

Sladování rodinného a pracovního života & rovné příležitosti žen a mužů

Průzkum Sítě mateřských center o. s. mezi zaměstnavateli
zaměřený na zavádění a využívání jednotlivých opatření



Zpracování dat – Viktorie Kolínská
Redakce – Rut Kolínská
Korektury – Jiřina Chlebovská

© Sít mateřských center o. s. 2012



PODPORUJEME
VAŠI BUDOUCNOST
www.esfcr.cz

Společnost přátelská rodině

Síť mateřských center vede od roku 2004 kampaň Společnost přátelská rodině. Tehdy v roce 10. výročí Mezinárodního roku rodiny vyhlášeného OSN jsme chtěli upozornit na potřeby rodin jak ve společnosti, tak i v oblasti sladování rodinného a profesního života. Začali jsme oceňovat příklady dobré praxe. Naše kampaň se stala v roce 2008 inspirací pro soutěž Obec přátelská rodině. Tu vyhlašuje MPSV se Stálou komisí pro rodinu a rovné příležitosti spolu s Asociací center pro rodinu a Sítí mateřských center.

Přátelské podmínky pro život rodin zejména s malými dětmi se od té doby postupně zlepšují, a to především v oblasti pohybu ve městě, dostupnosti a vstřícnosti veřejného prostoru, kulturního života, služeb, nebo veřejného stravování, přesto zůstávají mnohá „bílá místa“, která čekají na nápravu.

Proměny v oblasti sladování rodinného a profesního života probíhají daleko pomaleji, snaha napomoci změnám patřila k motivaci pro naši projektovou činnost. Zaměřovali jsme se na nástroje sladování, na usnadnění návratu na trh práce i na práci se zaměstnavateli. Ze zkušeností víme, že podporu potřebují nejen zaměstnankyně a zaměstnanci, ale rovněž zaměstnavatelé. Proto se v rámci stejnojmenného projektu jako je naše kampaň – tedy Společnost přátelská rodině – zaměřujeme především na zaměstnavatele.

Součástí projektu je mapování současného přístupu zaměstnavatelů k rovným příležitostem žen a mužů i k vytváření podmínek, které usnadňují sladování rodinného a pracovního života. Již samotný sběr dat naznačil „slabá místa“ ve vnímání potřeb rodin a chápání rovných příležitostí žen a mužů. Mnohé firmy se totiž odmítly na dotazníkovém šetření podílet.

Máme však naději, že se nám podařilo upozornit na téma, které otevírá další diskuse, a případně vzbudí zájem hledat schůdná řešení.

Rut Kolínská

Obsah

Vzorek firem	3
Přístup firem k zaměstnankyním a zaměstnancům v období těhotenství, mateřské a rodičovské dovolené	4
Přístup k zaměstnankyním a zaměstnancům po mateřské a rodičovské dovolené	5
Flexibilní formy práce	5
Služby péče o děti zaměstnankyň a zaměstnanců	9
Speciální pracovní podmínky vstřícné potřebám rodin	12
Rovné příležitosti žen a mužů	14
Závěr	16

SPR - průzkum Síť mateřských center o. s. mezi zaměstnavateli

Vzorek firem

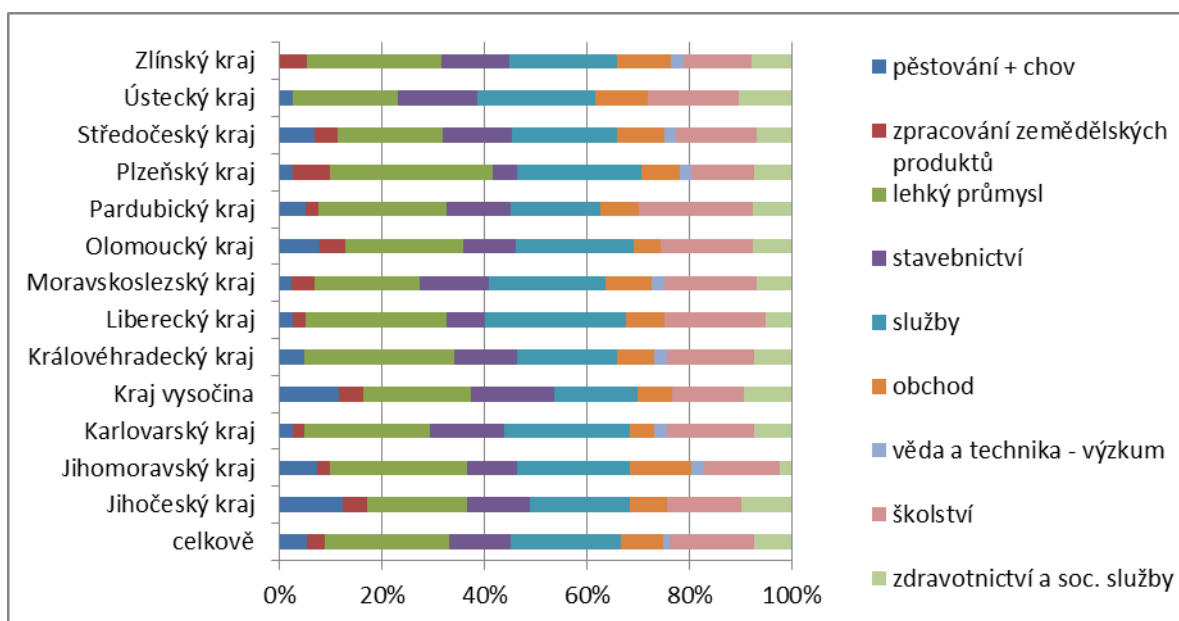
Vzorek firem byl sestaven kvótním výběrem z aktuální databáze Českého statistického úřadu podle zaměření firem a krajů. Sběr dat prostřednictvím elektronických dotazníků provedly krajské koordinátorky Síť mateřských center v období od dubna do srpna 2012 ve všech krajích kromě Hlavního města Prahy.

Výsledný vzorek představuje 534 firem v kvótním poměru podle zaměření, což představuje v každém kraji 39 – 44 organizací.

Původní plánovaný kvótní výběr byl sestaven ze 40 – 60 firem v jednotlivých krajích. Avšak během oslovování docházelo ke zjištění, že v datech seznamu ČSÚ jsou nedostatky (například v počtech zaměstnanců nebo existenci firmy), stejně tak tazatelky často narážely na neochotu firem účastnit se dotazníkového šetření přesto, že firmy zůstaly v anonymitě. Proto byl nakonec osloven téměř dvojnásobný počet firem, než kolik tvoří výsledný vzorek.

Z výše uvedeného důvodu se ve výběru nacházejí drobné odchylky. Závěrečnou podobu vzorku ukazuje následující graf.

Graf I: Přehled poměru firem v jednotlivých krajích podle kvótního výběru na základě jejich zaměření



V původním výběru byl zvažován i faktor počtu zaměstnanců ve firmě, problémy uvedené výše nakonec způsobily, že počet firem podle počtu zaměstnanců vznikl ve své podstatě náhodně:

Počet zaměstnanců	Počet firem
do 20	72
21-50	246
51-100	101
101-500	97
501-1000	14
nad 1000	4
Celkem	534

Přístup firem k zaměstnankyním a zaměstnancům v období těhotenství, mateřské a rodičovské dovolené

Více než dvě pětiny firem (63,5 %) neseznamuje své zaměstnankyně/ce v rámci procesu jejich přijímání s podmínkami, které umožňují během těhotenství, mateřské a rodičovské dovolené. Na druhou stranu v téměř třech čtvrtinách firem (73,6 %) se zaměstnavatelé a zaměstnanci spolu dohodnou o tom, kdy se rodič po mateřské/rodičovské dovolené vrátí zase zpět do práce. Dokonce v téměř pětině firem (19,7 %) si může sám rodič určit, kdy se vrátí. Jen 5,2% uvedlo, že o čase návratu rozhoduje vedení firmy.

V kontextu velmi nízkého využívání možnosti rodičovské dovolené otci vyzněly nabídky firem relativně vstřícně. 20,4 % firem počítá s možností, že otec může odejít na rodičovskou dovolenou stejně jako matka, 43,1 % počítá s touto možností, ale méně než u matek, avšak stále více než třetina firem (35,4 %) s takovou možností vůbec nepočítá.

