materiał prasowy, 19 luty 2019 r.

**Nierówna pozycja kobiet i mężczyzn na rynku pracy zaczyna się już na etapie rekrutacji**

**Jak można wyczytać z raportu McKinseya[[1]](#footnote-1), firmy, które stawiają na budowanie zrównoważonego zespołu, składającego się zarówno z kobiet, jak i mężczyzn, osiągają przychody wyższe nawet o 15 proc. Czyli wykorzystanie talentów obu płci jest opłacalne. Mimo że w zestawieniu *Women in Work Index 2018*, badającym m.in. otwartość rynku pracy na kobiety, awansowaliśmy aż o 10 miejsc w stosunku do 2000 r., to jednak w Polsce jeszcze nie wszyscy pracodawcy radzą sobie z zarządzaniem różnorodnością. Tylko co 4 firma wie, jak to robić[[2]](#footnote-2). A ci, którzy stawiają na mieszane zespoły, nie potrafią czerpać w pełni z zalet kobiet jako pracowników, podtrzymując krzywdzące stereotypy na ich temat. Luka płacowa między kobietami i mężczyznami w naszym kraju nadal wynosi kilkanaście proc. Jak przyznaje Agnieszka Surowiec, Dyrektor ds. HR i Komunikacji w Intrum – *nierówna pozycja kobiet i mężczyzn na rynku pracy zaczyna się już na etapie rekrutacji, a potem problemy tylko narastają*. Dlatego, pracodawcy powinni zwrócić szczególną uwagę na to, jakie podejście do zatrudniania kobiet posiada firma, którą zarządzają i już na wstępnie wyeliminować wszelkie „szkodliwe” zachowania, które są barierą w zbudowaniu „zdrowego” środowiska pracy.**

Gdyby poziom zatrudnienia kobiet w Polsce był tak wysoki jak np. w Szwecji, to PKB naszego kraju mógłby wzrosnąć nawet o 10 proc[[3]](#footnote-3)*.* Stawianie na *diversity management* opłaca się jednak nie tylko biznesowo, takiego działania od pracodawcy oczekują również pracownicy. Jak wynika z raportu PwC[[4]](#footnote-4), ponad 60 proc. kobiet zastanawiających się nad złożeniem CV   
w danej firmie, bierze pod uwagę różnorodność płciową w organizacji, a 67 proc. zastanawia się, czy znalazłaby w danym przedsiębiorstwie tzw. role models, czyli osoby – najchętniej kobiety – które mógłby stać się dla nich zawodowym wzorem do naśladowania. – *Należy doceniać tych pracodawców, którzy wdrożyli w swoich firmach politykę różnorodności płciowej. Jednak to nie odniesie sukcesu, jeżeli nie pójdzie za tym praktyka i równe traktowanie kobiet i mężczyzn na co dzień   
w miejscu pracy, a niestety, wiele przedsiębiorstw ma jeszcze z tym problemy. Co więcej, nierówności między kobietami   
i mężczyznami na rynku pracy zaczynają się jeszcze na etapie starania się o etat w danej firmie. Jeżeli nie wdroży się rozwiązań, które mogłyby zmienić tę sytuację, trudno na dalszym etapie budować różnorodny zespół, który chętnie ze sobą współpracuje. Co więcej, jeżeli pracodawca nie będzie traktował równo kobiet i mężczyzn w procesie rekrutacji, może mieć w ogóle trudność z przyciągnięciem do swojej firmy tych pierwszych* – stwierdza **Agnieszka Surowiec**.

