

Analýza informovanosti cílových skupin a dopadů realizovaných opatření.

**ANALÝZA DOPADŮ REALIZOVANÝCH OPATŘENÍ V OBLASTI ZVÝŠENÍ
INFORMOVANOSTI BULHARŮ A BULHAREK PŮSOBÍCÍCH NA ČESKÉM TRHU
PRÁCE**



30. 9. 2015

Tato zpráva je výstupem z výzkumného šetření, které pro Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky v rámci projektu „Inovacemi k prevenci“ (reg. č.: CZ.1.04/5.1.00/81.00010) realizovala v období červenec - září 2015 nevládní nezisková organizace La Strada Česká republika, o.p.s.

OBSAH

1	ÚVOD, METODOLOGIE VÝZKUMU	str. 3
1.1	Dotazníkové šetření	str. 5
1.2	Hlubkové rozhovory	str. 6
1.3	Struktura výzkumného vzorku	str. 7
1.4	Eliminace bezpečnostních rizik při realizaci výzkumného šetření	str. 12
2	KAMPAŇ, POPIS REALIZOVANÝCH OPATŘENÍ (kampaň „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“)	str. 12
3	ZJIŠTĚNÍ DOPADŮ KAMPAŇE, VÝSLEDKY VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ	str. 16
3.1	Aktuální situace respondentů	str. 17
3.2	Povědomí respondentů o kampani	str. 25
3.3	Hodnocení materiálů kampaně - primární cílová skupina	str. 29
3.4	Hodnocení materiálů kampaně - instituce	str. 34
3.5	Srovnání výstupů dotazníkového šetření a hlubkových rozhovorů	str. 36
4	SHRNUTÍ, DOPORUČENÍ A ZÁVĚR	str. 39
5	NÁMĚTY PRO KONCEPCI SNIŽOVÁNÍ RIZIKA PRACOVNÍHO VYKOŘIŠŤOVÁNÍ OBČANŮ EU	str. 42
5.1	Východiska koncepce	str. 42
5.2	Návrh koncepce	str. 45
6	PŘÍLOHY	str. 47

Zpracovatelé a zpracovatelky:

Stanislava Soukupová, Adam Kulhavý, Michal Krebs - sběr dat

Lenka Lukšíková - statistické zpracování dat

Michal Krebs - analýza a narativní zpracování dat

Děkujeme tímto všem kolegům a kolegyním, kteří nám s realizací výzkumného šetření pomohli.

SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK

BG - bulharský
BOZP - bezpečnost a ochrana zdraví při práci
CP - Služba cizinecké policie
CS - cílová skupina
CÚ - Celní úřad
CZ - český
ČR - Česká republika
ČSSZ - Česká správa sociálního zabezpečení
EU - Evropská unie
FÚ - Finanční úřad
KA - klíčová aktivita
MF - Ministerstvo financí ČR
MPSV - Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR
MV ČR - Ministerstvo vnitra ČR
MZV - Ministerstvo zahraničních věcí ČR
NNO - nevládní nezisková organizace
OAMP (MV ČR) - Odbor azylové a migrační politiky MV ČR
OIP - Oblastní inspektorát práce
PČR - Policie České republiky
SKPV (PČR) - Služba kriminální policie a vyšetřování PČR
SŠ - střední škola
SUIP - Státní úřad inspekce práce
TČ - trestný čin
TZ - trestní zákoník
ÚAN - ústřední autobusové nádraží
ÚP - pobočky Úřadu práce České republiky
VŠ - vysoká škola
VZP - Všeobecná zdravotní pojišťovna České republiky
ZŠ - základní škola

Text neprošel jazykovou ani stylistickou korekturou.

1 ÚVOD, METODOLOGIE VÝZKUMU

Analýza dopadů realizovaných opatření navazuje na *Analýzu informovanosti a potřeb Bulharů a Bulharek v oblasti pracovní migrace*, která byla realizována v první fázi projektu Ministerstva práce a sociálních věcí ČR „**Inovacemi k prevenci pracovního vykořisťování občanů EU**“. Projekt je realizován od začátku roku 2014 a bude ukončen v prosinci 2015. Cílem projektu je nalezení inovativních a funkčních řešení zejména v oblasti prevence pracovního vykořisťování.

Základem jsou data, získaná výměnou zkušeností s rakouskými a bulharskými partnery (klíčová aktivita 01), zmapováním situace na území ČR (klíčová aktivita 02) a rozvíjením mezioborové spolupráce. Dokument *Analýza informovanosti a potřeb Bulharů a Bulharek v oblasti pracovní migrace* je spolu s dalšími informacemi a výstupy z projektu dostupný na portálu MPSV¹. Kromě těchto zdrojů informací a již vytvořených analytických materiálů, jsou zároveň jednotlivé aspekty problematiky nahlíženy také v kontextu dosavadní zkušenosti organizace La Strada ČR, o.p.s., která se v rámci České republiky výhradně věnuje poskytování pomoci obchodovaným a vykořisťovaným osobám a osobám tímto jevem ohroženým a je zpracovatelkou úvodního i závěrečného výzkumného šetření.

Pod heslem „*Informovaná migrace = Bezpečná migrace*“ proběhla v další fázi projektu, jako součást klíčové aktivity 03, informační kampaň. Kampaň měla zvýšit informovanost primární cílové skupiny - příchodících pracovníků - o jejich právech a povinnostech a seznámit je s možností obrátit se v případě potřeby na státní instituce a nevládní organizace, které jim mohou poskytnout pomoc.

Současně měla kampaň zvýšit povědomí o problematice a mechanismech fungování obchodu s lidmi za účelem nucené práce a pracovního vykořisťování i mezi pracovníky relevantních institucí (sekundární cílová skupina). V každodenní praxi jsou to totiž zejména pracovníci a pracovnice nevládních organizací, místních samospráv, Oblastních inspektorátů práce (dále též jako OIP), poboček Úřadu práce ČR (dále též jako ÚP), Celní správy ČR či orgány činné v trestním řízení, kdo přichází s těmito případy do kontaktu.

Toto evaluační výzkumné šetření (klíčová aktivita 04), realizované organizací La Strada ČR, pak má za cíl, popsat opatření realizovaná v rámci kampaně, zjistit jejich dopady a navrhnout koncepci, která by měla dlouhodobě vést ke snížení rizika pracovního vykořisťování občanů EU.

Cílem výzkumného šetření bylo zejména zodpovězení těchto 4 základních výzkumných otázek:

- 1) Jaké je povědomí o kampani „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ v cílových skupinách? (CS bulharští pracovní migranti a migrantky + CS pracovníci a pracovnice institucí)
- 2) Pomohly informace z kampaně „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“:
 - a) zlepšit situaci cílové skupiny? (CS bulharští pracovní migranti a migrantky)
 - b) zlepšit informovanost o problematice a usnadnit práci s ní? (CS pracovníci a pracovnice institucí)
- 3) Jak cílové skupiny hodnotí kampaň „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“?
- 4) Jaké systémové změny jsou v oblasti prevence pracovního vykořisťování potřebné?

¹ portál MPSV: http://portal.mpsv.cz/sz/zahr_zam/projekt_prevence_vykoristovani

Pro výzkumné šetření byly určeny 4 okruhy zdrojů dat:

- informace získané od realizátorů kampaně (Diakonie ČCE - SCSP a Mezinárodní organizace pro migraci - IOM)
- dotazníkové šetření se vzorkem minimálně 100 respondentů a respondentek z CS bulharští pracovní migranti a migrantky na území ČR
- polostrukturované rozhovory s 10 pracovníky a pracovníci institucí, na něž byla zaměřena část informační kampaně „*Informovaná migrace = Bezpečná migrace*“
- výstup ze studijní cesty expertů do Vídně v termínu 16. - 18. 6. 2014 (*Závěrečná analýza zpráv ze studijní cesty*²)

V první fázi výzkumného šetření, které mělo zjistit dopady informační kampaně na cílovou skupinu, bylo s **Bulhary a Bulharkami vyplněno 115 kusů dotazníků**, a to prostřednictvím spolupracujících osob (zejména tlumočnic a kulturních mediátorek) a při práci v terénu organizace La Strada ČR. Pro neúplnost byly následně **vyřazeny 3 dotazníky**. Celkový počet dotazníků, s nimiž bylo dále pracováno, byl tedy 112. Všem osloveným respondentům byla vždy, a to bez podmínky účasti na výzkumném šetření, nabídnuta možnost čerpat sociální služby organizace La Strada ČR, či jiné relevantní organizace, pokud by to jejich životní situace vyžadovala, a byly předány letáky kampaně „*Informovaná migrace = Bezpečná migrace*“.

V dotaznících byla pomocí **15 převážně uzavřených otázek**, s řadou doplňujících polouzavřených či otevřených podotázek, **zjišťována**:

- aktuální situace respondentů
- jejich povědomí o kampani
- jejich hodnocení jednotlivých materiálů kampaně - obsahová i vizuální stránka

Dále byli respondenti v dotazníku vyzváni, **aby doporučili změny a vhodné postupy pro případnou opakovanou realizaci kampaně**.

Vzhledem k nemožnosti objektivizovat a verifikovat některá tvrzení, vychází výzkumné šetření především ze subjektivního hodnocení a popisu získaného od respondentů.

Ve druhé fázi výzkumného šetření byly realizovány **hloubkové rozhovory s 10 pracovníky a pracovníci institucí**, na jejichž informování o problematice pracovního vykořisťování občanů EU a možnostech pomoci se zaměřovala druhá část kampaně a informačních letáků.

Pro rozhovory byla vytvořena struktura, která zahrnovala následující oblasti:

- identifikaci instituce a pozice respondentů
- profesní vztah respondentů k problematice zaměstnávání cizinců, pracovního vykořisťování a obchodování s lidmi
- povědomí o kampani a její hodnocení
- potřeby ve vztahu k problematice a doporučení pro systémové změny

² K dispozici na portálu MPSV:

http://portal.mpsv.cz/sz/zahr_zam/projekt_prevence_vykoristovani/analyza_zpc_viden_final.pdf

Ke statistickému zpracování dat získaných v rámci výzkumného šetření a jejich grafickému vyobrazení byly použity open source programy PSPP a LibreOffice.

