



Interview se zaměstnavateli

Tátové vítání

Tátové vítání – průzkum mezi zaměstnavateli realizovaný v rámci stejnojmenného projektu Ligy otevřených mužů, o.s. a Unie center pro rodinu a komunitu. Cílem průzkumu bylo zjistit potenciální zájem o značku Tátové vítání a kampaň Fandíme tátům mezi různými typy zaměstnavatelů včetně jejich vstřícnosti k myšlence podpory Aktivního otcovství.

Průzkumu se zúčastnilo 51 personalistů/zaměstnavatelů (dále už jen „zaměstnavatelé“) ze všech krajů ČR a pocházejících z organizací veřejného, soukromého i občanského sektoru.

Průzkum probíhal od dubna do srpna 2013.

Zpracoval: Bc. Josef Petr, evaluátor projektu Tátové vítání, 2.9.2013 v Praze.

Výstupy z průzkumu

Benefity z pohledu zaměstnavatelů/personalistů

Dotazovaní zaměstnavatelé jsou ve shodě s otci z dotazníkového průzkumu Tátové vítání v tom, že pro pracující otce jsou nejatraktivnějšími především takové benefity, které umožňují flexibilitu práce. Nejmenší pak o takové benefity, které znamenají snížení příjmu nebo pracovní výkonnosti (neplacené volno, vzít dítě do práce). Potvrdil se také největší zájem o placené volno v souvislosti s důležitými událostmi v rodině (např. narození dítěte). Z volného porovnání obou průzkumů (dotazníkové šetření mezi otci neumožňovalo možnost „možná“) se zdá, že o některé benefity mají otcové větší zájem než

si zaměstnavatelé myslí (viz. především „neplacené volno“ a „vzít dítě do práce“). Tato domněnka by ovšem musela být potvrzena nebo vyvrácena jiným, reprezentativním výzkumem.

O jaké benefity by podle vás otcové měli zájem? Odpovědi personalistů/zaměstnavatelů						Zájem o benefity (Tátové, n = 284) Dotazníkový průzkum Tátové vítání 2013	
	mean	určitě	možná	sotva	N	ano	ne
placené volno	1,08	93,9	4,1	2	49	90,4	9,6
flexibilní doba	1,16	88,2	7,8	3,9	51	89,1	11,0
otcovská dovolená	1,24	82	12	6	50		
napracovat si	1,31	73,5	22,4	4,1	49	92,5	7,6
prohození směn	1,33	74,5	17,6	7,8	51		
práce z domova	1,47	65,3	22,4	12,2	49	82,7	17,9
podnikové jesle	1,51	59,2	30,6	10,2	49	67,2	32,8
konto prac. doby	1,59	53,1	34,7	12,2	49		
neplacené volno	1,78	37,5	43,8	18,8	48	72,9	27,1
poradenství	1,8	34,7	51	14,3	49		
stlačené hodiny	1,88	30,6	51	18,4	49		
termínovaná doba	2,04	20,4	55,1	24,5	49		
vzít dítě do pr.	2,1	24,5	40,8	34,7	49	64,8	35,3
částečný úvazek	2,24	14,3	46,9	38,8	49		
sdílené pozice	2,37	6,1	51	42,9	49		

(školka)

!!!

!!!

Mezi dalšími benefity, o které by pracující otcové mohli mít zájem, figurují především různé formy finančních příspěvků na rodinné aktivity. Dále pak osobní přístup zaměstnavatele a jeho zájem o potřeby otců nebo rodinné akce pořádané zaměstnavatelem. Mezi další, okrajově zmíněné benefity patří např. i oslava narozenin dítěte v práci, poskytování poradenství pro otce nebo zdravotní péče o členy rodiny.

