

# **Rovné příležitosti mužů a žen v českých firmách**

pro Gender Studies, o.p.s.



Praha  
červen 2006

**SC&C spol. s r.o.**

Americká 21, 120 00 Praha 2

telefon: 222 511 221, fax: 222 512 800

e-mail: [vyzkum@scac.cz](mailto:vyzkum@scac.cz), <http://www.scac.cz>

Vedoucí projektu: Naděžda Vojnovičová



# Obsah

## Obsah

	<i>strana</i>
VÝCHODISKA A CÍLE, METODOLOGIE	4
VÝSLEDKY PODROBNĚ:	6
1. Vnímání problematiky	6
2. Výběrové řízení	7
3. Platy	10
4. Pracovní doba	12
5. Mateřská dovolená	14
6. Školky, dětské koutky	15
7. Zvláštní programy pro ženy	16
8. Kariéra, vzdělání	17
9. Sexuální obtěžování	19
10. Vnímání NNO	20
SHRNUTÍ	22
DOPORUČENÍ	23
PŘÍLOHA	24



# Východiska a cíle

## Východiska a cíle, metodologie

Hlavním cílem výzkumu bylo **pochopit vztah českých firem k problematice rovných příležitostí mužů a žen a zjistit, jaké mají s jejich uplatňováním zkušenosti. Vedlejším cílem bylo najít pozitivní příklady** a dozvědět se, co si v českých firmách myslí o úloze neziskových organizací, které se touto problematikou zabývají.

Proto byly zvoleny **kvalitativní výzkumné metody**.

Byly realizovány **tři soustředěné skupinové diskuse a pět hloubkových rozhovorů s majiteli/-kami firem nebo řediteli/-kami lidských zdrojů českých firem sídlících v Praze**. Firmy byly rozděleny na **malé, střední a velké podle počtu zaměstnanců a zaměstnankyň**. Zároveň byly vybrány různorodé firmy podle oborů. Smyslem bylo zjistit spektrum možných typických názorů.

Potenciální účastníci a účastnice výzkumu byli osloveni e-mailem a následně telefonicky kontaktováni. Rekrutace do skupinových diskusí byla velmi náročná, zvláště ve velkých firmách. Hlavními důvody byly neochota zúčastnit se výzkumu a nedostatečné časové možnosti. Proto jsme v segmentu velkých firem zkombinovali metodu Focus groups s individuálními hloubkovými rozhovory.

### Design výzkumu

#### Sběr dat

Datum	Velikost firmy	Počet zaměstnanců	Počet účastníků	Použitá metoda
10. 5. 2006	malé a střední firmy	do 150	7	FG
11. 5. 2006	malé a střední firmy	do 150	6	FG
15. 6. 2006	velké firmy	150 a více	5	FG
27. 6. 2006	velká firma	500 - 999	1	HR
27. 6. 2006	velká firma	1500 - 1999	1	HR
29. 6. 2006	velká firma	500 - 999	1	HR
30. 6. 2006	velká firma	250 - 500	1	HR
30. 6. 2006	velká firma	250 - 500	1	HR



**Skupinové diskuse** probíhaly v **SC&C** ve studiu kvalitativních výzkumů. Je z nich pořízen audiozáznam, který je součástí zprávy.

**Individuální hloubkové rozhovory** byly realizovány přímo ve firmách a jsou z nich pořízeny audiozáznamy. Z jednoho rozhovoru není záznam pořízen kvůli nesouhlasu respondentky.

Při výzkumu jsme použili **scénář moderátorky** vyvinutý ve spolupráci s Gender Studies, o.p.s., který obsahoval tři základní tématické bloky: **vnímání problematiky, popis zkušeností, doporučení firem.**

V následující analytické zprávě jsou použity autentické výroky respondentů a respondentek.



# Výsledky podrobně

## Výsledky podrobně

### 1. Vnímání problematiky

Pokud se hovoří o rovných příležitostech žen a mužů, **mají zástupci a zástupkyně firem** obvykle **na myslí vytváření stejných podmínek pro ženy a muže při výběrovém řízení, ve mzdovém ohodnocení a v pracovním uplatnění**. Většinou do problematiky rovných příležitostí mužů a žen **spontánně nezahrnují potřebu sladování profesního a rodinného, resp. osobního života**. Přesto existují firmy, které vnímají rovné příležitosti mužů a žen v širším kontextu: „...*není problém, jestli muž nebo žena, ale to, co je na tu ženu nabaleno...*“. Z analýzy výpovědí účastníků/-ic vyplynulo, že takové vnímání problematiky rovných příležitostí lze očekávat především ve firmách s velkým podílem žen na všech pozicích, kterým záleží na vysoké loajalitě zaměstnanců/-kyň. Snižování stresu v práci kvůli zajištění péče o rodinu považují tyto firmy za důležitý faktor vytváření loajality.

**Součástí vnímání rovných příležitostí mužů a žen jsou vyjádřené postoje účastníků/-ic výzkumu, které se týkaly toho, zda existuje nerovnost, v čem spočívá, v jakých firmách k ní dochází a zda je třeba se postavením žen ve firmě zvlášť zabývat.**

Celkově se zástupci/-kyně firem v obecné rovině **shodují** v názoru, **že ženy jsou v ČR na trhu práce diskriminovány v příjmu do zaměstnání, v platovém ohodnocení a v kariérním postupu**.

Někteří účastníci/-ce potvrdili, že v jejich firmách jsou ženy diskriminovány především v příjmu do zaměstnání a v platovém ohodnocení: „... *u nás je to problém...*“. Důležitým zjištěním je argument, kterým toto své chování zdůvodňují - **chtějí mít, co nejnižší náklady**. Vše, co je zvyšuje, považují za ohrožení existence firmy: „... *kdybyste byli soukromou firmou, tak se budete chovat také tržně...*“. Personalisté/-ky v těchto firmách si myslí, že se s tím nedá nic dělat. Ve výzkumu potvrdovali, že oni sami jsou ze strany majitelů/-lek firmy vystaveni riziku rychle nahraditelných lidí.

Z kontextu výpovědí lze očekávat, že tento druh argumentace a postojů se bude vyskytovat především ve firmách a na pozicích, kde je dostatek pracovních sil (prodavačky, výroba, nižší administrativa, nezaměstnanost v regionu apod.).

Většina účastníků/-ic výzkumu tvrdila, že v jejich firmách ženy nediskriminují: „... **my necítíme, že bychom někoho diskriminovali...**“. Svůj názor dokládají některým z následujících argumentů:

- žen ve firmě je dostatek a jsou na klíčových pozicích,
- žen je ve firmě málo (je to dáno charakterem činnosti firmy), tj. není koho znevýhodňovat,
- nikdo si nestěžuje.

Tento postoj znamená, že majitel/-ka a/nebo personalista/-ka většinou nevidí důvod, proč by se měla právě jejich firma prosazováním politiky rovných příležitostí zabývat: „...**prostě tohle nepotřebujeme, já mám pocit, že tady se opravdu nedělají rozdíly mezi muži a ženami**“.

**Změnu postoje lze očekávat pouze v případě, že majitel/-ka a personalista/-ka porozumí tomu, v čem a jak jsou ženy znevýhodňovány, a zároveň zjistí, jaký konkrétní přínos bude mít pro firmu prosazování rovných příležitostí.**



Omezené vnímání problematiky rovných příležitostí, resp. rozšířená neznalost toho, kde je potřeba vyrovnávat příležitosti mužů a žen, vytváří ve firmách **bariéru ve vztahu k této problematice**. Často si o uplatňování rovných příležitostí myslí, že **to je něco „navíc“, co se nemusí**.

**Další bariérou** ve vztahu k rovným příležitostem mužů a žen **je očekávání nákladů**: „... firma není sociální ústav, stojí to peníze“.

