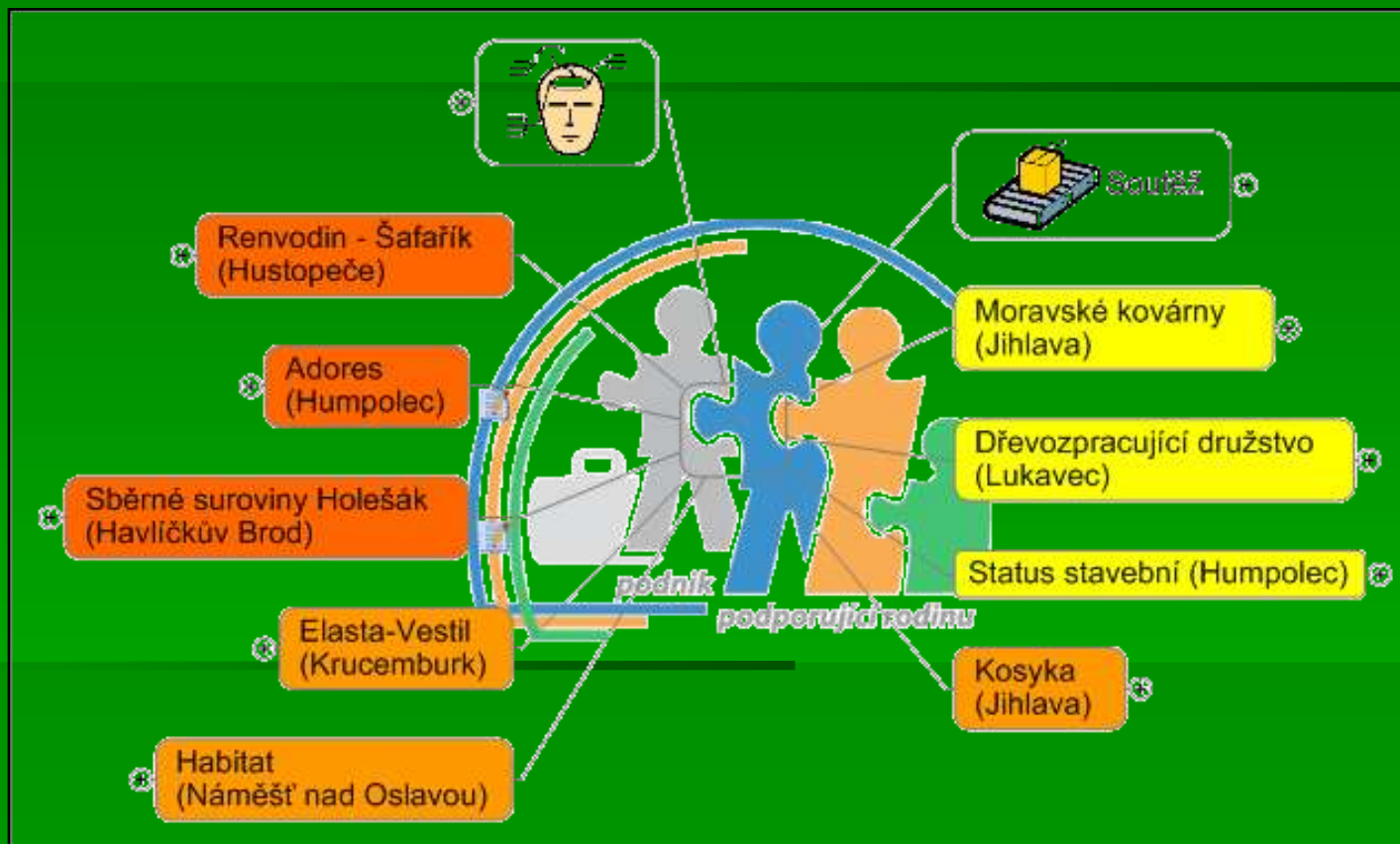


Podnik podporující rodinu v kraji Vysočina



Jak vnímáte postavení žen a mužů ve světě kolem sebe?

Porovnejte si odpovědi:

- 1. *Ne.* Ženám se obvykle méně dostává slovní chvály než mužům. Když jsou pochváleny, pak za svoji pořádnost a svůj vzhled. Muži jsou na druhé straně s větší pravděpodobností chváleni za intelektuální kvalitu svých myšlenek, nápadů, námětů.

Jak vnímáte postavení žen a mužů ve světě kolem sebe?

- **2. Ne.** Mužům se daří mluvit více, než jim přísluší (uchvátí více času). Ženy ve skutečnosti pomáhají mužům ovládnout konverzaci, protože samy se spíše ptají, zatímco muži spíše odpovídají na otázky. Muži si však při konverzaci přisvojují více času i tím, že ženy přerušují, skáčou jim do řeči a odpovídají na otázky, které jim nebyly určeny.
- **3. Ano.** Navzdory vžitému obecnému názoru, že ženy jsou upovídanější, výzkum ukazuje, že v učebně a na pracovišti muži mluví více než ženy. V jednom experimentu byli muži a ženy požádány, aby slovně popsaly obrázky. Ženy v průměru na popis potřebovaly tři minuty, mužům v průměru trval 13 minut

Jak vnímáte postavení žen a mužů ve světě kolem sebe?