Jiné možné benefity pro táty z pohledu personalistů/zaměstnavatelů (kategorizace otevřené otázky)	Rodinné akce (dětský den, programy pro děti, den otevřených dveří, apolečné akce...)	Oslava narození dítěte	Finanční příspěvky (na tábory, rekreaci, kurzy, odměny k významným dnům dětí, delší dovolená, nákup školních pomůcek)	Osobní přístup a zájem o potřeby	Poradenství	Zdravotní péče pro členy rodiny
N	11	1	19	18	2	1
%	21,57	1,96	37,25	35,29	3,92	1,96

Zájem o myšlenku Fandíme tátům

Zájem o myšlenku Fandíme tátům je mezi dotazovanými zaměstnavateli zhruba poloviční.

Procentuálně prokázali největší zájem organizace občanského sektoru a organizace s nejmenším zastoupením mužů (1 – 25%). Je to patrně dané inovativním charakterem OOS a potřebou podpory mužů v organizacích, které jich mají nedostatek. Zájem se pak mírně zvyšuje i u organizací s největším zastoupením mužů. To může být dáno naopak potřebou péče o zaměstnance. Zájem je o něco větší u žen než u mužů. Nutno podotknout, že v rámci takto malého souboru respondentů se opět jedná pouze o domněnky, které by musely být potvrzeny nebo vyvráceny reprezentativním šetřením.

Zájem o Fandíme tátům				
ano	24	48%		
ne	26	52%		
Typ společnosti				
	veřejný sektor	občanský sektor	soukromá česká	soukromá nadnárodní
ano	7	7	8	2
ne	10	1	11	3

%	41%	88%	42%	40%
%	59%	13%	58%	60%
Zastoupení mužů ve společnosti				
	1 – 25%	26 – 50%	51 – 75%	76 – 100%
ano	10	5	2	5
ne	5	7	6	8
%	67%	42%	25%	38%
%	33%	58%	75%	62%
Pohlaví respondenta				
	muž	žena		
ano	11	13		
ne	14	12		
%	44%	52%		
%	56%	48%		

Zájem o značku Tátové vítání

Zájem o značku kvality Tátové vítání je mezi dotazovanými zaměstnavateli znovu zhruba poloviční. Procentuálně prokázali největší zájem opět organizace občanského sektoru a organizace s nejmenším zastoupením mužů (1 – 25%). Zájem se pak opět mírně zvyšuje i u organizací s největším zastoupením mužů. Zájem o značku je tentokrát o něco větší u mužů než u žen.

Zájem o Tátové vítání				
ano	23	49%		
ne	19	40%		
nevím	5	11%		
Typ společnosti				
	veřejný sektor	občanský sektor	soukromá česká	soukromá nadnárodní
ano	9	6	6	2
ne	7	1	9	1

nevím	0	0	3	2
%	56%	86%	33%	40%
%	44%	14%	50%	20%
%	0%	0%	17%	40%
Zastoupení mužů ve společnosti				
	1 – 25%	26 – 50%	51 – 75%	76 – 100%
ano	10	4	2	5
ne	5	6	3	5
nevím	0	1	2	2
%	67%	36%	29%	42%
%	33%	55%	43%	42%
%	0%	9%	29%	17%
Pohlaví respondenta				
	muž	žena		
ano	12	11		
ne	8	11		
nevím	3	2		
%	52%	46%		
%	35%	46%		
%	13%	8%		

Proč podpořit Fandíme tátům / Tátové vítání

Dotazovaní zaměstnavatelé měli možnost v rámci otevřené otázky odůvodnit svůj zájem o myšlenku Fandíme tátům a značku Tátové vítání. Jejich odpovědi byly kódovány a uspořádány do kategorií. Zaměstnavatelé v poměrně shodě zmiňovali především společensky odpovědné chování organizace, zlepšení její image a spokojenější zaměstnance spolu s lepší pracovní atmosférou v organizaci/firmě.

