

Jsmo fér?

Jaká je realita zaměstnávání v českých firmách?

Termín diverzita a inkluze je v poslední době často skloňován a mnoha společnostmi deklarován jako důležitá součást firemních hodnot. Jaká je ale realita uvnitř firem? Jak často je zaměření na tato témata opravdu v DNA organizace a v kolika případech končí pouze jako líbivá fráze na webu a sociálních sítích firmy pro zlepšení firemního brandu?

Jak ukazuje Index rovnosti žen a mužů od Evropského institutu pro genderovou rovnost (EIGE), v oblasti genderové rovnosti zaostává Česká republika za většinou Evropy. Česko je na 25. místě ze 27 členských států EU, s poklesem o dvě příčky za poslední tři roky.

Asi nejvíce je tento nerovný přístup vidět na rozdíl v odměňování - mezi ženami a muži se v České republice dlouhodobě pohybuje kolem 20 %. Index rovnosti se ale zabývá celkem 6 oblastmi - práce, peníze, vzdělávání, podíl na moci, trávení času a zdraví, a Česká republika pokulhává za ostatními státy ve všech kategoriích.

Rovnost žen a mužů je ale pouze špičkou pyramidy s názvem „diverzita ve firmách“. A protože se v naší komunitě

dlouhodobě snažíme odkrývat pravdu o prostředí českých firem, zeptali jsme se i na toto téma.

Co ukázal průzkum aneb jak konkrétně diskriminujeme

Jaké odpovědi jsme v rámci dotazníku „Pravda o diverzitě a inkluzi ve firmách“ dostali na otázku „Setkal/a jste se Vy osobně někdy na pracovišti dané firmy s diskriminací, předsudečným jednáním, mikroagresí, nebo jiným projevem nevhodného chování (vůči Vám, nebo někomu jinému) souvisejícím s rasou, etnickým původem, národností, pohlavím, sexuální orientací, věkem, zdravotním omezením, náboženským vyznáním, nebo vírou? Pouze v 37 procentech dotazníků byla odpověď negativní. Toto je ukáзка zbylých odpovědí:



„Ano, související s pohlavím a věkem a těch by bylo... Setkala jsem se s řečmi typu "na ženskou si vydělá dobře".“

„V rámci náboru manažer nabídl nižší mzdu jen kvůli tomu, že se jednalo o ženu a měl navíc pocit, že jí vlastně dělá službu, že jí dává tolik peněz.“

„Jeden náš manažer nechce ve výběrku mluvit se starším kandidátem nad 40 let, protože jinak je uchazeč "myslením příliš starý".“

„Kolegyně mi zadala výběrku se slovy "chci ženskou, ne mladou, ne s malým dítětem, ne nad padesát, chlapa v žádném případě". Z pozice HR tyto "akce" brzdím, ale ne vždy mám možnost to ovlivnit.“

„Jednou jsem se při výběru kandidátky na pozici obchodní asistentka setkala s tím, že kandidátku, která byla nejlepší a nevhodnější, nejlépe by zapadala, mi vedení zamítlo, protože jí bylo řečneme lehce po 30, takže by prý odešla brzy na mateřskou.“

„Když jsem chtěla v naší firmě udělat něco, abychom jako firma vyjádřili, že jsme LGBT+ friendly employer, když začal Pride Month, tak mi bylo majitelem řečeno, že nebudeme veřejně vyjadřovat

podporu LGBT+ lidem, protože přece taky neslavíme den modrookých lidí, nebo tlouštíků.“

„Po nabrání 30 nových zaměstnanců, tvorbě onboardingů a dalších procesů, revizi složek a tvorbě asi 20 nových dokumentů (to vše během 3 měsíců a za neustálého tlaku na nabírání lidí mimo EU, kteří neměli povolení). Poté, co jsem se snažila vysvětlit vedení, že takto to nejde dělat, mi bylo řečeno, že "Náš vztah (mysleno můj a majitelů - 4 mužů) je jako mezi mužem a ženou, kde oni jsou ten chlap, co přijde po celém dni utahanej z práce, a já jsem ta ženská, co prudí".“

