla niej najlepszy, w tym z punktu widzenia zapewnienia stałego dochodu jej rodzinie.

## POZNAJCIE JANE!

Czas: 10 min.

Instrukcje: Podziel uczestników na grupy i poleć im, aby przeczytali poniższy tekst. Możesz przygotować tekst w postaci arkusza roboczego tak, aby wszystkie grupy miały go pod ręką.

- Jane jest 32-letnią matką dwójki dzieci: Sarah (3 lata) i Matthiasa (1 rok). Jane ma wykształcenie wyższe – ukończyła filologię angielską ze specjalizacją nauczycielską. Przed urodzeniem dzieci uczyła w liceum w centrum Pragi.
- Mąż Jane, Abdik, pochodzi z Arabii Saudyjskiej, gdzie mieszka jego rodzina, jest muzułmaninem i pracuje w biurze podróży. Rodzice Jane mieszkają na wsi, daleko od Pragi i nie mają dobrych kontaktów z Jane, ponieważ nie pochwalają jej wyboru partnera życiowego.
- Jane mieszka ze swoim mężem Abdikiem w niewielkim domu z ogrodem na przedmieściach Pragi. Jest tam tylko jedno przedszkole i nie ma już w nim wolnych miejsc. Od czasu urodzenia pierwszego dziecka Jane nie pracuje zawodowo i zajmuje się domem i dziećmi. Jane miała jednak w sobie zawsze dużo ciekawości świata i uwielbiała uczyć się nowych rzeczy. Podczas urlopu rodzicielskiego nauczyła się tworzyć strony internetowe, a także ukończyła kurs marketingu online. Jane zdaje sobie sprawę, że powrót do zawodu nauczyciela nie jest możliwy, ponieważ prywatne placówki opieki nad dziećmi są drogie, a jej były pracodawca nie oferował możliwości pracy w niepełnym wymiarze godzin lub z domu. Z tego powodu Jane myśli o założeniu własnej firmy, jednak nie jest pewna, co mogłaby zaoferować potencjalnym klientom.
- Niestety w wyniku pandemii COVID-19 Abdik stracił pracę, tak więc rodzina nie ma obecnie stałego dochodu. Abdik jest zarejestrowany w Urzędzie Pracy i dostaje 500 euro zasiłku miesięcznie. Jane otrzymuje nadal państwowe świadczenie przysługujące osobom na urlopie rodzicielskim w wysokości 400 euro miesięcznie. Miesięczne wydatki rodziny wynoszą około 800 euro miesięcznie.

### **POMÓŻCIE JANE W OPRACOWANIU JAK NAJLEPSZEGO POMYSŁU NA BIZNES**

- Jane zdecydowała, że to właściwy moment, aby zaryzykować i rozpocząć własną działalność. Zaoszczędziła około 3000 euro z przeznaczeniem na własną firmę. Ma też do dyspozycji samochód. Wie, jak uczyć języków obcych i doskonale posługuje się językiem angielskim, zdobyła również praktyczne umiejętności z zakresu marketingu i projektowania stron internetowych. Interesuje się również zdrowym stylem życia i upcyklingiem oraz tworzy ręcznie robioną biżuterię. Ponadto jest certyfikowanym instruktorem jogi.

### **TRZY KROKI DO SUKCESU**

#### **KROK 1 – OPRACOWYWANIE POMYSŁU NA BIZNES**

Teraz posiadacie już wiele informacji o Jane i jej sytuacji życiowej. Wiecie już, jakimi zasobami dysponuje Jane (wykształcenie, doświadczenie, finanse, zasoby materialne, takie jak dom, samochód itp.) oraz w jakim środowisku żyje (przedmieścia Pragi, polityczne i gospodarcze centrum Republiki Czeskiej, przy czym gospodarka boryka się obecnie z konsekwencjami pandemii COVID-19).

