5 marca 2018 r.

**Wyniki badania opinii *Współczesne Polki i Polacy: nowe role, nowe wyzwania***

**Życie rodzinne najważniejsze dla młodego   
pokolenia Polek i Polaków**

**Czy mężczyźni są gotowi na większe zaangażowanie w życie rodzinno-domowe, a kobiety zdają się tego nie dostrzegać? W jaki sposób różnice   
w percepcji sukcesu życiowego przekładają się na codzienne funkcjonowanie obok siebie przedstawicieli różnych pokoleń? Jakie bariery na swojej drodze zawodowej napotykają Polki i Polacy? Te i inne ważne zagadnienia dotyczące ról obejmowanych przez współczesne kobiety i mężczyzn zbadano   
w projekcie badawczym firmy Henkel *Współczesne Polki i Polacy: nowe role, nowe wyzwania.***

Badanie na zlecenie Henkel Polska przeprowadzone zostało na reprezentatywnej próbie Polaków (n=1008) przez firmę Maison & Partners w drugiej połowie 2017 r. Miało ono na celu przeanalizowanie różnic między kobietami i mężczyznami w percepcji podziału ról   
i obowiązków w gospodarstwach domowych a także trudności, z jakimi przychodzi zmagać się współczesnym Polkom i Polakom na rynku pracy.

**RECEPTA NA UDANE ŻYCIE**

Zapytani o własną receptę na sukces życiowy respondenci, niezależnie od płci,   
w największym stopniu upatrują go w posiadaniu szczęśliwej, kochającej się rodziny, posiadaniu dzieci oraz możliwości umiejętnego łączenia szczęścia rodzinnego z udanym życiem zawodowym. Tak odpowiedziało odpowiednio 53%, 19% i 30% mężczyzn oraz 41%, 21% i 26% kobiet. Dopiero kolejne, rzadziej wybierane odpowiedzi uwidaczniają różnice między płciami. Mężczyźni za czynniki sukcesu osobistego zdecydowanie częściej uważają posiadanie dobrze płatnej pracy (19%), odniesienie sukcesu finansowego (17%) czy też wolność i życie bez zobowiązań (13%). Z kolei kobiety wskazują na bycie potrzebnym (19%), posiadanie dobrze płatnej pracy (11%) i samorozwój (10%).

Definiowanie sukcesu życiowego różni się nie tylko w zależności od płci, ale   
również wieku badanych. **Dla pokolenia 20-latków**, najważniejsza jest rodzina (M-66%,   
K-54%) i posiadanie dzieci (M-57%, K-39%). Najmłodsze kobiety dążą przy tym do rozwijania swoich pasji i zainteresowań znacznie częściej niż mężczyźni (K-22%, M-7%). **Z wiekiem zachodzi zmiana**: panie około 30-stki i 40-stki zdecydowanie najbardziej cenią rodzinę (67%)   
i związane z tym osiąganie *work-life balance (43%)*. Jeśli priorytetem jest dla nich praca, to taka, w której można się rozwijać. Panowie w tym wieku zdecydowanie częściej wymieniają priorytety materialne takie jak posiadanie dobrze płatnej pracy (33%) czy ogólnie   
– odniesienie sukcesu finansowego (31%). Dopiero **po 50. roku życia** następuje zgoda   
w kwestii priorytetów życiowych. Zarówno kobiety jak i mężczyźni w tym wieku utożsamiają sukces życiowy ze szczęśliwą rodziną i równowagą między życiem prywatnym i zawodowym.

Respondenci zostali także zapytani **o idealny scenariusz na życie – zarówno kobiety (49%) jak i mężczyźni (37%) na pierwszym miejscu wskazali możliwość łączenia pracy zawodowej   
z zajmowaniem się domem/dziećmi**. W dalszej kolejności przedstawiciele obu płci wskazali rezygnację z pracy zawodowej, jednak z odmiennych powodów: kobiety chciałyby poświęcić swój czas na zajmowanie się domem (23%), a mężczyźni dążyliby do rozwijania swoich pasji (23%).