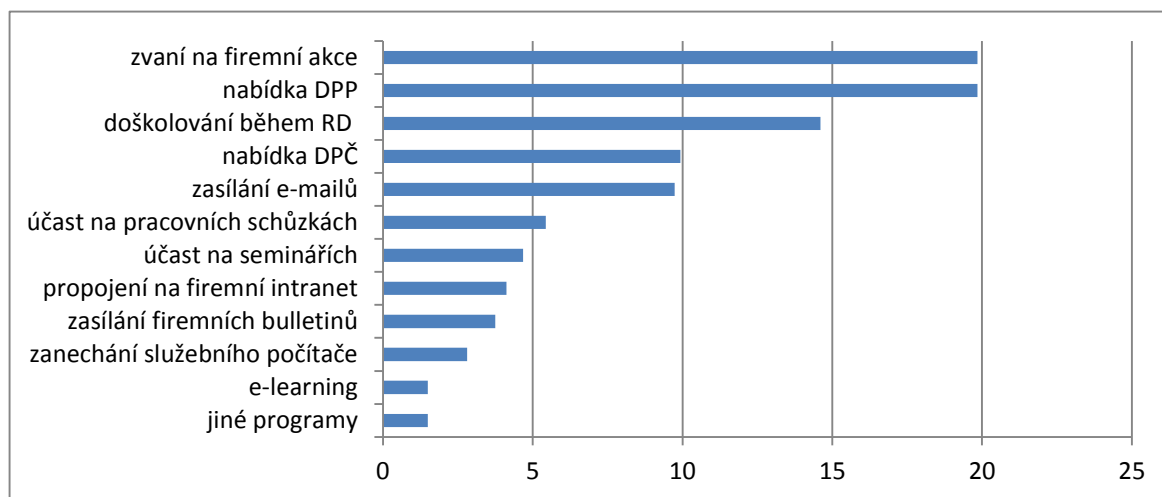
Nabídka programů pro usnadnění návratu po mateřské/rodičovské dovolené

Lze předpokládat, že odpovědi na dotaz, zda při přijímání seznamují firmy zaměstnankyně/ce s podmínkami, které umožňují během těhotenství, mateřské a rodičovské dovolené, by mohly korespondovat s výsledkem odpovědí na dotaz, zda firmy nabízejí programy pro usnadnění návratu po mateřské/rodičovské dovolené. Takovou nabídku totiž poskytuje pouze necelá třetina (28,5 %) ze všech respondentů.

Na dotaz, jaké programy pro usnadnění návratu po mateřské/rodičovské dovolené nabízejí, měly firmy možnost vybrat z více odpovědí. Šetření ukázalo, že firmy nejčastěji zvou zaměstnankyně/ce na mateřské a rodičovské dovolené na **firemní akce 19,8 %** (106 firem). Poměrně hodně firem se snaží udržovat profesní dovednosti zaměstnankyň/ců na rodičovské dovolené nabídkou pracovního zapojení na **dohodu o provedení práce 16 %** (86 firem) případně na **dohodu o pracovní činnosti 9,9 %** (53 firem) a také **doškolováním 14,6 %** (78 firem).

Pro udržování kontaktu se zaměstnankyněmi/ci na rodičovské dovolené pak využívají firmy nejrůznější způsoby, které v současné době umožňuje elektronická komunikace: posílání **e-mailů 9,7 %** (52 firem), propojení na **firemní intranet 4,1 %** (22 firem), zasílání **firemních bulletinů 3,7 %** (20 firem), méně často je využívám **e-learning** pouze **1,4 %** firem (8). **5,4 %** (29) firem zve na **pracovní jednání** ty, kdo jsou na rodičovské dovolené, **2,8 %** (15) firem ponechává svým zaměstnankyním/cům **firemní počítač**.

Graf II: Nabídka programů pro usnadnění návratu po mateřské/rodičovské dovolené

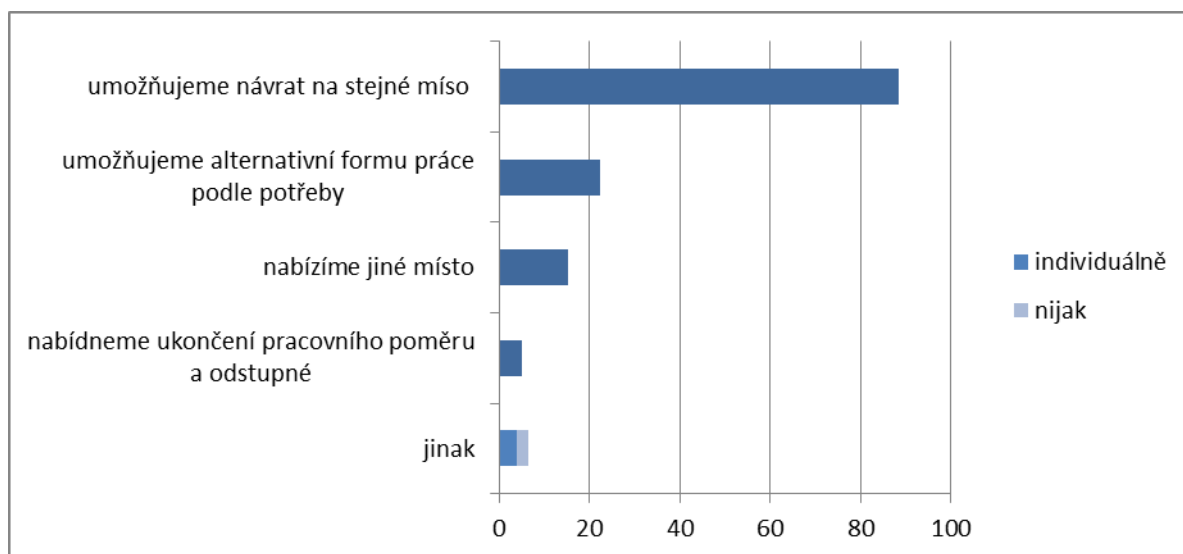


Přístup k zaměstnankyním a zaměstnancům po mateřské a rodičovské dovolené

Výsledky odpovědí na dotaz, jak firmy přistupují k potřebám sladování rodinného a pracovního života zaměstnankyň/ců po mateřské a rodičovské dovolené, nevzbuzují velký optimismus. Většina firem (88 %) z celého vzorku (534) – tedy **472** sice umožňuje **návrat na stejnou pracovní pozici**, ale už jen **119**, což znamená 22 %, umožní **alternativní formu podle jejich potřeby**.

Jiné pracovní místo nabízí **81** firem (15 %) a dokonce **27** firem (5 %) **ukončení pracovního poměru** (byť s odstupným).

Graf III: Přehled přístupu firem k potřebám sladování rodinného a pracovního života po mateřské či rodičovské dovolené



Flexibilní formy práce

Čestnost nabídky flexibilních forem práce

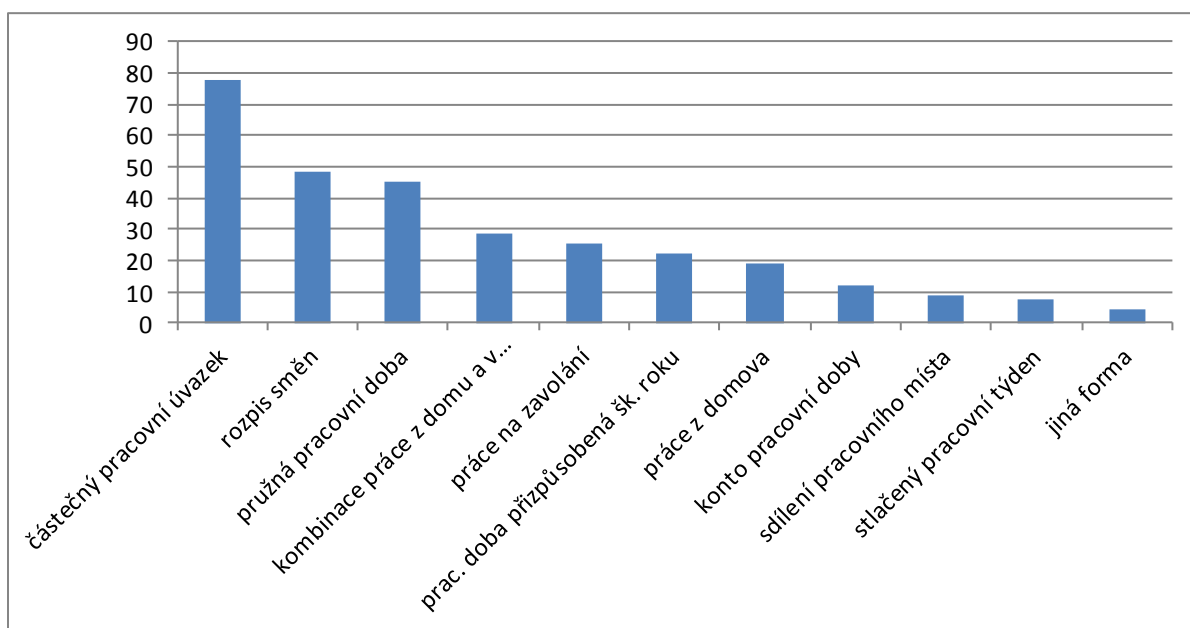
Průzkum sledoval přístup firem k nabídce flexibilních forem práce. Respondenti vybírali ze škály flexibilních forem práce podle nabídky, kterou firma nabízí. 77 % respondentů (451 firem) uvedlo, že umožňují **částečné úvazky**. 48 % firem (257 firem) umožňuje svým zaměstnancům, aby si **vybrali směnu** v čase, který jim vyhovuje. O něco méně firem – celkem **45 %** (240 firem) – poskytuje možnost **pružné pracovní doby**.