Zejména malé a střední firmy prvoplánově přemýšlí více o nákladech než o budoucích výhodách: „... lze z toho udělat i konkurenční výhodu, profilovat se jako firma, co drží nad ženami ochrannou ruku, mít to jako image, reklamu ... **ted' je to tvrdý byznys, do budoucna to bude o etice**“.

Kvůli očekávaným nákladům si zástupci/-kyně firem myslí, že opatření na vyrovnávání příležitostí mužů a žen si mohou dovolit pouze velké a ekonomicky silné firmy: „... systémově si to mohou dovolit řešit interními předpisy... jen velké firmy, které personální... mají na takové úrovni, že mohou jít až do takového, já tomu říkám libůstka...“.

**Odpovědnost za prosazování politiky rovných příležitostí mužů a žen přenášejí** zejména malé a střední firmy **na stát**. Nerovné postavení mužů a žen vnímají především jako celospolečenský problém, který zahrnuje výchovu, vzdělávání, veřejné mínění atd. Pokud by se tedy podle názoru zástupců/-kyň firem mělo něco změnit, pak by s tím měl začít stát, resp. státní instituce. Ty by se měly starat o to, aby ženám umožnily dobře sladit profesní a rodinný, resp. osobní život (např. prodloužit pracovní dobu ve školkách: „... musí být možnost dát tam dítě od 12 do 20“, zajistit lepší služby, změnit systém výchovy ve školách atd.). Stát by měl také zvýhodňovat firmy, které zavádějí opatření k odstranění nerovného postavení mužů a žen.

**Další bariérou** ve vztahu k problematice rovných příležitostí **je očekávání afirmativní/pozitivní akce**, kterou majitelé/-ky a/nebo personalisté/-ky většinou **odmítají**. Vytvářejí analogii s kvótami při zaměstnávání ZTP občanů. Znají způsob, jak je lze obcházet, a domnívají se, že stejný jev nastane i v případě pozitivní diskriminace žen, která se obrátí proti ženám samotným: „...nerad bych se dožil kvót. Zaměstnavatel má mít právo, koho si chce vzít do práce...“, „...žádné kvóty, žádné směrnice... ještě to tak. To je příliš, to je nesmysl, nabobtnává regulace...“, „...každá ochrana státu je negativní vůči těm, co to potřebují... třeba postižení, firma to raději zaplatí...“.

Respondenti/-ky spontánně neuvažovali o jiných dimenzích, tj. o případných výhodách afirmativní/pozitivní akce.

Ve výzkumu se potvrdilo, že v českých firmách se standardně problematikou žen systematicky nikdo nezabývá. Majitelé/-ky firem ani personalisté/-ky nemají potřebu být v této oblasti školeni. Aktivně informace vyhledávají výjimečně. Setkali jsme se však s tím, že se česká firma inspirovala příkladem zahraniční firmy, s níž spolupracuje.



## 2. Výběrové řízení

### 1.1. Příjem do zaměstnání

Jak již bylo uvedeno, majitelé/-ky i personalisté/-ky se shodli v názoru na to, že ženy jsou při příjmu do zaměstnání v porovnání s muži v nevýhodě.

Ve výzkumu jsme se setkali s tím, že majitelé/-ky, personalisté/-ky tvrdili, že **nemohou dodržet rovné příležitosti mužů a žen při přijímání do zaměstnání z objektivních důvodů**, protože jsou profese, které může vykonávat pouze muž nebo pouze žena: *“... existují povolání, která jsou vyhrazená ženám ... a povolání vyhrazená mužům ... tak to je a tak to bude ... někdy to jsou předpoklady fyzické ... psychické ... a (až) pak je to o schopnostech ...”*.

Tento úvodní postulát znamená, že hledisko „mužských“ a „ženských“ profesí berou firmy jako legitimní důvod při rozhodování o tom, zda budou na požadovanou pozici chtít muže nebo ženu.

V souvislosti s rozdělováním profesí na „mužské“ a „ženské“ se projeví dva aspekty:

a) **zástupci/-kyně některých firem přenášeli toto hledisko i na profese, kde nemusí platit.** Aniž by si to uvědomovali, podíleli se tak na vytváření nerovnosti nejen ve vztahu k ženám, ale i k mužům. Velmi typické bylo poukazování na to, že **muž je stejně jako žena diskriminován**, pokud se hlásí na pozici, kde je očekávána žena: *“... i ten muž nemá vždy stejnou šanci ...”, “... obecně - v dílnách převažují muži, v těch administrativních záležitostech ... ženy, když jsme sháněli do ekonomiky účetní, tak tam byli hendikepováni muži ...”*.

Za tímto postojem jsou skryty **existující stereotypy myšlení**:

- žena se hodí více na administrativní práce, muž na technické profese,
- muži nebudou vykonávat „ženské profese“, protože je zde nízký plat pro živitele rodiny: *“... bude-li podhodnocený post, živitel tam nepůjde”*,
- okolí by to nepřijalo: *“... neumím si představit, že bych šel dělat učitele do mateřské školky, protože bych nemohl projít ulicí, je to dáno společností ... tak jsme naučení...”*.

b) **zástupci/-kyně některých firem hovořili o rovném přístupu ke všem profesím.** Tzn., že ženy by podle jejich názoru měly mít možnost vykonávat jakoukoliv práci, tedy i typicky „mužskou“. Tento postoj vyvolával **negativní reakce některých zástupců/-kyň firem, protože si představovali práci žen především ve fyzicky náročných profesích (stavebnictví apod.)**.

**Celkově se majitelé/-ky a/nebo personalisté/-ky firem shodují v názoru, že žena je na trhu práce znevýhodňována kvůli tomu, že zátěž péče o domácnost a rodinu leží převážně na ní:**

*“... v životě ženy je diskriminačních okamžiků mnohem více: 25 – 30 matka, 30 – 35 malé dítě, 40 – 45 je už moc stará”*.

Ve výzkumu jsme se setkali také s názorem, že ženy znevýhodňují také stereotypně „ženské“ vlastnosti: *“... žena... hysterka, vše si berou osobně... s chlapem to bude jednodušší, bude to lépe fungovat...”*.

Zda péče o rodinu, domácnost či stereotypně „ženské“ vlastnosti skutečně ovlivňují příjem do zaměstnání, závisí na typu firmy a lokalitě, v níž se nachází. **Pokud je v místě nedostatek pracovních sil, jsou zásadním výběrovým kritériem kvalifikační předpoklady a ochota vykonávat danou práci.** Pohlaví nemá žádný vliv na příjem do zaměstnání. Dokonce je potlačeno hledisko rozdělení na „mužské“ a „ženské“ profese: *“... je takový nedostatek lidí, že toto jsou podružnosti, na kterých se domluvíme...”*; *“... u nás jsou ženy strašně důležité, proto je chceme a o všem se výborně dohodneme...”*.

V případě, že je zájemců dostatek, vstupují do výběrového řízení hlediska pohlaví, věku a rodinného stavu: *“... u nás... ženy jsou nahraditelné, o to místo zájem je zvenčí, majitele nic netlačí k tomu, dělat si další náklady... ať rodinnou politiku dělá stát ...”, “... firma i za menší peníze najde vždy někoho ... raději ženu bez praxe, ale bez dětí, je to pro mě ekonomicky výhodnější”*.





## 1.2. Otázka na rodinné poměry

S přijímacím řízením souvisí pokládání otázek na rodinné poměry. Ačkoliv nejsou zákonné, ve výzkumu se potvrdilo, že **zjišťování rodinných poměrů je časté**. Zástupci/-kyně firem tvrdili, že tyto otázky pokládají mužům i ženám: „... **my otázky klademe, jak muži, tak ženě**“. Také se ukázalo, že tyto informace často **uchazeči/-ky sdělují sami**: „... *ohledně rodinného zázemí toho lidé na sebe řeknou hodně v CV...*“.