Výzkum se řídil etickými zásadami vycházejícími z mezinárodně ukotvených principů³ a z hodnot organizace La Strada ČR:

- zajištění informovaného souhlasu všech respondentů (ústní formou)
- zajištění bezpečnosti respondentů i výzkumníků a tlumočnic během i po rozhovoru
- senzitivní způsob dotazování (*do-no-harm questioning*), nabídka pomoci
- důsledná anonymizace dat a zajištění mlčenlivosti výzkumného týmu
- kontinuální reflexe etických dilemat

Gender ve zprávě

Ve vztahu k problematice gender je v textu užíváno v některých případech označení jak v ženském, tak v mužském rodě. Pro usnadnění vnímání textu a s ohledem na převahu respondentů - mužů ve výzkumném šetření je však většinou užíván pouze rod mužský. To neznamená, že se tato situace netýká i žen v roli migrantek, respondentek, pracovníc, zprostředkovatelek, zaměstnavatelek atd.

1.1 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Shodně s předchozím šetřením, mapujícím situaci a potřeby primární cílové skupiny, tedy osob bulharské státní příslušnosti pracujících na území ČR, ani zadání výzkumu efektivitu realizovaných opatření nestanovovalo jiné parametry, než požadavek na počet respondentů. V tomto případě se jednalo o minimálně 100 respondentů a respondentek dotazníkového šetření. Snahou výzkumného týmu pak bylo dosáhnout co největší shody struktury vzorku s předchozím šetřením (podrobněji viz podkapitulu 1.3). Dotazníky byly k dispozici v bulharském jazyce, obsahovaly 15 převážně uzavřených otázek, s řadou doplňujících polouzavřených či otevřených podotázek. Pro hodnocení jednotlivých materiálů kampaně bylo použito také hodnocení na škále 1 – 5 bodů, kde 1 bod znamenal nejnižší a 5 bodů nejvyšší hodnocení (tento typ škály byl zvolen s ohledem na obrácenou školní klasifikaci užívanou v Bulharsku).

Dotazníkové šetření probíhalo v srpnu 2015 v Praze, Středočeském kraji, Plzni a okolí. K dotazníkům byly v deskách přiloženy materiály z kampaně „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ pro jednoznačnou identifikaci materiálů, na něž se dotazník zaměřoval. Zároveň byly osoby, které se doposud s kampaní nesetkaly, vyzvány, aby ohodnotily tyto materiály přímo na místě během vyplňování dotazníku. Desky obsahovaly samostatný list s instrukcí v bulharštině.

³ *Guide to ethics and human rights in counter-trafficking*. United Nations Inter-Agency Project On Human Trafficking. Bangkok, 2008.

http://www.endvawnow.org/uploads/browser/files/Ethics_Guidelines_Trafficking_UNIAP_2008.pdf

Otázky v dotazníku se zaměřovaly na **popis osoby respondenta** (základní sociodemografické údaje), **identifikaci aktuální životní situace respondenta ve vztahu k popisované problematice** (podmínky práce, úroveň informovanosti, hlavní zdroje informací na území ČR), **povědomí o kampani MPSV „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“** (jaké materiály a kde respondent zaznamenal), **hodnocení jednotlivých materiálů kampaně** (zvláště pro videospot, leták, komiks a plakát), **informace získané z materiálů** (co nového se respondent z materiálů dozvěděl) a otázky pro ty, kdo materiály viděli již před vyplňováním dotazníku, **zda jim tyto materiály** (resp. informace v nich obsažené) **pomohly zlepšit jejich situaci v práci a proč**. Dále byli respondenti v dotazníku vyzváni, aby doporučili **změny a vhodné postupy pro případnou opakovanou realizaci kampaně** (doplnění, způsob distribuce...). Vzor dotazníku je umístěn v příloze č. 1 této zprávy v českém jazyce a v příloze č. 2 v bulharském jazyce.

Respondenti byli kontaktováni organizací La Strada ČR při práci v terénu (náhodný výběr) a také prostřednictvím některých spolupracujících externích tazatelek (Plzeň) - byla užitá metoda snowball sampling (řetězový výběr), kdy byl dotazník šířen v rámci bulharské komunity prostřednictvím tlumočnic a kulturních mediátorek. V rámci sběru dotazníků bylo 63 z nich realizováno v Praze a Středočeském kraji a 52 v Plzni a okolí.

Celkový počet osob z cílové skupiny, které vyplnily dotazník, byl 115, vyřazeny byly 3 dotazníky, v nichž chyběly odpovědi na podstatné otázky (zejména týkající se kampaně a hodnocení materiálů kampaně). Ve výsledku bylo tedy **statisticky zpracováno 112 kusů dotazníků**.

1.2 HLOUBKOVÉ ROZHOVORY

Oproti první analýze, která vznikala zejména na základě popisu situace cílové skupiny migrantů a migrantek, jsou v tomto případě k dispozici také výstupy z hloubkových polostrukturovaných rozhovorů s odborníky a odbornicemi z příslušných institucí. Protože při realizaci informační kampaně byla jedna její část zaměřena na zvýšení informovanosti představitelů relevantních institucí, kteří mají možnost situaci na trhu práce ve vztahu k bulharským občanům ovlivnit (orgány státní správy a zástupci neziskových organizací), byly tyto rozhovory realizovány s touto sekundární cílovou skupinou. Tyto rozhovory jsou cenným zdrojem informací a postřehů z praxe, ať již se jedná o pracovníky Celního úřadu, Oblastních inspektorátů práce, či předsedu bulharské kulturně osvětové organizace.

Celkový počet doplňkových hloubkových polostrukturovaných rozhovorů byl v zadání výzkumu stanoven na 10 - 15. Dle distribučního plánu materiálů v rámci kampaně (viz kapitolu 2), statistik OAMP MV ČR⁴ a zkušeností organizace La Strada ČR z terénu, byli pro rozhovor zvoleni pracovníci a pracovnice následujících institucí: **Celní úřad pro hlavní město Prahu** (dále jen CÚ P), **Oblastní inspektorát práce pro Středočeský kraj** (dále jen OIP SČ), **Oblastní inspektorát práce pro hlavní město Prahu** (dále jen OIP PHA), **Oblastní inspektorát práce pro Plzeňský a Karlovarský kraj** (dále jen OIP PK) a **Bulharská kulturně osvětová organizace** (dále jen BKO).

Celkem bylo v průběhu srpna 2015 **realizováno 10 polostrukturovaných rozhovorů s lidmi zastávajícími různé, pro účely šetření klíčové, pozice v těchto institucích** – jednalo se o tři pracovníky CÚ P, jednoho činovníka BKO a dále šest pracovníků a pracovnic inspekce práce. Ve skupině dotazovaných byli zastoupeni jak vedoucí, tak řadoví odborní pracovníci a pracovnice.

⁴ zdroj OAMP MV ČR: <http://www.mvcr.cz/clanek/cizinci-s-povolenym-pobytem.aspx>

Výzkumné rozhovory byly realizovány pracovníky organizace La Strada ČR na pracovištích v Praze a Plzni a trvaly 60 až 120 minut. Kromě názvu instituce a města, nebyly v záznamovém archu rozhovoru zaznamenávány a ani zde nebudou uváděny žádné další údaje o respondentech.

Otázky v polostrukturovaném rozhovoru byly zaměřeny na profesní **vztah respondentů k problematice** zaměstnávání cizinců, pracovního vykořisťování a obchodování s lidmi; **nejčastější státní příslušnost osob, s nimiž se při své práci setkávají** (EU i mimo EU); **problémy, které nejčastěji řeší**; **povědomí o kampani a její hodnocení** – pro obě cílové skupiny (videospot, leták, komiks a plakát pro primární cílovou skupinu a samostatně leták pro instituce); **hlavní problémy při cestě cizinců do ČR za prací**; **postup v případech podezření na obchodování s lidmi, či pracovní vykořisťování**; **potřeby ve vztahu k problematice a doporučení pro systémové změny a doporučení pro chystanou Strategii prevence pracovního vykořisťování.**

Děkujeme tímto respondentům a respondentkám z výše uvedených institucí za velmi podnětné připomínky, jejichž zavedení do praxe by i dle našeho názoru mohlo situaci na českém trhu práce výrazně zlepšit. A to nejen pro pracovníky z jiných zemí, ale obecně pro všechny zaměstnance i poctivé zaměstnavatele.

1.3 STRUKTURA VÝZKUMNÉHO VZORKU

Výzkumný vzorek osob z primární cílové skupiny (CS bulharští pracovní migranti a migrantky na území ČR) pro toto šetření byl vyhledáván tak, aby se co nejvíce blížil vzorku respondentů a respondentek oslovenému při předchozím výzkumu. Kontrola nad složením výzkumného vzorku byla však limitována formou výběru - náhodný a snowball sampling. Důvodem bylo, že *Analýza informovanosti a potřeb Bulharů a Bulharek v oblasti pracovní migrace* operovala se vzorkem v mnoha kategoriích se blížícím reprezentativnosti ve vztahu ke skupině Bulharů a Bulharek pracujících na území ČR (zejména genderové struktury skupiny osob bulharské státní příslušnosti se zaevidovaným pobytem na území)⁵.

Tyto dvě skupiny jsou v následujícím textu porovnávány a jsou označovány jako:

- **vzorek respondentů** – tedy respondenti a respondentky **oslovení v rámci tohoto aktuálního šetření**, zaměřeného na **analýzu dopadu realizovaných opatření** a
- **předchozí výzkumné šetření** – tedy respondenti a respondentky **oslovení v roce 2014 v rámci šetření zaměřeného na zjištění úrovně informovanosti a potřeb** Bulharů a Bulharek v oblasti pracovní migrace, jehož výsledky byly zveřejněny v *Analýze informovanosti a potřeb Bulharů a Bulharek v oblasti pracovní migrace*.

