Jak Polki zarządzają swoim czasem?

Na podstawie wyników badania „Siła Kobiet”, które we współpracy z Ambasadorkami, ekspertami i internautkami zrealizowała agencja badawcza Mobile Institute.

****

Polki w ciągu dnia wykonują szereg aktywności, na które doba to zdecydowanie za mało. Zarządzanie czasem, łączenie życia zawodowego z prywatnym i wygospodarowanie czasu dla siebie, to nie lada wyzwanie. Wyniki badania „Siła Kobiet. Jakie są współczesne Polki?” nie pozostawiają wątpliwości, że Polki są bardzo zapracowanymi kobietami.

**Ja… nigdy na pierwszym miejscu**

Stawianie siebie i swoich potrzeb na pierwszym miejscu nie jest raczej mocną stroną Polek. Mimo tego, że deklarowany czas poświęcany na rożne aktywności w ciągu dnia znacznie przekracza 24 godziny (zliczając wszystkie aktywności w ciągu dnia doba kobiet trwa 36 godzin, a mam 41), to Polki wciąż poświęcają swój czas na rzecz bliskich - partnera, dzieci, rodziny czy przyjaciół. Ze swoich potrzeb na rzecz innych osób na co dzień rezygnuje 58% kobiet. Najczęściej są to przedstawicielki pokolenia X i Silver Power. W tych grupach odpowiednio tylko 24% i 9% zawsze stawia siebie ponad innymi. To, że nigdy nie rezygnują ze swoich potrzeb na rzecz innych, najczęściej deklarują kobiety z pokoleń Millennials i Xennials, czyli dziewczyny w wieku 25-45 lat,

**Work-life balance raczej w teorii**

Work-life balance, slow life, czy midfulness to pojęcia, za którymi stoi szereg zasad i rad, które pomagają wprowadzić równowagę w życiu prywatnym i zawodowym oraz (przynajmniej w tegorii) osiągnąć pełnię szczęścia i spokoju w innych dziedzinach życia. Osiągnięcie harmonii w życiu zawodowym i prywatnym, czyli tzw. równowagi work-life-balance jest dla Polek nie lada zadaniem i wydaje się być jeszcze trudniejsze w pełnym wyzwań świecie. Okazuje się, że wymienione pojęcia i założenia za nimi idące przemawiają do około 15% badanych kobiet, najczęściej do tych z pokolenia X. Kobiety z pokolenia Old Millennials i Xennials w dużym stopniu znają pojęcia „slow life”, „work-life-balance” i „mindfulness”, ale w najmniejszym stopniu wskazują, że te założenia są dla nich ciekawe i godne wdrożenia w życie. Mała znajomość i zastosowanie wymienionych idei nie znaczy, że Polki nie czują potrzeby równowagi między czasem w pracy a czasem spędzonym z rodziną, przyjaciółki i samą sobą. Potrzebę harmonii na linii praca-rodzina odczuwa 2/3 kobiet. Niestety, jednocześnie tylko 1/3 internautek przyznaje otwarcie, że są w stanie taką stabilizację osiągnąć. Jakie są rady kobiet, którym udało się osiągnąć taką równowagę? Jak wspominają, podstawą są szczere rozmowy z dziećmi i partnerem oraz konsensusy, czyli wspólne wypracowywanie rozwiązań.

**Czas na odpoczynek, ale nie na pełny relaks**

Pogodzenie wielu ról i wielu obowiązków jest nadzwyczaj trudne. Choć Polki wskazują, że pomiędzy różnymi aktywnościami znajdują czas na odpoczynek (maksymalnie 3 godziny dziennie), to jednocześnie połowa internautek przyznaje, że nie potrafi się w tym czasie w pełni relaksować. Odpoczynek i relaks zdają się stanowić najtrudniejszą sztukę dla kobiet w wieku 25-45 lat oraz mieszkanek wsi i małych miejscowości. Jak w takim razie Polki spędziłyby 3 dni bez pracy, rodziny i obowiązków, czyli wszystkich codziennych aktywności, które realizują pomiędzy chwilą na odpoczynek? Okazuje, że Polki bez wahania odpowiadają, że najchętniej spędziłyby ten czas same, na leżeniu (najlepiej we własnym łóżku) lub na wakacjach - oddając się błogiemu „nicnierobieniu”.