**Skutečný vztah zaměstnavatelů/-ek k těmto otázkám není jednoznačný** a existuje celé spektrum názorů – od jejich schvalování, až po jejich odmítání: „... **nevidím nic špatného na tom, když se člověk zeptá, člověk se může přesvědčit o tom, že si péči umí zařídit**“, „... **správné to není, ale taková je doba** (při vysoké nezaměstnanosti) a takové jsou předsudky“, „... **otázka je asociální, existují na našem trhu nástroje, kterými řeším tyto věci ne ex ante, ale ex post ... zkušební doba**“.

Majitelé/-ky a/nebo personalisté/-ky firem zdůvodňují pokládání těchto otázek tím, že musí vědět, s čím mají u budoucích zaměstnanců/-kyň počítat: „... *na otázku ohledně dětí se chci ženy z pozice zaměstnavatele zeptat, je to pro mě psychicky lepší pocit, když vím, koho tam mám. Jako zaměstnavatel jsem diskriminovaná, když se nemůžu zeptat a pak se s tou ženou případně dohodnu...*“.

Z analýzy výpovědí respondentů/-tek vyplynulo, že **tato znalost může a nemusí mít vliv na přijetí do zaměstnání**. Velmi záleží na tom, zda si firma může nebo chce dovolit „problémové“ zaměstnanec/-kyně. Ukázalo se, že rodinný stav (a děti) má nižší nebo žádný vliv na příjem do zaměstnání ve velkých firmách a ve firmách, kde je naprostý nedostatek pracovních sil v dané pozici. V případě, že je zájemců/-kyň na vybranou pozici dostatek, roste význam pohlaví a rodinného stavu uchazeče/-ky: „... *když vím, že žena má děti nebo je mít chce, tak jí v zájmu firmy budu diskriminovat*“, „... *existují firmy, co to tak mohou vytvořit, my to tak udělat nemůžeme ... chci soboty, neděle ... žena mi tam chodit nebude ...*“, „... *tak předpokládejme, že mám ... tři zájemkyně a všechny mi vyhovují...vyberu si tu, která mi přinese nejmíň problémů ... ženu ve středních letech s odrostlými dětmi, sleduji co nejplynulejší zabezpečení pracovních úkolů*“.

U rodinného stavu se projevuje **rozdílné vnímání genderového hlediska**. Zatímco **muže většinou zvyhodňuje (projevují se zde stereotypy myšlení), ženy častěji hendikepuje**: „... *má-li muž rodinu, předpokládám, že je stabilní, že potřebuje pevné stálé zaměstnání, že ji musí zabezpečit*“, „... *rodina je u muže známka stability, ale u ženy je to problém*“.

## 1.3. Diversifikace týmů

Přijetí do zaměstnání by mohlo ovlivňovat také zamýšlené složení pracovních týmů z genderového hlediska. Ukázalo se, že v českých firmách má **hledisko vytváření smíšených týmů malý význam**. Standardně to firmy příliš neřeší: „... *tím se... cíleně nezabýváme, abychom vytvářeli takhle kombinovaný pracovní ... necháváme tomu volný průběh ...*“.

Zástupci/-kyně firem se domnívají, že problém **není třeba řešit, protože se spontánně řeší sám, nebo jej nelze řešit, protože charakter činnosti to neumožňuje**: „... *tady na technických pozicích jsou z 90% projektanti, z 90% chlapi ... informatika ... ženská ... promile situací, když se vůbec přihlásí do toho výběrového řízení ...*“.

Z kontextu výpovědí vyplynulo, že „**spontánní řešení**“ znamená **vytváření týmů přijímáním žen a mužů na ty profese a pozice, kde je to obvyklé, tj. dle rozdělení na „mužské“ a „ženské“ profese**: „... *90 % mužských má potíže s administrativou ... potřebují tam mít ženskou ...*“.



K přijetí žen do týmů nebo na pozice, kde převažují muži, dochází v situaci, kdy je málo zájemců-mužů o místo, nebo je žena mimořádně vytrvalá: „*Její cesta byla strastiplná. Musela toho udělat strašně moc...*“.

Potvrdilo se, že **proniknutí „první ženy“ do typicky mužského kolektivu má zásadní význam pro vytváření dalších smíšených týmů ve firmě.** Teprve až se projeví první výhody: „... *ten ženský prvek je trošku jiný i ve stejném postavení na pozici prodejce .... Muži a ženy jsou jako prodejci rozdílní ... vyváženost týmu přináší novou kvalitu... existuje klientela, která má raději ženy jako prodavačky, proto chci, aby tam byly. Umí se jinak chovat, vidí barvy... ..Nehovoří jen o technických věcech jako muži....*“, „... *ženský prvek je ... pozitivní v tom, že ti pánové se krotí, je to jednání s dámou...*“, **zaměstnavatel/-ka a/nebo majitel/-ka firmy se začíná systematicky diversifikací týmů zabývat:** ... „*zlomový bod, kdy jsme začali vnímat - muži/ženy... když jsme měli (první) ženu ... (uvedena profese s téměř 100 % zastoupením mužů)*“, „... *občas přemýšlíme, aby byly v oddělení muži a ženy vyrovnání... aby tam byly... zastoupeny oba prvky, týmy mají být kontaktní. Pokud někde převládá jedno pohlaví, snažíme se doplnit kolektiv, vyvážit ho pohlavím druhým*“.



### 3. Platy

Zástupci/-kyně firem se shodují v názoru, že **existuje platová diskriminace na srovnatelných pozicích, ale ne ve firmách, které respondenti/-ky zastupovali**: „... v naší firmě ne, ale jinde ano... ženy mají nižší platy než muži ...“.

Někteří zástupci/-kyně firem potvrdili, že platová nerovnost existuje **při přijímání do zaměstnání**. V těchto firmách ženám nabízejí nižší plat než mužům, protože se chovají pragmaticky a **chtějí mít co nejnižší náklady**. Takový přístup je typický především u malých a středních firem, které mají dostatek zájemců/-kyň: „... chci-li ušetřit, zaměstnám ženu“, „... je to uvažování o penězích... je to holka, spokojí se s málem... i sama holka si řekne, je to ok“.

Ve velkých firmách a ve firmách, které mají nedostatek zájemců/-kyň, ženám nabízejí **srovnatelné platy s muži**. Obvykle mají zaveden „**tabulkový systém**“, **provázaný na kvalifikační předpoklady a délku předchozí praxe**: „... máme tabulku všech funkcí, každého to hned navádí na tu rozpočtovou, ale není to tak. Je to naše interní rozčlenění, takže je úplně jedno ... jestli nastoupí žena, či muž ... Pokud ... má třídu 5 - 6 v této funkci nikam jinam uhnout nemůže. Jestli dostane 5 nebo 6, vyplývá z toho, jestli už to někdy dělal ... co se týká těch vyšších funkcí ... tam už je to věc dohody, nemám pocit, že to až tak bylo ženy – muži ... jsem přesvědčena, že ... nebylo by to tak, že ženě dáme 50 a muži 60 tisíc...“, „... máme pracovní místa, ta mají základní tabulkovou mzdu a další rozdíly nejsou, stále se jedná o jedno pracovní místo, ať se přihlásí muž nebo žena...“.