**Młode matki i mężatki mają gorzej…**

Wiele stereotypów na temat kobiet w miejscu pracy jest głęboko zakorzenionych w naszej kulturze, więc nie wszyscy pracodawcy nawet są świadomi tego, jakie błędy popełniają. Firma Hays[[5]](#footnote-5) przeanalizowała, z jakimi trudnościami najczęściej mogą spotkać się kobiety biorące udział w procesie rekrutacji. Okazuje się, że na wstępie „problemem” jest sytuacja rodzinna kandydatki. „Podejrzane” są młode kobiety, szczególnie mężatki. Zakłada się, że te wkrótce po przyjęciu do pracy, będą chciały założyć rodzinę, mieć dzieci, co na jakiś czas potencjalnie wyłączy je z wykonywania obowiązków.   
W konsekwencji pieniądze oraz czas, które zainwestuje pracodawca w naukę takiego pracownika, nie będą na siebie zarabiać. Mniej przychylnym okiem patrzy się również na te kobiety, które już posiadają dzieci, bo błędnie uważa się, że nie są w pełni dyspozycyjne i nie będą w stanie pogodzić obowiązków służbowych z życiem prywatnym. – *Wydaje się, że   
w ten sposób może myśleć wyłącznie ten pracodawca, który nigdy nie odważył się zatrudnić pracownicy, która już była mamą. Dlaczego? Nie tylko ze swojego doświadczenia jako matki, ale także jako osoby, która od wielu lat jest zaangażowana w proces rekrutowania nowych pracowników w Intrum, mogę stwierdzić, że „mama na etacie” to bardzo efektywny pracownik. Wraz z pojawieniem się w jej w życiu dziecka, codziennie zdaje egzamin z multitaskingu i udowadnia, że może być efektywna na wielu polach i świetnie radzi sobie ze stresem. Te umiejętności bez dwóch zdań wykorzystuje w pracy. Opinie mówiące o tym, że pracujące matki są złymi pracownikami wynikają po prostu z faktu, że bardzo często nie podaje im się pomocnej dłoni, nie daje szansy na próbę pogodzenia tych dwóch światów, a to błąd* – komentuje **Agnieszka Surowiec**.

Według badania przeprowadzonego przez Hays, osoby, które łączą rolę zawodową i rodzica, stanowią ponad połowę zatrudnionych w rodzimych firmach. Chodzi tu zarówno o kobiety, jak i o mężczyzn, ale to te pierwsze spotykają większe trudności w łączeniu pracy i życia prywatnego. Aż 62 proc. kobiet i 40 proc. mężczyzn deklaruje, że na ich drodze zawodowej pojawiły się przeszkody związane z pogodzeniem pracy z wychowaniem dzieci. – *Być może te wyniki dodatkowo tłumaczy fakt, że tradycyjnie w naszym społeczeństwie, to kobiety są odpowiedzialne za wychowywanie dzieci   
i poświęcają więcej czasu rodzinie. Wobec tego, tym bardziej powinno im się ułatwiać godzenie dwóch ról. Coraz więcej kobiet nie chce bowiem wybierać: praca czy rodzina i ograniczać się tylko jednej roli. Tu w grę wchodzą nie tylko osobiste ambicje – prawda jest też taka, że wiele kobiet musi po prostu pracować zawodowo, by dokładać się do domowego budżetu lub staje przed koniecznością samodzielnego utrzymania rodziny. W Intrum chętnie zatrudniamy mamy. Dostosowujemy grafik ich pracy do harmonogramu życia rodzinnego czy do godzin pracy przedszkoli. Na niektórych stanowiskach możliwa jest też praca zdalna. Dodatkowo, oferujemy możliwość korzystania z karty benefitowej dla dzieci   
i z zasiłku socjalnego dla osób w trudnej sytuacji finansowej lub wychowujących niepełnosprawne dziecko* – dodaje **Agnieszka Surowiec, Dyrektor ds. HR i Komunikacji w Intrum**.

**Kobietę do pracy przyjmę,… ale nie dyrektora**

Jeżeli kobieta i mężczyzna w rekrutacji starają się o to samo, wysoko eksponowane stanowisko, mają podobne wykształcenie, doświadczenie i wymagane kompetencje, to z dużym prawdopodobieństwem zatrudniony zostaje mężczyzna. Jak wskazują analizy agencji Hays, niechęć zarządów i przełożonych, a nawet lekceważenie kobiet na stanowiskach kierowniczych w wielu firmach niestety jest jeszcze na porządku dziennym, dlatego w niektórych z nich nie znajdziemy dyrektorek czy menedżerek wysokiego szczebla. Winne są stereotypy i postrzeganie kobiet jako emocjonalnych, nadwrażliwych pracowników – przez to również niezdolnych do zarządzania zespołem ludzi i mało odpornych na stres   
– a także pozbawionych umiejętności analitycznego i abstrakcyjnego myślenia. Nie ufa się kwalifikacjom zawodowym kobiet. Aż 64 proc. kobiet spotyka się z takimi „mikroagresjami”[[6]](#footnote-6). Kobiety muszą dostarczyć więcej dowodów swoich kompetencji niż mężczyźni, a ich decyzje częściej są kwestionowane. Takie myślenie stosuje się wobec tych, które są dyrektorkami czy menedżerkami. To tłumaczy, dlaczego 84 proc. respondentów badania Hays wskazało, że najwyższe stanowiska w firmie, w której pracują, zajmuje mężczyzna. Podobną tendencję widać na stanowiskach menedżerskich: dla 60 proc. ankietowanych, bezpośrednim przełożonym jest mężczyzna. Kobiety dominują na niższych stanowiskach, specjalistek pracujących w ramach zespołów podległych menedżerom, co potwierdza niemal połowa respondentów.   
– *Jesteśmy dumni z tego, że w Intrum daje się zauważyć zupełnie inną tendencję: ponad 66 proc. naszych pracowników stanowią kobiety, a jeżeli chodzi o kadrę menedżerską, to jest to aż ok. 60 proc*. – wylicza **Agnieszka Surowiec, Intrum**.

