

BADANIE SYNDYKATOWE

WSPARCIE RÓWNOŚCI RODZICIELSKIEJ PRACOWNIKÓW W
KONTEKŚCIE DYREKTYWY UE WORK-LIFE-BALANCE

FALA II (2023)



FUNDACJA —
SHARE THE CARE

**TWORZYMY ŚWIAT RÓWNYCH SZANS
POPRAZEC PROMOWANIE PARTNERSKIEGO
MODELU RODZINY.**

**RÓWNOŚĆ NA RYNKU PRACY JEST
ZWIĄZANA Z RÓWNOŚCIĄ W DOMU.**

**JEDNYM Z GŁÓWNYCH POWODÓW
NIERÓWNOŚCI KOBIET NA RYNKU PRACY
JEST KARA ZA MACIERZYŃSTWO.**



FUNDACJA
SHARE THE CARE

3 POZIOMY NASZYCH DZIAŁAŃ

WSPÓŁPRACA Z PRACODAWCAMI

WSPRACIE PRACODAWCÓW W DZIAŁANIACH MAJĄCYCH NA CELU BUDOWANIE RÓWNOŚCI RODZICIELSKIEJ W ORGANIZACJI

EDUKACJA I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA

PROJEKTY MAJĄCE NA CELU ZACHĘCANIE RODZICÓW DO DZIELENIA SIĘ URLOPAMI RODZICIELSKIMI I BUDOWANIA PARTNERSKIEGO MODELU RODZINY

PUBLIC AFFAIRS

DZIAŁANIA MAJĄCE NA CELU WPROWADZENIE DYREKTYWY WORK-LIFE BALANCE, KTÓRA NADA OJCOM PRAWO DO 9 TYGODNI URLOPU RODZICIELSKIEGO TYLKO DLA NICH



FUNDACJA
SHARE THE CARE

DYREKTYWA2022: PODSUMOWANIE FALI I

CO ZROBILIŚMY?

- Prace rozpoczęte we **wrześniu 2021**
- **8 dużych organizacji**: przebadanych **ponad 800 pracowników**
- **Różne branże**: finanse, przemysł, produkcja, usługi

CZEGO SIĘ DOWIEDZIELIŚMY?

- Równość rodzicielska jest **oczywistością**, ale raczej **na poziomie deklaracji**
- **Finanse** (luka płacowa) to **kluczowa bariera** do dzielenia się urlopem rodzicielskim
- Rosnąca **rola pracodawców** i oczekiwania wobec nich w aspekcie wspierania work-life balance pracowników
- Dla **60% mężczyzn** gwarancja **bezpieczeństwa zatrudnienia** to silny motywator do brania urlopów rodzicielskich
- Niemal **50% kobiet** potrzebuje **wsparcia pracodawcy** w uświadamianiu możliwości dzielenia się urlopem
- Ponad **30% kobiet** oczekuje **tworzenia kultury organizacyjnej**, która wspiera nowoczesne modele rodzicielstwa
- Znajomość **dyrektywy work-life balance** na poziomie **30%**

„Mamy pełną świadomość tego, że jako pracodawca, odgrywamy dużą rolę w kształtowaniu środowiska równych szans, w tym równości rodzicielskiej, która jest niezwykle ważna dla wszystkich pracujących u nas rodziców. **Badanie syndykatowe pomogło nam zidentyfikować potrzeby obecnych i przyszłych rodziców w naszej organizacji.** To właśnie dzięki tej wiedzy mogliśmy przygotować strategię będącą odpowiedzią na zebrane wyniki oraz w kolejnym kroku zrealizować działania wspierające tę grupę pracowników w ramach programu „Happy Parents”. Co ważne, w tym samym czasie prowadziliśmy również **regularną komunikację edukacyjną** w ramach całej organizacji odpowiadającą na tematy podniesione w badaniu.”