Platová nerovnost se vyskytuje **také přímo ve firmách**. Při výzkumu se ukázalo, že **je problematicky prokazatelná a existuje ve skryté podobě. Platové rozdíly vznikají**:

**a) množstvím přesčasů**, kdy muži mají více možností si je odpracovat, protože na nich neleží zátěž péče o domácnost: „... obchodník je na tom lépe, má přesčasy, více si vydělá... plat má stejný“,

**b) prolínáním pracovních pozic v malých a středních firmách**, kde neexistují srovnatelné pozice, což vytváří podhoubí pro nerovné odměňování: „... je to problém i díky kumulovaným pozicím, ... nejsou činnosti jako sekretářka... mišmaš, že když někdo skončí, tak ten druhý nenastupuje na stejnou pozici...“,

#### **c) přístupem zaměstnanců/-kyň**

ženy jsou dle názoru účastníků/-ic výzkumu méně aktivní při prosazování vyšších platů, proto u nich platy nerostou stejně rychle jako v případě mužů a dochází k nerovnému odměňování: „... muži více tlačí a pokud ho potřebujeme, tak částečně ustoupíme...“, „... muži si dokáží vybojovat vyšší platy, rozdíl není v tom, že chci ve firmě někoho diskriminovat, ale když si o to žena neřekne, tak jí ty peníze nenutím ... to není apriori zájem diskriminovat ženy....“.



## 4. Pracovní doba

Z analýzy výpovědí respondentů/-tek vyplynulo, že postoj zaměstnavatelů k úpravám pracovní doby je celkem vstřícný. Obvykle se jedná o **zkrácený pracovní úvazek** či **posunutí pracovní doby**. Požádá-li o to žena z důvodu péče o dítě a nebrání-li tomu závažné pracovní překážky, pak zaměstnavatelé tento požadavek posuzují jako **legitimní nárok dle Zákoníku práce**. V takovém případě **nejsou od ženy vyžadovány přesčas a práce ve směnném provozu**: „... pokud má problém, chce upravit pracovní dobu, tak čekáme, že přijde ona... my jí sami nic nenabízíme... ale pokud chce, tak jí to umožníme... neděláme problémy...“.

Nicméně zkrácené pracovní úvazky podle názoru zaměstnavatelů/-lek **zvyšují náklady na zaměstnance a nároky na organizaci práce, takže je vnímají spíše jako nevýhodu**: „... zkrácené úvazky jsou ekonomicky náročnější ... dva zaměstnanci na čtyři hodiny se nerovná jeden zaměstnanec na osm hodin ...“.

Jedním z opatření, které firmy používají, je **pružná pracovní doba** (setkali jsme se s ní ve velké firmě). V rámci klouzavé pracovní doby si zaměstnanci/-kyně mohou zvolit začátek a konec pracovní doby. V případě potřeby (ať ze strany firmy nebo ze strany zaměstnance/-kyně) mohou přesunout část hodin do jiného dne. Musí dodržovat tzv. fixní dobu (např. být ve firmě od 9.00 hod. do 13.30 hod.) a musí dodržovat počet celkem odpracovaných hodin (40,5 hod. týdně). Tato úprava umožňuje vytvářet sdílená pracovní místa a rozložit pracovní dobu zaměstnanců/-kyň do celého dne. Jako příklad uvedla zástupkyně firmy situaci, kdy: „... ředitel je tu od sedmi do sedmi, ale jedna sekretářka tu dvanáct hodin nebude... jsou tam dvě... domluví se... máme pokryto normálně placenými hodinami... ne přesčas...“. **Zásadní výhodou z hlediska firmy, je vyřešení problematiky přesčasů**. Ve firmě se jimi nemusí zabývat a proplácet je: „...neplatíme žádný přesčas... v tu chvíli je to o posunutí pracovní doby...“. Zaměstnanci/-kyně si nemusí brát náhradní volno na vyřizování svých záležitostí na úřadech apod. Nezanedbatelná je také skutečnost, že **toto opatření má ve firmě podporu zaměstnanců/-kyň**. Tato úprava není určena výhradně ženám nebo rodičům, ale všem zaměstnaným. Firma realizací toho opatření považuje problematiku sladování profesního a rodinného/osobního života za vyřešenou: „... i mamina, která vodí do školky ... stíhá v klidu odvézt ... když tu musí být déle ... znamená to, že v pátek jde ve tři nebo ve dvě ...“. **Nevýhodou tohoto opatření jsou, v porovnání se standardní úpravou pracovní doby, vyšší nároky na organizaci práce**: „... klouzavá pracovní doba neznamená, že je to holubník a není řízená...“. Například porady musí být organizovány ve fixní době, kdy jsou přítomni všichni zaměstnanci/-kyně. Také není možné vést přesnou evidenci odpracovaných hodin a je třeba se spolehnout na loajalitu zaměstnanců. Lze očekávat, že jako kladný příklad bude tento model působit především v nevýrobních firmách.

Další nestandardní úpravy - **sdílené úvazky, nerovnoměrné rozložení pracovní zátěže v sezóně a mimo sezónu** apod. zaměstnavatelé/-ky nevyužívají, protože buď tyto možnosti **neznají, nebo se domnívají, že charakter činnosti firmy neumožňuje tento druh úprav realizovat**: „... obchodník... to také není věc, která by se dala dělat z domova...“. Setkali jsme se i s případem, kdy ve firmě použili nestandardní úpravu na nevhodnou pozici, vytvořili si špatnou zkušenost, která znamenala konec s experimentováním: „... nelze pracovat na manažerských pozicích 4 - 6 hodin denně... neosvědčilo se sdílení pozice“.

Zjistili jsme, že **ve firmách existují ještě další opatření**, která umožňují sladování profesního a rodinného/osobního života zaměstnanců/-kyň, např. práce z domova, samostatné projekty apod. Typické je, že tato opatření mohou využívat a využívají je zaměstnanci/-kyně **na pozici vyššího managementu, nebo v odborných profesích** (kdy není nutná fyzická přítomnost ve firmě kvůli přístrojům apod.). Firmy, které realizují tato opatření, spatřují **hlavní výhodou v tom, že levnější je udržet si zaměstnance/-kyni s know-how, než investovat do nových**: „... když o ty ženy stojíme, firma do nich investuje ... zavedli jsme programy: práce z domu ... upravit náplň práce ...“.



*samostatné projekty... to se nám osvědčilo ...“, „... práci z domova máme ... dva lidi ... je to pro nás výhodné ... pracovnice opravuje software ... z domova ... ano, musí se to rentovat“.*

Obvykle jsou tato opatření předmětem **individuální dohody** a ve firemních dokumentech nemají formalizovanou podobu: *„... je to asi nutné rozdělit na ty vedoucí pozice a ty ostatní... myslím, že se to ví, že hodně práce dělám doma, ale nikde to uvedeno není, je to taková tichá dohoda“.*



## 5. Mateřská a rodičovská dovolená

Zaměstnavatelé/-ky řeší návraty z mateřské dovolené a rodičovské dovolené podle Zákoníku práce: „... to je dané ze zákona, my jí musíme vzít zpátky, ale nemusíme jí zaručit stejnou funkci... nižší pozice, tam se většinou vrací, odkud odešly a dejme tomu k jinému stroji ...“.

U běžných zaměstnanců/-kyň (výroba a nižší administrativa) se zaměstnavatelé/-ky nezabývají vytvářením nějakých opatření, která by usnadnila jejich návrat po mateřské dovolené nebo rodičovské dovolené. V průběhu těchto druhů dovolené s ženami udržují minimální kontakt. Omezují se pouze na zjištění, zda se žena vrátí. Odchody mužů na rodičovskou dovolenou jsou minimální (ve výzkumu s nimi neměla žádná firma zkušenost): „... žádný zvláštní program na mateřský nemáme... lidí na mateřské dovolené tu máme málo ...“.