⁵ Bulharsko je členem Evropské unie (ačkoli není v schengenském prostoru), proto lze vycházet pouze ze statistik osob s některou z forem evidovaného pobytu a skutečné počty Bulharů a Bulharek na našem území pouze odhadovat.

(tabulka č. 1)

Osoby se státní příslušností Bulharsko na území ČR k 31. 7. 2015

TYP POBYTU	MUŽI	ŽENY	CELKEM
Přechodný	4 214	2 389	6 603
Trvalý	2 422	1 632	4 054
Celkem	6 636	4 021	10 657

Tabulka č. 1 - Osoby se státní příslušností Bulharsko na území ČR, dle typu pobytu a pohlaví (zdroj dat: OAMP MV ČR)⁶

Protože ani při prvním (analýza potřeb), ani při druhém (analýza dopadů) výzkumném šetření nebyly zjišťovány údaje o typu pobytu, poskytujeme zde pouze srovnání počtu/podílu mužů a žen v obou výzkumných vzorcích. Podíl mužů a žen mezi osobami se státní příslušností Bulharsko dle statistiky OAMP se oproti předchozímu šetření prakticky nezměnil.

(tabulka č. 2)

SROVNÁNÍ STRUKTURY VZORKU RESPONDENTŮ DLE POHLAVÍ S PŘEDCHOZÍM VÝZKUMNÝM ŠETŘENÍM - absolutní čísla

výzk. šetření	MUŽI	ŽENY	údaj chybí	CELKEM
první	132	75	3	210
druhé	62	46	4	112

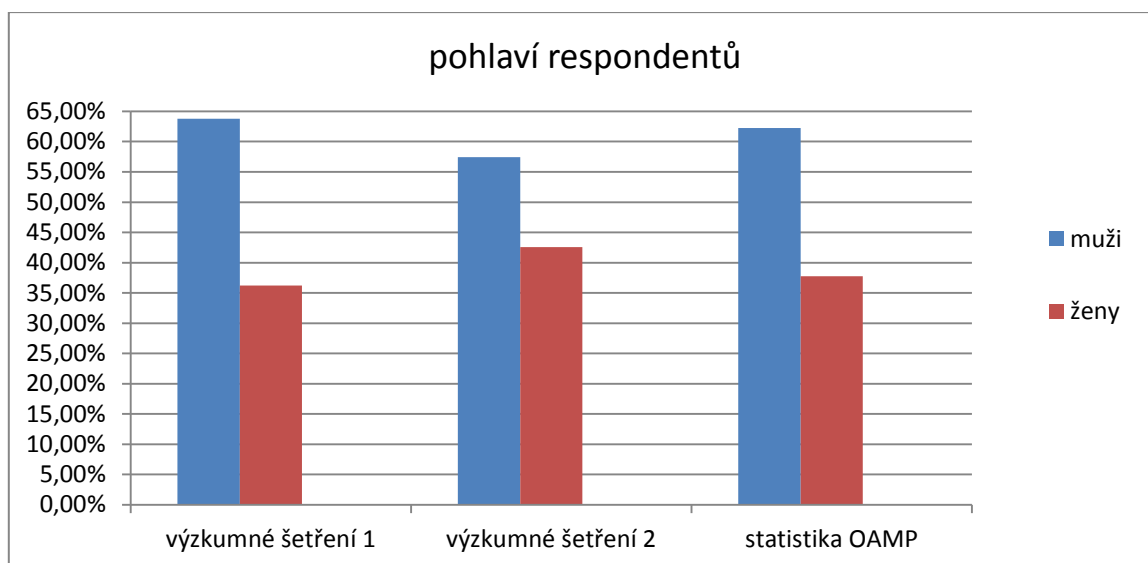
Pro lepší srovnání zde nabízíme grafické znázornění, z něhož je patrné, že oproti prvnímu výzkumnému šetření, kdy se prakticky podařilo dosáhnout reprezentativního podílu mužů a žen ve vzorku respondentů vzhledem k jejich podílu ve skupině dle aktuální statistiky OAMP MV ČR (ovšem s výhradou, že ne všichni příchozí zde mají hlášený pobyt), došlo při druhém šetření k určitému nárůstu podílu žen.

Zatímco v prvním šetření bylo 63,77 % mužů (dle aktuální statistiky OAMP 62,26 %) a žen 36,23 % (dle OAMP 37,74 %), **v tomto druhém šetření se zvýšil podíl žen o zhruba 6 % (mužů bylo 57,41 % a žen 42,59 %)**. Při náhodném výběru a takto nízkém počtu respondentů (kdy jen samotné chybějící údaje již znamenaly rozdíl 1,43 %, respektive 3,57 %), se však jedná o relativně zanedbatelnou odchylku.

⁶ OAMP MV ČR: <http://www.mvcr.cz/clanek/cizinci-s-povolenym-pobytem.aspx>

(graf č. 3)

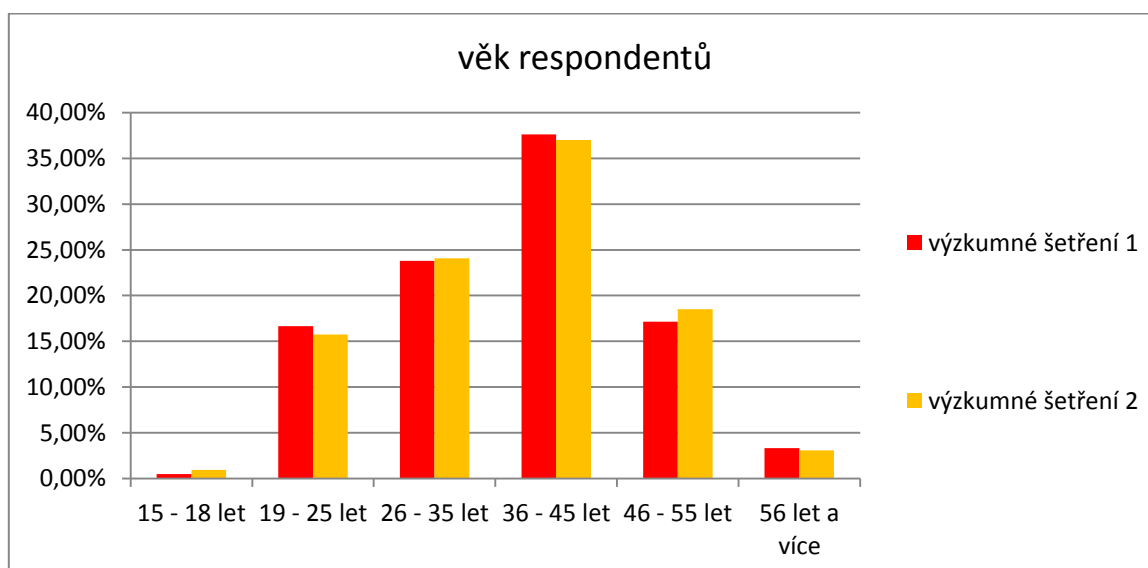
SROVNÁNÍ STRUKTURY VZORKU RESPONDENTŮ DLE POHLAVÍ S PŘEDCHOZÍM VÝZKUMNÝM ŠETŘENÍM A STATISTIKOU OAMP - procenta



V rámci výzkumného šetření byly definovány intervaly **věku respondentů a respondentek** stejné jako v prvním šetření a opět byla snaha docílit co největší shody. Ze 108 vyplněných dotazníků (4 odpovědi chyběly), to bylo: **15 - 18 let (0,93 %), 19 - 25 let (15,74 %), 26 - 35 let (24,07 %), 36 - 45 let (37,04 %), 46 - 55 let (18,52 %) a 56 let a více (3,70 %)**. Jak ukazuje následující graf č. 4, nedošlo oproti předchozímu výzkumnému vzorku k žádnému významnému posunu a obě skupiny jsou víceméně totožné a porovnatelné. Jednoznačně nejvýrazněji zastoupena přitom byla kategorie osob v produktivním věku 36 - 45 let.

(graf č. 4)

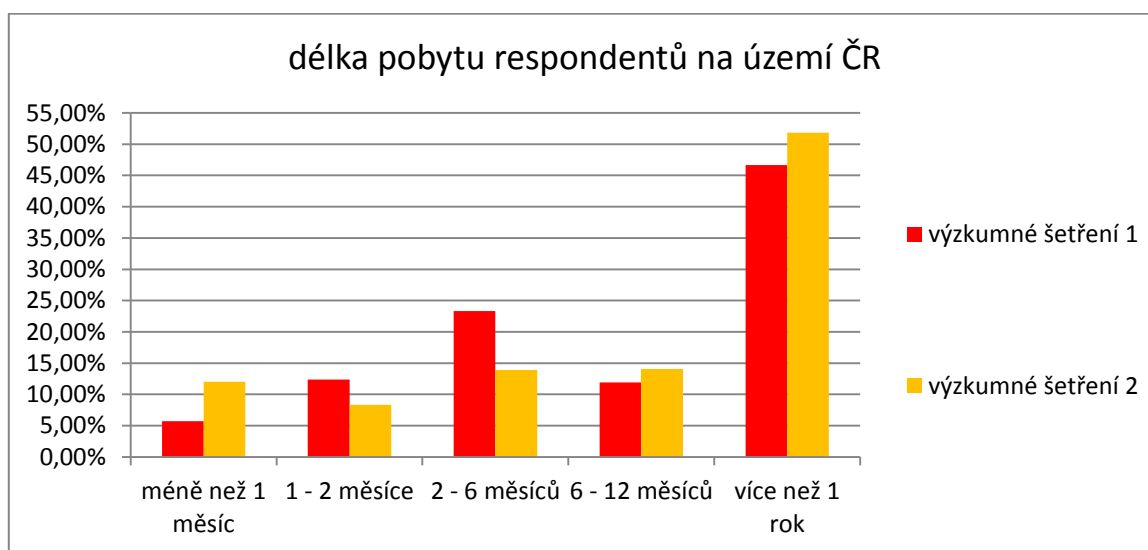
SROVNÁNÍ STRUKTURY VZORKU RESPONDENTŮ DLE VĚKU S PŘEDCHOZÍM VÝZKUMNÝM ŠETŘENÍM - procenta



Bylo definováno pět intervalů **délky pobytu respondentů a respondentek v ČR: méně než 1 měsíc (12,04 %), 1 - 2 měsíce (8,33 %), 2 - 6 měsíců (13,89 %), 6 - 12 měsíců (13,89 %) a více než 1 rok (51,85 %)**. U 4 dotazníků tato informace chyběla. Následující graf znázorňuje počty osob v jednotlivých intervalech dle délky pobytu, z celkového počtu 108, které tuto otázku zodpověděly, a porovnává tuto skupinu se skupinou respondentů v předchozím výzkumu.