**Co zrobić, by było lepiej? Wytyczne dla pracodawców**

– *Nierówne traktowanie kobiet i mężczyzn w procesie rekrutacji, to skutek pewnych nieprawidłowości, fałszywych przekonań, itp., które już mają miejsce w danym przedsiębiorstwie, a w szerszej perspektywie – stereotypów na temat kobiet funkcjonujących na rynku pracy w naszym społeczeństwie. Pracodawca, który nie stworzy przyjaznego miejsca pracy dla kobiet, a jednak ma ambicję posiadać różnorodny, efektywny zespół, nie przekona ich, by zatrudniły się w jego firmie. By zrealizować ten cel, wystarczy zadbać o klika elementów i wprowadzić kilka obowiązkowych „zwyczajów”* – radzi **Agnieszka Surowiec**.

Po pierwsze – należy wspierać kobiety już obecne na rynku pracy (szczególnie te na kierowniczych stanowiskach), by były przykładem dla innych kobiet. Co to oznacza w praktyce i co w tym przypadku może zrobić pracodawca? Dobrym rozwiązaniem jest inwestowanie w szkolenia dla pracownic, aby mogły rozwijać swoje kompetencje zawodowe, a zdobytą wiedzą dzielić z koleżankami w firmie. Doskonale sprawdzają się również programy mentoringowe, aby kobiety mogły uczyć się od najlepszych, (ale niekoniecznie mężczyzn). – *Kobiety, które w danej firmie przeszły kilka szczebli kariery i zajmują obecnie jedno z kierowniczych stanowisk, są najlepszą reklamą swojej firmy i sygnałem, że ta daje szanse na rozwój   
i poważnie myśli o roli kobiet w biznesie. Takie podejście ma również ogromne znaczenie w działaniach employer brandingowych. Promowanie ambasadorek firmy na zewnątrz i pokazywanie pozytywnych przykładów działa na korzyść przedsiębiorcy: przyciąga ambitne kobiety – przyszłych pracowników i buduje jego markę pracodawcy* – uważa **Agnieszka Surowiec**.

Przyjazne kobietom miejsce pracy to nie tylko firma, w której nie dyskryminuje się pracowników ze względu na płeć   
i docenia kompetencje kobiet, ale również umożliwia się kobietom pracę według elastycznego grafika i wprowadza szereg rozwiązań, by ułatwiać pracującym matkom łączenie życia rodzinnego i wykonywanie obowiązków zawodowych. Nie chodzi jednak przy tym o faworyzowanie kobiet na tle innych pracowników. Natomiast, jeżeli z wszelkich analiz wynika, że to w większości przypadków kobiety muszą godzić te dwa „etaty”, to warto stworzyć im takie warunki pracy, aby było to możliwe i bez straty dla żadnej ze stron.

Kontakt dla mediów:

Agnieszka Jagusiak / +48 531 44 44 69 / a.jagusiak@lighscape.pl

1. McKinsey, *Diversity Matters Report.* [↑](#footnote-ref-1)
2. Dane: Konfederacja Lewiatan*, Barometr różnorodności*. [↑](#footnote-ref-2)
3. PwC, *Women in Work Index 2018 – Polska.* [↑](#footnote-ref-3)
4. PwC, *Winning the fight for female talent. How to gain the diversity edge through inclusive recruitment.* [↑](#footnote-ref-4)
5. Hays, *Raport Kobiety na rynku pracy 2018*. [↑](#footnote-ref-5)
6. J.w. [↑](#footnote-ref-6)