**U manažerek a odbornic se potvrdila tendence vytváření individuálních dohod s majiteli/-kami a/nebo personalisty/-kami firem.** Pro ilustraci uvádíme několik příkladů zmíněných ve výzkumu:

„...finanční ředitelka má jako těhotná úplně jiné podmínky ... má **k dispozici notebook, telefon, stále je v kontaktu** ... je přirozené, že jinak se člověk chová k manažerovi, kterého chce a potřebuje než k řadovému zaměstnanci ...“;

„... zůstáváme se ženou v kontaktu, **zvažujeme jejich možnosti, o co mají zájem ... práce z domova ... analýzy ad hoc ... překlady... záskok ... spolupráce na projektech kratší dobu...** tato kontinuita se nám docela hodně vyplácí, je o to velký zájem (chcete s námi zůstat v kontaktu, případně od kdy, jaké jsou Vaše možnosti, dokážete dojíždět?) – jen u pozic od nižšího managementu výš“.

Firmy těmto ženám umožňují udržet si během mateřské a rodičovské dovolené kvalifikaci a podporují jejich další vzdělávání: „... jazyky, PC, aby člověk co nejrychleji mohl začít pracovat“.

Z diskusí vyplynulo, že **hlavní výhodou individuálních dohod je udržení zaměstnankyně**, která má know-how, **zvýšení její loajality a následně její výkonnosti**: „... když se to (návrat) povede, tak je to super, protože žena je pak nesmírně loajální, na zkráceném úvazku odvede více než na celém úvazku...“.

Problém mají firmy s odměňováním žen na mateřské a rodičovské dovolené kvůli nevyhovující legislativě.





## 6. Školky, dětské koutky

Pomineme-li firmy, v nichž složení zaměstnanců nevyvolává nutnost řešit tuto problematiku, zaznamenali jsme ze strany zaměstnavatelů/-lek **odpor ke zřizování dětských koutků a k finanční spoluúčasti ve školkách**: „... není... babysitting... zatím neprůstředné ..“.

Ukázalo se, že důvodů k jejich odmítání je více. Především majitelé/-ky firem **očekávají značné finanční náklady** spojené s materiálním zabezpečením a s požadavky státní správy na hygienu a kvalifikaci personálu. Zaznamenali jsme i negativní zkušenost, která toto očekávání potvrzuje: „... zažil jsem to v minulé práci ... zvažovalo se to, ale končí to na nákladech ... nejen prostor, ale i kvalifikace personálu, bezpečí ... hygiena ...“.

Bariérou jsou také **námítky organizačního charakteru**. Zaměstnanci/-kyně bydlí na různých místech a nebudou chtít vozit děti do jedné společné školky daleko od místa bydliště. Zaměstnavatelé/-ky si neumí představit, jak by se tato situace dala řešit.

Důvodem k odmítání dětských koutků a školek je také **celkový postoj zaměstnavatelů/-lek**, který spočívá v tom, že **by byla zvýhodněna jen malá část zaměstnanců/-kyň na úkor ostatních**: „... nebyl by to benefit pro všechny zaměstnance...“.

Zaznamenali jsme také názor, že **dítě bude pobytem ve školkách do pozdních hodin strádat a matka bude stejně ve stresu**: „... dítě pak mámu nepozná...“.

Znamená to, že zaměstnavatelé/-ky **si neumí představit, jaké výhody dětské koutky mohou přinést dětem i zaměstnaným matkám**.

Z kontextu výpovědí vyplynulo, že čím menší firmy, tím více se odmítají touto problematikou zabývat, především kvůli očekávaným nákladům. Pozitivním zjištěním je, že některé firmy (větší a/nebo firmy s převahou žen) mají tendenci zvažovat příspěvek na hlídání pro zaměstnanec/-kyně, případně sponzorování místa ve školce: „...je to velmi individuální, spíš vyjít mladým rodinám vstříc, co by potřebovaly. Ne nějak globálně, oni třeba mají babičku, a tak by to nechtěli...“.



## 7. Zvláštní programy pro ženy

V českých firmách **není obvyklé vytvářet pro ženy zvláštní programy** týkající se sladování profesního a rodinného života či přijímat opatření k prosazování politiky rovných příležitostí mužů a žen. Spíše výjimečně jsme se setkali s poskytováním volných dnů pro matky s dětmi na vyřizování rodinných záležitostí: „... dva dny kdykoliv během roku placeného volna pro ženu s dítětem do 15 let“.

Zároveň jsme zjistili, že **ve firmách existují různé druhy příspěvků pro rodiče dětí**: na **dětské tábory**, organizují se **dětské dny**, **mikulášské nadílky**, **návštěvy dětí na pracovišti**. Dále uvádíme zmíněné příklady: „... dotace na letní tábory – kolem 3000, díky tomu, že jsme přestárlá firma, tak to zatím nevadilo nikomu“, „... firma umožnila dětem, aby jednou za tři měsíce navštívily rodiče v práci... aby byli lidi spokojení“.

Příspěvky a programy jsou deklarovány jako **výhody pro všechny zaměstnance/-kyně** a jsou zaměřeny na zvýšení jejich spokojenosti a loajality: „...**není to směrem k ženám, ale k zaměstnancům**“, „... spokojenost zaměstnance je přínosem pro firmu, proto by se tím měl zaměstnavatel zabývat... měl by se o zaměstnance zajímat celkově, ne jako o muže nebo ženu...“.

Ve velkých firmách tyto příspěvky, programy řeší **v rámci kolektivních smluv s odbory**: „... my tu máme odbory... kolektivní smlouvu... nemáme žádný zvláštní zabezpečení...“. Kolektivní smlouvy ve velkých firmách **vycházejí z tradice**, kterou firmy, pokud mají prostředky, zachovávají. **Vnímají to jako dostatečné zvýhodňování všech zaměstnanců a proto se domnívají, že není důvod vytvářet speciální programy/přijímat opatření z genderového hlediska**: „...myslím, že je to historicky daný sociálním rozměrem firmy. Vždy jsme byli velká firma, v těch větších firmách je daleko jiný přístup k dodržování různých předpisů .... My jsme moc velký podnik, máme tu poměrně často dohled – úřad práce, finanční úřady, dneska inspekce... navíc si myslím, že... je tu prostor saturovat takovéhle potřeby, protože je na tom i po té ekonomické stránce dobře ... a navíc ... tradice, je to dáno historicky. Setkal jsem se i s názory vně firmy, že se tu dodržují socialistické manýry. Je pravda, že my v rámci kolektivní smlouvy máme celou řadu benefitů, které firma poskytuje, **příplácí se na lázně, dětské tábory, poskytují se slevy na ubytování až do výše 100% ve vlastních rekreačních zařízeních ... příplácí se za výsledky práce, životní jubilea, odměny, mimořádné a tak podobně...** Benefitem je i **mobilní služební telefon**, protože pokud se na měsíčních vyúčtováních zaměstnanec neobjevují astronomické sumy, tak firma toleruje použití telefonu i pro jiné než pracovní účely ... **příplácí se 2/3 na závodní stravování, někteří jedinci mají k dispozici i pro soukromé účely osobní automobil, příplácíme 50% na jazykové vzdělávání, ale musí tam být zájem firmy**“, „...máme **příspěvek na penzijní připojištění ... nadstandardní zdravotní prohlídka, příspěvek na dovolenou...**“, „...to, co nabízíme my, už nabízí i jiné společnosti, máme dotované stravování, obědy za 18 – 22, **5 týdnů dovolené...**“, „... **den volna za kvartál ale pro zaměstnance na vyřizování svých záležitostí...**“.

V malých a středních firmách je rozšířen názor, že výhody pro zaměstnance/-kyně si standardně mohou dovolit velké firmy. Obvyklým argumentem malých a středních podniků k neexistenci výhod pro zaměstnance je nedostatek finančních prostředků. Přesto se shodují s velkými firmami v tom, že je třeba vytvářet programy pro všechny zaměstnance a ne speciálně pro ženy.