- **4. Ano.** Přerušování, skákání do řeči, může být jedním ze způsobů, jak uplatnit svoji moc. Při konverzaci mezi lidmi stejného pohlaví se obě strany přerušují, skákají si do řeči stejnou měrou. Při konverzaci mezi lidmi různého pohlaví však muži přerušují ženy více než je tomu naopak. Lze to pozorovat jež u tříletých dětí. V jedné studii konverzace dospělých se zjistilo, že v 96% případů muž přerušil ženu.
- **5. Ano.** Ženy obvykle dokáží „dešifrovat“ neverbální sdělení lépe než muži. Antropolog Edward Hall tvrdí, že větší citlivost na neverbální projevy se vyžaduje od lidí v podřízené pozici, tedy od žen. Aby ženy přežily, musí být schopny interpretovat neverbální sdělení svých nadřízených, obvykle mužského pohlaví. Protože muži ve společnosti dominují, nejsou tolik motivováni k tomu, aby se naučil dešifrovat neverbální komunikaci.

Jak vnímáte postavení žen a mužů ve světě kolem sebe?

- **6. Ano.** Lingvista Robin Lakoff ve svém výzkumu prokazuje, že od žen se očekává, že budou mluvit zdvořileji než muži. Toto očekávání ženy splňují tím, že více používají eufemismů. Mužům je dovoleno mluvit tak řečeno barvitěji, používat drsný, hrubý jazyk ulice. Ženy se mohou jevit jako váhavé, bezmocné, protože nadužívají zdvořilé fráze jako například „Tak jsem si říkala ... (tak mě napadlo, myslela jsem si ...)“ nebo „Nechci Vás obtěžovat, ale ...“
- **7. Ne.** Ženy se nejen ptají více než muži, ale také více používají zmíněné disjunktivní otázky. Jsou to vlastně dotazy připojené k deklarativní větě: „Tohle je dobrý kurz, že?“. Účelem takové disjunktivní otázky je nezaujmout definitivní postoj. Oslabuje postoj mluvčího nebo mu umožňují rychle se ho vzdát, když se setká s nesouhlasem.

Jak vnímáte postavení žen a mužů ve světě kolem sebe?

- **8. Ne.** Muži jsou více kritizováni, více dotazováni a obecně se jim dostává větší pozornosti než ženám. Mohou být i přísněji káráni, protože se od nich více očekává. Očekává se od nich (vysoký) výkon. Jelikož od žen se očekává méně, bývají méně kárány za svůj výkon nebo jeho absenci.
- **9. Ano.** Ženy jsou ve většině situací více fyzicky dotýkány než muži. Muži se jich dotýkají, když je vedou po chodbě, pomáhají jim do kabátu nebo do auta. Často je dotyk tak krátký, že si ho sotva kdo všimne. Sociologové tvrdí, že dotýkáme-li se druhých, naznačujeme tím svoji dominantní pozici a moc.

Jak vnímáte postavení žen a mužů ve světě kolem sebe?

- **10. Ne.** Ženy se snaží mnohem usilovněji než muži udržet diskusi v chodu. Socioložka Pam Fishmannová ve svém výzkumu manželských párů dochází k závěru, že ženy nastolují v diskusi mnohem více témat než muži. Muži naopak diskusi často „zabijí“ tím, že nereagují nebo reagují minimálně, stylem „hm...“ „no jo...“ apod.
- **11. Ne.** Ženy ve vedoucí pozici (manažerky) nejsou o nic emotivnější nebo dramatictější než muži. Emoční otevřenost se považuje u lidí v manažerských funkcích za nevhodnou. Přátelský styl komunikace se považuje za efektivní u nadřízených mužského i ženského pohlaví, pokud je nadřízený opačného pohlaví.

Jak vnímáte postavení žen a mužů ve světě kolem sebe?

- **12. Ano.** Ve svém klasickém díle „The Managerial Women“ („Manažerky“) Hennig a Jardim konstatují, že ženy na všech úrovních řízení vykazují syndrom „čekej až tě vyberou“. Ženy věří, že jejich dobrý pracovní výkon neujde pozornosti a bude odměněn. Nejsou příliš asertivní v propagaci vlastní osoby.
- **13. Ano.** Muži více využívají svůj osobní prostor – zeširoka se usadí („rozvalí se“) na židli či v křesle a používají „rozmáchlejší“ gesta. Ženy sedí „upjatěji“, s nohama u sebe a pažemi u těla a používají úspornější gesta. Když se k sobě muži a ženy blíží na ulici, ženy s větší pravděpodobností muži ustoupí z cesty. Muži s větší pravděpodobností mívají doma svůj osobní prostor – svoji pracovnu či pracovní koutek. Tato rozpínavější kontrola prostoru je charakteristická pro muže ve vyšším postavení

Jak vnímáte postavení žen a mužů ve světě kolem sebe?