„Když jsem se bavila s majiteli (4 muži) o tom, že by měli chtít mít ve vedení také ženu, tak mi bylo řečeno, že mají místo ženy jednoho z majitelů. Když jsem se zeptala, co z jeho chování si spojuji s tím, že on je ta žena ve vedení, tak mi bylo řečeno, že je "občas hysterickéj, uráží se a bullshituje.“

„Zažila jsem hodně maskulinní a Macho prostředí ve firmě, kde prostor k růstu byl o mnoho jednodušší pro muže, ženy byly spíše shazovány a považovány za pomocnice i přes svou odbornou a profesní

znalost. S tím, že se to dotýkalo nejen projevů, ale i odměňování.“

„Někdy předsudky vůči věku u kandidátů, to se stává bohužel často, že manažeri nechtějí pozvat na pohovor staršího člověka, např. přes 50 let.“

„Ano, typicky u pohovoru od manažerů - to je muž, bude chtít žít rodinu, to je žena, peníze jí budou stačit. Na druhé straně bylo v organizaci několik homosexuálů a jeden transsexuál a zvládli jsme komunikaci ohledně změny pohlaví i debatu ohledně označení WC celkem se ctí. V tomto ohledu je organizace vstřícná.“

„Jsme dost specifická firma, pracují zde 90% chlapi. Zaznamenala jsem "vtípky" na homosexuály.“

„Obtěžování a nevhodné narážky od mužů“

„Věk - neustále slyším od kolegyně (45 let), že jsem mladoučkatá (32 let), a co ona by za tenhle věk dala. Narážka na věk je skoro při každém rozhovoru s ní.“

„Ano. Rasa, etnický původ, národnost a věk je u nás značně diskriminační.“

„Ano z důvodu pohlaví.“

„Národností, pohlavím, věkem.“

„Vtípy sexuálního charakteru.“

POZNÁVÁTE V TOM I SVOU FIRMU A PTÁTE SE, CO S TÍM MŮŽETE DĚLAT? ZDE JE STRUČNÝ NÁVOD, JAK NA TO:

1. Vše začíná u rybí hlavy

Bez VIDITELNÉ podpory vedení to nejde. Vrcholový i liniový management musí být příkladem pro organizaci. Nastavují standard firemní kultury.

2. Víme, kam chceme dojít

Definujte jasné cíle a strategii iniciativ.

3. Víme, kdo jsou naši „zákazníci“

Než začnete s implementací D&I iniciativ, je nutné udělat analýzu potřeb firmy a vědět, jakými zaměstnanci je tvořena.

4. Máme na to zdroje

Rozpočet, čas a lidská síla jsou základem všeho. Současně ukazují závazek firmy tuto problematiku řešit.

5. Víme, jak na to

Bez důkladného proškolení HR, vedení a ostatních vedoucích pracovníků se neobejdete. Jsou ti první, kteří musí chápat proč je podpora inkluzivního prostředí důležitá, a jak to firmě pomůže.

6. Zapojujeme zaměstnance

Jakmile smysl iniciativ chápou řídicí pracovníci, je načase s jejich pomocí (viz bod 1) zapojit do diskuze také zbytek firmy a vysvětlovat a vysvětlovat.

7. Měříme si výsledky

Průběžný monitoring výsledků pomáhá správně pochopit dopad a efektivitu našich iniciativ. Definujte si měřitelné cíle a metriky.

8. D&I je v DNA firmy

Implementace D&I principů musí být odražena také v celkové firemní strategii, hodnotách, fungování a také v interních procesech, jako je odměňování, nábor aj.

A ještě jedna rada závěrem. Myslete především na svou vlastní duševní pohodu. Bez zdravého a funkčního HR, nemůže být zdravá ani firma.

Nebojte si říct o radu, když právě nevíte kudy kam. Iniciativy jako je naše komunita jsou určeny pro vás, když potřebujete „brainstormovat“ nad tím nejlepším řešením, nebo prostě jen vyslechnout po velmi náročném pracovním dni. Těšíme se na vás. /