

Press Release

Date

6 Μαρτίου 2015

Contact

Αλεξάνδρα Φιλιππάκη
Τηλ: 210 6874711
e-mail: alexandra.filippaki@gr.pwc.com

Pages

4

Οι γυναίκες Millennials (ή αλλιώς η γενιά Y, δηλαδή όσοι γεννήθηκαν μεταξύ 1980 και 1995) έχουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση και μεγαλύτερες φιλοδοξίες από κάθε προηγούμενη γενιά γυναικών

Η νέα μελέτη της PwC αποδομεί τους μύθους σχετικά με τις γυναίκες και την εργασία

- Οι ευκαιρίες που δίνει ένας εργοδότης για επαγγελματική εξέλιξη, κατατάσσονται στην κορυφή της λίστας με τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά των εργοδοτών
- 49% των γυναικών millennials οι οποίες ξεκινάνε την καριέρα τους, πιστεύουν ότι μπορούν να φτάσουν στις υψηλότερες βαθμίδες της εταιρείας στην οποία ήδη εργάζονται
- 86% των γυναικών millennials οι οποίες βρίσκονται σε σχέση αποτελούν μέρος ενός ζευγαριού διπλής καριέρας, ενώ το 66% αμοιβονται το ίδιο ή περισσότερο από το ταίρι τους.
- ωστόσο σχεδόν το μισό ποσοστό, υποστηρίζει ότι όταν έρχεται η ώρα των προαγωγών, οι εργοδότες είναι προκατειλημμένοι υπέρ των ανδρών
- το 71% νοιώθουν ότι δεν υπάρχουν ίσες ευκαιρίες για όλους

Για να τονίσει την φετινή Ημέρα της Γυναίκας (International Women's Day -IWD) η οποία γιορτάζεται την Κυριακή 8 Μαρτίου 2015, η PwC διεξήγαγε έρευνα σε 8,756 γυναίκες millennials (γυναίκες που γεννήθηκαν μεταξύ της περιόδου 1980-1995) από 75 χώρες, για να μελετήσει πως αισθάνονται για την καριέρα τους και τον επαγγελματικό τους τομέα.

Top five most attractive employer traits for female millennials



©2015 PricewaterhouseCoopers. All rights reserved.

Η έρευνα – *The female millennial: A new era of talent* – αποκαλύπτει ότι οι γυναίκες millennial, και ιδίως εκείνες που μόλις ξεκινάνε την καριέρα τους (49%), είναι πιο πιθανό να πιστεύουν ότι θα καταφέρουν να φτάσουν στις υψηλότερες βαθμίδες της εταιρείας στην οποία εργάζονται.

Η γυναίκα millennial κατατάσσει τις ευκαιρίες που θα της παρουσιαστούν για να κάνει καριέρα σαν το πιο ελκυστικό χαρακτηριστικό μίας εργοδότης εταιρείας (53%), κάτι που επιπλέον την κάνει να έχει μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση και φιλοδοξίες όσον αφορά την καριέρα της από τις γυναίκες των προηγούμενων γενεών.

Οι γυναίκες millennials στην Βραζιλία (76%), την Ινδία (76%) και την Πορτογαλία (68%) είναι εκείνες που έχουν την μεγαλύτερη εμπιστοσύνη

στον εαυτό τους, ενώ οι ομολογές τους στην Ιαπωνία (11%), το Καζακστάν (18%) και την Γερμανία (19%) έχουν την λιγότερη.

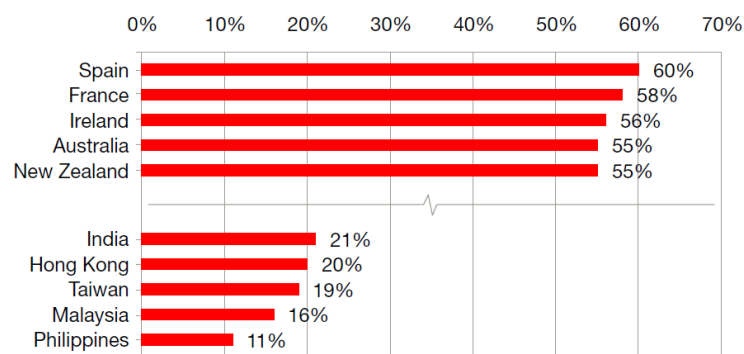
Από εκείνες τις γυναίκες millennials οι οποίες βρίσκονται σε σχέση, το 86% είναι μέρος ενός ζευγαριού διπλής καριέρας, με το 42% να κερδίζει τον ίδιο μισθό με το ταίρι τους. Περίπου το ένα τέταρτο αυτών (24%) έχουν τον μεγαλύτερο μισθό εντός της σχέσης τους.