(graf č. 5)

SROVNÁNÍ DÉLKY POBYTU RESPONDENTŮ NA ÚZEMÍ ČR S PŘEDCHOZÍM VÝZKUMNÝM ŠETŘENÍM - procenta

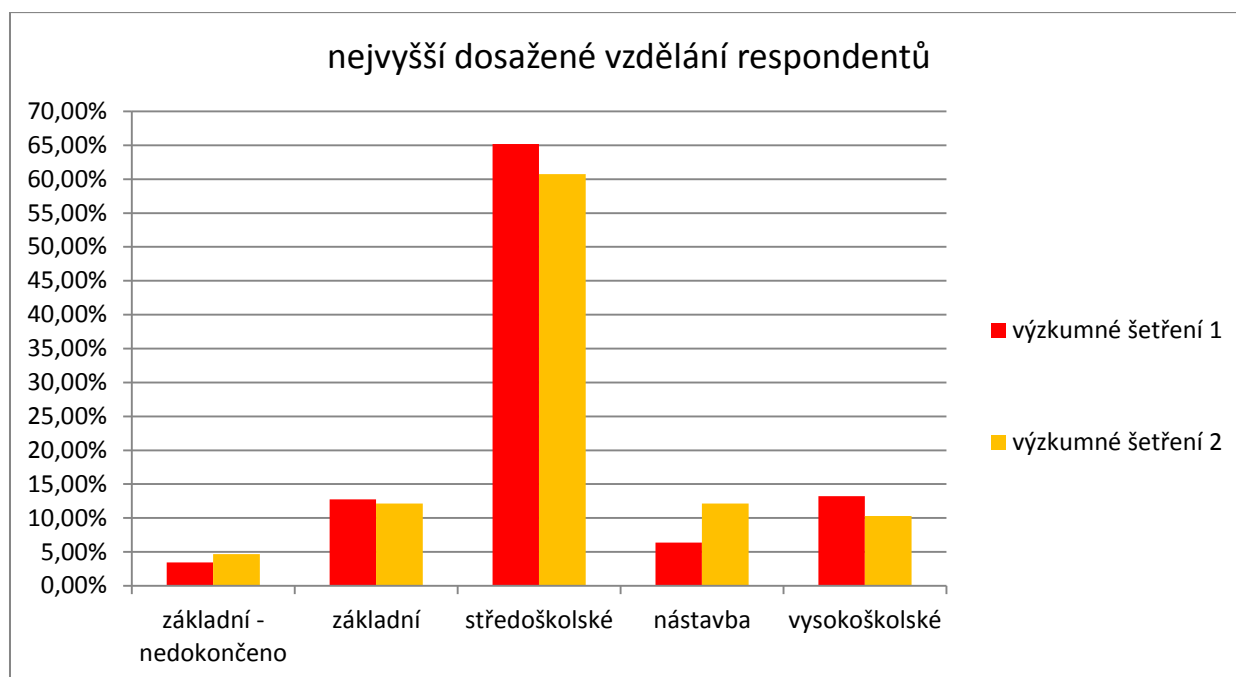


Struktura vzorku respondentů dle délky pobytu na území ČR byla oproti předchozímu výzkumu poněkud odlišná, a to zejména v kategorii „méně než 1 měsíc“, kde se nyní objevilo respondentů více (zřejmě kvůli probíhajícím sezonním pracím), kategorii „2 - 6 měsíců“, kdy tato kategorie byla silněji zastoupena v prvním šetření a v kategorii „více než rok“, která byla o málo více zastoupena v druhém šetření (o něco málo více než polovina všech respondentů). Nejkratší uváděná doba pobytu byla 5 dní, nejdelší 7 let.

Následující graf (č. 6) zobrazuje **strukturu vzorku respondentů** výzkumného šetření **dle nejvyššího dosaženého** (s výhradou kategorie „základní - nedokončené“) vzdělání a porovnání vzorku respondentů prvního a druhého výzkumu. U druhého výzkumu se jednalo o ZŠ-nedokončená 4,67 %, ZŠ 12,15 %, SŠ 60,75 %, nástavba 12,15 % a VŠ 10,28 %.

(graf č. 6)

SROVNÁNÍ ÚROVNĚ VZDĚLANOSTI RESPONDENTŮ S PŘEDCHOZÍM VÝZKUMNÝM ŠETŘENÍM - procenta



Nejvíce byly, stejně jako v předchozím výzkumném šetření, zastoupeny osoby se středoškolským vzděláním - 65 osob (60,75 %), přičemž došlo k poklesu podílu této skupiny o necelých 5 %. Jinak však, kromě zhruba dvojnásobného počtu osob s nástavbou (13 osob), k žádné výraznější odchylce ve vzdělanostní struktuře respondentů oproti předchozímu šetření nedošlo.

Celkově lze tedy říci, že **v základních sociodemografických charakteristikách jsou si skupiny respondentů prvního výzkumného šetření (analýza informovanosti a potřeb) a druhého výzkumného šetření (analýza dopadů realizovaných opatření) podobné, a tedy porovnatelné.** Tato skutečnost je pak východiskem pro hodnocení dopadů informační kampaně „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ v dalších kapitolách. I když s určitou výhradou, s ohledem na relativně malý počet respondentů, který může být pro některé operace se získanými daty na spodní hranici statistické významnosti⁷.

⁷ V případě, že se jedná o „slabší vazby“, popřípadě nelze data pro danou operaci použít, je toto vždy v textu zmíněno.

1.4 ELIMINACE BEZPEČNOSTNÍCH RIZIK PŘI REALIZACI VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

Stejně, jako při předchozím šetření mapujícím potřeby cílové skupiny, bylo také při realizaci tohoto výzkumu nezbytné, brát v potaz nutnost zajištění bezpečnosti tazatelů i respondentů s ohledem na skutečnost, že se může jednat o prostředí, kde dochází k pracovnímu vykořisťování a obchodování s lidmi. Zároveň však nepovažujeme za nutné zde znovu opakovat již popsané bezpečnostní standardy a postupy, a proto v tomto bodě odkazujeme na předchozí zprávu ANALÝZA INFORMOVANOSTI A POTŘEB BULHARŮ A BULHAREK V OBLASTI PRACOVNÍ MIGRACE, vydanou na konci roku 2014.

2 KAMPAŇ, POPIS REALIZOVANÝCH OPATŘENÍ (kampaň „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“)

Tato kapitola popisuje opatření realizovaná v rámci kampaně „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ jako součást klíčové aktivity 03. Kampaň měla zvýšit informovanost primární cílové skupiny - příchozích pracovníků z Bulharska - o jejich právech a povinnostech a seznámit je s možností obrátit se v případě potřeby na státní instituce a nevládní organizace, které jim mohou poskytnout pomoc. Současně měla kampaň zvýšit povědomí o problematice a mechanismech fungování obchodu s lidmi za účelem nucené práce a pracovního vykořisťování i mezi pracovníky relevantních institucí (sekundární cílová skupina).

Informace o projektu, včetně kampaně, jsou od doby zahájení projektu průběžně zveřejňovány na **portálu Ministerstva práce a sociálních věcí, Diakonie ČCE a webu Mezinárodní organizace pro migraci (IOM)**. Jednorázově byla informace o projektu zveřejněna také na **webových stránkách Státního úřadu inspekce práce⁸ a Policie České republiky – Služby cizinecké policie⁹**.

Informační kampaň projektu byla oficiálně **zahájena tiskovou konferencí**, která proběhla dne **28. 5. 2015** v prostorách kina Atlas v Praze. Kampaň INFORMOVANÁ MIGRACE = BEZPEČNÁ MIGRACE upozorňující na rizika pracovního vykořisťování občanů Bulharska, byla realizována v období červen až září 2015 (oproti původnímu harmonogramu došlo k prodloužení o měsíc září – viz níže). Kampaň vycházela z výzkumu informovanosti občanů Bulharska zpracovaného organizací La Strada ČR.

V rámci části kampaně zaměřené na pracovníky a pracovnice institucí byly publikovány **články ve čtyřech specializovaných oborových periodikách**. Součástí článku byl vždy také krátký grafický kompaktní **text s informací o projektu, tzv. inzerát *Nebud'me lhodějní k pracovnímu vykořisťování*¹⁰**.

- **čtrnáctideník VEŘEJNÁ SPRÁVA** (půlstránkový barevný inzerát na vnitřní straně přední obálky v číslech 15 a 17/2015; v čísle 15 byl doplněn půlstránkovým článkem o problematice pracovního vykořisťování občanů EU)
- **měsíčník POLICISTA** (článek o problematice pracovního vykořisťování spolu s „inzerátem“ na vnitřní obálce letního dvojčísla časopisu - 8/2015)

⁸ <http://www.suip.cz/pracovnepravni-vztahy/projekt-mpsv-k-prevenci-pracovniho-vykoristovani-obcanu-eu/>

⁹ <http://www.policie.cz/clanek/projekt-inovacemi-k-prevenci-pracovniho-vykoristovani-obcanu-eu-informace.aspx>

¹⁰ Spolu s dalšími materiály k dispozici na portálu MPSV:

http://portal.mpsv.cz/sz/zahr_zam/projekt_prevence_vykoristovani/inzerat_a6_cmyk_oo.pdf

- **dvouměsíčník STÁTNÍ ZASTUPITELSTVÍ** (půlstránkový článek o problematice trestněprávních aspektů obchodování s lidmi, nucené práce a pracovního vykořisťování spolu s „inzerátem“ v zářijovém čísle časopisu 4/2015)
- **měsíčník CLO DOUANE** (jeden a půl stránkový článek o problematice pracovního vykořisťování občanů EU spolu s „inzerátem“ v zářijovém čísle časopisu - 9/2015)

Samostatně vyšel „inzerát“ též ve **Zpravodaji Státního úřadu inspekce práce** – o velikosti šestiny strany v čísle 2 a 3/2015 a v **měsíčníku Práce a Sociální politika** – o velikosti 1/3 strany v letním dvojčísle 7/2015.