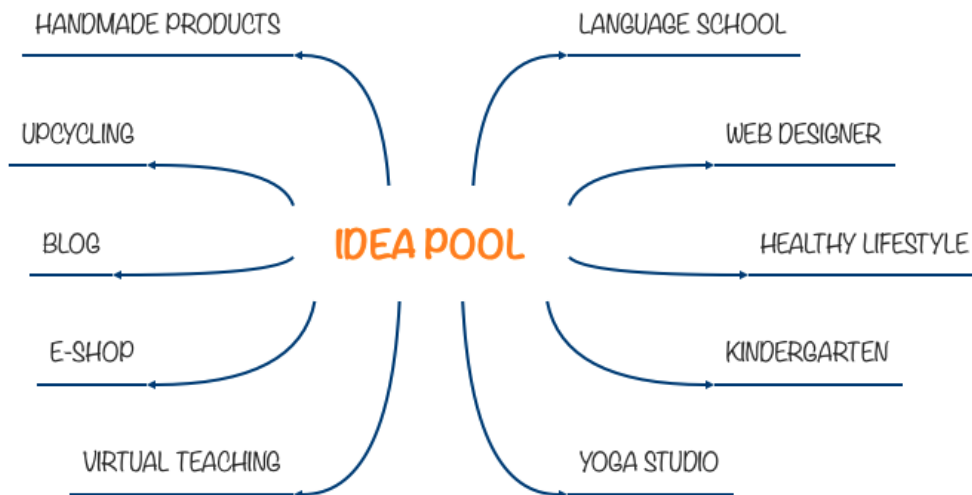
#### **ZBIÓR POMYSŁÓW NA BIZNES**

Czas: 30 min.

Instrukcje: [Pozwól uczestnikom pracować w grupach i opracować pomysł na biznes w oparciu o posiadane informacje na temat Jane, jej umiejętności oraz zasobów.](#)

Jaki pomysł na biznes zaproponowałibyście Jane? Zastanówcie się samodzielnie lub wybierzcie którąś z opcji ze zbioru pomysłów.





**ZBIÓR POMYSŁÓW**

- WYROBY RZEMIEŚLNICZE
- SZKOŁA JĘZYKOWA
- PROJEKTOWANIE STRON INTERNETOWYCH
- ZDROWY STYL ŻYCIA
- PRZEDSZKOLE
- STUDIO JOGI
- NAUCZANIE WIRTUALNE
- E-SKLEP
- BLOG
- UPCYCLING

**Notatki:**

Pomysł \_\_\_\_\_ na \_\_\_\_\_ biznes:  
 .....  
 .....

Oferowane \_\_\_\_\_ produkty/usługi:  
 .....  
 .....  
 .....