Daleko menší nabídku pak tvoří **kombinace práce z domova s prací na pracovišti zaměstnavatele**, zde se jedná o **29 % zaměstnavatelů** (154 firem). **Práci na zavolání** nabízí jen **25 % firem** (136 firem). Pro mnohé rodiče malých dětí bývá problémem zařídit péči o děti v době školních prázdnin, přesto **pouze 22 % zaměstnavatelů** (118 firem) umožní svým zaměstnancům **přizpůsobit pracovní dobu potřebám školního roku**.

Další možnosti se už vyskytují jen sporadicky. Pouze **19 %** respondentů (100 firem) uvedlo, že jejich firma poskytuje možnost **práce z domova**. Nabídku **konta pracovní doby** uvedlo jen respondentů (63 firem). Nevyužívaným potenciálem zůstávají **sdílené úvazky**, uvedlo je jen 12 % dotazovaných (48 firem). Rovněž **stlačený pracovní týden** nepatří mezi časté možnosti, zaměstnavatelé ho nabízejí pouze v 9 % případů (39 firem). Možnost „jiné“ uvedlo 24 respondentů, avšak nevedli, jakou nabídku poskytují.

SPR - průzkum Sítě mateřských center o. s. mezi zaměstnavateli

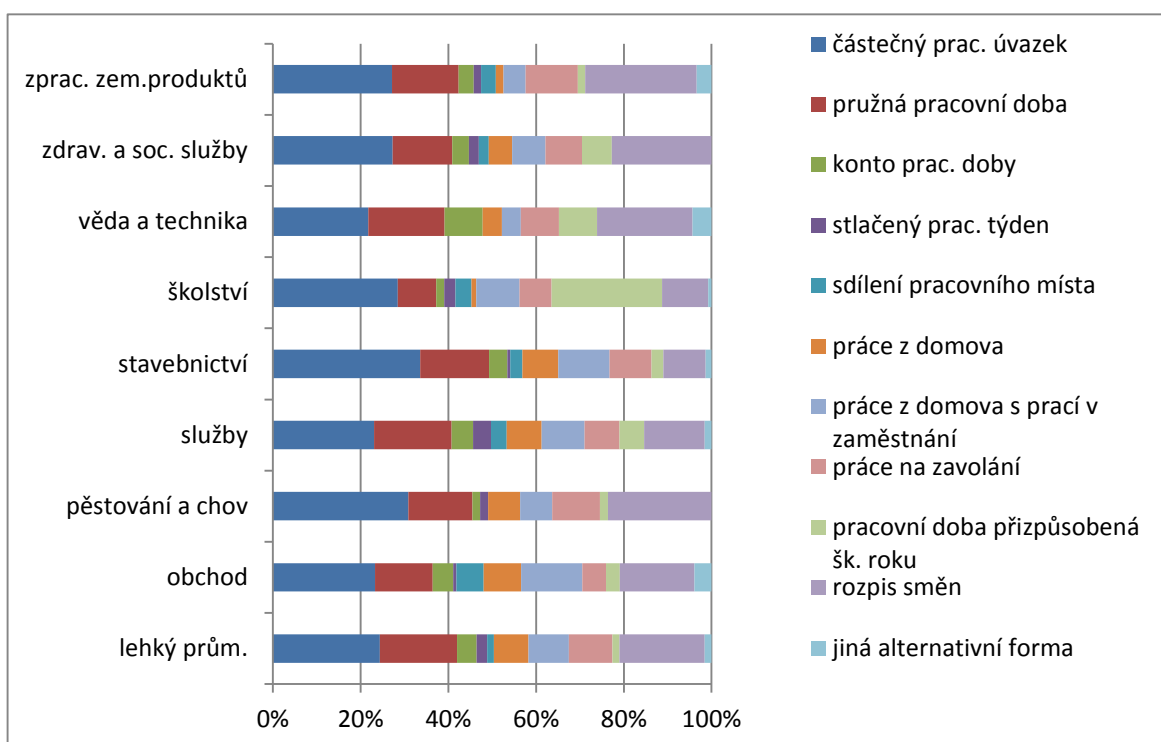
Graf IV: Přehled četnosti nabídky flexibilních forem práce



Nabídka flexibilních forem práce podle zaměření zaměstnavatele

Zajímavý pohled přináší rozložení nabídky flexibilních pracovních úvazků tak, jak ji nabízejí zaměstnavatelé v různých oblastech svého působení. Spektrum četnosti odráží fakt, že nabídka některých možností je v dané oblasti snazší. Například ve školství celkem logicky mají zaměstnanci možnost přizpůsobit pracovní dobu potřebám školního roku. Příznivě vyznívá příležitost pro zaměstnance podílet se na rozpisu pracovních směn, a to ve všech oblastech.

Graf V: Rozložení nabídky flexibilních forem práce podle zaměření zaměstnavatele

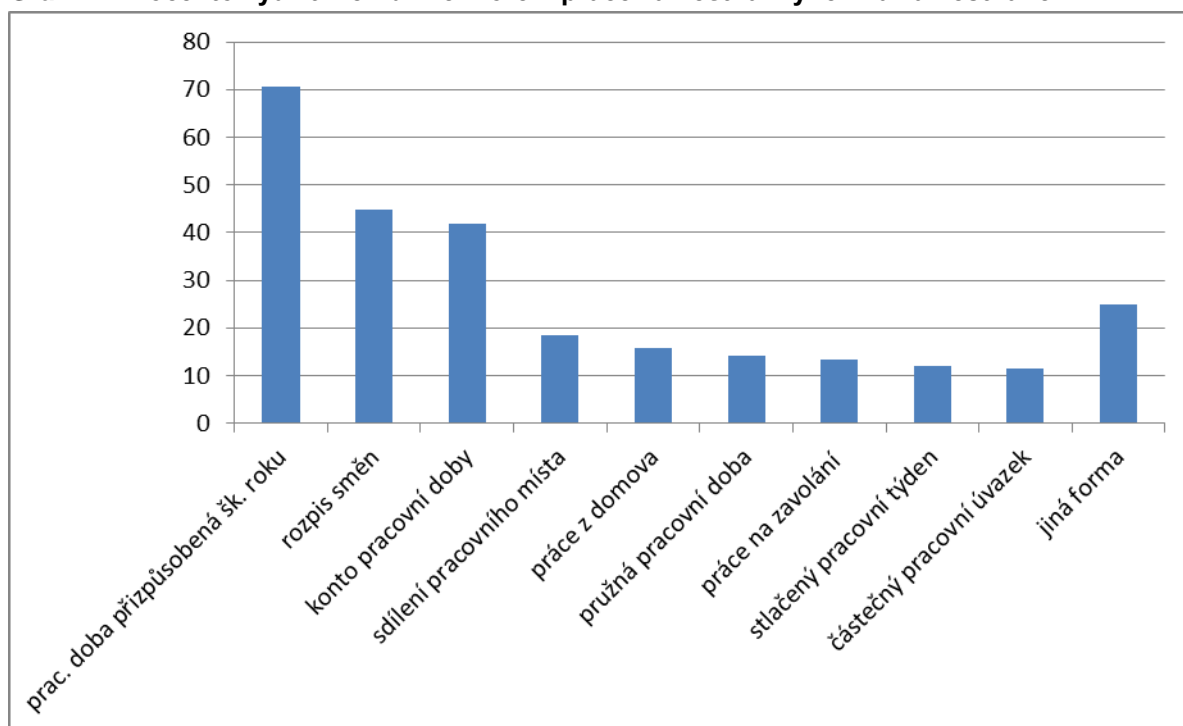


Využívání flexibilních forem práce zaměstnanci/kyněmi

Přehled o tom, jak zaměstnankyně/ci využívají nabídku svých zaměstnavatelů, částečně vypovídá o jejich potřebách. Nejvíce zaměstnankyň/ců využívá nabídku přizpůsobit práci potřebám školního roku (**70,7 %**). Velký zájem projevují o možnost podílet se na **rozpisu směn (44,9 %)** a o práci v režimu **pracovního konta (41,8 %)**. Další formy práce už nejsou tak často využívány.