**Obowiązki, obowiązki**

Skąd to zmęczenie? W około połowie gospodarstw domowych obowiązki są podzielone między partnerów i kobiety (oraz mężczyźni) utrzymują, że jest to podział dość równy. Z drugiej strony, gdy zapytać Polki, czy uważają, że tych obowiązków ciąży na nich zbyt dużo, w większości zgadzają się z tym stwierdzeniem (58%). Dodatkowo, gdy przyjrzymy się szczegółowo obowiązkom, jakie wykonują na co dzień kobiety i mężczyźni widać pewne dysproporcje. Co prawda, to panowie wskazują, że wypełniają takich obowiązków więcej (5 vs 4 w przypadku kobiet), ale już kobiety zapytane o obowiązki codzienne partnera, mówią o maksymalnie 3. Najczęściej wersje partnerki i partnera różnią się w kwestii zarządzania budżetem, sprawach administracyjnych i zakupach, do których mężczyźni przyznają się znacznie częściej niż potwierdzają to ich partnerki. Wychowanie dzieci pozostaje w dużej mierze w gestii kobiet, a zarabianie pieniędzy, to wciąż w deklaracjach badanych, męska “rzecz”. Co ciekawe, badani, zapytani wprost o to, czy to mężczyzna powinien utrzymywać rodzinę, nie są już tak pewni – w szczególności właśnie mężczyźni, a także dobrze zarabiające kobiety.

**2 osoby, 2 sakiewki**

Połowa gospodarstw domowych ma oddzielne budżety. Co więcej, 41% kobiet w stałych związkach przyznaje, że nie wiedzą, ile zarabia ich partner. Niewiedza jest zdecydowanie mniejsza w gospodarstwach domowych, gdzie oboje partnerzy zarabiają dobrze, w dużych miastach oraz w związkach milenialsów i xenialsów.

Już 03 listopada 2020 odbędzie się kolejny z cyklu webinarów towarzyszących premierze raportu “Siła Kobiet. Jakie są współczesne Polki?”. Podczas webinaru “Matki, żony, kochanki, supermanki” porozmawiamy o rolach współczesnych kobiet. Panel ekspercki poprowadzi Jacek Kotarbiński, a udział w nim wezmą eksperci: Dorota Minta (psycholog, prezes zarządu fundacji STOMAlife), Justyna Pokojska (Wydział Socjologii UW), Magdalena Czaja (mentorka, certyfikowany coach, nauczycielka, a także twórczyni autorskiej metody Lovefiting) oraz Maria Magnuszewska (działaczka w Kole Gospodyń Wiejskich, mama dwóch córek).

Link do rejestracji: <https://app.livewebinar.com/938-329-507/3982ee08c64492f212f47ed5ee747290>

Kolejne webinary zaplanowane są na:

10.11.2020 - Kobiety pistolety - praca i finanse współczesnych Polek

Link do rejestracji: <https://app.livewebinar.com/484-240-357/c0a10309c5ea031e0277f9f945710a9a>

17.11.2020 - Polki w swoim ciele - samoakceptacja, dbanie o siebie, wygląd, moda

Link do rejestracji: <https://app.livewebinar.com/663-420-871/de7398e8a3e847665d2aea58cb1287dc>

Raport „Siła Kobiet” powstał na podstawie szeroko zakrojonego badania, w którym zebrano opinie ponad 1600 internautów, z czego ponad 1000 stanowiły kobiety. W ramach badania zostało zadanych ponad 170 różnorodnych pytań. Przy tworzeniu kwestionariusza badawczego oraz analizie wyników brały udział ambasadorki projektu i eksperci. Pytania do badania zgłosiły również w ramach akcji #kobietypytająkobiety internautki. Raport jest dostępny do pobrania na stronie: <https://mobileinstitute.eu/kobiety>

Partnerami projektu są Unum, Grupa Maspex, Naturativ, SEPHORA, Risk Made in Warsaw, Sieć Przedsiębiorczych Kobiet, Fundacja Kobiety Bez Diety oraz Kobiety e-biznesu.