Όσον αφορά την αποδοχή της διαφορετικότητας από τις εταιρείες, το 86% των γυναικών millennials αναζητούν εργοδότες με δυνατό ιστορικό αποδοχής της διαφορετικότητας, της ισότητας και της ενσωμάτωσης – και ενώ δηλώνουν ότι οι εργοδότες μιλούν για αποδοχή της διαφορετικότητας, το 71% δεν νοιώθει ότι δίνονται σε όλους ίσες ευκαιρίες.

Επιπλέον, 43% των γυναικών millennials πιστεύουν ότι οι εργοδότες είναι προκατειλημμένοι υπέρ των ανδρών όσον αφορά την εσωτερική προαγωγή υπαλλήλων – άνοδος στο 14% από το 2011.

Οι γυναίκες millennial της Ισπανίας (60%), της Γαλλίας (58%) και της Ιρλανδίας (56%) βλέπουν τους εργοδότες στην χώρα τους ως τους πιο προκατειλημμένους, σε αντίθεση με την Malaysia (16%) και τις Φιλιππίνες (11%) όπου οι γυναίκες millennial είναι πιο αισιόδοξες.

Employers are too male biased when promoting from within (females that agree)



©2015 PricewaterhouseCoopers. All rights reserved.

Ο Dennis Nally, Πρόεδρος της PwC International, σημείωσε: «Η έρευνά μας δείχνει ότι όταν πρόκειται για γυναίκες millennials, στην πραγματικότητα μιλάμε για μία νέα εποχή γυναικών με ταλέντα. Οι γυναίκες millennials έχουν υψηλή μόρφωση και ενισχύουν με μεγαλύτερους ρυθμούς το εργατικό δυναμικό σε σχέση με τις προηγούμενες γενιές. Αλλά αυτό δεν είναι το μόνο πράγμα που έχει αλλάξει. Ξεκινάνε την επαγγελματική τους ζωή με μία διαφορετική νοοτροπία για την καριέρα τους.»

Καθώς η εμπειρία μίας γυναίκας millennial 34 ετών με 12 χρόνια επαγγελματική εμπειρία θα είναι πολύ διαφορετική από εκείνη μίας γυναίκας 22 ετών που μόλις ξεκινάει την καριέρα της, η έρευνα επικεντρώνεται στις επιθυμίες και την διαίσθηση των γυναικών millennial ανάλογα με την φάση στην οποία βρίσκεται καριέρα τους: εκείνες που μόλις ξεκινάνε (γυναίκες millennials με 0–3 χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας), εκείνες των οποίων η καριέρα αναπτύσσεται (4–8 χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας) και εκείνες που έχουν κατασταλάξει στην καριέρα τους (9 ή περισσότερα χρόνια επαγγελματικής εμπειρίας).

Η Agnès Husherr, PwC Global Diversity Leader, σημειώνει: “Όταν μιλάμε για μισθολογική ισχύ και μοτίβα, οι γυναίκες millennials είναι πραγματικά πρωτοπόρες, με το 66% από αυτές που αποτελούν μέρος ενός ζευγαριού διπλής καριέρας να κερδίζει μισθό ίσο ή μεγαλύτερο από το ταίρι τους. Όσο πιο έμπειρη είναι η γυναίκα millennial, τόσο πιο μεγάλες οι πιθανότητες να είναι εκείνη που έχει τον μεγαλύτερο μισθό σε μία σχέση. Η έρευνά μας έδειξε ότι το 31% των γυναικών millennials με 9 ή περισσότερα χρόνια εμπειρίας είναι εκείνες που κερδίζουν τα περισσότερα συγκριτικά με το ταίρι τους, σε σχέση με το 18% εκείνων των γυναικών millennial που μόλις ξεκινάνε την καριέρα τους και το 24% εκείνων που βρίσκονται στην φάση ανάπτυξης της καριέρας τους.”