Zůstává otázkou, jaké jsou důvody. Výzkum mezi zaměstnanci by zajisté mohl přinést vysvětlení. Nabízí se častý argument, kterým se vysvětluje nízké využívání částečných úvazků a jiných forem práce spojených s kratší pracovní dobou, a sice finanční důvody a také obava z vyššího výkonu za nižší odměnu.

Graf VI: Procento využití flexibilních forem práce zaměstnankyněmi a zaměstnanci



Komu je nabídka flexibilních forem práce určena

Šetření sledovalo rovněž, komu zaměstnavatelé umožňují využívání nabídky, kterou poskytují. Specifikace této otázky přinesla v odpovědích poměrně nepříznivou zprávu, a sice že nabídka flexibilních forem práce ještě neznamena, že je umožněna každému, kdo o některou z forem požádá.

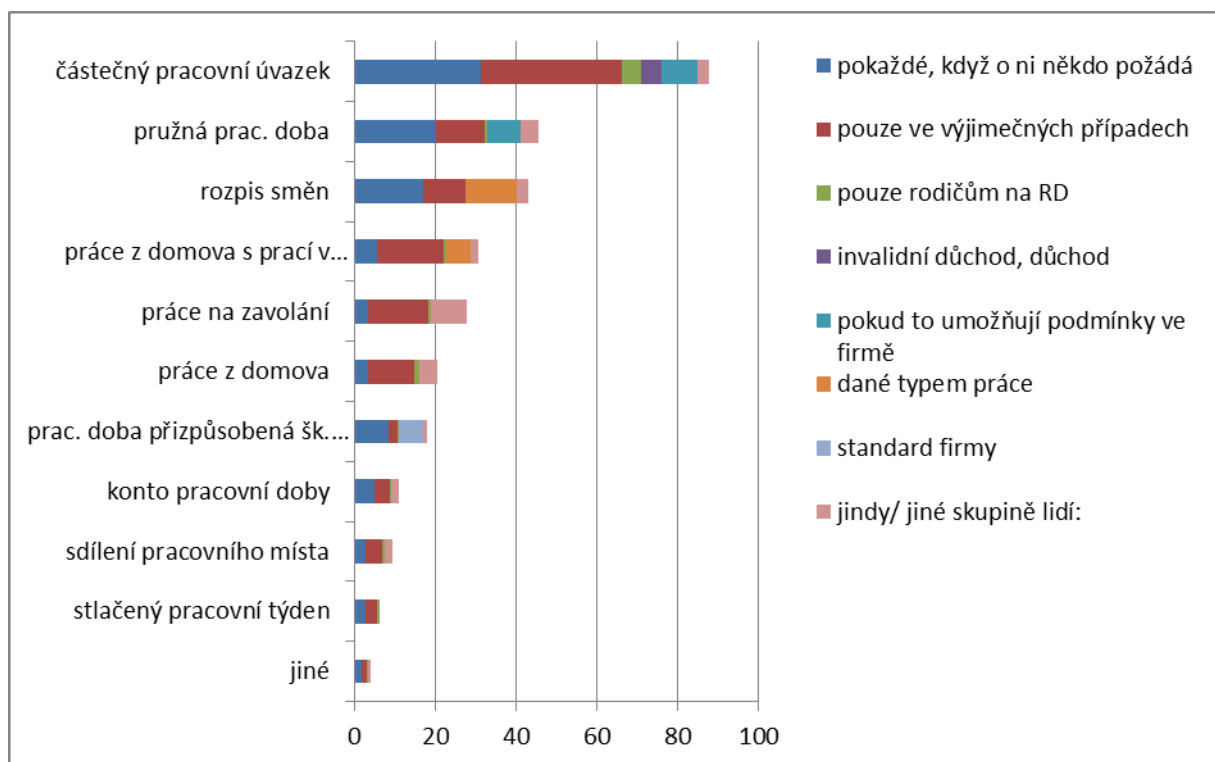
Například z odpovědí vyplynul zajímavý jev, že firmy sice nabízejí ze všech možností nejvíce částečný úvazek, ale ne vždy, když o něj někdo požádá, k tomu dochází jen ve 35 % firem. 40 % zaměstnavatelů ho umožní pouze ve výjimečných případech. V pěti procentech odpovědí zaznělo, že nabídka je určena speciálně rodičům s malými dětmi a ve stejném procentu pouze lidem, kteří pobírají invalidní důchod nebo jsou v důchodu.

Standardní firemní nabídkou se stalo pouze přizpůsobování pracovní doby potřebám školního roku, ovšem jen v sedmi procentech firem, které uvádějí, že tuto možnost nabízejí.

U možnosti nabídky částečného pracovního úvazku se objevilo také klasické zdůvodnění ze zákoníku práce, a sice „pokud to podmínky umožňují“ (10 %), obdobně i v případě pružné pracovní doby (9,4 %).

Respondenti uvádějí také možnost nabídky flexibilních forem za jiných podmínek či jiné skupině lidí, ale tuto odpověď nespecifikují.

Graf VII: Celkový přehled podmínek, za jakých firmy umožňují nabídku flexibilních forem práce



Proč někteří zaměstnavatelé flexibilní formy práce nenabízejí

Ve zdůvodnění zaměstnavatelů proč flexibilní formy práce nenabízejí, se objevily poměrně logické odpovědi, které výzkum předpokládal, a sice že ne všechny pozice a všechny provozy firem takové nabídky odpovídají.

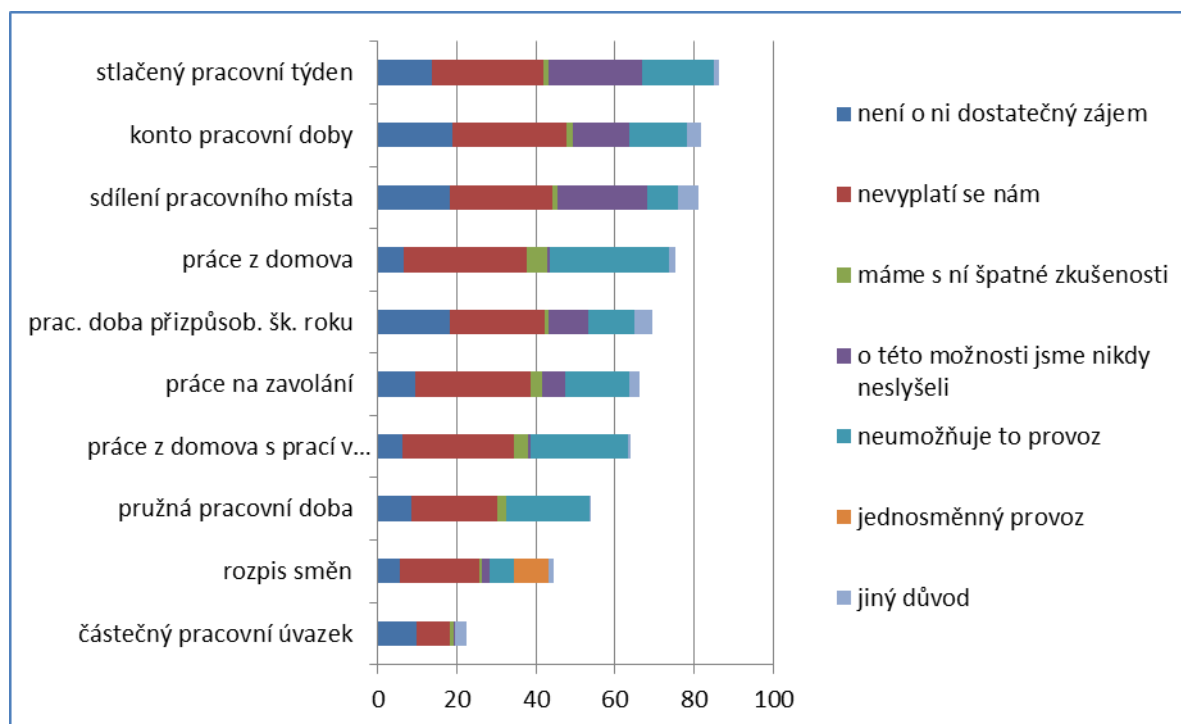
Alarmující je velmi časté zdůvodnění, že se firmě daná flexibilní forma nevyplatí, což uvedlo 35 – 40 % firem u všech možností, výjimku tvoří částečné úvazky, kde bylo toto zdůvodnění uvedeno pouze v 10,5 %.