Nad rámec zadání projektu byly informace publikovány ve **čtvrtletníku Bulhaři** určeném pro bulharskou menšinu v ČR – celostránkový inzerát (plakát v bulharštině) na vnitřní straně zadní obálky v číslech 2 a 3/2015 a v **měsíčníku Roden Glas** určeném pro bulharskou menšinu v ČR vyšel čtvrtstránkový inzerát (plakát v bulharštině) v čísle 3/2015.

Při zahájení kampaně byl na internetovém videokanálu **YouTube**¹¹ a na webu **Diakonie ČCE**¹² umístěn **videospot** s názvem „ТЪРСИТЕ РАБОТА В ЧЕШКА РЕПУБЛИКА? НЛЕДÁТЕ ПРÁЦИ В ЧЕШКÉ REPUBLICЕ?“. Tento materiál byl prakticky **jediný dosažitelný pro cílovou skupinu i v zemi původu, tedy před odjezdem do ČR**. Přitom právě zvýšení informovanosti již před odjezdem ze země původu může hrát klíčovou roli a bylo doporučováno respondenty v obou výzkumných šetřeních (viz příslušnou podkapitolu 3.5 a kapitolu 4).

Pro primární cílovou skupinu byly vytvořeny letáky, komiksy a plakáty s jednotnou vizuální koncepcí, které obsahovaly informace o právech občanů EU na českém trhu práce, varovaly před nejčastějšími nezákonnými praktikami zprostředkovatelů a zaměstnavatelů, motivovaly cílovou skupinu k hájení svých práv a obsahovaly kontakty na státní instituce, nevládní organizace a bulharskou ambasádu v ČR ([PORTAL.MPSV.CZ/SZ](http://portal.mpsv.cz/sz); [WWW.SUIP.CZ](http://www.sujp.cz); [SCPS.DIAKONIE.CZ](http://scps.diakonie.cz); [WWW.STRADA.CZ](http://www.strada.cz); ПОСОЛСТВО НА РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ В ЧР; [WWW.EURES.CZ](http://www.eures.cz); [WWW.MIGRACE.COM](http://www.migration.com); [WWW.CICPRAHA.ORG](http://www.cicpraha.org); [WWW.OPU.CZ](http://www.opu.cz); [WWW.IOM.BG](http://www.iom.bg)).

Pro sekundární cílovou skupinu byly vytvořeny letáky, které pomocí nejčastějších indikátorů z praxe popisovaly problematiku pracovního vykořisťování a nucené práce, motivovaly pracovníky a pracovníce institucí, kteří s nimi mohou přijít do styku, k jejich rozpoznání a řešení a nabízely kontakty, kde nalézt další informace a odbornou pomoc.

Všechny tyto materiály jsou v elektronické verzi k dispozici na portálu MPSV:

http://portal.mpsv.cz/sz/zahr_zam/projekt_prevence_vykoristovani

Distribuce materiálů byla původně naplánována na 3 měsíce (červen až srpen 2015), poté došlo k jejímu prodloužení (2. fáze) až do září 2015:

1. fáze (červen - srpen)

Materiály byly rozeslány poštou i služební cestou na územní pracoviště Úřadu práce, Oblastní inspektoráty práce, pracoviště Celní správy, Cizinecké policie a Odboru azylové a migrační politiky MV ČR, na Integrovaná centra a další NNO pracující s migranty, do NNO pracujících s marginalizovanými skupinami a oběťmi trestných činů, bulharským kulturním a náboženským sdružením a klubům a byly

¹¹ https://www.youtube.com/watch?v=tS_tSlogZO4

¹² <http://scps.diakonie.cz/informovana-migrace-bezpecna-migrace/>

umístěny na předem vytipovaných šest ubytoven a pět pracovišť. Cílená distribuce probíhala především v krajských městech, ale také v některých vytipovaných menších městech, kde dle zkušeností organizací z terénu pracuje a žije větší množství osob bulharské státní příslušnosti.

Letáky byly také vkládány do časopisu Bulgari (č. 2), který je v nákladu 600 ks vydáván společností Vazraždane a distribuován mezi občany Bulharska v ČR a do druhého bulharského časopisu Roden Glas (č. 3) vydávaného v nákladu 800 ks.

Přehled distribuce materiálů:

KRAJ	BG LETÁK (10000)	KOMIKS (5000)	LETÁK ČR (3000)	PLAKÁT A1(100)	PLAKÁT A0 (100)
Celkem Praha	2 985	1 315	650	27	31
Celkem SČ kraj	775	360	185	8	12
Celkem Plzeň	1 065	730	455	8	18
Celkem KV kraj	305	155	120	5	0
Celkem Pardubice	495	270	159	5	3
Celkem HK kraj	395	200	140	2	1
Celkem Liberec	425	215	185	1	3
Celkem Ústí	630	310	180	6	4
Celkem ČB kraj	560	280	145	7	4
Celkem Jihlava	420	210	150	1	4
Celkem Brno	695	340	200	6	7
Celkem Olomouc	380	185	135	6	3
Celkem Zlín	315	155	95	5	3
Celkem Ostrava	530	260	170	4	3
Distribučováno celkem*	9 975	4 985	2 969	91	96
Z toho do klíčových institucí:					
Úřad práce	1 150	580	550	5	10
SUIP/OIP	1 140	570	380	0	0
Cizinecká policie	1 250	625	395	10	5
Celní správa	190	95	190	0	0
OAMP	670	335	225	0	0

* aktuální stav k 30. září 2015

Na začátku července realizátor kampaně nabídl využití opce a prodloužení kampaně, protože všechny materiály kampaně již byly rozdistribuovány, přičemž zájem o ně trval a v měsících červenci a srpnu bylo ještě možno efektivně zasáhnout zejména primární cílovou skupinu (pracovníky na sezónních pracích). Především se jednalo o **opakovaný výlep plakátů po celé ČR (dalších 200 ks ve dvou formátech)**, ale i **dotisk a distribuci 2 000 ks letáků a 2 000 ks komiksů pro primární cílovou skupinu a 1 000 ks letáků pro sekundární cílovou skupinu (instituce)**.

2. fáze (září)

Na základě využití opce byla zahájena druhá fáze kampaně (pokračování), kdy probíhala zejména **distribuce letáků institucím (s důrazem na policii)** a přes NNO (Diakonie ČCE, La Strada ČR a další) v terénu a **výlep plakátů** (dle násl. harmonogramu).

Přehled výlepu plakátů - září 2015

umístění	Kusů	formát	termín	počet dnů	poznámka
Praha	15	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Praha	11	A1	září	15	u metra
Plzeň	8	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Pardubice	6	A2	září	15	vlak nádraží
Brno	10	A1	září	15	bus nádraží
Brno	6	A1	září	15	vlak nádraží
Ostrava	16	A2	září	15	bus/vlak nádraží
Ústí n L.	0	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Č. Budějovice	8	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Mladá Boleslav	6	A2	září	15	bus/vlak nádraží
Karlovy Vary	8	A2	září	15	bus/vlak nádraží
Hradec Králové	0	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Liberec	8	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Jihlava	8	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Olomouc	6	A2	září	15	bus/vlak nádraží
Zlín	8	A2	září	15	bus/vlak nádraží
Čelákovice	4	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Beroun	8	A2	září	15	bus/vlak nádraží
Benešov	0	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Český Brod	0	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Tachov	4	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Domažlice	6	A2	září	15	bus/vlak nádraží
Rokycany	6	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Nýřany	4	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Heřmanova Huť	4	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Teplice	4	A2	září	15	bus/vlak nádraží
Vodňany	4	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Pelhřimov	6	A2	září	15	bus/vlak nádraží
Č. Krumlov	4	A2	září	15	bus/vlak nádraží
Kladno	8	A1	září	15	bus/vlak nádraží
Celkem kusů	190*				

* aktuální stav k 30. září 2015

Celkem tedy bylo v rámci kampaně „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ během čtyř měsíců roz distribuováno primární i sekundární cílové skupině 12 000 kusů bulharských letáků, 12 000 kusů bulharských komiksů a 4 000 kusů českých letáků pro instituce a vylepeno 400 kusů plakátů, které byly umístěny na vytipovaných místech a výlepných plochách zpravidla po dobu 2 týdnů.

3 ZJIŠTĚNÍ DOPADŮ KAMPAŇE, VÝSLEDKY VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

V rámci této kapitoly jsou prezentována data získaná dotazníkovým výzkumným šetřením a polostrukturovanými hloubkovými rozhovory a jejich analýza. Analýza dat směřuje ke zjištění dopadů kampaně „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ na primární i sekundární cílovou skupinu, vyhodnocení vizuální i obsahové stránky užitých materiálů, doporučením pro případnou realizaci další obdobné kampaně, návrhu dílčích východisek pro koncepci, která by měla dlouhodobě vést ke snížení rizika pracovního vykořisťování občanů EU a pro zamýšlenou koncepci prevence pracovního vykořisťování.

Při interpretaci dat a statisticky prokázaných souvislostí je vždy nezbytné brát v úvahu velikost a strukturu výzkumného vzorku (viz podkapitolu 1.3) a skutečnost, že výstupy šetření nelze paušálně aplikovat na celou cílovou skupinu - ať již primární, či sekundární - ale pouze na její odpovídající specifické segmenty.