**POLKI I POLACY W SFERZE DOMOWEJ**

Zbadano także postrzeganie podziału ról w życiu codziennym współczesnych Polek i Polaków.

Okazuje się, że niemal 50% zarówno kobiet jak i mężczyzn zapytanych o to, kto   
w gospodarstwie domowym pełni funkcję tzw. głowy rodziny, twierdzi, że u nich w domu nie ma takiego podziału. Na siebie jako głowę rodziny wskazuje 46% mężczyzn i 33% kobiet. Partnerkę/partnera w tej roli wskazuje zaledwie 6% mężczyzn i 22% kobiet.

Wyniki te stoją w opozycji do pytania o to, kto w gospodarstwie domowym ma decydujący głos w rozmaitych obszarach wspólnego życia (takich jak opieka/edukacja/wychowanie dzieci, plany wakacyjne, wyposażenie mieszkania). **Mężczyźni w większości deklarują, że decyzje podejmowane są wspólnie, a w drugiej kolejności przypisują partnerce decyzyjną rolę. Co ciekawe, z takim podziałem „realnej władzy” w domu zgadzają się również kobiety. One również najczęściej mówią o wspólnocie decyzji, jednak w drugiej kolejności to sobie przypisują rolę decyzyjną**. Jedyny obszar pozostający tak naprawdę w sferze decyzyjnej mężczyzn, z czym zgadzają się zasadniczo obie strony, dotyczy zakupu   
i serwisowania samochodu.

Wydaje się, że sfera decyzji rzutuje na percepcję podziału obowiązków wykonywanych   
w gospodarstwach domowych. Tu też mamy do czynienia z całkiem różnymi punktami widzenia kobiet i mężczyzn. Zapytane o szereg obowiązków domowych, takich jak sprzątanie, przygotowywanie posiłków, płacenie rachunków, czy załatwianie spraw urzędowych, **kobiety w przeważającej części (50-80%) przyznają, że to one są odpowiedzialne za ich wykonywanie.** Wskazania, że obowiązki te wykonywane są wspólnie, pojawiają się w 13%-29% odpowiedzi, natomiast wskazania na partnera, który angażuje się   
w prace domowe, oscylują wokół 10%. **Percepcja panów w tej kwestii jest inna. Przeważnie twierdzą oni, że obowiązki domowe wykonywane są wspólnie (40-60%) a jednocześnie zdecydowanie częściej niż kobiety to siebie wskazują jako wykonawcę poszczególnych prac.** Tylko w nielicznych sferach (np. pranie, prasowanie) przyznają, że to faktycznie do parterki należy wykonywanie tych zadań.

Percepcja włączania się panów w obowiązki domowe jest wyraźnie inna dla każdej płci i być może w tym kontekście naturalne wydaje się, że w pytaniu o idealny podział obowiązków domowych zdecydowanie więcej kobiet (50%) niż mężczyzn (31%) wskazuje potrzebę wspólnego ustalania podziału obowiązków a następnie przestrzegania tego podziału.

**POLACY I POLKI NA RYNKU PRACY**

Drugim badanym obszarem, obok prywatnego życia współczesnych Polek i Polaków, była sfera wyzwań zawodowych. **Okazuje się, że za największą barierę na tym polu zarówno kobiety (39%) jak i mężczyźni (40%) uznają bycie wynagradzanym poniżej kwalifikacji** i jest to jedyny punkt, w którym są zgodni. Dla mężczyzn w pracy dolegliwe są także „szklany sufit” (30%), syndrom wypalenia zawodowego (26%) i zjawisko mobbingu (20%). Kobiety najczęściej spotykają się z takimi barierami jak: lęk przed zmianą pracy (21%), zjawisko dyskryminacji i niedoceniania kobiet (21%) a także problem z pogodzeniem życia zawodowego z prywatnym (17%).

