

Matky jsou v kariéře penalizovány

Rodičovství a narození dítěte má v ČR negativní vliv na pracovní uplatnění a kariéru matek. Narozením dítěte se zásadním způsobem mění jejich preference při výběru zaměstnání.

Zatímco před narozením dítěte jsou pro ženy rozhodující výše finančního ohodnocení (77%) a možnosti kariérního růstu (52%), po porodu je pro matky výše platu důležitá jen v 37% a kariérní rozvoj již jen v 6,5% případů.

Přestože zaměstnavatelé rodiče podporují, ze strany státu systémová podpora chybí

Prioritní jsou pro ně naopak podpora ze strany zaměstnavatele v oblasti sladování práce a rodiny (59%), lokalita zaměstnání (57%), pružná pracovní doba (56%) a možnost pracovat na zkrácený úvazek (45%). Přestože zaměstnavatelé rodiče podporují, ze strany státu systémová podpora chybí, tvrdí průzkum aliance Byznys pro společnost. Oproti tomu na profesní kariéru 86% otců nemělo rodičovství žádný negativní dopad nebo jim přineslo dokonce pozitivní efekt (např. v podobě růstu platu nebo nových benefitů).

Rovná práva

Čtyři z deseti rodičů se domnívají, že muži i ženy mají stejné právo na kariéru (sladění



Mladé matky oceňují možnost pracovat plně nebo částečně z domova.

pracovního a soukromého života). Každý třetí rodič je přesvědčen, že dítě je „společný projekt“ a v péči o ně by se partneři měli střídát. Přesto má v reálném životě rodičovství negativní vliv na uplatnění na trhu práce pouze u žen.

„Česká rodinná politika odsouává matky na druhou karié-

ní kolej a otce na druhou rodiovskou kolej. Nedostatečná kapacita školek, dětských skupin a jeslí, odpočitatelné položky na nepracující manželku, vysoké zdanění částečných úvazků – tento mix politik je smrtící pro kariéru matek a odrazuje otce od aktivního zapojení do výchovy dítěte. Pokud

matka s dvěma dětmi zůstane šest až osm let doma, nemá již šanci zpoždění na trhu práce dohnat a otec si děti také neužije. Vysokoškolačky mají v současnosti ve svých 45 letech až o čtvrtinu (25%) nižší hodinové výděly než muži vysokoškoláci, zatímco bezdětné ženy mají podobné výděly jako

muži.“ uvádí Filip Pertold, vědecký pracovník CERGE-EI & IDEA.

Významná konkurenční výhoda

Co by mohlo nepříznivou situaci změnit? Téměř polovina respondentů věří, že lze sladit

zaměstnání a rodičovství za předpokladu podpory flexibilních úvazků zaměstnavatelem, respektive podpory ze strany státu v oblasti zlepšování dostupnosti předškolních zařízení a vhodného bydlení pro rodiny s dětmi. Pouze každý třetí rodič v současnosti takové vhodné podmínky má.

Své zaměstnankyně matky podporuje každá třetí firma, hlavně nabídkou pružné pracovní doby, možnosti pracovat plně nebo částečně z domova a částečnými či zkrácenými úvazky. Rodiče současně oceňují možnost čerpat benefity spojené s péčí o děti, například nadstandardní volno na péči o děti, firemní jesle, školky atd. Podpora rodičů ze strany zaměstnavatelů se tak ukazuje jako významná konkurenční výhoda.

Aktivnější role státu

„Jsme rádi, že jsou zaměstnavatelé, kteří situaci rodičů řeší komplexně. Podporují dřívější návrat matek do práce, motivují otce a nabízejí nástroje a benefity pro sladění práce a rodiny, a to v celém životním cyklu zaměstnanců. Stále ale nejde o běžnou věc. Matky jsou za mateřství celoživotně penalizovány. Bez aktivní role státu se věci nezmění, stát musí být v partnerství s firmami při hledání moderní prorodinné politiky mnohem aktivnější.“ shrnuje situaci Pavlína Kalousová, předsedkyně aliance Byznys pro společnost.