Karolina Gębura-Nowak
Director People & Culture (HR) Poland and Baltic States



PHILIP MORRIS
INTERNATIONAL



INSPIRACJA DO PROJEKTU BADAWCZEGO

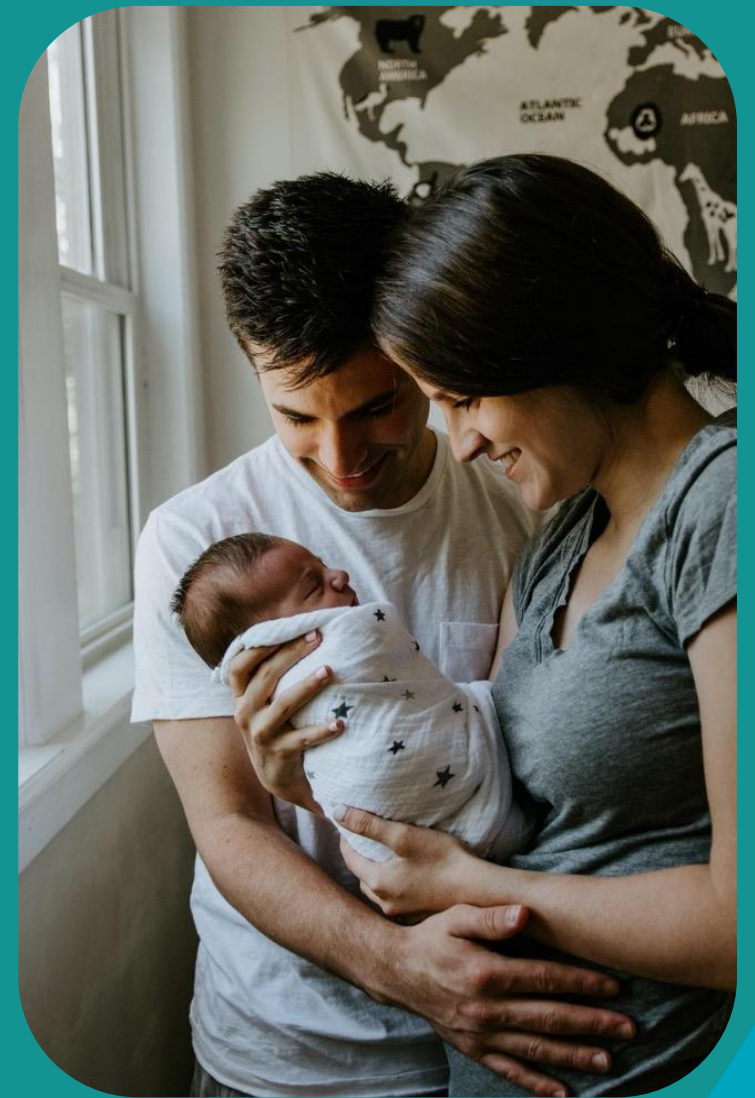


- Obecnie jesteśmy świadkami **zmian społecznych i kulturowych** dotyczących zaangażowania rodziców w wychowanie dzieci, a w szczególności zmiany w podejściu do ojcostwa wśród młodych mężczyzn.
- 26 kwietnia 2023 weszła w życie ustawa wdrażająca **europejską dyrektywę work-life balance**, która nadaje indywidualne prawo do urlopu rodzicielskiego ojcom, w tym 9 tygodni nietransferowalne tylko dla nich.
- Nowe regulacje mają szansę znacznie zwiększyć odsetek wykorzystania urlopów rodzicielskich przez ojców w Polsce (obecnie jest to tylko 1%).
- Partnerski model rodziny jest dla Polaków modelem preferowanym (badania CBOS). Chcemy niwelować bariery do realizacji tego modelu, w tym do podziału urlopu rodzicielskiego. Dlaczego? Bo widzimy w tym korzyści dla wszystkich zainteresowanych stron: dzieci, kobiet, mężczyzn, ale też szerzej - państwa i gospodarki.

*źródło: dane ZUS za 2019 r. (<https://www.prawo.pl/kadry/urlop-rodzicielski-dla-ojca,501213.html>)

NADRZĘDNE CELE PROJEKTU

1. Jak WYKORZYSTAĆ zmiany związane z wdrożeniem dyrektywy work-life balance do budowania przewagi konkurencyjnej?
2. Jak moja organizacja **WSPIERA** lub **MOŻE WSPIERAĆ** równość płci w opiece rodzicielskiej?
3. Jakie **DOBRE PRAKTYKI** można wdrożyć w tym obszarze funkcjonowania firmy?
4. Jak możemy zwrócić uwagę (innych) pracodawców i opinii publicznej na **ROLĘ PRACODAWCÓW** w kształtowaniu warunków rozwoju równości rodzicielskiej?



CO ZYSKUJESZ PRZYSTĘPUJĄC DO PROJEKTU?