Pokud ano, jaký?	image společnosti	společenská odpovědnost	spokojenější zaměstnanci a lepší atmosféra ve	nezařaditelné
-----------------------------	------------------------------	------------------------------------	--	----------------------

			firmě	
N	6	8	8	4
%	27%	36%	36%	18%

Příklady výroků

„Organizace by dala najevo, že fandí rodině, a to bez ohledu na to jestli je u ní zaměstnána matka nebo otec“

„Upozornit na důležitost a nezastupitelnost role otce“

„Spokojený zaměstnanec =lepší a obětavější zaměstnanec“

„propagační, symbol toho, že jsme moderní“

„Větší zapojení tatínků do rodinného života, tím větší zapojení a podpora aktivit v naší organizaci“

„Přispěli bychom k pozitivnímu nastavení společnosti (nesegregovanost)“

„Tátové jsou dobrým elementem pracovního kolektivu“

Proč ne

Ačkoli v průzkumu nebyla explicitně položena otázka, proč by se oslovení zaměstnavatelé k myšlence Fandíme tátům a značce Tátové vítání nepřipojili, někteří svůj odmítavý postoj v rámci jiné otevřené otázky rozvedli. Níže je výběr těchto výroků:

„nemám tušení zda vůbec něco sladují“

„neuspěli bychom, chceme po zaměstnancích především výkony“

„asi by nám to nic nepřineslo, naši otcové nemají malé děti“

„Ne, raději budeme denně praktikovat než sepisovat dokumenty.“

„Spíš priorita rodič než jen táta“

Co řeší otcové při sladování práce a rodiny?

Dotazovaní zaměstnavatelé se vyjadřovali také k tomu, co podle nich pracující otcové nejvíce řeší při sladování rodinného a pracovního života. Mezi odpověďmi celkem logicky, ale překvapivě suverénně, vítězí otázka času a jeho rozvržení, následována starostmi o finanční zajištění rodiny. Dalo by se tedy říci, že podle zaměstnavatelů je otázka sladování rodinného a pracovního života především otázkou času a financí.

Co dnes podle Vás zaměstnanci - otcové nejvíce řeší, když se snaží sladovat rodinu a práci? (kategorizace otevřené otázky)	čas	finance	nepříjemné kompromisy a vytížení	institucionální péče	volnočasové aktivity	kariéra	kam se obrátit
N	42	20	9	4	2	1	1
%	84%	40%	18%	8%	4%	2%	2%

Příklady výroků

„časové rozložení prac. povinností tak, aby mohli věnovat svůj čas i rodině“

„časové rozložení pracovních povinností; potřeba uvolnění z práce pro rodinné záležitosti; zajištění institucionální péče o dítě (školky)“

„časové možnosti, finance, organizace pracovního dne (pracovní doba, dojíždění, služební cesty, možnost práce z domova)“

„Jak se věnovat rodině a zároveň nenaštvat zaměstnavatele, že mám málo přes/časů, chodím s dětmi k lékaři, snažím se pomáhat manželce – pochopí to v práci?“

Jaké informace/rady by podle zaměstnavatelů otcové uvítali

V otázce charakteru informací, které by podle zaměstnavatelů pracující otcové nejvíce uvítali, jsou na prvním místě informace předávané v podobě vzdělávání (kurzy, workshopy apod.) a poradenství. Dále pak informace o možnostech vyplývajících ze zákona a o možnostech, které nabízí sám zaměstnavatel.

Jaké rady nebo informace by podle Vás zaměstnanci-otcové potřebovali? (kategorizace otevřené otázky)	vzdělávání a poradenství	nezařaditelné (neví, nechce nebo neví jak odpovědět)	Informace o možnostech vyplývajících ze zákona	informace o možnostech, které nabízí zaměstnavatel	tipy na volnočasové aktivity	informace o možnostech institucionální péče o děti
N	19	16	13	8	4	1
%	39%	33%	27%	16%	8%	2%

Odpovědi v této otázce bylo obtížné kategorizovat (více než 33% nezařaditelných), proto jsme zvlášť kategorizovali ještě odpovědi, které vytyčují základní oblasti možnosti vzdělávání a poradenství pro otce. Nejčastěji zmiňovaná oblast byla oblast rodinných kompetencí a time-management.