Podkapitola 3.1 (aktuální situace respondentů) obsahuje **stručný popis pracovních podmínek, úrovně informovanosti a informačních zdrojů primární cílové skupiny**, vycházející z výsledků dotazníkového šetření a částečně zarámovaný obecnými informacemi o problematice obchodování s lidmi a pracovního vykořisťování dle praxe organizace La Strada ČR.

Podkapitola 3.2 (povědomí respondentů o kampani) má za cíl **zodpovědět** na základě dat získaných z dotazníkového šetření a polostrukturovaných rozhovorů **výzkumnou otázku č. 1**. Tedy - *jaké je povědomí o kampani „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ v (obou) cílových skupinách?*

Podkapitola 3.3 (hodnocení materiálů kampaně - primární cílová skupina) má za cíl **zodpovězení první poloviny výzkumné otázky č. 2 a příslušné části výzkumné otázky č. 3** - *pomohly informace z kampaně „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ zlepšit situaci cílové skupiny bulharští pracovní migranti a migrantky? A také - Jak cílové skupiny hodnotí kampaň „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“?*

Podkapitola 3.4 (hodnocení materiálů kampaně - instituce) má **zodpovědět druhou polovinu výzkumné otázky č. 2 a příslušnou část výzkumné otázky č. 3** - *pomohly informace z kampaně „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ zlepšit informovanost o problematice a usnadnit práci s ní u cílové skupiny pracovníci a pracovnice institucí? A také - Jak cílové skupiny hodnotí kampaň „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“?*

Podkapitola 3.5 (srovnání výstupů dotazníkového šetření a hloubkových rozhovorů) pak **doplňuje odpovědi na výzkumnou otázku č. 3** a přináší **část vstupních dat potřebných k zodpovězení výzkumné otázky č. 4** - *jaké systémové změny jsou v oblasti prevence pracovního vykořisťování potřebné?*

V kapitole 4 následují **shrnutí, doporučení a závěr** pro část týkající se převážně informační kampaně.

Jako samostatná **kapitola č. 5** pak tematicky navazují **Náměty pro koncepci snižování rizika pracovního vykořisťování občanů EU**, které dále rozvíjejí doporučení získaná od obou cílových skupin a propojují je s výstupy ze studijní cesty expertů do Vídně a dalšími relevantními daty.

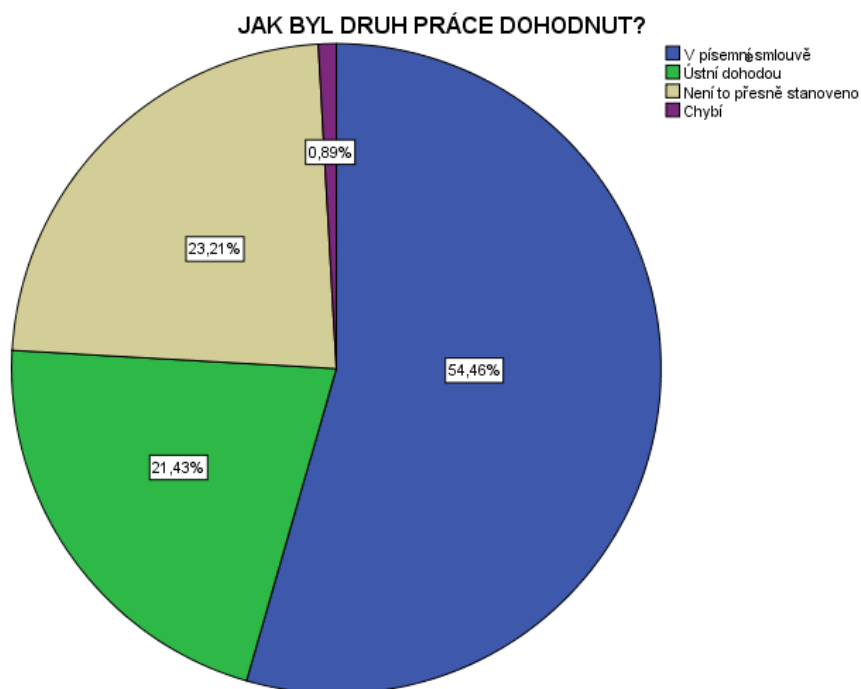
3.1 AKTUÁLNÍ SITUACE RESPONDENTŮ

Tato podkapitola je zdrojem vybraných informací o tom, za jakých podmínek jsou respondenti z primární cílové skupiny (bulharští pracovní migranti a migrantky) v ČR zaměstnáni, jaká je úroveň jejich informovanosti a které informační zdroje nejčastěji využívají. Jedná se o stručný nástin jejich situace podrobně popsané již v minulém výzkumném šetření, s nímž jsou data prezentovaná v některých grafech srovnávána.

Přesčasý mám placeny jídlem, chtěla bych pracovat více přesčasů, ale nemůžu.

(graf č. 7)

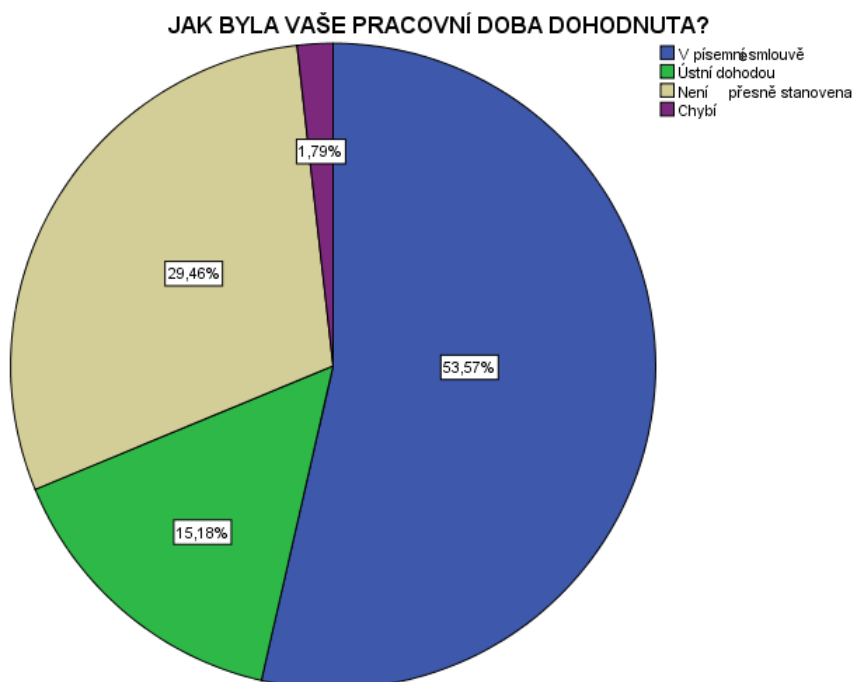
JAK BYL DRUH PRÁCE DOHODNUT?



Téměř polovina respondentů uvedla, že druh jejich práce není dojednáán písemně (u 23,21 % není druh práce ani přesně stanoven). Pro srovnání - **v předchozím šetření** mělo druh práce v písemné smlouvě uvedeno 52,88 % dotazovaných, daný ústní dohodou 22,12 % a u 25 % respondentů nebyl přesně stanoven. **Rozložení ve vzorku respondentů je tedy zhruba obdobné, jako v minulém šetření. Tento faktor byl identifikován při předchozím výzkumném šetření jako rizikový s ohledem na potenciální pracovní vykořisťování těchto respondentů.**

(graf č. 8)

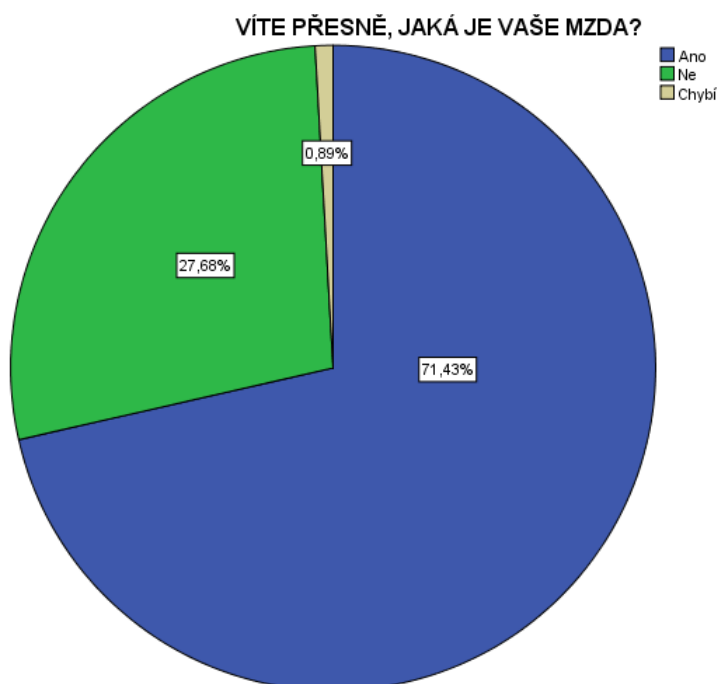
JAK BYLA VAŠE PRACOVNÍ DOBA DOHODNUTA?



Téměř polovina respondentů (44,64 %) uvedla, že jejich pracovní doba není stanovena nebo je stanovena pouze ústní dohodou. Pro srovnání - v předchozím šetření bylo těchto respondentů téměř 59 %. Přesto však jde i v tomto případě o poměrně vysoký podíl osob, které jsou vystaveny reálnému riziku, že v případě problémů se zaměstnavatelem, nebudou mít k dispozici žádný doklad, na jehož základě by se mohly domáhat dodržování určité pracovní doby a s tím souvisejících zákonných nároků.

(graf č. 9)

VÍTE PŘESNĚ, JAKÁ JE VAŠE MZDA?