- Unikalną możliwość wsparcia nowego obszaru CSR i ESG.
- Dołączenie do grona liderów, którzy aktywnie wdrażają dyrektywę work-life-balance i stać się jej ambasadorami.
- Możliwość podzielenia się doświadczeniami z zakresu wspierania równości.
- Dopełnienie działań na rzecz równouprawnienia na rynku pracy o kluczowy aspekt równości w domu, poprzez promocję urlopów rodzicielskich dla mężczyzn.
- Przyczynienie się do wypracowania dobrych praktyk w zakresie aktywnego podejścia do promowania urlopów rodzicielskich i wyrównywania szans na rynku pracy, co przekłada się na korzyści dla organizacji, pracowników, konsumentów i innych interesariuszy.

DWA OBSZARY BADANIA

Obszar 1: Organizacja okiem Kadry Zarządzającej

- Równość płci w opiece rodzicielskiej jako element strategii CSR /ESG HR firmy.
- Zebranie danych odnośnie praktyk pracowników: korzystanie z urlopów ojcowskich, rodzicielskich, opiekuńczych, zwolnień na dziecko; powroty kobiet do pracy po urlopie macierzyńskim itd.
- Strategie wspierania pracowników-rodziców: dostęp do żłobków przyzakładowych, elastyczne godziny pracy, wsparcie finansowe itd.
- Zebranie opinii na temat nowych regulacji związanych z dyrektywą work-life-balance: nadzieje i obawy z nimi związane.
- Zebranie pomysłów na wspieranie równości płci w kontekście dyrektywy, w tym na promocję aktywnego ojcostwa i prawa ojców do korzystania z urlopów opiekuńczych.

Obszar 2: Organizacja okiem Pracownika

- Równościowe rodzicielstwo w oczach pracowników: zalety, obawy, praktyki.
- Opinie pracowników na temat dzielenia się urlopami rodzicielskimi: korzyści i słabe strony, motywacje i bariery.
- Oczekiwania pracowników wobec organizacji w zakresie wspierania równościowego rodzicielstwa, w tym dzielenia się urlopami rodzicielskimi przez rodziców.
- Percepcja kultury organizacji: czynniki sprzyjające równościowemu rodzicielstwu i ograniczające je.
- Wstępna ocena wybranych inicjatyw wspierających równościowe rodzicielstwo i implementację dyrektywy work-life-balance.



ZAPRASZAMY DO UDZIAŁU W KOLEJNEJ FALI PROJEKTU

Jak to działa?

Konsultacje **ankiet** z Partnerem: **możliwość dodania 1-2 pytań** uwzględniających specyfikę Partnera lub ważne z jego punktu widzenia zagadnienia.



Realizacja badania w organizacji: przekazanie linków do badania, **monitorowanie** postępu wypełniania ankiet.



Przygotowanie **raportu jednostkowego** oraz podsumowania wniosków odnośnie danego Partnera **na tle innych biorących dotychczas udział w badaniu**. Przeprowadzenie prezentacji wyników badań.



SZCZEGÓŁY METODOLOGICZNE

Ważne dla Respondenta/Pracownika

- **Badanie online** – każdy z Partnerów otrzyma linka/linki (dostęp do ankiety) w celu rozesłania swoim pracownikom.
- Do udziału w badaniu, po kliknięciu w link, zachęcać będą **zewnętrzni eksperci** (eksperci Fundacji Share the Care) – wypełnienie ankiety nie będzie dla pracownika kolejnym zadaniem od pracodawcy, lecz doświadczeniem atrakcyjnym tematycznie, „przerywnikiem” w pracy.
- Pracownik będzie wypełniał ankietę **samodzielnie**, w dowolnym czasie i miejscu, bez wpływu ankietera, współpracowników czy przełożonych.
- Badanie będzie **w pełni anonimowe** – brak możliwości identyfikacji pracownika.
- Badanie będzie zaprojektowane w sposób **atrakcyjny graficznie**, nie będzie również obciążające czasowo (ok. 15-20 min).

Ważne dla firmy/pracodawcy

- Każdy z Partnerów otrzyma **unikalny link/linki** – jedynie Fundacja Share the Care będzie miała możliwość identyfikacji odpowiedzi z danym partnerem badania.
- Każdy z Partnerów otrzyma **raport**, w którym przedstawione będą wyniki badania dla danej organizacji, a także **wyniki na tle innych uczestników badania** (Partnerów), bez możliwości ich identyfikacji.
- Pozostali Partnerzy będą opisani jedynie **podstawowymi wskaźnikami** dotyczącymi firmy (np. branża, wielkość firmy).