“Επιπλέον, η έρευνά μας αποδομεί κάποιους μύθους, για παράδειγμα ότι οι γυναίκες αφήνουν την δουλειά τους για να κάνουν οικογένεια,” προσθέτει. “Η γυναίκα millennial έχει λιγότερες πιθανότητες να αφήσει τον εργοδότη της επειδή θέλει να κάνει οικογένεια, και περισσότερες να τον αφήσει γιατί δεν της παρέχει αρκετές ευκαιρίες επαγγελματικής εξέλιξης. Οι εργοδότες θα πρέπει να δεσμευθούν στη δημιουργία εταιρικής κουλτούρας η οποία αποδέχεται και ενσωματώνει την διαφορετικότητα και στη δημιουργία στρατηγικών που αφορούν τα ταλέντα και που βασίζονται στην αυτοπεποίθηση και την φιλοδοξία της γυναίκας millennial από την πρώτη ημέρα που ξεκινάνε την καριέρα τους.”

Άλλα σημαντικά σημεία της έρευνας της PwC είναι τα ακόλουθα:

- Η γενιά των millennial αναμένεται να επιφέρει άνευ προηγουμένου αλλαγές στην κουλτούρα των εταιρειών, με αυξημένη την ανάγκη από το 97% των γυναικών και το 97% των ανδρών millennials, για ισορροπία μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής και για ευελιξία.
- Η γυναίκα millennial αναμένει η κριτική που θα της ασκηθεί να είναι εποικοδομητική, σε πραγματικό χρόνο, ποιοτική και να εστιάζει στο μέλλον της και παρ' όλο που χρησιμοποιεί εκτεταμένα την τεχνολογία, προτιμάει οι συζητήσεις αξιολόγησης να γίνονται πρόσωπο με πρόσωπο.
- Η ζήτηση για γυναίκες με διεθνή εμπειρία δεν έχει υπάρξει ποτέ υψηλότερη, με το 71% των γυναικών millennials να επιθυμούν να εργασθούν στο εξωτερικό κατά την διάρκεια της καριέρας τους. Παρ' όλα αυτά, μόνο ένα 20% των θέσεων που προσφέρονται για εργασία στο εξωτερικό καλύπτονται από γυναίκες.
- Οι γυναίκες millennials δεν προτιμούν να εργάζονται στους τομείς των οικονομικών υπηρεσιών, της άμυνας και του πετρελαίου και φυσικού αερίου, μόνο και μόνο εξ' αιτίας της εικόνας και της φήμης αυτών των κλάδων.
- Όταν ρωτήθηκαν για ποιο λόγο θα μπορούσαν να αφήσουν τον τωρινό τους εργοδότη, 19% των γυναικών millennials δήλωσαν ότι ήθελαν να ξεκινήσουν οικογένεια και να περνάνε περισσότερο χρόνο στο σπίτι, συγκρινόμενο με το 18% των ανδρών millennials – αυτός ο λόγος είναι και η έκτη στην σειρά αιτία για την οποία οι γυναίκες ή οι άντρες θα αποχωρούσαν από τον τωρινό τους εργοδότη.

Επιπλέον, εκδόσαμε τον τρίτο κατάλογο «Women in Work». Αυτός ο κατάλογος κατατάσσει τις 27 χώρες του Ο.Ο.Σ.Α. βάση μίας μέτρησης η οποία συνδιάζει πέντε βασικούς δείκτες της γυναικείας ενίσχυσης: την μισθολογική ισότητα με τους άνδρες, το ποσοστό των γυναικών που εργάζονται, σε απόλυτα νούμερα αλλά και σε σχέση με τους εργαζόμενους άνδρες, τα ποσοστά ανεργείας των γυναικών και τα ποσοστά των γυναικών που έχουν μία δουλειά πλήρους απασχόλησης.