- **14. Ne.** Lektori (muži) jsou považováni za autoritativnější a důvěryhodnější než lektorky. Platí to i v jiných situacích – nejen při školení: za „profesionálnější“ a důvěryhodnější jsou považovány i třeba rozhlasoví a televizní hlasatelé a moderátoři. Jedna studie prokázala, že publikum příznivěji reaguje na zprávy či sdělení, které čte či pronáší muž. Pro komerční mluvené komentáře se v 92% případů používají mužské hlasy.
- **15. Ano.** Navzdory neochotě mnoha lidí pracovat a mít za šéfa ženu se má za to, že ženy umí lépe komunikovat. Ženy v manažerských funkcích jsou považovány za ohleduplnější, přístupné novým myšlenkám, úsilí svých podřízených podporují více než muži. Podřízení obojího pohlaví vykazují vyšší pracovní morálku a větší uspokojení z práce, když jim šéfuje žena.

Jak vnímáte postavení žen a mužů ve světě kolem sebe?

- **16. Ano.** Výzkum ukazuje, že ženy o sobě s větší pravděpodobností než muži sdělují osobní informace. Může to být odrazem rozdílu v mocenské pozici mezi muži a ženami obecně. V organizacích spíše podřízené o sobě sdělují osobní informace nadřízenému než naopak. Čím větší moc člověk má, tím více osobních informací mu ostatní sdělují.
- **17. Ano.** Když se ženy ucházejí o zaměstnání, je méně pravděpodobné, že budou pozvány na pohovor na základě svého životopisu. V jedné studii byly zaměstnavatelům rozeslány naprosto stejné životopisy a průvodní dopisy – lišilo se jen pohlaví uchazečů. Uchazečky byly v menším počtu případů než uchazeči pozvány na pohovor na základě životopisu a firmám trvalo o tři dny déle odpovědět jim na jejich žádost o zaměstnání.

Jak vnímáte postavení žen a mužů ve světě kolem sebe?

- **16. Ano.** Výzkum ukazuje, že ženy o sobě s větší pravděpodobností než muži sdělují osobní informace. Může to být odrazem rozdílu v mocenské pozici mezi muži a ženami obecně. V organizacích spíše podřízené o sobě sdělují osobní informace nadřízenému než naopak. Čím větší moc člověk má, tím více osobních informací mu ostatní sdělují.
- **17. Ano.** Když se ženy ucházejí o zaměstnání, je méně pravděpodobné, že budou pozvány na pohovor na základě svého životopisu. V jedné studii byly zaměstnavatelům rozeslány naprosto stejné životopisy a průvodní dopisy – lišilo se jen pohlaví uchazečů. Uchazečky byly v menším počtu případů než uchazeči pozvány na pohovor na základě životopisu a firmám trvalo o tři dny déle odpovědět jim na jejich žádost o zaměstnání.

Jak vnímáte postavení žen a mužů ve světě kolem sebe?

- **18. Ano.** Zdá se, že ženy v nadřízených funkcích se méně dělí o informace se svými kolegy. Muži ve vedoucích funkcích jsou vůči svým kolegům upřímnější. Jedním z důvodů je skutečnost, že ženám- manažerkám se nedostává tak velké podpory ze strany vedení organizace. Proto ani nemají tolik informací, o které by se mohly dělit.
- **19. Ne.** Muži více iniciují interakci s lektory než ženy. Navíc interakce mezi frekventanty mužského pohlaví a lektory trvá déle. Ženy čekají, až muži vyvolají konverzaci, což je typické pro lidi nižšího postavení.
- **20. Ano.** Podle Lakoffa je mluva žen významně nezávažnější, méně kategorická než je tomu u mužů. Ženy více používají zmíněné disjunktivní otázky, více kvalifikujících (podmiňujících) slov jako „možná“ nebo „snad“, své otázky a žádosti formulují zdlouhavěji, příliš zdvořile, a používají popírající, dementující fráze jako „možná to zní hloupě, ale...“ apod. Mají sklon odpovídat na otázky neasertivním, opatrnickým stylem, spíše než aby se vyjádřily rozhodně a deklarativně.

Jak jste na tom? Vnímáte rozdíly ve způsobu komunikace mužů a žen?