Překvapivá je i neznalost některých forem práce, například formu práce v podobě konta pracovní doby neznalo 17 % respondentů, neznalost stlačeného pracovního týdne přiznali ve 27,5 % případů a o možnosti sdílených úvazků nevěděli dokonce ve 32 % firem.

Výsledky rovněž ukazují, že o nabídku flexibilních forem práce není až tak velký zájem. Například 44 % respondentů to sdělilo v případě částečných úvazků, tam lze uvažovat, jak bylo výše zmíněno, že většina zaměstnanců potřebuje pracovat z ekonomických důvodů na celý úvazek.

Na druhou stranu u dalších flexibilních forem práce uvádějí firmy nezájem zaměstnankyň/ců kolem 15 – 23 %, je tedy otázkou, zda tento nezájem nevyplývá z neznalosti zaměstnankyň/ců nebo z jejich obav si o žádoucí formu práce požádat.

Graf VIII: Uváděné důvody, proč firmy flexibilní pracovní úvazky nenabízejí



Služby péče o děti zaměstnankyň a zaměstnanců

Nabídky služeb péče o děti zaměstnankyň/ců nejsou povinné, patří ve své podstatě mezi benefity, svojí povahou však velmi napomáhají při sladování rodinného a pracovního života. Firmy tak zároveň deklarují svůj vztah ke svým zaměstnancům/kyním a jejich rodinám.

Firmy se nejvíce **31 %** (166 firem) prezentují nabídkou **pořádáním firemních akcí pro celou rodinu** jako určitého benefitu pro rodiny. Roli zřejmě sehrává nejen tradice, ale také to, že se akce pro rodiny organizují většinou jednou či dvakrát do roka a že pro organizace jednorázové akce nebývá náročná fyzicky ani finančně.

Další častěji nabízenou službou pro děti zaměstnankyň/ců, která zřejmě vychází z tradice, jsou **dětské tábory 6,7 %** (36 firem).

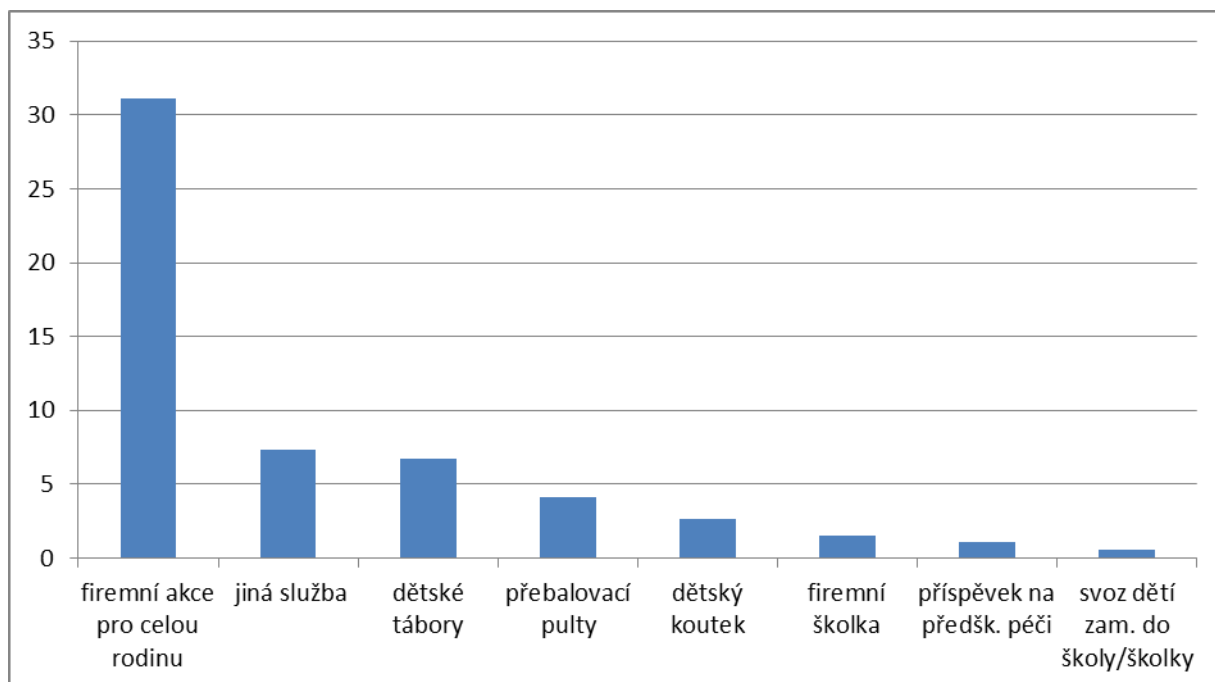
Nově zavádějí firmy **přebalovací pulty 4,1 %** (22 firem), **2,6 %** (14 firem) jich má zavedený **dětský koutek** a ve sledovaném vzorku se objevilo **8 firemních školek**, ovšem ve třech případech se jednalo přímo o mateřskou školu jako takovou. Jen velmi malý počet firem nabízí příspěvky na předškolní péči o děti svých zaměstnankyň/ců, ve výsledném vzorku to uvedlo jen **1,2 %** (6 firem). Půl procenta firem sváží děti do školek

Některé výsledky potvrdily předpokládané očekávání, totiž že největší pozornost dětem svých zaměstnankyň/ců zatím věnují zaměstnavatelé ve školství a ve službách.

Více v tabulce I - Nabídka služeb péče o děti zaměstnanců/kyň podle odvětví. Je možné rovněž uvažovat, zda sehrává roli velikost firem, kde se lidé více znají, nebo zda se pouze odráží největší četnost firem dané velikosti.

SPR - průzkum Sítě mateřských center o. s. mezi zaměstnavateli

Graf IX: Nabídka služeb péče o děti zaměstnanců



Tabulka I: Nabídka služeb péče o děti zaměstnanců podle odvětví

Nabídka	Zaměření									
	pěstování a chov	zprac. zem. pro ductů	lehký prům.	těžký prům.	stavebnictví	služby	obch.	věda a techn.	školsví	zdrav. a soc. služby
firemní školka	0	0	0	0	2	2	0	1	3	0
dětský koutek	1	0	1	0	1	5	2	0	1	3
svoz dětí do školy/školky	0	0	0	0	0	0	1	0	2	0
přebalovací pulty	0	0	0	0	1	12	3	0	2	4
dětské tábory	0	1	2	0	1	8	0	0	20	4
firemní akce pro celou rodinu	2	5	38	0	14	41	12	1	39	13
příspěvek na předškolní péči	0	0	1	0	2	2	0	0	1	0
jiná služba	2	2	5	0	2	9	3	0	14	2

