Oczekiwania kobiet względem rynku pracy

Kategoria: Styl życia
Opublikowano: sobota, 06, marzec 2021 11:21
Ewelina Kocemba
Odsłony: 769

Jakie czynniki są dla Polek decydujące przy wyborze nowego miejsca pracy? Które benefity pozapłacowe uznają za najbardziej atrakcyjne? Co jest dla nich motywacją do zmiany zatrudnienia i czy możliwe jest zatrzymanie ich w organizacji, gdy podejmą decyzję o odejściu? Z okazji zbliżającego się Dnia Kobiet ManpowerGroup przygotował analizę przedstawiającą oczekiwania pań względem rynku pracy.

Czas pandemii COVID-19 to okres dynamicznych zmian zarówno w gospodarce, jak i na rynku pracy. Wydawałoby się, że nie jest to odpowiedni czas, by dobrowolnie opuszczać zawodową strefę komfortu. Jednak Polki, przy odpowiedniej motywacji, są otwarte na nowe wyzwania. Aż 49% z nich byłoby skłonnych zmienić pracę, gdyby zaproponowano im lepsze warunki finansowe (źródło: raport ManpowerGroup i HRlink „Ocena nowej rzeczywistości rynku pracy – perspektywa pracowników i pracodawców"). Kolejną skuteczną zachętą do podjęcia nowego zatrudnienia jest perspektywa rozwoju zawodowego (19%) oraz ciekawsze obowiązki (6%). Tylko 5% pań zdecydowałoby się przejść do innej firmy ze względu na możliwość objęcia wyższego stanowiska. 4% postanowiłoby zmienić pracę, gdyby realizacja celów i zadań u obecnego pracodawcy była niemożliwa. Bardzo niewiele kobiet (1%) deklaruje, że nie zmieniłoby pracy w czasie pandemii.

Co może zrobić pracodawca w sytuacji, gdy cenna dla organizacji pracownica składa wypowiedzenie? Czy ma szanse zatrzymać ją w firmie? Jakich argumentów powinien użyć, by przekonać ją do kontynuowania współpracy? Przede wszystkim – finansowych. Aż 45% kobiet deklaruje, że podwyżka skłoniłaby je do pozostania w organizacji. Dla 14% ważna jest stabilność obecnego zatrudnienia. 11% pracownic deklaruje, że w obecnej firmie zatrzymałyby je lepsze relacje z przełożonym i dobra atmosfera w zespole. Odpowiednią motywacją dla 10% pań byłby awans w obecnej organizacji. Część pracownic czułaby obawy przed zmianą w dobie pandemii (9%), szczególnie w przypadku braku sprawdzonych informacji dotyczących kondycji finansowej potencjalnego nowego pracodawcy (5%).

Czy pandemia zmieniła oczekiwania pracownic odnośnie benefitów pozapłacowych? 13% pań deklaruje, że w ich przypadku globalne zagrożenie zdrowotne przyczyniło się do przewartościowania benefitów. Respondentki, udzielając odpowiedzi wielokrotnego wyboru na temat najbardziej pożądanych świadczeń, najczęściej wskazywały na prywatną opiekę zdrowotną (64%) oraz szkolenia i rozwój (57%). Mile widziane są również dodatkowe dni wolne (38%), dofinansowanie do nauki języków (35%), a także – deklarowane przez ok. 30% pań – ubezpieczenie na życie oraz karta uprawniająca do korzystania z obiektów sportowych.

Jakiego modelu pracy oczekują Polki w trakcie i po pandemii? 56% uważa, że forma zdalna powinna zostać wprowadzona w firmach na stałe, natomiast przeciwnego zdania jest 30% kobiet. Oznacza to, że ponad połowa pań w Polsce ceni sobie możliwość wyboru oraz elastyczność, jaką zapewnia zdalny model funkcjonowania zawodowego. W grupie będącej „za" pracą zdalną 76% Polek najlepiej odnajdywałoby się w hybrydowym modelu pracy. Model wyłącznie zdalny wybrałoby 15% kobiet. Do biur w pełnym wymiarze chce wrócić 8%.

- Od lat obserwujemy otwartość i gotowość polskich organizacji na wykorzystanie pełnego potencjału zawodowego kobiet. Panie coraz częściej zajmują wysokie, w tym kierownicze i przywódcze stanowiska w firmach. Ten obraz rosnącej roli kobiecej siły w organizacjach zburzyła jednak pandemia koronawirusa, która w największym stopniu dotknęła właśnie sfeminizowanych branż. Handel, przetwórstwo przemysłowe, gastronomia czy hotelarstwo to dziedziny w których kobiety stanowią znaczną grupę zatrudnionych, a zarazem sektory, które najbardziej ucierpiały w wyniku lockdownu. Dodatkowo branże te bardzo szybko się digitalizują, dlatego też panie, aby zapewnić sobie zatrudnialność w przyszłości,

Phoca PDF

muszą intensyfikować swój rozwój zawodowy poprzez stałe podnoszenie, aktualizowanie i nabywanie kompetencji w obszarach związanych z cyfrową transformacją. To również zadanie dla pracodawców, którzy powinni wspierać kobiety w rozwijaniu nowych umiejętności przyczyniając się do zapewnienia równości płci na rynku pracy i ułatwiając sobie przygotowanie do pracy przyszłości – mówi Iwona Janas, dyrektor generalna ManpowerGroup w Polsce.

Z badania ManpowerGroup „The Future for Workers, By Workers: Making the Next Normal Better for All" przeprowadzonego globalnie wśród 8 tys. pracowników wynika, że kobiety są bardziej zagrożone utratą pracy. Panie stanowią liczniejszą grupę pracowników w sektorach najbardziej dotkniętych pandemią COVID-19, takich jak Hotelarstwo/Restauracje (59% pracowników tego sektora na świecie to kobiety) czy Sztuka i Rozrywka (63%) – potwierdzają dane przygotowane przez International Labor Organization (ILO) w ramach analizy „COVID-19 and the World of Work". Z kolei zgodnie z informacjami przedstawionymi podczas Światowego Forum Ekonomicznego („Covid-19 Infects More Men than Women", czerwiec 2020), panie częściej niż panowie będą zmuszone do skorzystania z urlopu lub świadczeń postojowych (12% kobiet vs 10% mężczyzn) oraz będą odczuwać społeczne i ekonomiczne skutki pandemii dłużej niż ich koledzy z pracy. W tej sytuacji otwartość na zmiany oraz nieustanne doszkalanie się są zdecydowanie pożądane.

- Myśląc o stopniu, w jakim pandemia dotknęła kobiety, nie należy zapominać, że w związku z zamknięciem szkół oraz wykonywaniem pracy z domu wiele pań mierzyło się z wyzwaniami jednoczesnego łączenia roli rodzica oraz pracownika. To, jak znaczna jest skala wpływu koronakryzysu na codzienność pań, oddaje powstanie w języku angielskim określenia shecession. Dlatego firmy, które realnie chcą wspierać swoich pracowników powinny strategicznie i kompleksowo pomagać im także w łączeniu życia prywatnego z rolami zawodowymi – dodaje Iwona Janas.

Źródło: ip

Phoca PDF