Inicjatorem projektu „Siła Kobiet” jest firma badawcza Mobile Institute. Do inicjatywy, jako ambasadorki, zaproszone zostały: Ilona Adamska – wydawca i redaktor naczelna magazynów Imperium Kobiet i Law Business Quality, Renata Dutkiewicz - Dyrektor ds. sektora spożywczego i FMCG w Santander Bank Polska, Sylwia Hałas-Dej - Dyrektor Centrum Doradztwa i Kształcenia Menedżerów, w ramach którego odpowiada za studia podyplomowe i MBA, Aleksandra Karasińska - Redaktor naczelna Newsweek.pl i Forbes, dr hab. Urszula Kluczyńska prof. CDV - badaczka i naukowczyni, certyfikowana tutorka, wykładowczyni w Collegium Da Vinci w Poznaniu, Klara Kowtun - współzałożycielka marki RISK made in Warsaw, Edyta Krysiuk-Kowalczyk – Dyrektor ds. jakości i zrównoważonego rozwoju w Żywiec Zdrój, Iwona Kutyna - dziennikarka, prowadząca, wydawca, producent, związana z portalem Onet, gdzie prowadzi Onet Rano, Dorota Minta – psycholog i psychoterapeuta, Joanna Nojszewska – zastępczyni redaktora naczelnego Twojego Stylu, Anna Nowacka - Menadżer ds. partnerstw strategicznych w EMPIKu, Antonina Samecka – CEO i dyrektor kreatywna marki RISK made in Warsaw, Patrycja Sass-Staniszewska - Prezes Izby Gospodarki Elektronicznej, Anna Skoczylas - Mentor biznesu w nurcie psychologii pozytywnej, trener mentalny, Wykładowca SGH i Brian Tracy International, CEO w portugalskiej spółce FMCG, Justyna Skorupska - Board Representative & Omnichannel Expert e-point SA, Wiceprzewodnicząca Rady Izby Gospodarki Elektronicznej, Joanna Stopyra - konsultant PR i założycielka portalu Women Power Media, Daria Sulgostowska - Rzeczniczka prasowa i kierownik zespołu ds. komunikacji i zrównoważonego rozwoju w CCC, Karolina Szenk- Kierownik ds. rozwoju sprzedaży detalicznej w UPS, Karolina Szuba - Członek Zarządu Przedsiębiorstwa Handlu Zagranicznego Baltona S.A. oraz COO, Ewa Tchórzewska - założycielka firmy Global X Solutions, Anna Urbańska - Master Trener STRUCTOGRAMu, neurocoach, wiceprezes zarządu i partner Instytutu Colina Rose, Magdalena Wawrzyniak - Co-founder / President of the Board w Associated Apps oraz Agata Zioło - Dyrektorka Innowacji w Fundacji Przedsiębiorczości Kobiet. Projekt wspierają też marki Unum, Naturativ, RISK Made in Warsaw, Sephora, Sieć Przedsiębiorczych Kobiet, Fundacja Kobiety e-biznesu i Fundacja Kobiety Bez Diety.

Zapraszamy na dedykowany landing page inicjatywy: <https://mobileinstitute.eu/kobiety>

Kontakt w sprawie projektu:

Katarzyna Czuchaj-Łagód

Dyrektor zarządzająca Mobile Institute

[kasia@mobileinstitute.eu](mailto:kasia@mobileinstitute.eu)

664 446 226

Karolina Duk

Menadżer ds. badań rynkowych, koordynator projektu

[karolina@mobileinstitute.eu](mailto:karolina@mobileinstitute.eu)

535 885 510

Obraz zawierający siedzi, znak, żywność, rysunek

Opis wygenerowany automatycznie

Mobile Institute [mobileinstitute.eu](file:///C:\Users\kasia\mobileinstitute.eu) to nowoczesna agencja badawcza, specjalizująca się w badaniach konsumenckich i badaniach trendów rynkowych. Oferuje narzędzia z obszaru customer experience, w tym interaktywne widżety przeznaczone dla serwisów internetowych i e-sklepów oraz systemy wielokanałowego monitoringu satysfakcji służące prowadzeniu stałego dialogu z klientami i pracownikami.