## 8. Kariéra, vzdělávání

Jak již bylo uvedeno, celkově se majitelé/-ky a/nebo personalisté/-ky domnívali, že nerovnost v kariérním postupu se v českých firmách vyskytuje. Výzkumu se zúčastnili zástupci/-kyně firem, kde jsou v nejvyšším managementu zastoupeny ženy: „... mezi řediteli jsem já ... první linie ... pod řediteli jsou také ... vedoucí týmů ... je tam párkrát i žena ...“, „... na těch vrcholových úrovních, tam je to vyrovnané, jak muži tak ženy...“, „... máme i mistrovou, která šéfuje chlapům na mašinách ... ona tam vyrostla... takže se znají, funguje to dobře ...“. Zároveň se výzkumu zúčastnili také zástupci/-kyně firem, kde existuje „skleněný strop“: „... pánové rozhodnou ... ženu v žádném případě ne, na jakýkoliv post ženu vysloveně nechtějí“, „... ve vedení dva muži, kteří asi preferují muže, tolerují mě jako mladou ženu manažerku, ale další vstřícný krok už nebude ...“.

**Ve firmách, kde jsou ženy zastoupeny v nejvyšším managementu, je rozšířen názor, že problém je vyřešen a není třeba se jím dále zabývat.** Tento postoj také zdůvodňují tím, že **ženy ve vyšších pozicích vytvářejí podmínky pro kariéru dalších žen.** Domnívají se, že **důležité je zajistit, aby se do vedoucí pozice dostala „první“ žena.** Další opatření nejsou nutná. Přestože je rozšířen názor na to, že ... *muži se vytahují nahoru a vytváří sítě, kdežto ženy to nedělají...ženy bojují proti sobě...*“, ve výzkumu se ukázalo, že tomu tak není vždy. Viz následující citáty: „... musí se do vrcholové funkce dostat žena a ta potom vytváří ty podmínky... ona si i sama vychovává svoji nástupkyni ... se ženou se jí zpravidla lépe komunikuje ... vytipuje je ... psychicky připraví ... nebo je připravuje na nějaké školení ... aby se připravovaly na vedoucí funkce ... existuje tady příprava kádrů ... dnes se tomu říká perspektivních zaměstnanců. Třeba naše ekonomická ředitelka půjde za dva roky do penze, připravuje si za sebe náhradu. Už má vytipovanou jednu ekonomku, která se připravuje plus školení, aby za ty dva roky si to mohla převzít...“, „... máme ekonomickou ředitelku ...to jsou akcionářky a tlačí, aby se ženy dostávaly na vedoucí pozice ... vidí tu potřebu, protože některé jsou šikovné, měly by dostat tu příležitost i na vyšších postech ...“; „... já jsem šéfová zaměstnaneckého útvaru ... protože jsem žena, dokážu vnímat problémy těch žen, které nastanou ... třeba zkrácený úvazek ... ty vysloveně ženské problémy...“; „... já jsem zrovna příklad toho, která se taky vyšplhala. Nic zvláštního jsem cestou udělat nemusela, paní ředitelka došla k názoru, že bych byla vhodnou kandidátkou ... naše vedoucí, tam si myslím, že je velice pozitivní ten její pohled, myslím si, že má i pochopení pro takové ty nepracovní problémy...“.

Výzkum potvrdil, že v obecné rovině se očekává **žena - manažerka, která bude stejně výkonná jako muž a bude se chovat jako muž** (tj. zůstat déle v zaměstnání, účastnit se firemních akcí mimo pracovní dobu atd.): „... žena si musí rozmyslet, jestli chce být mámou nebo manažerkou“, „... je to spíš o té ochotě té ženy, dejme tomu... práce vedoucího, že si musí uvědomit, že to toto obnáší, ty ústupky v tom smyslu, že nebude z měsíce dva týdny doma“.

V tomto smyslu majitelé/-ky a personalisté/-ky chápou uplatnění rovných příležitostí.

Za výše uvedeným očekáváním je **skryt poměrně rozšířený názor, že v českých podmínkách: „... skloubit kariéru a rodinu nejde“.**

Celkově podle zaměstnavatelů/-lek **ženám v kariéře brání objektivní důvody: „... vstup do vyšších funkcí ... to zase není taková fluktuace, aby se to nějak výrazně měnilo“, a existující stereotypy myšlení a chování: „... není to jen věc zaměstnavatele, ale i té ženy... musí chtít“, „... muži na to nejsou připraveni“.**

Podpořit kariérní růst by mělo systematické vzdělávání žen a mentorovací programy. Zástupci/-kyně firem **se většinou domnívali, že ženy mají stejný přístup ke vzdělávání jako muži.** Toto tvrzení podporovali následujícími **argumenty:**



- **vzdělávací aktivity v naprosté většině probíhají v pracovní době:** „tam jdou ti, co musí, ty ostatní školení... měkčí faktory dovedností, tak záleží na vedoucím pracovníkovi... podle toho, jestli to doporučí nebo ne... pohlaví nehraje roli... kurzy v pracovní době...“

- **školení se účastní smíšené týmy, které jsou vytvářeny podle potřeby:** „... smíšený... komunikační dovednost... jsem skládala týmy tak, jak spolu potřebují spolupracovat ...“

Malé a střední firmy do vzdělávání zaměstnanců kvůli finančním nákladům celkově příliš neinvestují, protože: „... kurzy stojí čas a peníze“.

Potvrdilo se, že přístup ke vzdělání je nerovný **ve firmách, kde existuje skleněný strop:**

„... protože jsem žena, na určitá školení se nedostanu. Nemohu si zvýšit cenu na trhu práce, vnímám to jako nerovnost v možnostech rozvoje ... muži na stejné pozici to absolvovali ... firma do mě nechce investovat jako do potenciální maminky“, „... žena ani nemůže jít na kurz angličtiny, i když to potřebuje“.

Zjistili jsme, že **mentorovací programy pro ženy nejsou v českých firmách realizovány.**

Zaměstnavatelé/-ky **o jejich existenci prakticky neví:** „...mentorovací programy pro ženy? vůbec... ani nevíme, že existují...“.

Zažitou praxí jsou mentorovací programy pro zaměstnance. Jsou zaměřeny na předávání zkušeností a zapracování na pracovní pozici: „... existuje, ale ne speciálně zaměřen pro ženy... pomoc služebně staršího zkušenějšího kolegy nováčkovi, snaha o rychlé zapracování...při přechodu člověka z pozice na pozici...“.

Smyslem těchto mentorovacích programů však není specificky podpořit, vyslechnout ženu, předat jí zkušenosti atd. a tím jí pomoci v profesní kariéře. Z výpovědí vyplynulo, že **zaměstnavatelé/-ky nechápou smysl mentorovacích programů pro ženy:** „... mentorovací programy... proč?... není potřeba... není vnímaný, že by tu byl nějaký problém, aby bylo potřeba ... aby se ženy oprašovaly ...“, „... dříve jsem měla nad sebou manažerku... jeden měsíc mě hodnotila, aby zjistila moje pocity z prostředí, stanovit cíle... vedení ji hodnotilo negativně, ale já pozitivně... už to dál nefunguje...“.

Účastníci/-ce výzkumu vytvořili na základě vlastních postojů a zkušeností **doporučení pro personalisty/-ky, která se tykají prosazování politiky rovného přístupu žen a mužů ke vzdělávání:**

- **změnit obvyklou přesvědčovací taktiku:** „... špatně lze tento kurz převést na čísla... jak uchopit zvládnání stresu... ne, co to firmě přinese, ale co jste dokázala... kolik nákladů šetříte, co dokážete když...“.