SZCZEGÓŁY PROJEKTU



FUNDACJA —
SHARE THE CARE

INWESTYCJA I ZAKRES PRAC



- **Koszt udziału w projekcie: 9,500 PLN + VAT**

(cena wynika z założenia, że projekt realizowany jest w co najmniej 5 organizacjach)

- **Cena obejmuje (Pakiet Podstawowy):**

- Opracowanie kwestionariusza do badania w języku polskim.
- Programowanie kwestionariusza i przekazanie linków do badania (ankiety) Partnerowi.
- Monitoring zbierania danych (zakładamy nie więcej niż n=500 wypełnionych ankiet na organizację).
- Przetwarzanie i analizę danych.
- Opracowanie raportu jednostkowego (na temat organizacji Partnera) oraz zbiorczego (Partner na tle innych organizacji biorących udział w projekcie) – oba w języku polskim.
- Prezentacja wyników badania wraz z dyskusją na temat rekomendacji w kontekście specyfiki danej organizacji (do 2h, online)
- *Opcjonalne: wersja badania w języku angielskim (kwestionariusz plus raport) – +2900 zł + VAT

Zachęcamy do udziału w badaniu!

TIMING PRAC



- **Szacunkowy timing:**

- Opracowanie kwestionariusza do badania w języku polskim wraz z uwzględnieniem sugestii co do 1-2 dodatkowych pytań od Partnera
→ **2-3 dni robocze.**
- Programowanie kwestionariusza i przekazanie linków do badania (ankiety) Partnerowi
→ **2-3 dni robocze.**
- Zbieranie danych (zakładamy nie więcej niż n=500 wypełnionych ankiet na organizację)
→ **w zależności od preferencji Partnera.**
- Przetwarzanie i analiza danych
→ **3-5 dni robocze.**
- Opracowanie raportu jednostkowego (na temat organizacji Partnera)
→ **4-5 dni roboczych.**
- Opracowanie raportu zbiorczego (Partner na tle innych organizacji)
→ **2-3 dni robocze.**

PRZYKŁADOWY OUTPUT (WYCIĄG Z RAPORTU PORÓWNUJĄCEGO PARTNERÓW)

- Największe różnice między przekonaniami kobiet i mężczyzn z firmy A
- Dość wysokie przekonanie o zasadności korzystania z rodzicielskich przez mężczyzn i ważnej roli pracodawcy w zachęcaniu mężczyzn do tych urlopów (firma D)

	FIRMA A	FIRMA B	FIRMA C	FIRMA D	FIRMA E	FIRMA F	FIRMA G	średnia
Rodzicielstwo: rozdziewiek kobiety vs mężczyźni (liczba różnic)	7	4	3	3	3	4	5	4
% pracowników wiedzących, że rodzicielski to 32 tyg.	33%	30%	30%	37%	22%	25%	32%	30%
% pracowników uważających, że pracodawca powinien zachęcać mężczyzn do rodzicielskich	72%	72%	62%	76%	56%	63%	65%	67%
% pracowników uważających, że mężczyzna powinien korzystać z jak największej części rodzicielskiego	51%	52%	40%	59%	38%	44%	41%	46%

ZESPÓŁ PROJEKTOWY



Dr Marta Bierca

Ekspertka SWPS, socjolożka

Dr socjologii (Uniwersytet SWPS), autorka książki „Nowe wzory ojcostwa w Polsce”, specjalistka w zakresie przemian rodziny, modeli ojcostwa i macierzyństwa. Badaczka z 16-letnim doświadczeniem zdobytym w wiodących agencjach badawczych. Obecnie współzałożycielka agencji WiseRabbit. Autorka licznych publikacji naukowych. Członkini Polskiego Towarzystwa Badań Rynku i Opinii (PTBRiO).

marta.bierca@sharethecare.pl / 602 715 418



Karolina Andrian

Prezeska Fundacji Share the Care

Działa na rzecz kobiet i równouprawnienia płci. Przekonuje mężczyzn do korzystania z urlopów rodzicielskich i kobiety do dzielenia się nimi. Autorka działu #SiłaKobiet w miesięczniku „Personel i Zarządzanie”. Jest też współwłaścicielką firmy Femmeritum, która planuje strategię i oferuje rozwiązania z zakresu work-family i work-life balance.