- **18-20 správných odpovědí:** Velice dobře vnímáte jemné rozdíly ve způsobu komunikace mužů a žen ve vzdělávacím prostředí (při školení) a na pracovišti. Teď ovšem vyvstává důležitá otázka: co s tím děláte? Sledujete své chování a snažíte se odstranit z něj prvky předpojatosti vůči svým posluchačům/posluchačkám nebo kolegům/kolegyním? Komentujete projevy předpojatosti, když si jich všimnete u jiných, nebo jste jen tichým pozorovatelem? Znalosti a vědomosti jsou nejužitečnější, jsou-li promítnuty do každodenního chování.
- **15-17 správných odpovědí:** Dopadli jste v tomto testu dobře. Uvědomili jste si několik jemných rozdílů ve stylu komunikace a reakce mužů a žen. Při školení si všimněte momentů, kdy muži ženy přerušují, skáčou jim do řeči, a pasivity žen. Snažte se odstranit předpojatost a pomáhat ostatním počínat si při interakci jako rovný s rovným.
- **12-14 správných odpovědí:** I když si uvědomujete některé rozdíly ve způsobu komunikace mužů a žen, jiných jste si nevšimli. Jako většina z nás v každé komunikační situaci jste schopní „zpracovat“ jen omezený počet takových projevů. Vyhradte si čas na to, abyste pozorovali proces interakce mezi muži a ženami na pracovišti nebo při školení.
- **Méně než 12 správných odpovědí:** Možná si neuvědomujete své vlastní chování – jak odlišně se chováte k mužům ve srovnání s ženami. Naučte se lépe tyto rozdíly rozpoznávat (doporučená literatura: Judy Pearson – Gender and Communication/Pohlaví a komunikace/ a Lea Stewart.

Postavení žen v české společnosti

- Míra ekonomické aktivity žen je na jedné z nejvyšší úrovně v Evropě, nicméně podíl ekonomicky aktivních žen se snižuje a míra nezaměstnanosti žen narůstá v posledním desetiletí rychleji než u mužů, přičemž ženy jsou dlouhodoběji mezi nezaměstnanými.
- Průměrná výše mzdy se ve druhé polovině devadesátých let pohybuje na 75% průměrné výše mzdy mužů, přičemž čím vyšší je vzdělání zaměstnankyně, tím je podíl na mzdě mužů stejného vzdělání nižší.
- Ženy s dětmi v předškolním věku, ženy staršího věku a ženy po mateřské dovolené jsou tři z pěti nejčastěji znevýhodněných skupin na trhu práce.
- Míra nezaměstnanosti žen v roce 2001 činila 10,12%, zatímco mužů 7,93%.
- V souvislosti s tím vyplývá z údajů, že průměrná výše důchodů žen je zhruba o pětinu nižší než průměrný důchod mužů.
- Kromě zatížení péčí o děti a domácnost jsou za hlavní příčiny nerovné pozice žen na trhu práce považovány příčiny zakotvené ve struktuře trhu práce a zaměstnavatelské politice, která vyhovuje spíše mužům, kteří v práci dominují.
- 40% žen zažilo diskriminaci v zaměstnání, přičemž zhruba polovina z nich z důvodu pohlaví.
- Podíl žen na rozhodovacích procesech je výrazně poddimenzován. V současné době mají ženy asi deseti procentní zastoupení v Senátu a patnácti procentní zastoupení v Parlamentu ČR. Relativně vyšší – téměř čtvrtinový podíl, mají v obecních zastupitelstvech.
- Do domácích prací se zapojuje méně než 5% mužů.

Rodina a práce v životě žen a mužů

- Práce je pro většinu českých žen druhou nejvýznamnější životní hodnotou a ženy se v míře připisované významu práce neliší od většiny mužské populace.
- Prolínání těchto dvou hodnot určuje základní životní strategii u mužů a žen.
- Typické: hledání rovnováhy mezi rodinou a prací je pokládán za problém pouze žen: nejen veřejností, často i ženami samotnými
- Žena, která zůstává s dětmi doma, automaticky přebírá i další rodinné zátěže, kterých se často už nezbaví.
- Důsledek: ženy hledají různé individuální cesty, jak konflikt mezi rodinou a prací řešit.
- Společnost zatím nevytváří takové mechanismy, které by jim umožnily uspět v obou těchto životně důležitých oblastech.

Výzkumy SÚ AV :

„.....výzkumy potvrzují, že politika rovných příležitostí, která by vyjadřovala zájem zaměstnavatele o osobní a rodinnou situaci pracovníka nebo pracovnice a dávala větší důraz na výsledek práce než na její organizaci, pro ženy ve většině případů nevyhovující, tak taková politika v praxi nefunguje.“

Opatření na podporu sladování pracovního a rodinného života zaměstnanců

- Flexibilní pracovní doba: výkon je vázán na odvedenou práci, ne na dobu strávenou na pracovišti (individuální pracovní doba, částečný pracovní úvazek, sdílení úvazku, hodiny odpracované za rok/měsíc/týden)
- Teleworking (práce na dálku s využitím IT)
- Podpora při péči o dítě nebo další rodinné příslušníky
- Poradenství a další opatření na podporu rodiny
- Programy pro rodiče během i po mateřské dovolené (zapojení do práce)
- Neplacené volno z osobních důvodů

Nabídku prorodinných opatření je nutno rozšířit i na mužskou část zaměstnanců tak, aby rodinnou zátěž nenesly jen ženy. Pokud jsou flexibilní opatření využívána (nabízena) jen ženami, může se to obrátit proti nim (diskriminace při přijímání zaměstnanců)