- **vytvořit dokument - požadavky na pracovní místo:** „... materiál... schválí vedení... to pak nemůže bránit ženě, že dělá angličtinu, protože je to v požadavku na pracovní místo“.



## 9. Sexuální obtěžování

Zástupci/-kyně firem spontánně sexuální obtěžování s problematikou rovných příležitostí nespojují. Mezi účastníky/-cemi výzkumu se jako typický projev il **názor o uměle vyvolaném problému**: „*sexuální harašení obecně, dle mého názoru, je vyvolaný, taková velká vlna nějaká...*“.

Téma buď bagatelizovali nebo se domnívali, že **jde o zcela výjimečné situace**: „*...přehnaný americký přístup ... spíš se ve smíšeném kolektivu tolerují lehčí vtipy, to je normální*“, „*... pokud to překročí určitou hranici, tak, pak je to otázka, ale myslím si, že je to asi výjimečná situace*“.

Z toho, jak téma majitelé/-ky a personalisté/-ky vnímají, vyplývá, že **neví, co je a není sexuální obtěžování**: „*... je otázka, co a jak a do jaké míry je sexuální harašení a co ještě není. Když to vezmete z hlediska všeobecných pravidel, tak to může být i to, že se na vás špatně podívám. Nemusí se to projevit fyzickým kontaktem. Já nevím – mezi lidmi na pracovišti jsou nějaké vztahy, někde jsou víc kamarádi, někde jsou míň... může dojít k různým projevům. To je otázka, jak se na to člověk dívá, jak to v té chvíli posuzuje*“.

Většina účastníků/-ic diskuse **ne měla s otázkou sexuálního obtěžování zkušenost**. Pouze jedna zástupkyně firmy uvedla, že v jejich firmě již sexuální obtěžování řešili: „*... my to měli... šéf týmu vs. podřízená: ....sama se neozvala...zavolal nám její psycholog ... ten šéf si myslel, že je to v pořádku, ničeho se nedopustil, zmáčknout a posahat je ok. Ženu pracovníci odsoudili, že měla odejít, když se jí to nelíbilo! Musel odejít ten člověk... byl okamžitě odstaven. Byl by to ohromný problém pro firmu, špatná reklama. My to probrali s manažery a oni ve svých týmech ... hrozba medializace kauzy, riziko soudních sporů ... ten manažer chtěl dokonce žalovat psychologa, že ho nařknul...*“.

Zajímavá byla reakce přítomných účastníků/-ic, kteří se o podrobnosti živě zajímali. Z jejich otázek lze usuzovat, že jim **chybí znalost, jak správně postupovat**, a že o tento druh informací mají zájem, přestože na první pohled sexuální obtěžování odmítají vnímat jako problém.

V důsledku **nemají** majitelé/-ky firem a personalisté/-ky **připraven krizový plán a nezabývají se ani prevencí sexuálního obtěžování**: „*... to budem řešit, až se to stane*“.

Ve výzkumu jsme se setkali s jedním pozitivním příkladem, který by mohl inspirovat: „*... my tu máme po společnosti schránky... slouží to i na zlepšovací návrhy a je to forma anonymního sdělení ...*“.



## 10. Vnímání NNO

Účastníci/-ce diskuse většinou Gender Studies, o.p.s. neznali. Proto **diskutovali o NNO a jejich poslání v obecné rovině**. Ukázalo se, že zástupci/-kyně firem **k NNO nemají důvěru**: „... neziskové organizace nevzbuzují ve mě důvěru, že by to byli skuteční profesionálové a byli skutečně neziskové...“, „... velmi negativní zkušenosti s neziskovými organizacemi... kde ty peníze končí? Někdy si ty organizace samy dělají právě zle“, „... ne snaha firmě radit, co mají dělat, zástěrka pro vlastní obohacení...“.

V odpovědích na otázku, zda by NNO zaměřená na genderovou problematiku měla poskytovat konkrétní pomoc firmám v podobě konzultací a poradenství v oblasti zavádění politiky rovných příležitostí do firmy, se shodli. **Formu přímého oslovení firmy nabídkou konzultací, poradenství odmítají**. Setkali jsme se s negativní asociací s obchodními zástupci. „...asi by to bylo takové... to klasické, jak vám volají nějaký zástupci, jak vám nabídnou tuto službu.... dobře, vyposlechnu si to ... negativní...na mě to tak působí“.

Tento postoj lze vysvětlit pocitem majitelů/-lek a personalistů/-ek, že konzultace nebo poradenství nepotřebují, a také tím, že si neumí konkrétní spolupráci představit: „...nevnímáme to jako problém, není důvod se nechat oslovit, není to potřeba“, „... mohou to rozjet jen velké firmy, nás to nepálí... máme jiné priority“, „... nevidím přínos, že bych potřebovala někoho, kdo by mě podporoval v tom, co dělám, protože pracuji ve společnosti, kde tento problém není... kdybych dělala ve firmě, která diskriminuje... nevěřím tomu, že by to cokoliv změnilo...protože to není o tom, že by to dalo protiváhu... je to obecně o výchově...není to o tom, že by řeklo, že to je někde venku... že by se to mohlo dělat takhle... mladší lidé... nebudou diskriminovat... žijí v jiné době.... technokratická firma... starší věkový průměr... pak očekávám... větší odpor... tvrdý management... nic nepřesvědčí... půjdou klidně i do soudního sporu... je tam blok... nedostatek zaměstnanců... pak ustoupí ženám...“.

Odmítání spolupráce s NNO však neznamena, že majitelé/-ky a personalisté/-ky odmítají existenci NNO zaměřené na genderovou problematiku. Na základě analýzy části diskuse o sexuálním obtěžování lze i přes deklarovanou nechuť být přímo osloveni NNO očekávat, **že v případě potřeby využijí nabídku NNO týkající se poradenství a konzultací**.

Celkově si myslí, že NNO zaměřená na genderovou problematiku **by měla**:

- **zveřejňovat pozitivní příklady, jimiž se lze inspirovat**: „... zviditelnění kladných příkladů... role médií... kde to funguje... kde rovné příležitosti přinesly zisk...“, „... zajímavé jak pro ženy, tak pro firmy... třeba v případě toho sexuálního harašení...podívat se, jak to řešili někde jinde, abychom viděli, kde se jinačí natloukli a my se tomu vyhnuli“,
- **ukazovat výhody, které zavádění politiky rovných příležitostí firmám přinese**: „...co to firmě přineslo... loajalita...“, „... kolik stojí nábor a to, když vrátím ženu po mateřské..“.
- **otevřít a koordinovat diskusi, poukazovat na negativní jevy, z nichž se lze poučit**: „...ukazovat na choulostivá, problémová či kritická místa... preventivně působit na ty firmy...“, „...účelem je především upozornit, podle mě, pokud k nějakým nerovnostem dochází, k sexuálnímu harašení a podobně...“, „... vyvolat dojem, že je to problém, že je potřeba to řešit... pak to lidem bude šroubovat v hlavě... viz homosexuálové, proč nemají mít právo se vzít?“
- **upozorňovat orgány státní správy na porušování rovného přístupu**: „... upozornit...pokusit se s tím něco dělat... dávat i impulsy ... dát podněty k řešení k organizacím nebo k celkům, které s tím mohou něco udělat“.
- **vysvětlit pojmy a jevy**: „...aby se zákony přibližovaly víc...on ten papír je suchý, je to nějakým způsobem vyspecifikovaný, ale co to vlastně je?“
- **poskytovat právní rady ženám, které se cítí být diskriminovány, oslovovat je a také jim zprostředkovávat přístup k rekvalifikacím**: „... pokud žena... nebyla přijata na nějaké místo z tohoto důvodu a neví, co by s tím mohla udělat, tak velké pozitivum ... je oslovit ... jaké jsou