Oblasti vzdělávání a poradenství pro otce:

Rodina a výchova: „vzdělávání v oblasti rodinných kompetencí“; „jak pochopit dětskou duši“; „informace o prostředí přátelské k rodině“; „zodpovědnost vůči rodině vs. zodpovědnost ve své práci“; „Jak komunikovat v rodině, školení se specialisty na vybrané téma“; „Potřebují se ženou nastavit pravidla, protože pokud na ně žena neustále přenáší své problémy (telefonicky, mailem), nedělají nic pořádně a jsou v neustálém stresu.“ „Jak vychovávat děti (jak být správným rodičem)“

Time management: „jak si ušetřit práci v práci“; „Jak správně a efektivně zorganizovat čas.“; „efektivní plánování času“; „pracovní doba a možnosti flexibilnějšího využití, time management“; „Organizace času pro rodiny“; „Kde vzít čas“; „Jak si zorganizovat čas nejen v zaměstnání, ale i v soukromém životě.“; „Rozdělit čas.“

Poradenství: „Kam se v případě potřeby obrátit“; „Sociální poradenství“

Dobré příklady: „Dobré příklady otců, u kterých to funguje“

Asertivita: „Komunikační dovednosti, jak prosadit svá práva u zaměstnavatele, jak požádat o benefity“

Role pro-rodinných organizací

V otázce role pro-rodinných organizací se zaměstnavatelé shodli v oblastech kategorizovaných v tabulce níže. Dá se říci, že z pohledu zaměstnavatelů je užitečnější nabídka konkrétních programů a

aktivit a méně politická aktivita a advokační funkce pro-rodinných organizací. Důležitou a často zmiňovanou funkcí je však informační a osvětová činnost.

Jak by podle Vás mohly zaměstnavatelům v podpoře otců-zaměstnanců prospět pro-rodinné organizace? (kategorizace otevřené otázky)	Nabídka volnočasových aktivit	Informace a osvěta (informace o různých typech benefitů, tematická osvěta mezi otci i zaměstnavateli)	Vzdělávací aktivity (semináře a vzdělávání otců i zaměstnavatelů)	poradenství	Služby pro rodinu (hlídání dětí, pomoc rodinám v krizi...)	Úsilí o změnu systému (výhody pro otce ze strany státu, lobbying, podpůrné kampaně)
SUMA	14	14	10	9	6	3
%	27%	27%	20%	18%	12%	6%

Příklady výroků

„vzdělávání v oblasti výchovy dětí, partnerských vztahů, poradenství, organizování finančně dostupných aktivit pro rodiny, pomoc v nouzi, při rozvodu apod...“

„Být prostředníkem mezi zaměstnavateli a otci- schůzky a semináře.“

„lobbovat za více školek v podnicích a za větší flexibilitu pracovní doby“

„informačními letáky, webovými stránkami s informacemi- seznamováním zaměstnavatelů se situací otců-rodíčů- good practise ze zahraničí“

„Hlídání dětí, vyzvedávání, doprovod do/z kroužků, aby otcové věděli, že je o děti postaráno a oni mohli dokončit práci“

„Osvěta, komunikace, Platforma, teambuilding“

„Pořádáním popř, výpomocí s pořádáním prorodinných akcí, pořádáním seminářů, alternativními službami pro rodiny“

„Pracující táta“

Odpovědi na otevřenou otázku měly tolik různých forem, že nebylo možné provést kvantifikaci jakýchkoli opakujících se kategorií odpovědí. Byly proto vybrány opakující se pojmy (v rámci odpovědí se jednalo i o jiná slova se stejným nebo podobným významem), která jsou klíčová v rámci uvažování o pracujících otcích, kteří jsou podprobeni zkoušce sladování práce a rodiny.