karolina.andrian@sharethecare.pl / 504 055 161



Piotr Szeryński

Programista, analityk, socjolog

Związany z branżą badawczą od 2009 roku; doświadczenie zdobyte w wiodących agencjach badawczych i consultingowych. Obecnie współzałożyciel agencji WiseRabbit. Ekspert w tworzeniu narzędzi badawczych do badań ilościowych CAWI, CATI, CAPI, kontroli jakości danych, analizowaniu danych. Członek Polskiego Towarzystwa Badań Rynku i Opinii (PTBRiO).

piotr.szerynski@sharethecare.pl / 790 022 777



FUNDACJA
SHARE THE CARE

NASZE DOŚWIADCZENIE W KONTEKŚCIE PROJEKTU

- Zespół projektowy złożony z ekspertów w zakresie m.in. socjologii rodziny, równości płci na rynku pracy, work-life balance, metodologii badań społecznych.
- Wiedza i doświadczenie potwierdzone wieloma publikacjami i obecnością w mediach.



Młodzi mężczyźni są bardziej świadomi i zaangażowani w emocjonalny rozwój dziecka, czerpią więcej przyjemności z zajmowania się dzieckiem i deklarują, że chcieliby po równo dzielić się z partnerką obowiązkami domowymi. - Jednocześnie są pogubieni i niepewni swojej roli, bo usytuowani między starymi wzorcami a nowym modelem ojcostwa - tłumaczy socjolog z Uniwersytetu SWPS dr Marta Bierca*, która na podstawie wywiadów z zainteresowanymi wyróżniła sześć typów współczesnego ojca.



Na urlopy rodzicielskie decyduje się jeden procent mężczyzn w Polsce

Fundacja Share the Care zajmuje się uświadamianiem społeczeństwu, że opieka nad dzieckiem może w równym stopniu być po stronie mężczyzn jak i kobiet. Namawia rodziców, by dzielili się urlopem rodzicielskim pół na pół.

Karolina Andrian, prezeska fundacji: Nim powstała fundacja opracowaliśmy projekt "Wspólne dzieci, wspólne obowiązki". Wiedzieliśmy, że jeśli mężczyźni nie zaczną przejmować pewnych obowiązków w opiece nad dziećmi, nic w kwestii równouprawnienia się nie zmieni.

Założyliśmy namówienie mężczyzn na urlopy rodzicielskie w proporcji 50/50. Czyli pół roku w domu z dzieckiem zostaje mama, pół roku tata. Dyrektywa wydana przez Unię Europejską była dla nas wiatrem w żagle, choć mówi się w niej jedynie o dwóch miesiącach. Być może jest wypracowany kompromis, żeby nie serwować kobietom i mężczyznom terapii szokowej.

Onet (23.06.2020)

Starsi mężczyźni patrzą na zmiany mniej przychylnym okiem. Trudno im zrozumieć młodych, którzy spowalniają karierę, by zająć się dzieckiem. Rozmowa z Karoliną Andrian, prezeską Fundacji Share The Care

Wysokie Obcasy (20.06.2019)

wysokie obcasy.pl



Młodzi ojcowie w Polsce. Socjolog: Nie potrafią bawić się z córkami lalkami, bo to takie "babskie zajęcie"

Joanna Biszewska
26.02.2019 21:00

- W sferze publicznej ojcowie są spychani do stereotypowej roli żywicieli rodziny. Kiedy zwracają się do przełożonego z prośbą o dzień wolny na dziecko, bardzo powszechną reakcją pracodawcy są pytania: Ale dlaczego ty? Dlaczego nie żona? - mówi Marta Bierca, dr socjologii i autorka książki "Nowe wzory ojcostwa w Polsce".

eDziecko.pl (26.02.2019)

Inne media: TVN; Polsat; Canal+; TOK FM; Polskie Radio Czwórka; Itd...

**DOŁĄCZ DO NAS I WSPÓLNIE
BUDUJMY ŚWIAT NAPRAWDĘ
RÓWNYCH SZANS**

**SHARETHECARE.PL
TEAMRODZINA.PL**



**FUNDACJA —
SHARE THE CARE**