**KROK 2 – MAPOWANIE ŚRODOWISKA**

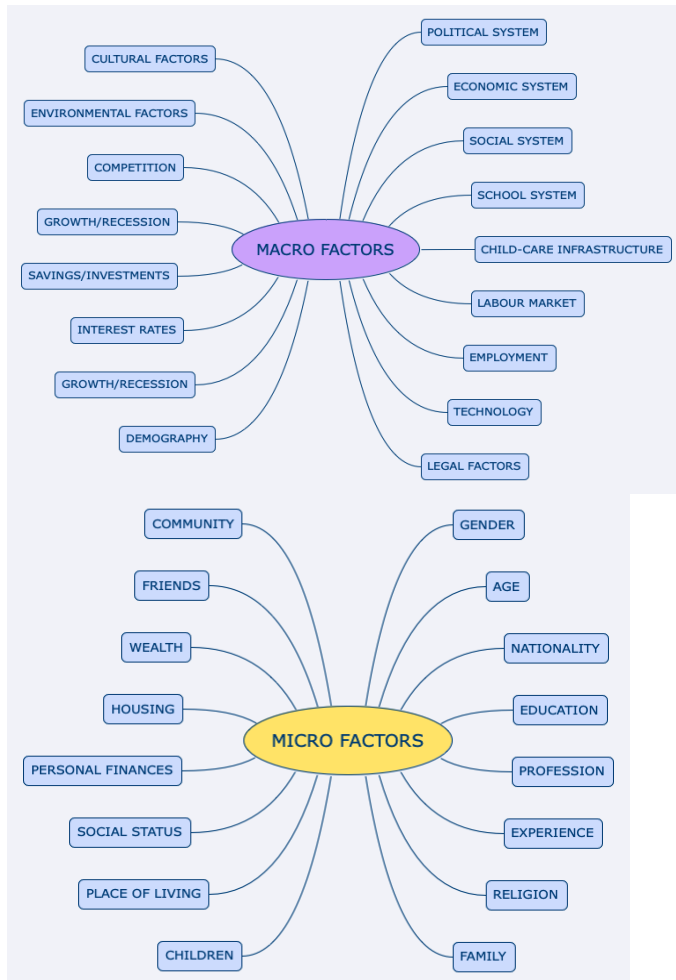
Czas: 30 min.: 15 min. dyskusja w grupach/15 min. podsumowanie z pytaniami uzupełniającymi  
 Instrukcje: Poleć uczestnikom, aby przedyskutowali w grupach ważne czynniki sprzyjające powodzeniu wybranego pomysłu na biznes lub utrudniające jego realizację.

Teraz posiadacie już wiele informacji o Jane i jej sytuacji życiowej. Poniżej znajdziecie dwie mapy myśli z kilkoma mikro i makro czynnikami sytuacyjnymi. Przedyskutujcie, czy czynniki te mogą wpłynąć na sukces lub porażkę firmy Jane i w jaki sposób.

Pytania uzupełniające:

1/Jakie czynniki uważacie za mające największy wpływ z punktu widzenia potencjalnego sukcesu wybranego pomysłu biznesowego?

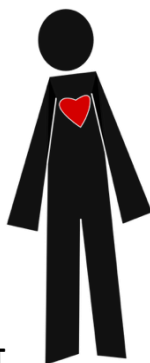
2/Jakie środki ostrożności/strategie ograniczania ryzyka zaproponowałibyście w kontekście tych czynników?



CZYNNIKI KULTUROWE	CZYNNIKI MAKRO	USTRÓJ POLITYCZNY
CZYNNIKI ŚRODOWISKOWE		SYSTEM GOSPODARCZY
KONKURENCJA		SYSTEM SPOŁECZNY
WZROST GOSPODARCZY/RECESJA		SYSTEM SZKOLNICTWA
OSZCZĘDNOŚCI/INWESTYCJE		INFRASTRUKTURA OPIEKI NA DZIEĆMI
STOPY PROCENTOWE		RYNEK PRACY
WZROST GOSPODARCZY/RECESJA		ZATRUDNIENIE
DEMOGRAFIA		TECHNOLOGIA
		CZYNNIKI PRAWNE
SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA	CZYNNIKI MIKRO	PŁEĆ
ZNAJOMI I PRZYJACIELE		WIEK
POZIOM ZAMOŻNOŚCI		NARODOWOŚĆ
WARUNKI MIESZKANIOWE		WYKSZTAŁCENIE
FINANSE OSOBISTE		ZAWÓD
STATUS SPOŁECZNY		DOŚWIADCZENIE
MIEJSCE ZAMIESZKANIA		WYZNANIE
DZIECI		RODZINA

### **KROK 3 – OFEROWANIE WARTOŚCI KLIENTOWI**

Stworzyliście już mapę środowiska, jesteście zatem lepiej przygotowani do opracowania własnego pomysłu na biznes z potencjałem na sukces.



#### **WASZ KLIENT**

Czas: 30 min.

**Instrukcje:** [Poprowadź uczestników przez proces definiowania klienta i jego profilu.](#)

Wiecie już dokładnie, jak wygląda Wasz pomysł na biznes i jakie produkty lub usługi zamierzacie zaoferować. Następnym ważnym krokiem jest zdefiniowanie swojego klienta.