Stranu připravil Karel Kvapil

Firemní snídaně mají nalákat zaměstnance

Nedostatek volných pracovníků na trhu práce nutí firmy hledat nové cesty, jak si udržet stávající zaměstnance, případně nalákat další. Jedním z benefitů, do něhož zaměstnavatelé začínají investovat stále více, je firemní občerstvení na účet podniků.

Zatímco před pár lety bylo standardem nabídnout zaměstnancům pouze kávu či nápoje, v současnosti jdou firmy výrazně dál. Součástí firemní kultury se stávají firemní snídaně, každodenní přísun vitamínů v podobě čerstvého ovoce nebo občerstvení na firemní porady a jednání. A v případě technologických společností nebo

takzvaných start-upů je to bráno jako samozřejmý benefit. Podle společností z oboru tvoří investice firm do občerstvení pro zaměstnance a návštěvy asi jednu miliardu korun ročně. Letos by to mělo být ještě o 10% více.

Tisíce objednávek

Například jednička na tomto trhu, firemní BB Box od Bagerie Boulevard, která působí v několika českých regionech, hlásí, že poslední čtvrtletí bylo nejsilnější v historii jejího podnikání. Služba rozvezla mezi české firmy, úřady a instituce tisíce objednávek a získala prý stovky nových zákazníků. No-

vě mezi ně patří i centrální úřady nebo ministerstva.

„Mění se poptávka po službách, zákazníci začínají preferovat zdravější a kvalitnější suroviny, důraz kladou také na možnost objednávek online s rychlým doručením přímo do kanceláře.“ vysvětluje Levon Ter-Ghazaryan z BB Boxu. Firma na základě poptávky nově zavedla například firemní snídaně, které přiveze do firem a úřadů na osmou hodinu ráno.

Nejoblíbenější benefit

„Očekáváme, že snídaně s brzkým ranním doručením

začne pravidelně využívat až třetina našich klientů a zároveň získáme řadu nových, kteří si díky snídaním službu vyzkoušejí vůbec poprvé.“ dodává.

Podle společnosti LMC se jídlo ve firmě řadí mezi třetí nejoblíbenější benefit. Na prvním místě výhod, podle nichž se lidé rozhodují, do jakého zaměstnání nastoupit, je možnost flexibilní pracovní doby, zkrácených úvazků nebo dlouhých dovolených. Druhou příčku zaujímá firemní péče o zdraví, například v podobě sportovních programů nebo poukázek do lázní či na masáže. Na třetím místě je pak zmíněné občerstvení.

Online magazín pro HR

Součástí webových stránek personálněporadenské společnosti LMC je online magazín, v němž aktuálně vychází každý týden dva až tři nové články související s oborem lidských zdrojů (HR).

„Naším cílem je vytvořit místo, kde personalisté najdou všechno, co ke své práci potřebují, a kam se budou rádi vracet pro novinky z branže. Chceme oslovit zkušené HR manažery i začínající náboráře, z velkých i malých firem.“ vysvětluje Lucie Vurbsová, marketingová manažerka LMC.

Magazín má několik rubrik, například HR marketing, nábor, péče o zaměstnance nebo právo. Personalisté najdou na webu

i ucelenější materiály a návody. V LMC minulý rok provedli sérii průzkumů, v nichž zjišťovali, jaké informace jsou pro personalisty užitečné, a tomu pak přizpůsobili obsahovou strategii magazínu.

Tvůrci magazínu v něm budou podle vlastního prohlášení uveřejňovat i aktuální data z průzkumů prováděných mezi personalisty, zaměstnanci a lidmi, kteří se zajímají o rozvoj.

„Jsme v každodenním kontaktu s personalisty a díky tomu víme, jaké problémy řeší. Chceme se podílet o naše know-how, a přispět tak ke zlepšení HR kultury v Česku.“ upřesňuje Lucie Vurbsová poslání nového magazínu.

Češi se změn spojených s robotizací nebojí

Téměř tři čtvrtiny Čechů změnily v průběhu svého profesního života pracovní obor a jsou nakloněny změnám. Podle analýzy personální agentury Grafton Recruitment jsou uchazeči v souvislosti se změnou oboru připraveni requalifikovat se nebo si jiným způsobem doplnit vzdělání.