Σημειώσεις για τους συντάκτες:

1. Μπορείτε να μάθετε περισσότερα για τις δραστηριότητες της PwC's IWD και να κατεβάσετε την μελέτη *The female millennial: A new era of talent*, στην ιστοσελίδα μας pwc.com/iwd. Η μελέτη βασίζεται σε έρευνα που έγινε σε περισσότερες από 10,000 millennials από 75 χώρες, εκ των οποίων οι 8,756 είναι γυναίκες. Περισσότερες πληροφορίες για την αποδοχή της διαφορετικότητας μπορείτε να βρείτε στην ιστοσελίδα [PwC's Gender Agenda blog](#).
2. Η PwC είναι δεσμευμένη στην προώθηση της αποδοχής και της ενσωμάτωσης της διαφορετικότητας και διαθέτει μία γκάμα προγραμμάτων για να μπορέσει να προοδεύσει όσον αφορά το συγκεκριμένο θέμα. Αυτά συμπεριλαμβάνουν και το πρόγραμμα [Aspire to Lead: The Women's Leadership Series](#), ένα διεθνές συνέδριο για τις γυναίκες και την ηγεσία για φοιτητές από όλο τον κόσμο. Η PwC έχει επίσης συνεργαστεί με την καμπάνια UN Women's [HeForShe](#), η οποία προσβλέπει στην κινητοποίηση 1 δις ανδρών και αγοριών σαν υπερασπιστές και εκπροσώπους της αλλαγής που χρειάζεται για την εξάλειψη των συνεχόμενων ανισοτήτων που αντιμετωπίζουν σε παγκόσμιο επίπεδο οι γυναίκες και τα κορίτσια.

3. Για να διαβάσετε περισσότερα σχετικά με την έρευνα της PwC για τους Millennials, μπορείτε να επισκεφθείτε τις ιστοσελίδες [Next Generation Diversity: Developing tomorrow's female leaders](#), [Millennials at work](#) και [PwC's NextGen: A global generational study](#).
4. Πρόσφατα δημοσιεύσαμε τα τελευταία αποτελέσματα του καταλόγου της PwC «Women in Work», τα οποία δείχνουν ότι οι Σκανδιναβικές χώρες είναι πρώτες στον κατάλογο, με την Νορβηγία να κατέχει κυρίαρχη θέση, ακολουθούμενη από την Δανία και την Σουηδία. Ο κατάλογος «Women in Work» (WWI) βασίζεται σε έναν σταθμισμένο μέσο όρο πέντε βασικών μετρήσεων που αντικατοπτρίζουν την ενίσχυση των γυναικών, χρησιμοποιώντας δεδομένα από τον Ο.Α.Σ.Α. και τα εθνικά στατιστικά γραφεία:
 - Η διαφορά αμοιβής με βάση το φύλο (25% βαρύτητα)
 - Τον δείκτη συμμετοχής των γυναικών στο εργατικό δυναμικό (25% βαρύτητα)
 - Την διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών όσον αφορά την συμμετοχή τους στο εργατικό δυναμικό (20% βαρύτητα)
 - Το ποσοστό ανεργίας των γυναικών (20% βαρύτητα)
 - Το ποσοστό των γυναικών που έχουν εργασίες πλήρους απασχόλησης (10% βαρύτητα).

Για να έχετε πλήρη πρόσβαση στην έρευνα και για περισσότερες λεπτομέρειες όσον αφορά την μεθοδολογία και τα αποτελέσματα, μπορείτε να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα:

<http://www.pwc.co.uk/the-economy/publications/women-in-work-index.jhtml>

5. Οι εταιρείες μέλη του δικτύου της PwC βοηθούν επιχειρήσεις και ιδιώτες να δημιουργήσουν έργο που έχει την αξία που αναζητούν. Είμαστε ένα δίκτυο εταιρειών σε 157 χώρες με περισσότερα από 195.000 στελέχη, που δεσμεύονται να παραδίδουν ποιοτικό έργο στις ελεγκτικές, φορολογικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες που αναλαμβάνουν. Πείτε μας τι έχει αξία για σας και μάθετε ακόμα περισσότερα στην ιστοσελίδα μας www.pwc.com.

Η επωνυμία 'PwC' αναφέρεται στο δίκτυο των εταιρειών μελών και/ή σε μία ή περισσότερες από τις εταιρείες μέλη, κάθε μία από τις οποίες αποτελεί μια ξεχωριστή νομική οντότητα. Για περισσότερες πληροφορίες, παρακαλούμε επισκεφθείτε το www.pwc.com/structure.

©2015 PwC. Με επιφύλαξη όλων των νομίμων δικαιωμάτων.