Přínosy pro podnik

- Snížení absence pracovníků z důvodu nemoci
- Snížení počtu dní výpadku v případě péče o děti
- Snížení fluktuace – nižší hrozba odlivu know-how odchodem pracovníků ke konkurenci
- Snížení nákladů na opětovný nábor personálu a na zaškolení nových pracovních sil
- Vytváření tzv. „social label“ – značky které lze využít při prezentaci firmy
- Zvýšení výkonnosti pracovníků: vyšší motivovanost k práci, loajalita k firmě
- Lepší pozice v konkurenčním boji o kvalifikovaný personál

Slad'ování pracovního a rodinného života

Soutěž „Podnik podporující rodinu“

Vyhlášení soutěže:

Havlíčkův Brod	workshop rozvojového partnerství projektu EQUAL Osloveno výzvou k účasti: 600 podniků v kraji Vysočina Přihlásilo se: 15 Finále: 9
----------------	---

Záštita nad soutěží:

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR
náměstkyně hejtmana kraje Vysočina Ing. Marie Černá

Oznámení výsledků

Havlíčkův Brod

workshop pro cílovou skupinu - zaměstnavatele

Cíl soutěže:

Dát podnět, aby i v ČR byly oceňovány a medializovány podniky, které do personálních strategií zařazují různé formy podpory slad'ování pracovního a rodinného života zaměstnanců.

Zkušenosti ze zemí EU a USA: tato ocenění značně zvyšují prestiž podniku. Zaměstnanci jsou spokojenější, snižuje se jejich stresová zátěž, jsou výkonnější.

Oslovení podniků v kraji Vysočina

Region: cca 14 000 podnikatelských subjektů (bez OSVČ)

Výzva k účasti:

- Podnikům, se kterými už některý z partnerů projektu spolupracoval
(z počtu přihlášených 13%)
- Podnikům – členům Hospodářské komory v regionu
(předpoklad, že to budou aktivní zaměstnavatelé)
(z počtu přihlášených 60%)
- Ostatním podnikatelským subjektům: články v místním tisku, regionální TV, tiskové konference k tématu
(z počtu přihlášených 27%)

Průběh soutěže:

1. etapa: vyplnění soutěžního dotazníku ve 4 oblastech

- A. Flexibilní organizace práce.
- B. Personální rozvoj a vzdělávání zaměstnanců
- C. Oblast péče o pracovníky s rodinami, na MD/RD, podpora péče o děti a další rodinné příslušníky
- D. Firemní kultura (programy podpory, analýzy potřeb, zajišťování rovných šancí mužů a žen)

2. etapa:

- návštěvy v podnicích : doplnění informací z dotazníku

Hodnocení

Podklady pro hodnocení:

- vyplněné dotazníky
- zprávy o návštěvách podniků a rozhovorech se zástupci vedení firem
- metodika hodnocení

Hodnotitelská komise:

Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR:	Ing. Hana. Kubátová, vedoucí odboru lidských zdrojů v průmyslu – předsedkyně komise
Český svaz žen, o.p.s.:	PhDr. Zdeňka Hajná, CSc., předsedkyně ČSŽ, zastupující předsedkyně komise
Gender Studies, o.p.s.:	Mgr. Alena Králíková, ředitelka společnosti
Liga otevřených mužů, o.p.s.:	PhDr. Martin Jára, ředitel společnosti
Česká asociace manažerek a podnikatelek, o.p.s.:	Mgr. Helena Knoblochová
Hospodářská komora, Havlíčkův Brod:	Bc. Aleš Kadlec, ředitel HK

VÝSLEDNÉ POŘADÍ

Malý podnik	Počet b.	Střední podnik	Počet b.	Velký podnik	Počet b.
RENVODIN-ŠAFAŘÍK	15 b.	HABITAT a.s.	15 b.	Dřevozpracující družstvo	18 b.
J.Holešák - Sběr surovin	13 b.	KOSYKA s.r.o.	14 b.	Moravské kovárny, a.s.	11 b.
ADORES s.r.o.	8 b.	Elasta-Vestil s.r.o.	7 b.	STATUS stavební a.s.	7 b.

Panelová diskuze představitelů podniků - účastníků soutěže před vyhlášením výsledků

Otázky:

Co rozhodlo, že jste se přihlásili do soutěže?

Jakého svého prorodinného opatření si nejvíce ceníte?

Jak se Vám tato investice - účast v soutěži – vyplatila? Co Vám soutěž přinesla?

Co pro Vás znamená rodina zaměstnanců?

Má se více o rodiny starat stát nebo firma?

Co schází státní politice v oblasti podpory rodiny?

Z odpovědí manažerů:

„Spokojenost zaměstnanců je naším cílem. Byla to ojedinělá akce a my se potřebujeme srovnávat s českými i zahraničními firmami.“

„Chceme být atraktivní firmou, která obstojí v konkurenci. Umožňujeme trávit maximálně volný čas s rodinou, věnujeme značné příspěvky na rodinné akce zaměstnanců“.