SPR - průzkum Sítě mateřských center o. s. mezi zaměstnavateli

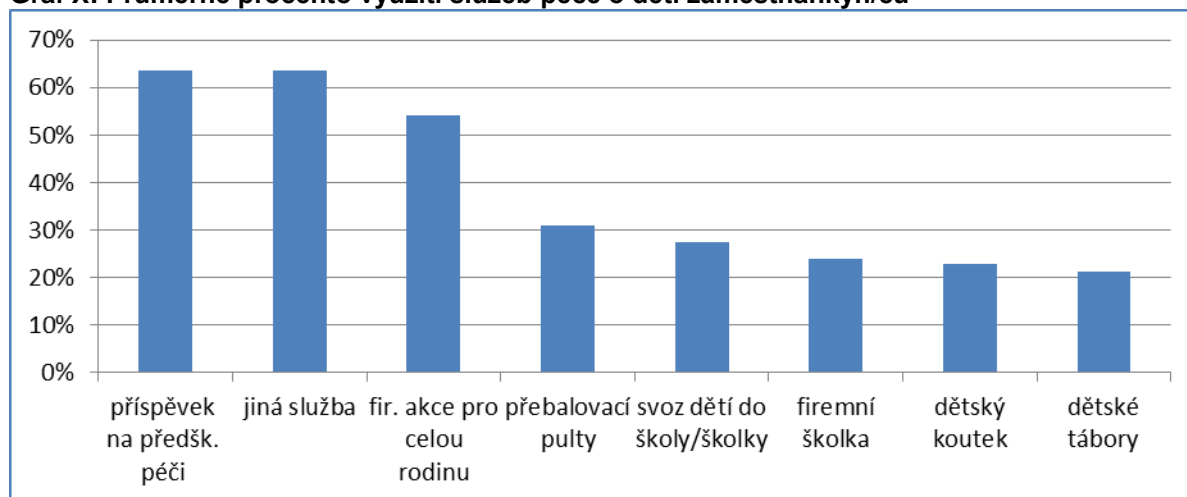
Tabulka II: Nabídka služeb péče o děti zaměstnanců podle počtu zaměstnanců

Nabídka	Velikost – počet zaměstnanců					
	do 20	21-50	51-100	101-500	501-1000	nad 1000
firemní školka	2	2	0	2	1	1
dětský koutek	2	9	1	2	0	0
svoz dětí do školy/školky	1	1	0	1	0	0
přebalovací pulty	3	12	2	3	2	0
dětské tábory	3	18	6	6	3	0
firemní akce pro celou rodinu	18	69	28	41	8	2
příspěvek na předškolní péči	2	0	1	1	1	1
jiná služba	2	17	9	11	0	0

Využívání

Výsledky dotazníkového šetření ukazují, že nabídka nemusí nezbytně odrážet potřebu či zájem zaměstnankyň/ců. Nejvíce jsou využívány příspěvky na péči o předškolní děti (63 %), stejně jako jiné služby zaměstnankyním/cům, které však nebyly specifikovány. Zatímco nabízené firemní akce využívá pro své děti v průměru jen 54 % zaměstnankyň/ců.

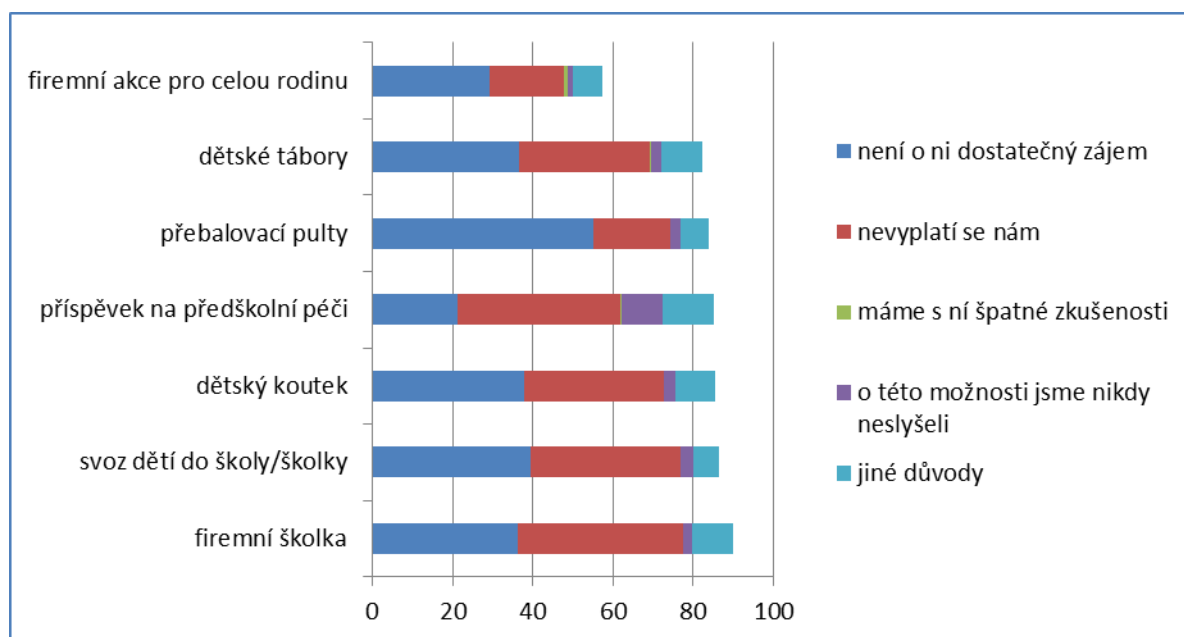
Graf X: Průměrné procento využití služeb péče o děti zaměstnankyň/ců



Zdůvodnění, proč firmy nabídky služby péče o děti nenabízejí

Respondenti velmi často uváděli, že důvodem, proč jejich firma nenabízí různé formy péče o děti, je nezájem ze strany zaměstnanců. A také zcela nepokrytě, že se to jejich firmě nevyplatí. Z odpovědí rovněž vyšlo, že v některých firmách poprvé slyšeli například o možnosti benefitů v podobě příspěvku na předškolní péči o děti svých zaměstnankyň/ců.

Graf XI: Uváděné zdůvodnění absence nabídky služeb péče o děti



Zajímavá jsou zdůvodnění uvedená v kolonce „jiné“. Některá zní více jako výmluva, například bylo několikrát zdůrazněno, že se jedná o státní/příspěvkovou organizaci a tudíž jí brání nabízet benefity, nebo „nechceme, hospodaříme s veřejnými penězi, zaměstnanci mají dostatečné příjmy“. Také že v nabídce brání legislativa. Případně bylo uvedeno, že firma pořádá akce pouze pro své zaměstnance/kyně.

V odpovědích padaly i varovné signály, například, že ve firmě pracují jen muži, tedy že mužů se rodinné benefity netýkají. Nebo ještě silnější argument, který zaznívá i v jiných šetřeních, a sice že by se jednalo o diskriminaci zaměstnankyň/ců bez dětí.

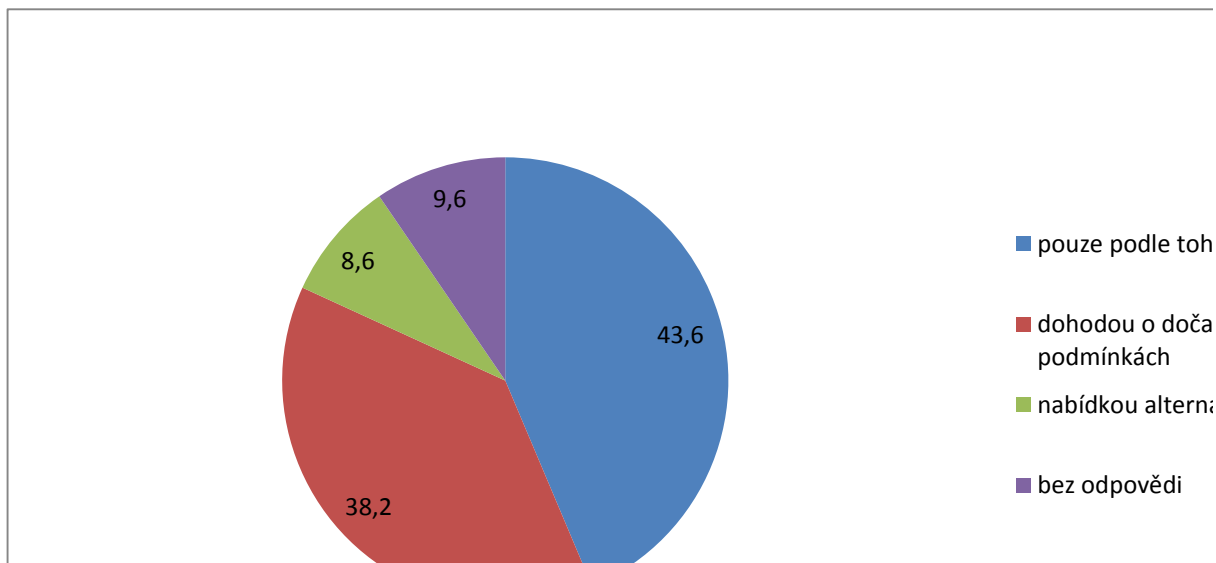
Z poznámek rovněž vyplynulo, že osoba, která byla pověřena vyplněním dotazníku, zjevně zastává jiné názory než vedení firmy.