*jejich možnosti“, „... mají působit u žen... zvyšování nebo prohlubování kvalifikace, jako zprostředkování... třeba...u starších žen, které mají horší možnost uplatnit se v pracovním procesu... za nižší poplatek“.*



# Shrnutí

## Shrnutí

- *Majitelé/-ky a personalisté/-ky v českých firmách mají o problematice rovných příležitostí žen a mužů jen povrchní znalosti. Neorientují se v jejím rozsahu a praktických důsledcích.*
- *Problematiku rovných příležitostí nevnímají tyto osoby jako důležitou. Zaměření na postavení žen není součástí firemní kultury a zástupci/-kyně firem nejsou připraveni přijímat specifická opatření týkající se rovných příležitostí žen a mužů.*
- *Zodpovědnost za problematiku sladování profesního a rodinného, resp. osobního, života přenášejí na stát – na úroveň centrálních orgánů a legislativy. Sami nepociťují společenskou spolu- odpovědnost za uplatňování rovných příležitostí žen a mužů.*



# Doporučení

## Doporučení

Na základě výsledků výzkumu doporučujeme zejména:

- *zaměřit se na vysvětlování podstaty nerovných příležitostí a genderových souvislostí sladování rodinného, resp. osobního, a profesního života*
- *odhalovat předsudky a stereotypy myšlení, vytvářet atmosféru formující genderově citlivé veřejné mínění*
- *zasadit se o to, aby se problematika rovných příležitostí stala součástí vzdělávání manažerů/-ek a personalistů/-ek*
- *účinně propagovat nabídku pomoci ženám, které se domnívají, že jsou na trhu práce diskriminovány*





# Příloha

## Příloha

### SCÉNÁŘ MODERÁTKY – „ROVNÉ PŘÍLEŽITOSTI ŽEN A MUŽŮ“

#### Úvod (10 min.)

Účel: *uvolnit respondenty, zajistit, aby se cítili dobře a byli připraveni k diskusi*

Moderátorka: *přivítat a připomenout pravidla diskuse:*

- téma - rovné příležitosti pro ženy a muže v českých firmách na území Prahy
- vše – důvěrné
- vše - pro nás důležité, proto každý názor je správný
- diskuse potrvá asi 2 hod.
- bude pozorována a zaznamenávána
- vypněte mobily, vezměte si občerstvení

Moderátorka: úvodní představení a otázka – Představit firmu a svou pracovní pozici

#### 1. VNÍMÁNÍ PROBLEMATIKY (50 min.)

Účel: *zapojit respondenty do diskuse, zjistit na jaké úrovni jsou v současné době jejich představy*

Popište svou firmu z hlediska podílu žen a mužů.

Jak jsou v rámci jednotlivých pozic namícháni muži a ženy (*personál ve výrobě/obchodu; pomocný personál, technický a odborný personál, administrativní personál, střední management, vyšší management*).

Co vás přivedlo k účasti na dnešní diskusi?

Co všechno se vám vybavilo, když jsem oznámila dnešní téma?

Co všechno zahrnujete do této problematiky?

Co vidíte na obrázku?

Co si o tom myslíte?

*V případě, že spontánně nezmní - existuje diskriminace v takové oblasti jako je:*

- příjem do zaměstnání (inzerát)
- výše platu (článek z LN)
- sladování profesního a rodinného života
  - odchod na MD a návrat z ní (foto otec s malým dítětem)
  - pracovní doba (úpravy, akce s firemními zákazníky, schůze a školení) (foto - z pracovní večeře... )
  - možnost využívat zařízení pro děti ? (foto - dětský koutek)
- kariérní postup? - kdo je vybírán? (foto - žena něco sděluje hloučku mužů, skleněný strop)
- vzdělávání/školení - kdo je vybírán? (foto - jedna žena mezi muži ve školicí místnosti)

Slyšeli jste o ... a pokud ano, co si o nich myslíte

- mentorovacích programech?
- firemní filantropii - společenské odpovědnosti firem?
- prevenci sexuálního obtěžování?
- pozitivních akcí pro ženy v top managementu?





- práci z domova a flexibilní pracovní době?

Shrnutí: Vyberte, která témata v rámci rovných příležitostí pro muže a ženy jsou nejdůležitější a proč?

## 2. ZKUŠENOSTI VE FIRMĚ (30 MIN)

Účel: *zjistit pozitivní a negativní zkušenosti s realizací programů a důvody jejich "nerealizace"*

V této části diskuse se zaměříme na zkušenosti s realizací programů na rovné příležitosti mužů a žen. Pokud je nemáte, můžete se zapojit vlastními otázkami, které vás v této souvislosti napadnou. Zároveň vás poprosím o to, abyste nám sdělili, co vám zabránilo v zavedení programů ve vaší firmě.

Sledujete ve firmě nějakým způsobem postavení žen? - jak - důvody pro, důvody proti  
Školíte se/zam. personálního oddělení v oblasti rovných příležitostí?

Jaké existují možnosti programů/opatření, kterými lze řešit problematiku rovných příležitostí ve firmě? Flip chart (*moderátorka: mentoring, networking, diverzitní web, diverzitní školení a workshopy, nestandardní uspořádání pracovní doby, firemní mateřské školky a dětské koutky, posilování postavení žen v řízení*)

*Nyní se zaměříme na popis zkušeností s těmito programy - pokud je máte, popište je, pokud je nemáte, vysvětlete co vám brání.*

Mají zkušenosti

Realizujete nějaké programy, které se týkají této problematiky? - popište své zkušenosti

Co vás motivovalo (jaký jste pro ně měli důvod)? Co vás přesvědčilo - jaký argument?

Co vám pomohlo?

Pokusili jste se nějaké programy zavést a nepovedlo se? - vysvětlete

Existuje nějaké opatření, které nefunguje?

Dílní shrnutí: Jaký má toto opatření přínos pro firmu? pro zaměstnance?

Nemají zkušenosti:

*V případě, že spontánně nezmíní - jak jste ošetřili takové oblasti jako je:*

- o příjem do zaměstnání
- o rovné platy
- o sladování rodinného a profesního života
  - odchod na MD a návrat z MD/RD,
  - pracovní doba (úpravy, firemní zákazníci)
  - zařízení pro děti,
  - volnočasové aktivity zaměstnanců...
- o kariérní postup pro ženy
- o vzdělávání/školení
- o mentorovací programy
- o firemní filantropie
- o prevence sex. obtěžování

Uveďte bariéry, které vám brání/bránili zavést opatření ve výše uvedených oblastech:

Myslíte si, že by vám zavedení programů přineslo nějaké výhody z hlediska vašich firem - pokud ano - jaké?

Nemají zkušenost:

Jaké jsou potenciální plusy a mínusy zavádění programů rovných příležitostí do firem?



Dílčí shrnutí: Co by vás přesvědčilo?

### **3. S ČÍM ZAČÍT (10 min)**

Účel: *zjistit s čím firmy začínají a jejich skutečné motivace*

Mají zkušenost

S čím jste začali? Kdy vás napadlo řešit problematiku rovných příležitostí? První impuls?

Co navazovalo - vysvětlete

Co jste odložili - vysvětlete

Informace

- jaké jste hledali?
- Kde?
- jakou jste udělali zkušenost?
- co Vám opravdu pomohlo?

Shrnutí: Co byste vzkázali těm, kteří jsou ve stádiu úvah, jak začít?

Nemají zkušenost

Přivítali byste při řešení této problematiky asistenci neziskových organizací?

### **ZÁVĚR (15 min.)**

Vezmete-li v úvahu své vlastní názory a to, co tu dnes zaznělo, co si myslíte o rovných příležitostech a jejich zavádění v ryze českých firmách.