Klíčové pojmy:

Pozitivní	Negativní
funkční zaměstnanec	více povinností
odpovědnost	málo času s rodinou
partnerství	uštvaná manželka
aktivní táta	zanepřázdňenost
zasloužilý otec	spěch
loajalita k zaměstnavateli	málo času
finanční zajištění rodiny	stres
živitel rodiny	vysoké nároky
efektivita práce	zapomíná na sebe
motivace k práci	
opora rodině	
přizpůsobivost	
kreativita	

Výběr „pozitivních“ vyjádření

„zodpovědnost, loajalita, motivace“

„Nemá to jednoduché :-). Zodpovědný otec. Vysoké nároky ze strany rodiny a zaměstnání.“

„Zodpovědnost, stabilita, důraz na koordinaci soukromého a pracovního života (dovolená, pracovní doba...)“

„Muž, který vydělává aby zajistil rodinu, Zaměstnanec, který si váží práce, Zaměstnanec, který pomáhá v rodině“

„Fenoménu – muž který dokáže být oporou a dokáže si uvědomit význam slova rodina“

„Živitel rodiny, koordinátor rodinného života, peníze do rozpočtu“

Výběr „negativních“ vyjádření

„pořád v jednom kole, po práci tráví společný čas s dítětem- únava, někdy nedostatek spánku- nemá čas na sebe, své koníčky, zájmy“

„chlapek, který maká, aby se rodina měla dobře a přitom trochu zapomíná na sebe“

„nemá čas, myšlenkami na jiném místě, těší se domů“

„Od rána do večera v práci, aby zabezpečil rodinu po fin. Stránce – unavený. Na rodinu má večer, chvíli ráno + víkendy“

„Spěch, peníze, zaneprázdněnost“

Evidence otců v rámci organizace

Počet otců v rámci organizace eviduje méně než polovina oslovených zaměstnavatelů.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ano	24	47,1	47,1	47,1
ne	27	52,9	52,9	100,0
Total	51	100,0	100,0	

Závěry:

1. Potvrdil se největší zájem o benefity, které zvyšují flexibilitu práce a nesnižují příjem nebo pracovní výkonnost. Zaměstnavatelé si ale nemusí vždy uvědomovat, že mezi otci je zájem i o možnost využití benefitů, které příjem či pracovní výkonnost snižují (např. možnost vzít si dítě s sebou do práce nebo možnost vzít si neplacené volno).
2. Zájem o podporu aktivního otcovství lze vysledovat zhruba u poloviny oslovených zaměstnavatelů. Hlavními důvody jsou důraz na společenskou odpovědnost organizace, zlepšení její image a spokojenější zaměstnanci přispívající k dobré atmosféře v organizaci. Nejkladněji se k Fandíme tátům a Tátové vítání staví organizace občanského sektoru a organizace s nejmenším a největším zastoupením mužů.
3. Důvody pro neúčast ze strany zaměstnavatelů nebylo možné dobře analyzovat. Z některých otevřených otázek ale vyplynuly převážně tyto:
 - Zbytečná byrokracie

- Málo informací
 - Není to potřeba
 - Podporovat by se měla spíš rodina jako celek
4. Podle zaměstnavatelů řeší pracující tátové především čas, a potom finanční zabezpečení rodiny. A zároveň by podle nich pracující tátové nejvíce uvítali vzdělávání a poradenství v oblasti rodinných kompetencí a time-managementu. Dále pak informace o možnostech vyplývajících ze zákona a z interních směrnic/politik/pravidel v rámci dané organizace.
 5. Role pro-rodinných organizací by podle zaměstnavatelů měla spočívat především v nabídce volnočasových aktivit pro rodinu (poněkud v rozporu s předchozí otázkou), informační a osvětové činnosti a nabídce vzdělávacích a poradenských aktivit. Aktivity jako lobbying a advokační činnost byly zmiňovány jen málo.
 6. S pojmem „pracující táta“ se osloveným zaměstnavatelům pojí pozitivně i negativně zabarvené pojmy. Pozitivní hodnocení převládají.