Speciální pracovní podmínky vstřícné potřebám rodin

Rodiny se občas dostávají do nejrůznějších situací, ve kterých potřebují speciální pracovní podmínky, aby se jim podařilo skloubit zatížení v rodině a pracovní povinnosti – například pečují o závislé členy rodiny. Často se jedná o přechodná období, kdy by jim mohl pomoci vstřícný přístup zaměstnavatele. V poslední době narůstá počet osob, které potřebují řešit péči o své staré rodiče. A tak problematika se stává více a více aktuální.

Dotazníkové šetření se proto rovněž zaměřilo na oblast specifických potřeb rodin a výsledky vyznívají velmi vstřícně. Téměř polovina respondentů (43,6 %) uvedla, že v případě uvedené situace přistupují k potřebám svých zaměstnankyň/ců v souladu se zákonem, a 38,2 % uvedlo, že nabízejí dočasné pracovní podmínky. Skoro 9 % také nabízí alternativní formu práce.

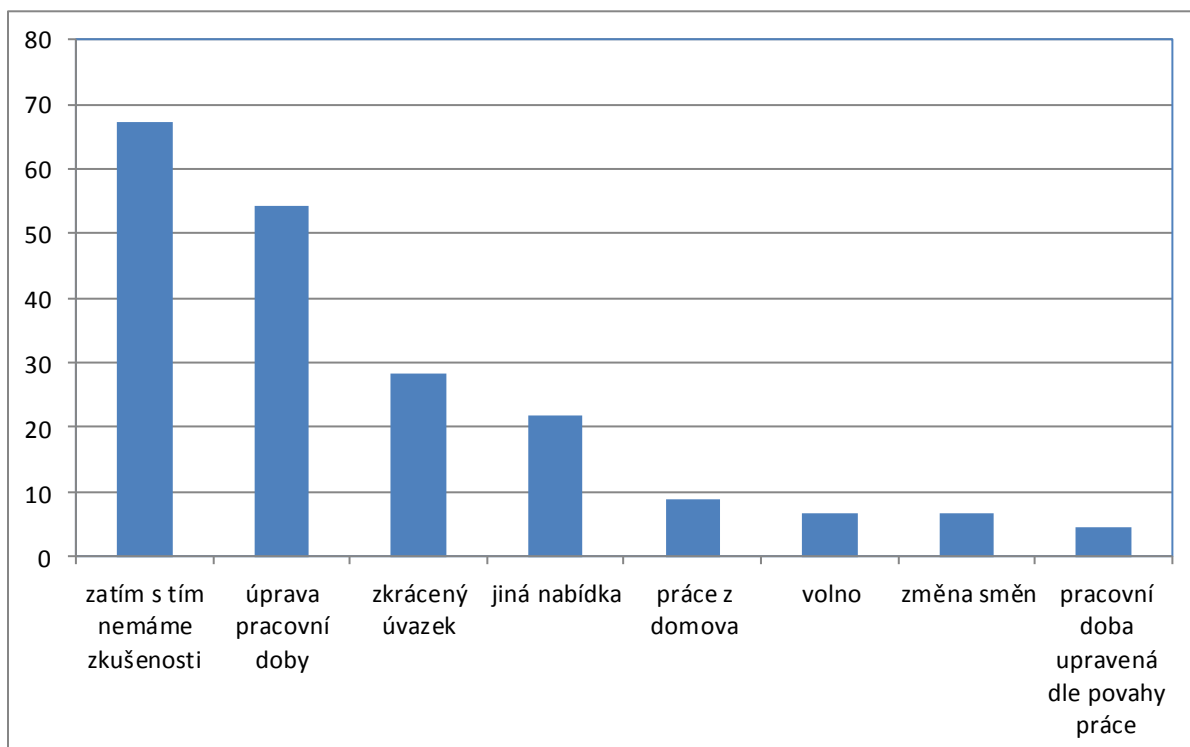
Graf XII: Počet firem podle přístupu k zaměstnankyním/cům v případě specifických potřeb



Specifikace nabídky

Na otázku, která měla specifikovat nabídku alternativní formy práce, odpovědělo jen 8,6 % respondentů (46 firem) – tedy velmi málo – s tím, že zatím nemají zkušenosti. Škála níže uvedené nabídky spíše prezentuje určitou představu řešení než reálný stav. Ale vypovídá o snaze vyhovět především úpravou pracovní doby či zkrácením pracovního úvazku.

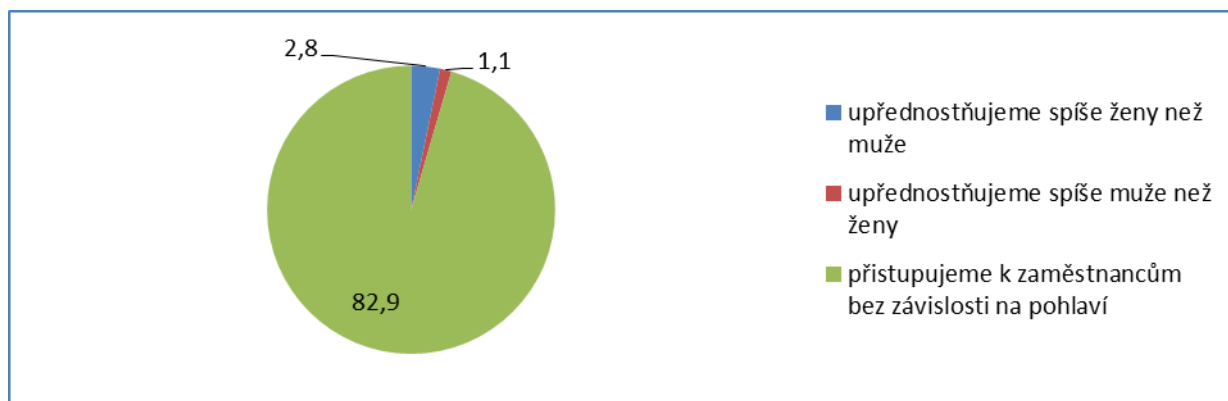
Graf XIII: Specifikace alternativní formy práce pro zaměstnankyně/ce se specifickými potřebami



Postoj firem ženám a mužům v případě specifických potřeb

Po zpracování předchozích otázek týkajících se zejména rodin s malými dětmi nebylo očekávání přístupů firem v oblasti specifických podmínek příliš vysoké. Odpovědi přinesly jednoznačně příznivou zprávu o tom, že zaměstnavatelé v téměř 83 % přistupují v této oblasti ke svým zaměstnankyním/cům rovnocenně. Zbytek (4 %) jen o trochu více upřednostňuje ženy, a sice přibližně 3:1, což vyplývá ze skutečnosti, že ženy pečují o své rodiče a nemohoucí členy domácnosti více než muži.

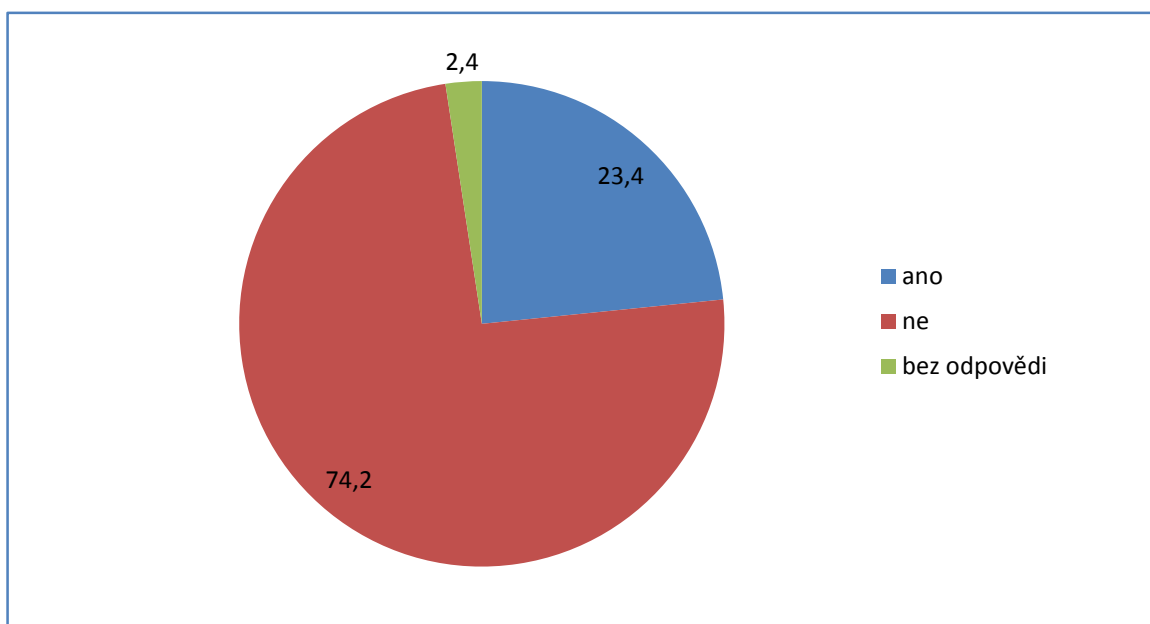
Graf XIV: Postoj firem v případě specifických potřeb rodin



