

Fredags-
kronikkenAlexander
CappelenBård
HarstadOla
KvaløyKatrine
LøkenSimen
MarkussenMari
RegeKaren Helene
Ulltveit-Moe

Markedskrefter for likestilling

Krav om økt åpenhet om lønnsforskjeller mellom kvinner og menn kan gi mer likestilling.

Bli med meg på følgende tankeeksperiment. Tenk at bedriften du leder, jobber for, sitter i styret for eller eier, blir pålagt å lage en lønnsstatistikk som viser gjennomsnittslønn for kvinner og menn i samme type jobb. Alle ansatte skal orienteres om statistikken.

Hadde denne lønnsstatistikken tålt dagens lys?

I dag må organisasjoner som sitter med informasjon som ikke tåler dagens lys tenke seg godt om. En organisasjons verdigrunnlag er viktig i kampen om kunder, arbeidstagere og investorer. Det handler om identitet og tilhørighet. Markedsundersøkelser viser at hva vi kjøper, hvor vi jobber og hvordan vi investerer mer enn noen gang er med på å definere oss som mennesker. Spesielt gjelder dette de som har stor kjøpekraft, de som har kompetanse som er ettertraktet på arbeidsmarkedet og de som har kapital å investere. Slike mennesker har mulighet til å velge, og mye tyder på at de velger stadig mer bevisst.

Resultatet er at en bedrifts verdigrunnlag ikke lenger kan være tomme ord på en flott nettside. For å tiltrekke seg de mest attraktive kundene, arbeidstagerne og investorene må bedriften demonstrere, på en troverdig måte, at den er villig til å ta samfunnsansvar, selv om det kan koste på kort sikt. På lang sikt lønner det seg, fordi det skaper en bedrift som mennesker ønsker å identifisere seg med.

Slik får vi et marked for økt samfunnsansvar.

Utfordringen er at markedskreftene for økt samfunnsansvar kun vil fungere når bedrifter kan gi troverdig informasjon om sitt samfunnsansvar. Her spiller myndighetene en viktig rolle i å lage reguleringer, system og standarder som gjør at bedrifter lett kan kommunisere innsats og resultater knyttet til samfunnsansvar på en troverdig måte.

For eksempel, når det gjelder miljø har vi tatt et steg i riktig retning med system for miljømerking av tjenester og produkter.

Men på mange områder er det fortsatt vanskelig for bedrifter å gi troverdig informasjon om at virksomheten drives i tråd med



En bedrifts verdigrunnlag kan ikke lenger være tomme ord på en flott nettside. For å tiltrekke seg de mest attraktive kundene, arbeidstagerne og investorene må bedriften demonstrere, på en troverdig måte, at den er villig til å ta samfunnsansvar, selv om det kan koste på kort sikt. Foto: Istock/Getty Images

Fredags- kronikken Mari Rege



selskapets verdier. Slik kan samfunnsansvar bli et spill for galleriet. Det er lett å peke på bedrifter som går høyt ut med prosjekt som skal signalisere samfunnsansvar, men som samtidig har annen virksomhet som ikke tåler dagens lys. Vi ser stadig at media og interesseorganisasjoner gjør en viktig jobb

med å avdekke slike dobbeltspill.

Kostnaden for organisasjonen kan bli betydelig, men avsløring setter eksempel til skrekk og advarsel og tar samfunnsutviklingen i rett retning.

La oss gå tilbake til tankeeksperimentet. I Danmark har nemlig dette vært mer enn et tankeeksperiment. I 2006 fikk alle firma i Danmark med mer enn 35 ansatte et krav om at de jevnlig måtte gjøre ansatte kjent med lønnsstatistikk som viser gjennomsnittslønn for kvinner og menn i samme type jobb. Bakgrunnen for denne lovendringen var et ønske om å fremme likestilling gjennom åpenhet og bevissthet om lønnsforskjeller.

Nylig publiserte fire anerkjente samfunnsøkonomer en studie av virkningen av denne reguleringen på lønn og likestilling (Benmedsen, Simintzi, Tsoutoura og Wolfenzon, NBER Working Paper # 25435). Analysen er overbevisende fordi den benytter en såkalt forskjeller-i-forskjeller metode, som kontrollerer bort tidstrender i likestilling: De sammenlignet forskjellen i likestilling mellom bedrifter som

hadde 35-50 ansatte og som hadde 20-34 ansatte før og etter lovendringen.

Forskerne finner at lovendringen virket etter hensikten. Den reduserte lønnsforskjellene mellom kvinner og menn med syv prosent. Reduksjonen i lønns-gapet skyldtes først og fremst at berørte bedriftene holdt mer igjen på lønnsøkningen for menn.

Dette samsvarer med tidligere studier som viser at menn i større grad forhandler om økt lønn enn kvinner. Det kan være at kravet om åpenhet gjorde arbeidsgivere mer bevisste på å ikke etterkomme slike lønnskrav. Men studien fant også at lovendringen førte til at kvinners lønn gikk opp, spesielt i firma hvor lønns-gapet var relativt stort før lovendringen.

Studien er et eksempel på hvordan et enkelt grep fra myndighetene kan støtte opp om markedskrefter som tar samfunnet et steg i riktig retning. Påtvinget åpenhet, samt system som gjør det lett for bedrifter å vise sitt samfunnsansvar på en troverdig måte, kan sette i gang markedskrefter som

fremmer miljø, likestilling og inkludering.

Det er bra for oss alle at det lønner seg for bedrifter å ta samfunnsansvar.

Mari Rege, professor i samfunnsøkonomi, Handelshøgskolen ved Universitetet i Stavanger
@marisrege

Mer debatt s. 30-32 →



Eva Grindes analyse av konsulent- og næringslivspråk: (Ganske) riktig tese, feil argumentasjon/medisin

Grim Gjønnnes, Dr. ing., daglig leder Crisp Ideas as

Debattansvarlig: Vidar Ivarsen Telefon: 22 00 10 59 Sentralbord: 22 00 10 00 Epost: debatt@dn.no

Hovedinnlegg/kronikk: Maks 4500 tegn inklusive mellomrom Underinnlegg/replikk: Maks 1500 tegn (ca. 250 ord) Legg ved portrettfoto.

Alt stoff som leveres til Dagens Næringsliv, må produseres i henhold til Vær varsom-plakaten. Dagens Næringsliv betinger seg retten til å lagre og utgi alt stoff i avisen i elektronisk form, også gjennom samarbeidspartnere. Redaksjonen forbeholder seg retten til å forkorte innsendte manuskripter. Debattinnlegg honoreres ikke.