„Během svého profesního života změnilo pracovní obor 74% lidí. Průzkum jasně dokazuje, že se Češi nebojí změnit obor a že zaměstnavatelé jsou ochotni zaměstnávat i uchazeče se zkušenostmi z jiného oboru.“ říká Jitka Součková, marketingová manažerka Grafton Recruitment.

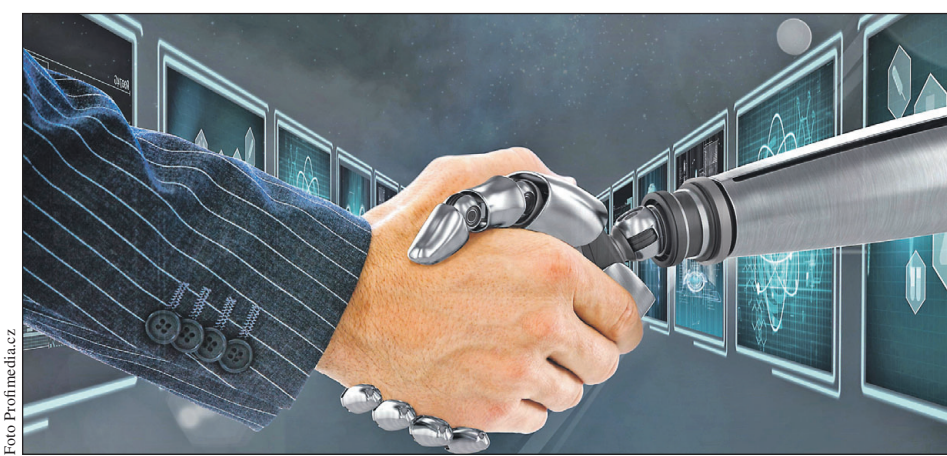
Nejčastěji mění svůj pracovní obor lidé s výučním listem a manuální pracovníci. Až 50% respondentů se k tomuto kroku odhodlalo v průběhu své kariéry, 24% potom hned po škole. Za-

tímco pro dělníky je největším motivátorem pro změnu oboru mzda (37%), u pracovníků s IT specializací je to navíc i potřeba nových impulzů (30%) nebo zajímavá náplň práce (29%).

Celoživotní vzdělávání je nutností

Z průzkumu dále vyplynulo, že si Češi začínají uvědomovat nutnost průběžného vzdělávání, a to zejména kvůli rychlému rozvoji prakticky všech oborů a masivnímu zavádění nových technologií. Třetina respondentů dokonce další vzdělávání označila za svou současnou největší výzvu.

„S tímto trendem úzce souvisí i zesílené aktivity zaměstnavatelů v oblasti firemního vzdělávání. Právě nabídka kurzů a možnosti profesního rozvoje hrají u kandidátů čím dál



Většina Čechů se nebojí, že by neudrželi krok s automatizací.

důležitější roli při rozhodování o přijetí pracovní nabídky. Dle údajů Českého statistického úřadu (ČSÚ) do firemního vzdělávání nejvíce investují obory informačních technolo-

gií a podnikových služeb.“ doplňuje Jitka Součková.

Robotizace je výzva

Se změnami oboru i s nutností vzdělávání do značné mí-

ry souvisí robotizace a automatizace, která ovlivňuje celou řadu průmyslových segmentů. Nejde jen o výrobu, ale například i o kancelářské profese či sdílené podnikové služby.

Pole asociace ABSL, která zastupuje firmy z oboru podnikových služeb, je v současnosti v ČR v tomto segmentu robotizováno již více než čtyři tisíce pracovních míst a letos se předpokládá minimálně dvojnásobný nárůst.

Díky automatizaci se postupně mění charakter lidské práce a vznikají nové pracovní pozice, které vyžadují jiné znalosti a dovednosti. Jde například o datové vědce a analytiky, experty na digitální transformaci, správce sociálních médií a digitálního obsahu a mnoho dalších.

Z průzkumu Graftonu vyplývá, že 15% respondentů vnímá robotizaci jako výzvu. Nejčastěji jde o lidi pracující v IT, dělníky a inženýry. I přes nutnost dalšího vzdělávání se však většina Čechů nebojí, že by neudrželi krok s novinkami na trhu.