„Dobře víme, že rodina je pro zaměstnance důležitou hodnotou a snažíme se jim vycházet vstříc, ale pro malou firmu je to opravdu problém.“

„U rodinné firmy je jednoduché mluvit o rodině. Malý příklad: hodnotitelé, kteří nás v rámci soutěže navštívili, mohli vidět vnoučata v kanceláři ředitele“.

„Je třeba posilovat prorodinná opatření. Stát by měl mít vliv formou vytváření podmínek, norem a pravidel“.

„Já se jen mohu snažit vytvářet podmínky pro své zaměstnance, aby mohli úspěšně pracovat pro mne, stát by měl podporovat např. vznik předškolních zařízení“.

Obecné závěry z dotazníků a rozhovorů se zástupci firem:

- Péče o pracovníky je, zřejmě díky tradici (všechny soutěžící podniky měly českého majitele), na poměrně vysoké úrovni (také to byla motivace k přihlášení se do soutěže)
- **Ale:**
 - flexibilní organizace práce je málo využívána
Příčina: nejen nezájem zaměstnavatelů, ale také zaměstnanců: FOP je spojena s určitými nevýhodami: nižší plat, stejný rozsah práce jako u plného úvazku, omezení kariérního růstu
 - radikálně poklesla podpora zařízení péče o (zejména o nejmenší) děti ze strany podniků
 - pokud existuje částečný pracovní úvazek, je většinou využíván ženami z důvodu péče o dítě, protože to jsou ženy, které se většinou o děti a domácnost převážně starají

Co se v průběhu soutěže podařilo

- hovořit v podnicích o tématu sladování, rozšířit povědomí jak zaměstnavatelů tak i zaměstnanců o této problematice, upozornit na úzkou souvislost se spokojeností a výkonností pracovníků
- realizovat zajímavá setkání s managementem soutěžících podniků, blíže se seznámit s podmínkami podnikání navštívených firem a jejich možnostmi péče o zaměstnance
- prostřednictvím diskuzí na pracovištích a závěrečné panelové diskuze získat zpětnou vazbu od managementu k tématu sladování a organizování podobných soutěží
- upozornit na problematiku podpory sladování pracovního a rodinného života a zaangažovat do hodnocení podniků zastupitele samosprávy v kraji a státní správy
- pravidelně o průběhu soutěže informovat prostřednictvím médií nejširší veřejnost v regionu a na webových stránkách projektu www.rovnesance.cz všechny zájemce o tuto oblast
- vypracovat , v praxi ověřit a poskytnout k dalšímu využití metodiku soutěže Podnik podporující rodinu.

V čem vidíme slabé stránky:

- Zástupci samosprávy a státní správy nemají problematiku podpory sladování pracovního a rodinného života mezi svými prioritami. Přes celkovou ochotu a snahu pomoci agendě soutěže při svém pracovním vytížení jen obtížně nacházejí prostor pro toto nové téma
- Na úrovni vlády neexistuje účinná strategie podpory zaměstnavatelům ve vytváření podmínek pro sladování.
- V ČR neexistuje instituce s odpovídající výkonnou mocí (ministerstvo), která by zaštiťovala prorodinnou politiku státu (na rozdíl např. od Německa, Rakouska).
- Medializace soutěže vyžaduje větší finanční prostředky, než byly možnosti projektu, ale také větší zájem médií o toto téma.

Výzkumy v Kraji Vysočina v rámci projektu MOPPS:

Jaká je role zaměstnavatelů při vytváření prorodinného klimatu ve společnosti
názory celkem a podle občanů, kteří mají děti předškolního a školního věku

PRORODINNÉ KLIMA:

- Typ výzkumu: reprezentativní
- Lokalita: region Vysočina
- Výběrový soubor: 300 osob, 18+ let
- Více než každý druhý občan Vysočiny (55%) považuje zaměstnavatele za důležité činitele ve vztahu k vytváření prorodinného klimatu ve společnosti.
- Každý třetí (33%) s tím nesouhlasí a roli zaměstnavatelů vidí v tomto směru jako nedůležitou.
- Roli zaměstnavatelů vyzdvihují tři čtvrtiny občanů, kteří mají děti ve věku do tří let (75%), dvě třetiny těch, kteří mají děti ve věku mezi třemi až šesti lety (66%) a také více než polovina občanů s dětmi školního věku do 15 let (59%).

Zdroj dat: Zpráva z výzkumu „Sladění péče o rodinu a zaměstnání z pohledu občanů kraje Vysočina“, . Výzkum byl součástí projektu MOPPS, který je financován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem ČR. Tuto informaci zpracovala DEMA a. s.

Jaká je role zastupitelů měst a obcí při vytváření prorodinného klimatu ve společnosti

Co konkrétně zastupitelé dělají?