**Zadanie:** Wyobraźcie sobie klienta jako osobę mającą własne życie, potrzeby, zainteresowania, nawyki i pragnienia. Spróbujcie opisać swojego typowego klienta tak szczegółowo, jak to tylko możliwe. Skorzystajcie z poniższej tabeli:

1/	Wiek:	.....		
2/	Płeć:	.....		
3/	Wykształcenie:	.....		
4/	Zawód:	.....		
5/	Dochód:	.....		
6/	Sytuacja rodzinna:	.....		
7/		Zainteresowania		i hobby:
		.....		
		.....		
		.....		
8/				Nawyki:
		.....		
		.....		
9/				Spółeczność:
		.....		
		.....		
		.....		
10/		Problemy		i potrzeby:
		.....		
		.....		
		.....		
11/		Pragnienia,	marzenia,	cele:
		.....		
		.....		
		.....		

## PROPOZYCJA WARTOŚCI

Czas: 30 min.

### Instrukcje:

Teraz znacie już swojego klienta lepiej. Wiecie jak żyje, jakie ma problemy, potrzeby i pragnienia. Aby jednak przyciągnąć klienta, musicie wykorzystać oferowane przez Was produkty lub usługi do stworzenia adresowanej do niego propozycji wartości.

Poniższe pytania pomogą Wam zdefiniować propozycję wartości:

1/ *Jakie problemy/wyzwania napotyka Wasz klient w życiu codziennym (w pracy, w domu)? Co sprawia, że czuje się źle, jest zirytowany, przerażony lub sfrustrowany? Czego brakuje Waszemu klientowi?*

2/ *O czym marzy Wasz klient? Co by go uszczęśliwiło?*

3/ *Jakie potrzeby emocjonalne pragnie zaspokoić Wasz klient? Jak chce się czuć Wasz klient?*

4/ *Jak Wasz klient pragnie być postrzegany przez innych? Czy status społeczny, dobry wygląd lub władza są dla niego ważne?*

5/ *Co ułatwiłoby życie lub pracę Waszemu klientowi?*

6/ *Jakiego rodzaju oszczędności doceniłby Wasz klient? Czasu, wysiłku, pieniędzy? Inne?*

7/ *Co jest ważne dla Waszego klienta (cena, jakość, dostępność, projekt/wzornictwo, gwarancja, niskie ryzyko, cechy szczególne itp.)?*



Określcie Waszą propozycję wartości:

**WASZE**

**produkty**

**i usługi**

.....  
.....

**WSPARCIE dla klienta**

.....  
.....

**ZAPOTRZEBOWANIE PO STRONIE KLIENTA (potrzeby, problemy, pragnienia)**

.....  
.....

**SPOSÓB REALIZACJI (propozycja wartości)**

.....  
.....

## PREZENTACJA POMYSŁU NA BIZNES

Czas: 60 min.

Instrukcje: Wyjaśnij uczestnikom, co rozumiesz poprzez prezentację pomysłu i pokieruj ich w trakcie przygotowywania prezentacji w grupach. Poleć uczestnikom, aby przygotowali prezentację w grupach, odpowiadając na kluczowe pytania. Możesz pozwolić uczestnikom na korzystanie z oprogramowania do prezentacji, w którym przygotowują slajdy (maks. 5). Maksymalny czas przygotowania: 30 min. + prezentacja 30 min. (maks. 2 min. na prezentację).