Jakie więc kryteria musiałby spełniać **idealny pracodawca**, by umożliwić współczesnym pracownikom łączenie pracy z dbaniem o dom? **Zdaniem zarówno większości mężczyzn jak   
i kobiet byłoby to wprowadzenie elastycznego czasu pracy (K-49%, M-65%) oraz możliwość pracy z domu w ustalonym wspólnie z pracodawcą zakresie (K-47%, M-46%**). Dodatkowo kobiety wskazywały także na tworzenie przyzakładowych żłobków/przedszkoli i na możliwość pracy na część etatu.

Jak więc kształtuje się portret współczesnych Polek i Polaków? Na jakie największe bariery natrafiają w życiu? Wydaje się, że jesteśmy świadkami zmiany idącej w kierunku partnerstwa, aczkolwiek perspektywy kobiet i mężczyzn różnią się w tym obszarze. Kobiety wciąż są przekonane, że mężczyźni mają stanowczo zbyt mały udział w życiu domowym   
i rodzinnym. Mężczyźni zaś twierdzą, że te proporcje się zmieniają, i że przejmują oni coraz więcej obowiązków od swoich partnerek. W sferze deklaratywnej jednak panowie mają tendencję do nieco stereotypowego postrzegania roli kobiet. Jest też i druga strona tego medalu – kobiety co prawda są zdecydowanie za partnerstwem w domu, ale trudno im oddać władzę nad domowym ogniskiem, które historycznie było właśnie ich domeną. Rozdźwięk istnieje także w kwestii określenia priorytetów zależnie od wieku. Tutaj partnerzy, w okresie największej aktywności zawodowej i posiadania rodziny, rozmijają się. Kobiety 30- i 40-letnie najbardziej cenią sobie bowiem rodzinę i *work-life balance*, mężczyźni zaś w tym wieku zdecydowanie stawiają na osiągnięcie sukcesu finansowego i zawodowego oraz zdobycie dobrze płatnej pracy.

**INFORMACJE O BADANIU**

Badanie „Współczesne Polki i Polacy: nowe role, nowe wyzwania” zostało przeprowadzone   
w drugiej połowie 2017 r. przez instytut badawczy Maison & Partners na zlecenie firmy Henkel Polska. Celem badania było poznanie opinii i postaw Polaków w zakresie postrzegania podziału ról między kobietami i mężczyznami oraz zrozumienie barier na polskim rynku pracy. Badanie zostało przeprowadzone metodą CAWI na panelu badawczym ARIADNA na reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków N= 1008.

**O firmie Henkel Polska**

Henkel  jest firmą globalną, o zrównoważonej i różnorodnej ofercie produktów i usług. Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies (dział klejów budowlanych i konsumenckich oraz technologii dla przemysłu) jest światowym liderem rynku klejów. Działy Laundry & Home Care (środków piorących i czystości) oraz Beauty Care (kosmetyków) zajmują wiodące pozycje na wielu rynkach świata i w wielu grupach asortymentowych. Firma, założona w 1876, działa i odnosi sukcesy od ponad 140 lat. W 2016 Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie 18,7 mld oraz skorygowany zysk operacyjny na poziomie 3,2 mld EUR. Wartość przychodów ze sprzedaży trzech najważniejszych marek Henkla – Persil, Schwarzkopf oraz Loctite – przekroczyła 6 mld EUR. Firma zatrudnia na całym świecie ok. 50 000 pracowników, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół, o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości   
i dążeniu do kreowania trwałej wartości. Jako uznany lider zrównoważonego rozwoju Henkel zajmuje czołowe miejsca w wielu międzynarodowych indeksach i rankingach. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Więcej informacji na [www.henkel.com](http://www.henkel.com) oraz [www.henkel.pl](http://www.henkel.pl)

**Kontakt dla prasy:**

Dorota Strosznajder Justyna Popiołek-Osial

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel: (022) 565 66 65 tel: (022) 242 86 37

[dorota.strosznajder@henkel.com](mailto:dorota.strosznajder@henkel.com) [jpopiolek@solskipr.pl](mailto:jpopiolek@solskipr.pl)