- 32% vyvíjejí aktivitu, snaží se:
 - starají se o jesle, školky, školy (13%) kulturní akce (5%) byty pro mladé rodiny (3%) akce pro rodiče (2%) programy pro volný čas dětí (2%) jiné (7%)
 - 24% nesnaží se, nedělají nic
 - 44% neví
- Mezi obyvateli kraje Vysočina je o něco více těch, kteří považují roli zastupitelů ve vztahu k vytváření prorodinného klimatu ve společnosti za důležitou (41%) než těch, kteří ji označují za nedůležitou (35%). Každý čtvrtý občan však říká „nevím“, „neumím posoudit“ (24%).

Na co by chtěly firmy dávat důraz v oblasti prorodinných opatření názory celkem:

- Skloubit pracovní dobu tak, aby pokud možno co nejvíce vyhovovala potřebám jak zaměstnavatelů tak jejich pracovníků, je nejčastěji uvažované opatření, kterému by firmy chtěly v budoucnu věnovat zvýšenou pozornost (24%!).
- Viditelný je i avizovaný důraz každé deváté firmy (11%), na oblast vzdělávání a osobnostní rozvoj.
- Ostatní opatření jsou uváděna méně často.
- Že hledání možností, respektujících rodinné poslání zaměstnanců firmy s jejich pracovními aktivitami, není mnohdy plánovitě promyšleno, dokumentuje odpověď čtyř zaměstnavatelů z deseti (39%!), kteří říkají, že nevědí, zda a jaké opatření budou preferovat.

Na co by měly firmy dávat důraz v oblasti prorodinných opatření názory celkem

Prioritní směr opatření:

Směr prorodinných opatření ve firmách může být různý. Podle občanů z Vysočiny by firmy měly do své strategie zapracovat hlavně: _____

- možnosti úprav pracovní doby (29%),
- nabídku služeb pro rodiny ve formě jeslí, školek a zabezpečeného hlídání dětí (20%) a také
- opatření finančního charakteru, včetně půjček či přímé peněžní výpomoci (18%).
- každý desátý občan si myslí, že firmy by se měly prioritně zaměřit na kvalitnější komunikaci se svými zaměstnanci (10%)
- a soustředit se na osobnostní rozvoj a vzdělávání (8%).
- Nejméně často jsou firemní opatření spojována se změnami v oblasti technologií.

Má firma zpracovaný program prorodinných opatření názory celkem a podle toho, zda firmy mají zaměstnance s dětmi

předškolního a školního věku:

- Jen minimum firem (3%) má vypracovaný ucelený program firemní prorodinné politiky.
- Každá devátá firma (11%) zatím takový materiál nemá, ale uvažuje o tom, že možnosti, které nabízí svým zaměstnancům, zpracuje do podoby uceleného programu.
- Ostatní, tj. naprostá většina firem, o něčem takovém vůbec v dohledné době neuvažují (86%).
- Zda firmy zaměstnávají osoby s dětmi předškolního nebo školního věku se do jejich chování a úvah téměř nepodepisuje.

Jak motivovat zaměstnavatele k prorodinným opatřením? názory celkem:

- Občané kraje Vysočina jsou přesvědčeni, že nejúčinnější impuls, který může zvýšit ochotu zaměstnavatelů zařazovat prorodinná opatření do svých strategických plánů, vede přes oblast financí. Buď formou daňovou, v podobě odpočtů či úlev (37%), nebo adresnými dotacemi, peněžními kompenzacemi či příspěvky (21%).
- Celkem 9% obyvatel přisuzuje výraznou roli mediální a veřejné propagaci těch firem, které se o své pracovníky skutečně starají, včetně pozornosti a uznání ze strany obcí a měst, v jejichž lokalitě firmy působí.
- Podle 6% občanů je pro zaměstnavatele nejdůležitější zpětný efekt prorodinných opatření v podobě pracovitosti, spolehlivosti a kvalitních výkonů jejich pracovníků.
- Někteří občané (2%) navrhují i další způsoby (spolupráci měst a obcí v oblasti služeb pro rodinu, zlepšení podmínek pro podnikatele ap.),
- jiní (3%) si myslí, že speciální podpora prorodinných opatření není nutná, protože se jedná o povinnou součást péče o zaměstnance.

Závěry výzkumu v rámci projektu MOPPS na podporu soutěže

(100 firem kraje Vysočina, dotazování: majitelé, ředitelé, vrcholoví pracovníci)

- Zaměstnavatelé poměrně málo a nesystematicky začleňují harmonizaci práce a rodinného života do své firemní politiky; pokud ano, nezjišťují si zpětnou vazbu, nevyhodnocují si efekt (jen 3% firem má ucelený propracovaný program vztahující se k prorodinným opatřením)
- Naprostá většina rodin s dětmi předškolního a školního věku mívá problémy se zajištěním péče o děti v době, kdy se o ně rodiče nemohou postarat; hlavní tíha spočívá na bedrech žen
- představitelé samosprávy si prozatím nezvykli speciálně se věnovat prorodinné politice; kromě financí vidí problém v nekonceptnosti vládní politiky a také v motivaci občanů, v překonávání lhostejnosti k občanské angažovanosti

Ekonomicky vyspělé země:

Prorodinná opatření zavádějí hlavně podniky, které si zakládají na tom být „dobrým zaměstnavatelem“, podniky s propracovanou politikou managementu lidských zdrojů, podniky zaměřené na rovnost příležitostí a ty, které zapojují zaměstnance do rozhodování

Takoví zaměstnavatelé jsou zároveň podniky s celkově lepším výkonem. Prorodinný „étos“ ve firmě je spojován s nadprůměrným finančním výkonem, produktivitou práce, kvalitou a prodejními výsledky.