Teraz wiecie już, jakie produkty i usługi oferujecie, kim jest Wasz klient, jakie są jego potrzeby, i jaką wartość oferujecie. Czas przedstawić lub, jak to się mówi, „zaprezentować” swój pomysł na biznes. Będziecie mieli maksymalnie 2 minuty, aby przekonać resztę uczestników o wyjątkowości swojego pomysłu na biznes. Przygotujcie swoją prezentację w grupach, odpowiadając na następujące pytania:

1. *PROBLEM* – Na jaki problem/wyzwanie/potrzebę odpowiada Wasz produkt lub usługa?
2. *ROZWIĄZANIE* – Jakie rozwiązanie proponujecie, aby rozwiązać dany problem/zaspokoić daną potrzebę? Jaką wartość oferujecie Waszym klientom?
3. *RYNEK* – Kto jest Waszym klientem? Kto jest Waszym docelowym odbiorcą?
4. *WYJĄTKOWOŚĆ* – Co odróżnia Was od konkurencji?

## REFLEKSJA

Czas: 30 min.

Instrukcje: Poprowadź uczestników przez proces refleksji końcowej. Możesz narysować drzewo na tablicy flipchart i umieścić na nim czyste karteczki reprezentujące „jabłka na drzewie poznania”. Poproś wszystkich uczestników o zerwanie kilku jabłek (karteczek samoprzylepnych) i zapisanie odpowiedzi na następujące pytania:

### Refleksja dotycząca studium przypadku

- Jakie dalsze kroki zaproponowałibyście Jane, aby jej pomysł na biznes odniósł sukces?
- Jak myślicie, w jaki sposób założenie własnej firmy Jane zmieni jej życie rodzinne?

### Refleksja na temat korzyści osobistych

- Jaką wiedzę i jakie nowe umiejętności wynosicie z warsztatów?
- Co najbardziej Wam się podobało?
- Co było dla Was trudne?
- Jak zamierzacie wykorzystać zdobytą wiedzę?

## 4. Interaktywne uczenie się

### Ćwiczenia 1: Quiz

#### 1. Które stwierdzenie jest prawdziwe?

- a) Kobiety są nadreprezentowane na stanowiskach kierowniczych,
- b) Ekonomiczne upodmiotowienie kobiet (Women's economic empowerment, WEE) zwiększa różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn,
- c) Dostęp do opieki nad dziećmi wpływa na dostęp kobiet do rynku pracy.

#### 2. Które z poniższych narzędzi wspiera wzmocnienie ekonomiczne kobiet?

- a) sztywne godziny pracy,
- b) Dostęp do usług finansowych,
- c) Wysokie stopy procentowe.

#### 3. Które z poniższych stwierdzeń jest nieprawidłowe?

- a) Państwo może pozytywnie wpłynąć na ekonomiczne upodmiotowienie kobiet poprzez zniesienie dyskryminujących praw,
- b) Związki zawodowe mogą pozytywnie przyczynić się do ekonomicznego upodmiotowienia kobiet poprzez popieranie grup o wysokich dochodach,
- c) Pracodawcy mogą pozytywnie przyczynić się do ekonomicznego upodmiotowienia kobiet oferując kobietom telepracę.

#### 4. Które z poniższych są kluczowymi słowami związanymi z równością płci?

- a) dobrobyt, zrównoważenie, dostęp,
- b) praca nieodpłatna, ograniczenia, pieniądze,
- c) wydajność, stawka, dyskryminacja.

#### 5. Które z poniższych czynników przyczyniają się do dobrego samopoczucia?

- a) pożyczki i wydatki,
- b) zadłużenie i inwestycje,
- c) zdrowie i dobrobyt.

#### 6. Jakie zasoby są potrzebne do wsparcia pomysłu na biznes?

- a) kapitał,
- b) wahania gospodarcze,
- c) spadek wskaźnika równości.

#### 7. Jakie są mikrocynniki, które tworzą środowisko biznesowe?

- a) szkoła i system społeczny,
- b) wykształcenie, doświadczenie i status społeczny,
- c) środowisko naturalne & kryzys klimatyczny.

#### 8. Które z poniższych czynników są makroczynnikami tworzącymi środowisko biznesowe?

- a) płeć i wiek,
- b) rodzina i dzieci,
- c) demografia i zatrudnienie.