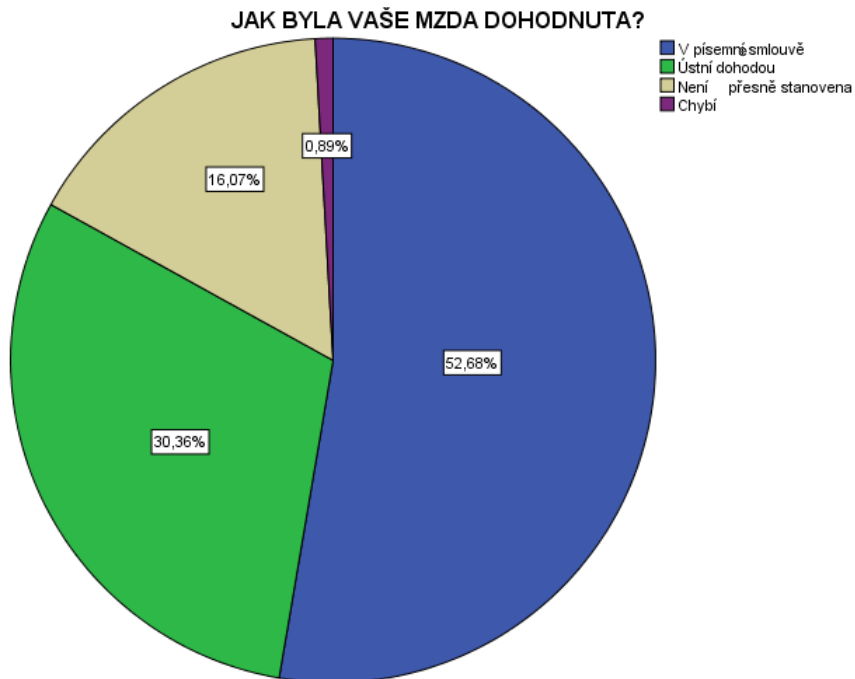


Více než čtvrtina dotazovaných (27,68 %) také neví přesně, jaká je jejich mzda. Tato skutečnost také

znamená značné riziko problémů se zaměstnavatelem, zvláště pak v kombinaci s tím, že, jak ukazuje následující graf, téměř polovina dotazovaných nemá výši mzdy sjednánu písemnou formou.

(graf č. 10)

JAK BYLA VAŠE MZDA DOHODNUTA?

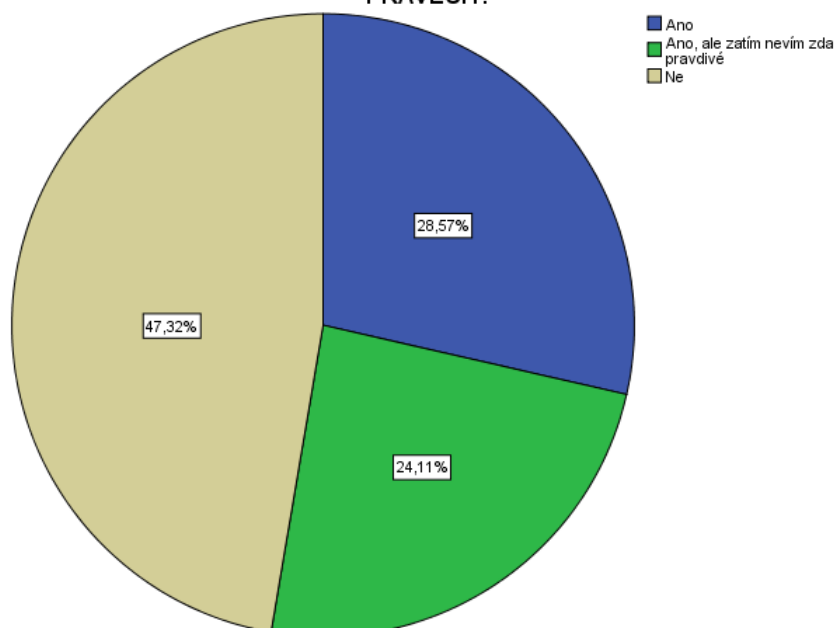


Téměř polovina respondentů uvedla, že jejich mzda není stanovena písemnou formou (u 16,07 % není mzda přesně stanovena). Pro srovnání - **v předchozím šetření** mělo mzdu dohodnutou písemně 46,38 % respondentů, ústní dohodou 27,54 % a u 26,09 % mzda nebyla přesně stanovena.

(graf č. 11)

MYSLÍTE SI, ŽE MÁTE NYNÍ (NA ÚZEMÍ ČR) VŠECHNY POTŘEBNÉ INFORMACE O VAŠICH PRÁVECH VE VZTAHU K ZAMĚSTNAVATELI?

MYSLÍTE SI, ŽE MÁTE NYNÍ (NA ÚZEMÍ ČR) VŠECHNY INFORMACE O VAŠICH PRÁVECH?



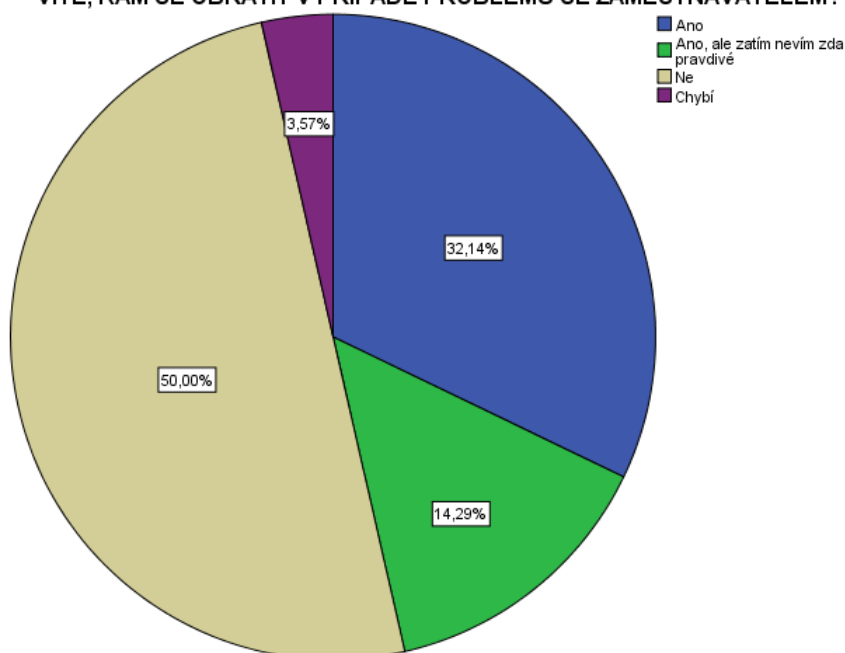
Téměř polovina dotazovaných uvedla, že nemají potřebné informace o svých právech ve vztahu k zaměstnavateli a téměř čtvrtina respondentů se domnívá, že tyto informace má, ale zatím neměla možnost si ověřit jejich pravdivost. Pro srovnání - v předchozím šetření uvedlo 18,23 % respondentů, že mají informace o svých právech. To, že informace mají, ale zatím neověřené, uvedlo 26,11 % a 55,66 % dotazovaných uvedlo, že tyto informace nemají vůbec.

(tabulka a graf č. 12)

VÍTE, KAM SE OBRÁTIT V PŘÍPADĚ PROBLÉMŮ SE ZAMĚSTNAVATELEM?

Hodnota ¹³	Absolutní četnost	Absolutní četnost v %	Kumulativní četnost v %
Ano	36	32,1	32,1
Ano, ale zatím nevím, zda pravdivé	16	14,3	46,4
Ne	56	50,0	96,4
Chybí	4	3,6	100,0
Celkem	112	100,0	

VÍTE, KAM SE OBRÁTIT V PŘÍPADĚ PROBLÉMŮ SE ZAMĚSTNAVATELEM?



Z celkem 52 respondentů, kteří na tuto otázku odpověděli kladně, si je 36 jisto tím, že vědí, kam se obrátit v případě problémů se zaměstnavatelem. 16 respondentů se domnívá, že vědí, kam by se mohli obrátit, ale zatím nemají potvrzeno, zda je tato informace pravdivá (tedy, zda by jim tato osoba či instituce v takové situaci opravdu mohla pomoci). Pro porovnání - v tomto šetření odpovědělo kladně bez výhrad 32,14 %, v předchozím to bylo 28,57 %; kladně s výhradou, že zatím nemají tuto informaci ověřenou, odpovědělo 14,29 %, v předchozím šetření 19,05 %. Podíl záporných odpovědí je

¹³ pozn. autora: **absolutní četnost** hodnoty statistického znaku udává počet výskytů znaku ve statistickém souboru (v absolutních číslech, či v %); **kumulativní četnost** je součtem četností všech řádků, které jsou výše než současný řádek plus hodnota z aktuálního řádku

totožný s předchozím šetřením - 50 %. **Celá polovina respondentů tedy neví, kam se obrátit v případě problémů se zaměstnavatelem.**

U této otázky byli respondenti požádáni, aby v případě kladné odpovědi specifikovali, **kam konkrétně by se obrátili:**