Provedené výzkumy zpochybňují názor, že zlepšení výkonu podniku je odvislé od snižování mzdových nároků, zvyšování intenzity práce nebo zvyšování objemu pracovní doby. Naopak výsledky naznačují, že ekonomika založená na znalostech, vysoké přidané hodnotě, kde zaměstnanci mají značnou volnost v rozhodování a flexibilitu, má největší šanci na úspěch.

Nalézání rovnováhy mezi rodinným a pracovním životem

- Snahy o vytváření podmínek pro nalézání rovnováhy narážejí v ČR na bariéry:
- ve většině domácností převládá tradiční rozdělení genderových rolí
- většina žen je s touto dělbou spokojena, nebo ji alespoň přijímá

„Nikdy nebyla podporována pracovní kariéra žen, jejich diferenciací v sociální kultuře, vytváření rovných příležitostí, odstraňování stereotypů a segregace na trhu práce, neredefinovaly se pracovní a rodinné role zaměstnaných rodičů. Ženy se neorientují na kariéru, protože:

- Jsou blokovány modelem řízení, který jim klade překážky bránící jim v přístupu k informacím
- Výběh pracovníků pro kariérové pozice provádějí muži ve vedoucích pozicích, kritéria vycházejí z mužských představ a stereotypů o ženách a ženské práci
- Ženy kombinují práci s rodinou a jsou plně schopné obstát v náročné profesi, ale neobstojí vůči požadavkům na pracovní mobilitu a časové nároky.
- model zaměstnané ženy bez kariérových ambicí je nejúspěšnější z hlediska sladování práce a rodiny a rozkládá odpovědnost partnerů za rodinné finance. Je přijatelný pro ženy, které chtějí rozhodovat uvnitř rodiny
- Žena není vnímána individuálně a diferencovaně. Ženy doplácí na to, že se většina z nich chová tak, jak se od nich očekává tedy (genderově) stereotypně.
- **Znaky změn ve prospěch rovnosti mužů a žen jsou zatím nezřetelné. Ženy o ni neusilují, nechtějí rozkolísávat rodinné vazby v zájmu nejistého kariéerního vzestupu a vyšší samostatnosti.**
- Trh práce o změnu v uvedeném směru taky neusiluje, protože mu vyhovuje spolehlivá, levná ženská pracovní síla.

Jaké jsou cesty k vytváření společnosti přátelské rodině?

- Existence jasné strategie státu v oblasti podpory sladování pracovního a rodinného života obyvatel, legalizovat více zákonných možností pro zaměstnavatele, jak vycházet vstříc zaměstnancům s dětmi
- Zvyšování senzitivity zaměstnavatelů k potřebám svých pracovníků (dostupnost informací, osvěta, medializace tématu, vzdělávání, soutěže)
- Větší zapojení mužů/otců do péče o děti a domácnost (signál pro zaměstnavatele, že otec může čerpat volno na péči o děti stejně jako matka)
- Umožnění zlepšení dělby práce v rodině, překonání tradičního rozdělení genderových rolí (informace, osvěta, medializace, vzdělávání)

Motto na závěr

Jádrem problému však není nalézt jakýsi kompromis mezi oblastmi práce a rodiny. Zásadní je fakt, že životní cíle a priority jednotlivců mohou být odlišné, že muži a ženy mají právo svobodně využívat a prožívat jak pracovní, tak i rodinné části svých životů tak, aby při jejich kombinaci nemuseli obtížně hledat rovnováhu.

„Svobodu výběru mezi alternativními možnostmi lze považovat za základní lidské právo. Aby si lidé mohli vybrat a rozhodnout se s vědomím následků event. nevýhod a vedlejších účinků, musí být příslušné informace dostupné, objektivní, úplné a individualizované. Věcí státu je, aby uspokojoval takové sociální a ekonomické nároky, které vlastní volbu umožňují.

Vezmeme-li v úvahu sladění pracovního a rodinného života, lze konstatovat, že musí být splněny tři následující podmínky: rodičům a zejména matkám musí být dáno na výběr z různých variant řešení, svobodná volba jednotlivce musí být chráněna zákonem, důsledkům volby nemohou být vystaveny pouze určité skupiny společnosti – např. ženy“.

(Plomba, 2003)

Děkuji za pozornost

**PhDr. Jaroslava Kahabková
Agentura TIS, spol. s r.o.**
