

Przewycięzając lukę pewności siebie: Strategie wzmacniania pozycji przedsiębiorczyń



Wprowadzenie

Kobiety na całym świecie szybko rozwijają się jako przedsiębiorczynie i liderki kreatywnych przedsiębiorstw. Jednak nawet wobec tego postępu, wciąż pozostaje jeden ważny problem: brak pewności siebie. Luka w pewności siebie jest powszechnym zjawiskiem w postrzeganiu siebie w sposób sprzeczny z oczekiwaniami, w którym wiara kobiet w siebie jest niższa niż wiara mężczyzn w odniesieniu do tych samych zadań. W rezultacie te ciągłe dręczące obawy przyczyniają się do tego, że wiele mądrych kobiet decyduje się na skorzystanie ze sposobności do rozpoczęcia kariery, zamiast marnować swoje talenty. Zajęcie się tą luką to nie tylko kwestia samodoskonalenia; jest to również znaczący wkład w budowanie integracyjnego, wszechstronnego i skutecznego środowiska przedsiębiorczości.

Zrozumienie luki w pewności siebie

Zjawisko luki w pewności siebie zostało dobrze udokumentowane i opisuje, w jaki sposób „zdolne” kobiety mają tendencję do bycia mniej pewnymi siebie, nawet jeśli są tak samo lub bardziej wykwalifikowane niż ich męscy odpowiednicy. Badania potwierdziły, że twierdzenia mężczyzn dotyczące tego,

Numer projektu: 2022-1-ES01-KA220-VET-000085791

Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Europejskiej Agencji Wykonawczej ds. Edukacji i Kultury (EACEA). Unia Europejska ani EACEA nie ponoszą za nie odpowiedzialności.



jak kompetentne są pracownice, wykazały, że kobiety zwykle uważają, że ich umiejętności są niższe. Na przykład badanie przeprowadzone przez Kay & Shipman (2014) wykazało, że mężczyźni ubiegają się o pracę pomimo spełnienia zaledwie 60% wymagań, podczas gdy kobiety ubiegają się o pracę tylko wtedy, gdy spełniają 100% wymagań. Ten niezwykle powszechny samokrytycyzm może ograniczać kobiety w rozpoczynaniu działalności gospodarczej, pozyskiwaniu dla niej finansowania lub jej rozwijaniu - działaniach, które wymagają dużej odwagi.

Źródła luki w pewności siebie

Wiele elementów, które ograniczają wiarę w swoje możliwości, wynika zarówno z oczekiwań kulturowych, jak i predyspozycji w odniesieniu do struktur nierówności.

Po pierwsze, należy zwrócić uwagę na rolę socjalizacji i norm kulturowych. Kobiety są zazwyczaj wychowywane na perfekcjonistki i osoby unikające ryzyka, a ta zinternalizowana perspektywa może powodować niezdecydowanie w miejscu pracy. Jednak takie trendy enkulturacji nie tylko zmniejszają skłonność kobiet do zostania przedsiębiorcami, ale także zwiększają stopień niechęci do samych siebie u kobiet.

Ponadto, elementem, który dodatkowo dodaje oliwy do ognia, jest niewielka reprezentacja kobiet w takich rolach, widoczne różnice między kobietami a mężczyznami na pozycjach przywódczych. Kiedy nie ma oczywistych żeńskich odpowiedników na arenie przedsiębiorczości lub zarządzania, kobietom może być trudno wyobrazić sobie, że mogą odnieść sukces w tych dziedzinach. Tendencja ta prowadzi do powstania błędnego koła, w którym kobiety, które nie wierzą, że mogą odnieść sukces w najsłabiej reprezentowanych sferach, takich jak przedsiębiorczość, prawdopodobnie nie będą podejmować takich prób.

Co więcej, taka dyskryminacja ze względu na płeć i stereotypy obecne w środowisku biznesowym mogą obniżać morale pracowników. Utrzymująca się wiara w utrwalone stereotypy dotyczące płci, szczególnie w odniesieniu do przywództwa i osiągnięć biznesowych, podtrzymuje środowisko, w którym kobiety mogą osiągać gorsze wyniki lub uważać się za niegodne osiągnięcia wyznaczonych celów. Jednak te przekonania są zwykle bardziej szkodliwe dla kobiet, ponieważ często są wpisane w ich psychikę i zachęcają raczej do zwątpienia w siebie, niż do walki w trudnych sytuacjach.

Wreszcie, ograniczony dostęp do sieci i mentoringu dodatkowo pogłębia lukę pewności siebie. Istnieje potrzeba wprowadzenia skutecznych programów mentorskich i solidnej sieci kontaktów zawodowych, aby zwiększyć szanse kobiet na sukces w przedsiębiorczości, ponieważ zapewniają one możliwości, pomoc i wskazówki. Jednak kobiety w większości przypadków nie mają



dostępu do takich zasobów, a zatem mają uczucie odosobnienia i braku poczucia własnej wartości w odniesieniu do swoich przedsięwzięć.