Rovné příležitosti žen a mužů

Poslední část dotazníkového šetření byla zaměřena na rovné příležitosti žen a mužů. Z odpovědí vyplynulo, že pouze 23,4 % firem si vede genderové statistiky, téměř tři čtvrtiny, tedy 74,2 % respondentů sdělilo, že si takové statistiky vůbec nevedou, a 2,4 % respondentů na tuto otázku neopovědělo.

Graf XV: Vedení genderových statistik



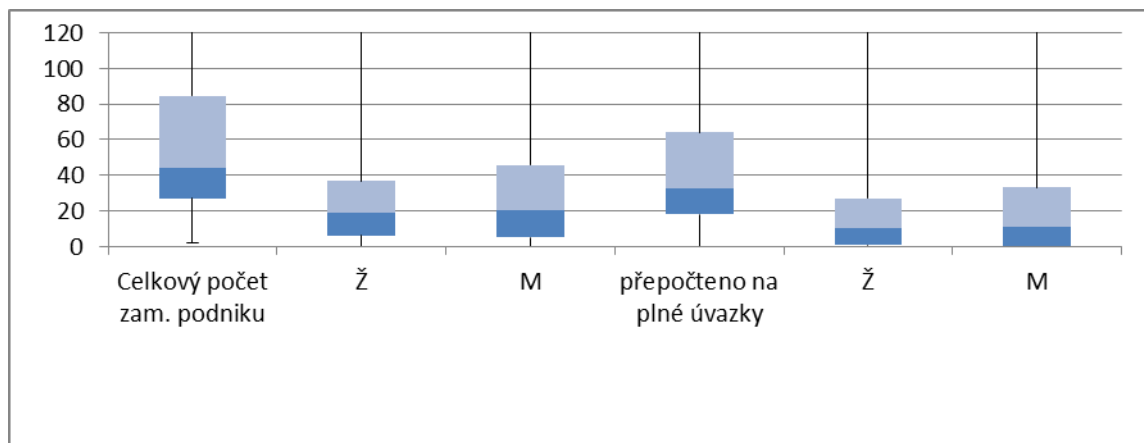
SPR - průzkum Síť mateřských center o. s. mezi zaměstnavateli

Skladba zaměstnankyň a zaměstnanců

Na otázky o celkovém počtu zaměstnankyň a zaměstnanců ve firmách a na jejich celkové rozložení ve vedoucích pozicích neopověděli všichni respondenti. Lze předpokládat, že tomu tak je i vzhledem k tomu, že si nevedou genderové statistiky, tudíž nemají přehled a neměli ochotu si data zjistit. Přesto celkový přehled částečně napovídá o stavu poměru zaměstnaných žen a mužů.

Ze zkoumaného vzorku pocházelo nejvíce odpovědí z firem, které mají kolem 25 - 80 zaměstnanců – úplně nejvíce kolem 40. V těchto firmách pracuje více mužů než žen a také více žen pracuje na menší pracovní úvazky, a to nezávisle na velikosti podniku.

Graf XVI: Celkové rozložení zaměstnankyň a zaměstnanců

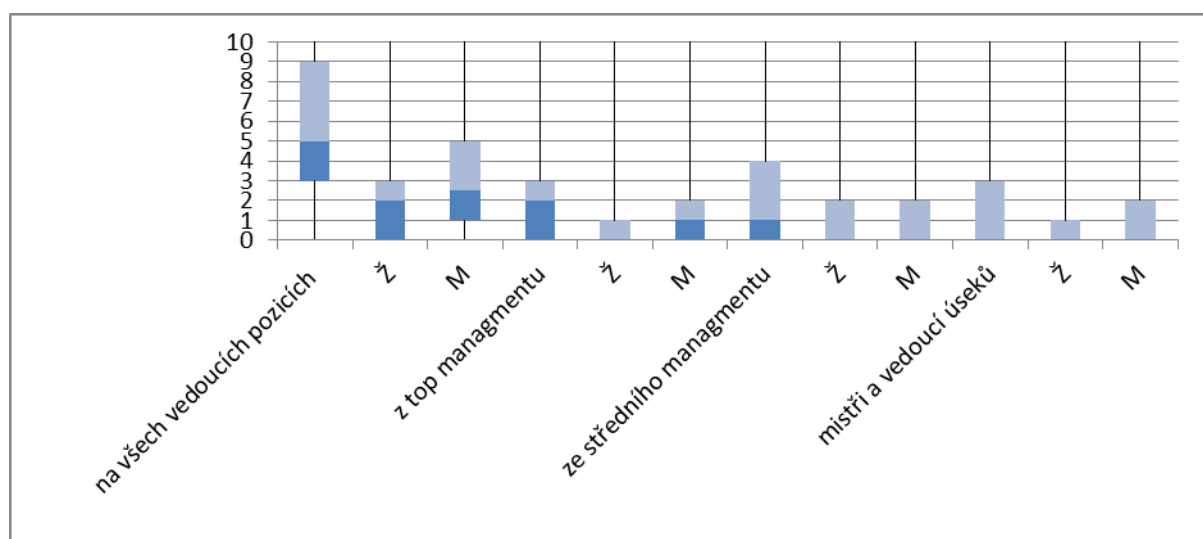


Rozložení žen a mužů podle vedoucích pozic

Muži obecně zastávají více vedoucích pozic v poměru 3 : 5. Z toho pak v top managementu to bývá 1 : 2, ve středním managementu se obsazení vyrovnává a opět klesá v neprospěch žen na pozicích mistrů a vedoucích úseků.

Na základě detailního sledování odpovědí, lze konstatovat, že s rostoucím počtem zaměstnanců klesají počty žen ve vedoucích pozicích.

Graf XVII: Rozložení žen a mužů ve vedoucích pozicích



Závěr

Dotazníkové šetření odhalilo přetrvávající nepoměr v přístupu k zaměstnankyním a zaměstnancům v období, kdy nejvíce potřebují sladovat rodinné a pracovní povinnosti, tedy v období, kdy mají malé děti. Programy podporující sladování rodinného a pracovního života zatím nepatří k zaměstnavatelským standardům.

Flexibilní formy práce jako nástroj sladování a rovněž rodinně přátelské benefity nejen, že nejsou dostatečně nabízeny, ale ani nejsou dostatečně známy ve své široké škále. Uváděné důvody, proč nejsou využívány, často vypovídají o nízké informovanosti jak zaměstnanců, tak i zaměstnavatelů.

Rýsuje se však pozitivní přístup ve specifických situacích – v případě potřeby péče o závislého člena rodiny. Zde je ale třeba konstatovat, že se jedná o zatím nové téma a v odpovědích spíše zaznívala vůle otázku případně řešit, než že by nabídka patřila k firemním standardům.

Neochotě zaměstnavatelů zabývat se danou problematikou odpovídá i to, že se ve firmách nevedou genderové statistiky. Nerovné postavení žen se projevuje ve všech velikostech firem. To, že především ženy pracují na nižší úvazky, není pozitivním signálem, ale pouhým obrazem přístupu k potřebě sladování rodinného a pracovního života.

Nejedná se však jen o nedostatky na straně zaměstnavatelů. Je žádoucí, aby se na prosazování rovných příležitostí žen a mužů podílela i sama zaměstnanecká strana. Jedině otevřenost a ochota ke spolupráci v hledání oboustranné spokojenosti může být cestou ke zlepšení na trhu práce.

Stejně tak na trhu práce přátelské rodině může inspirovat a motivovat i oceňování příkladů dobré praxe.