**9. Które z poniższych stwierdzeń jest nieprawidłowe?**

- a) Kluczowym czynnikiem decydującym o sukcesie firmy jest to, czy dostarczana jest wartość dla klienta,
- b) Usługi są bardziej innowacyjne niż produkty w integracyjnych łańcuchach wartości,
- c) Dobry pitch powinien opisywać problem, rozwiązanie, rynek i unikalność pomysłu biznesowego.

**10. Które z poniższych czynników są najbardziej przydatne przy próbie poznania potrzeb klienta?**

- a) wzrost gospodarczy i recesja,
- b) przyzwyczajenia i dochody,
- c) system bankowy.

## Ćwiczenia 2: Zaznacz wszystkie stwierdzenia, które są poprawne

Ekonomiczne upodmiotowienie kobiet:

- może mieć pozytywny wpływ na redukcję ubóstwa,
- zwiększa nierówności między gospodarkami światowymi,
- pomaga w tworzeniu bardziej elastycznych warunków pracy,
- pozytywnie przyczynia się do zmniejszenia różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn,
- przyczynia się do zmniejszenia propozycji wartości,
- nie uznaje pracy opiekuńczej,
- wpływa na dobrobyt społeczny,
- zamyka dyskusję o tym, jak zmienić normę społeczną,
- zmniejsza pożyczki,
- wspiera dostęp do opieki nad dziećmi,
- zwiększa produktywność ekonomiczną.

## Ćwiczenia 3: Tak, czy nie?

1. Praca nieodpłatna jest równo rozłożona między kobiety i mężczyzn. **NIE**
2. Pracodawcy mogą wspierać wzmocnienie ekonomiczne kobiet poprzez zapewnienie opieki nad dziećmi w miejscu pracy. **TAK**
3. Dyskryminacja prowadzi do naturalnej selekcji bardziej produktywnych obywateli. **NIE**
4. Różnica w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn to różnica między średnimi zarobkami godzinowymi kobiet i mężczyzn. **TAK**
5. Wskaźnik równości płci wskazuje na lepsze wyniki mężczyzn w pracy. **NIE**
6. Promowanie małych przedsiębiorców i lokalnych gospodarek wspiera inkluzywne łańcuchy wartości. **TAK**
7. Związki zawodowe nie mogą mieć poważnego wpływu na wzmocnienie ekonomiczne kobiet. **NIE**
8. Lepszy dostęp do usług finansowych może zwiększyć przedsiębiorczość kobiet. **TAK**
9. Polityka inkluzji społecznej hamuje wzrost gospodarczy. **NIE**
10. Uprzedzenia i stereotypy wpływają na zmiany norm społecznych. **TAK**

## Ćwiczenia 4: Uzupełnij puste pola

1. Kluczowymi kryteriami definiującymi wzmocnienie ekonomiczne kobiet są: uprawnienia do podejmowania ....., dostęp do ..... oraz ekonomiczne ..... (**decyzji, zasobów, korzyści**)
2. Kobiety otrzymują..... wynagrodzenie niż mężczyźni. (**niższe**)
3. Upodmiotowienie ekonomiczne kobiet pozytywnie wpływa na zmniejszenie różnic w ..... między płciami. (**wynagrodzeniu**)
4. Prace opiekuńcze, które nie są bezpośrednio wynagradzane, są najczęściej wykonywane przez ..... (**kobiety**)
5. Stan doświadczania zdrowia, szczęścia i dobrobytu nazywany jest ..... (**dobrobytem**)
6. Krótka prezentacja pomysłu na biznes potencjalnemu inwestorowi nazywa się ..... (**pitch**)
7. Traktowanie ludzi inaczej ze względu na ich pochodzenie lub rasę nazywa się ..... (**dyskryminacją**)
8. Rodzaj pracy, który ma tendencję do bycia niepewnym, nazywa się ..... zatrudnieniem. (**niepewnym**)