Czynniki rozwijające przedsiębiorczą pewność siebie

Ludzie skłonni są do słabości, która każe im wierzyć, że nie są wystarczająco kompetentni do wykonywania zadań, co tworzy znaczną lukę. Jednak ta luka to nie koniec wiary w siebie. Dla kobiet dostępnych jest kilka strategii, które pomogą im wypracować i utrzymać pewność siebie w zakresie przedsiębiorczości.

- **Zachęcanie do nastawienia na rozwój:** Zaakceptowanie koncepcji nastawienia na rozwój, wprowadzonej przez psycholog Carol Dweck, jest inspirujące dla kobiet-przedsiębiorców. Ten sposób myślenia pomaga w postrzeganiu problemów nie jako przeszkody, ale jako wyzwania, które stwarzają możliwości rozwoju. Kobiety przyjmujące nastawienie na rozwój są często bardziej gotowe do podejmowania ryzyka, ponoszenia porażek i uczenia się, aby stawić czoła branży przedsiębiorczości i wracać do niej raz za razem. Zmniejszając skutki zwątpienia w siebie, kobiety mogą zmienić nastawienie z osiągnięcia natychmiastowych wyników na „porażkę” w celu osiągnięcia długoterminowych korzyści.
- **Poszukiwanie mentorów i sieci:** Współpraca z mentorami i dołączanie do sieci zaprojektowanych specjalnie dla przedsiębiorczyń może zapewnić nieocenione wsparcie. Organizacje takie jak WEConnect International i National Association of Women Business Owners (NAWBO) oferują platformy, dzięki którym kobiety mogą łączyć się z mentorami, zdobywać wiedzę i budować wspierającą społeczność. Sieci te oferują nie tylko przydatne zasoby lub praktyczne strategie, ale także pielęgnują poczucie „domu” - oba te elementy są kluczowe dla wzrostu pewności siebie.
- **Świętowanie małych zwycięstw:** Budowanie pewności siebie jest procesem stopniowym, często osiąganym poprzez rozpoznawanie i świętowanie małych sukcesów po drodze. Każdy kamień milowy - niezależnie od tego, czy jest to wprowadzenie produktu na rynek, pozyskanie nowego klienta, czy otrzymanie pozytywnej opinii - powinien zostać doceniony. Te małe zwycięstwa mogą się kumulować, wzmacniając poczucie kompetencji i zdolności, co jest niezbędne do utrzymania dynamiki w przedsiębiorczości.
- **Zmierzenie się z negatywnym myśleniem o sobie:** Kobiety często dopuszczają do siebie negatywne myśli, które z czasem mogą obniżyć ich pewność siebie. Ważne jest, aby aktywnie kwestionować te



negatywne myśli, zmieniając je w bardziej pozytywne i realistyczne. Praktykowanie współczucia dla siebie i skupianie się na mocnych stronach, a nie na postrzeganych niedociągnięciach, może pomóc zmienić perspektywę i wzmocnić pewność siebie.

- **Inwestowanie w ciągłą naukę:** Pewność siebie często wynika z kompetencji, które można rozwijać poprzez ciągłe uczenie się. Kobiety, które pogłębiły swoją wiedzę i umiejętności, będą czuły się bardziej gotowe na próby świata przedsiębiorczości. Kursy online, offline, warsztaty lub działania branżowe w określony sposób sterują i rozwijają kulturę pewności siebie i gotowości, która jest niezbędna dla funkcjonowania przedsiębiorcy.

Podsumowanie

Luka w pewności siebie jest zwykle jedną z barier dla wielu kobiet w przedsiębiorczości. Budowanie sieci i tworzenie przedsiębiorczych pomysłów obejmujących „praktyki aktywnego zarządzania” w celu uwzględnienia takich luk da kobietom możliwość osiągnięcia tego rodzaju pewności siebie i wykorzystania jej do realizacji swoich zadań zawodowych jako przedsiębiorców. Biorąc pod uwagę zmiany zachodzące w przestrzeni przedsiębiorczości, należy opracować, wdrożyć i podtrzymywać nowe sposoby wspierania pewności siebie wśród przedsiębiorczyń. Rozwiązanie to nie tylko wzmocni kobiety odnoszące sukcesy, ale także rozszerzy zakres świata biznesu, aby był bardziej zróżnicowany i kreatywny.

Bibliografia

Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The New Psychology of Success*. Random House.

Guillen, L. (2018). Is the Confidence Gap Between Men and Women a Myth?. *Harvard Business Review*. Uzyskano z <https://hbr.org/2018/03/is-the-confidence-gap-between-men-and-women-a-myth>.

NAWBO. (2023). National Association of Women Business Owners. Uzyskano z <https://www.nawbo.org/>.

The Rockefeller Foundation. (2016). Women in Leadership: Why It Matters. Uzyskano z <https://www.rockefellerfoundation.org/report/women-in-leadership-why-it-matters/>.

WEConnect International. (2023). Global Network for Women Entrepreneurs. Uzyskano z <https://weconnectinternational.org/>.