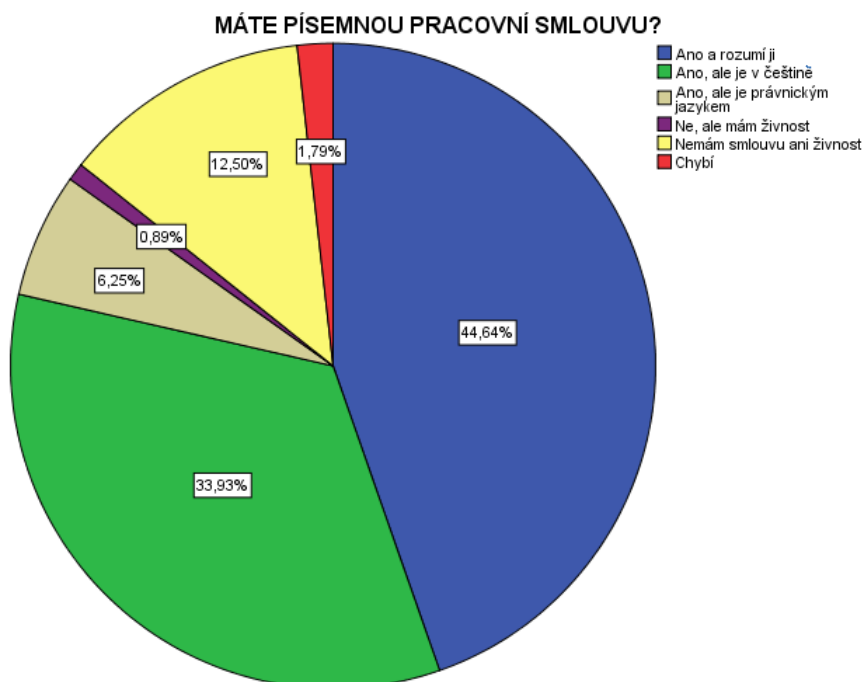
Z 52 respondentů, kteří odpověděli na otázku kladně, jich uvedlo konkrétní příklad 25. Jeden respondent uvedl hned 2 instituce (celkem tedy 26 odpovědí). Jednoznačně **nejfrekventovanější odpovědí - 11 respondentů (42,3 %) bylo jméno některé tlumočnic/kulturních mediátorek** (v tomto případě paní A. V. a T. M.). Sedmkrát (26,9 %) byly zmíněny **státní instituce (ÚP, ČSSZ, OIP, MPSV)** a v pěti případech (19,2 %) byla uvedena **policie. Pouze tři respondenti (11,5 %) by se v takovém případě obrátili na nevládní neziskovou organizaci.**

Tyto odpovědi, nikoli překvapivě, potvrzují zkušenosti z terénu organizace La Strada ČR, jež naznačují, že **nejlépe fungují osobní vazby** a známost s konkrétním člověkem, na nějž je možno se v případě potřeby obrátit, a zároveň, že **informovanost o existenci a službách nevládních neziskových organizací, je v cílové skupině nízká.**

Naopak za poměrně dobrý výsledek by bylo možno považovat, že **téměř polovina (46,1 %) respondentů, kteří uvedli konkrétní příklad, by se obrátila na některou z institucí či policii.** Zde je však otázkou, jak by reagovali pracovníci těchto institucí a policie v případech, kdy by se s danou osobou nemohli kvůli jazykové bariéře domluvit, nebo pokud by zrovna řešení daného problému nebylo v jejich kompetenci. V tomto ohledu **lze za důležitý krok považovat část kampaně, která byla zaměřena na informování pracovníků institucí, kteří mohou s primární cílovou skupinou přijít do kontaktu.**

(graf č. 13)

MÁTE PÍSEMNOU SMLOUVU?

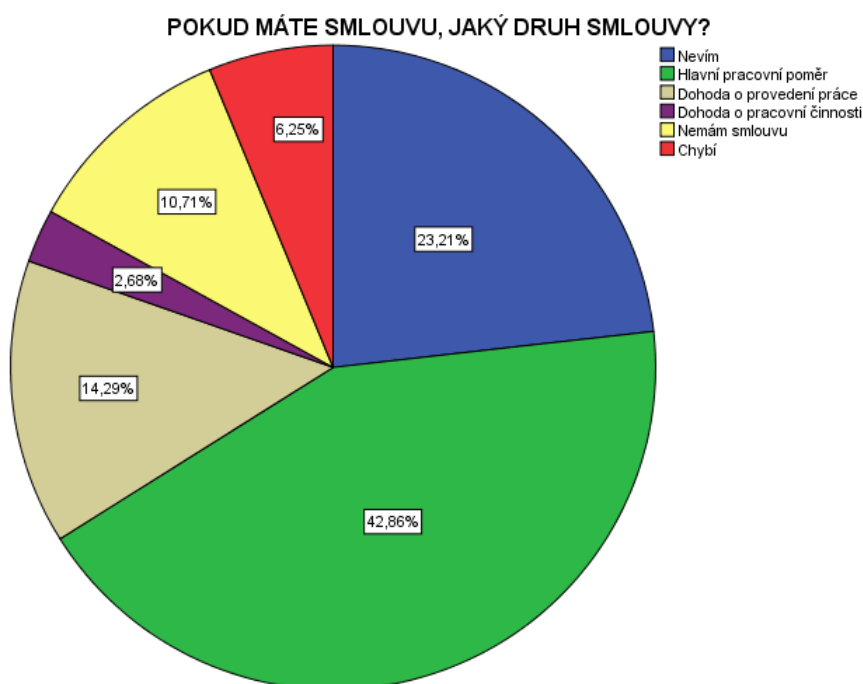


Pro srovnání - v **předchozím šetření** uvedlo 32,83 % dotazovaných, že smlouvu mají a rozumějí jí, 27,78 % smlouvě nerozumělo, protože byla v češtině, 5,56 % smlouvě nerozumělo, protože byla psána právnickým jazykem, 2,53 % mělo živnostenský list a 31,31 % respondentů nemělo ani živnostenský list, ani smlouvu.

V tomto ohledu by se dalo říci, že skupina respondentů dotazovaných při hodnocení dopadů kampaně je na tom o něco lépe, pokud jde o pracovní smlouvy (o 18,65 % více respondentů nějakou smlouvu má), a to ve prospěch těch, kteří své smlouvě rozumějí. Podíl těch, kdo smlouvu mají a rozumějí jí, vzrostl o 11,81 %, přičemž nárůstu podílu těch, kdo smlouvu mají, ale z nějakého důvodu jí nerozumějí, byl pouze o 6,84 %.

(graf č. 14)

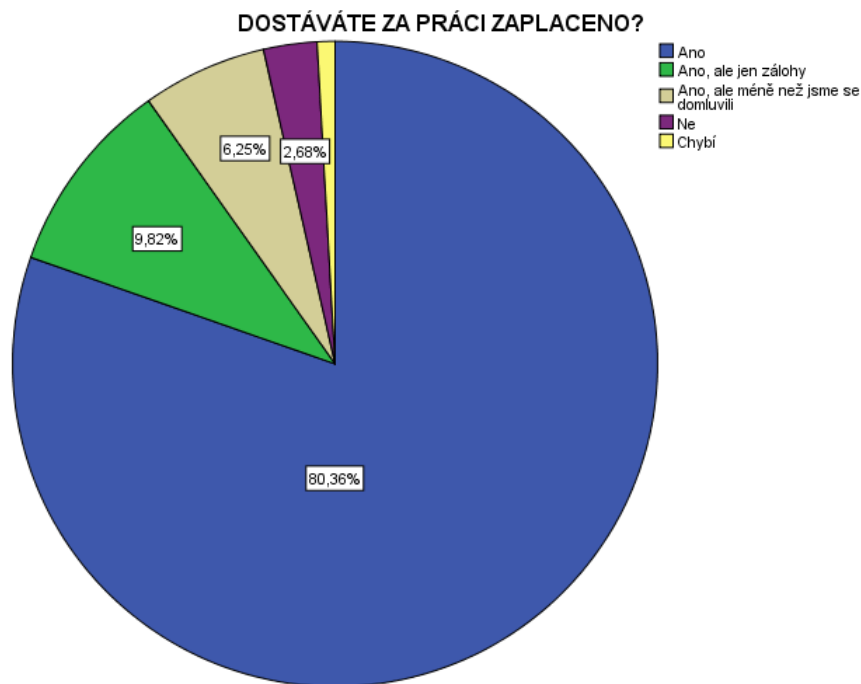
POKUD MÁTE SMOUVU, JAKÝ DRUH SMLOUVY MÁTE?



Pro srovnání - v **předchozím šetření** uvedlo hlavní pracovní poměr 46,11 %, dohodu o provedení práce (DPP) 12,78 %, dohodu o pracovní činnosti (DPČ) 2,78 % a 32,22 % dotazovaných uvedlo, že nevědí, jaký mají druh smlouvy.

(graf č. 15)

DOSTÁVÁTE ZA PRÁCI ZAPLACENO?

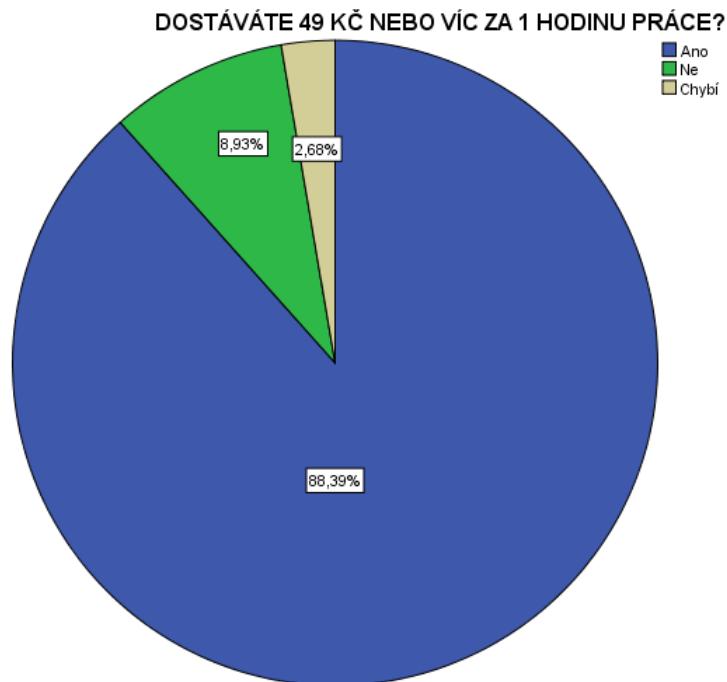


Pro srovnání - v předchozím šetření uvedlo 75,37 % dotazovaných, že zaplacenou dostávají, 7,88 % pouze zálohy, 12,32 % méně, než bylo domluveno a 4,43 % zaplacenou nedostávalo.

(graf č. 16)

DOSTÁVÁTE 49 KČ NEBO VÍC ZA 1 HODINU PRÁCE?

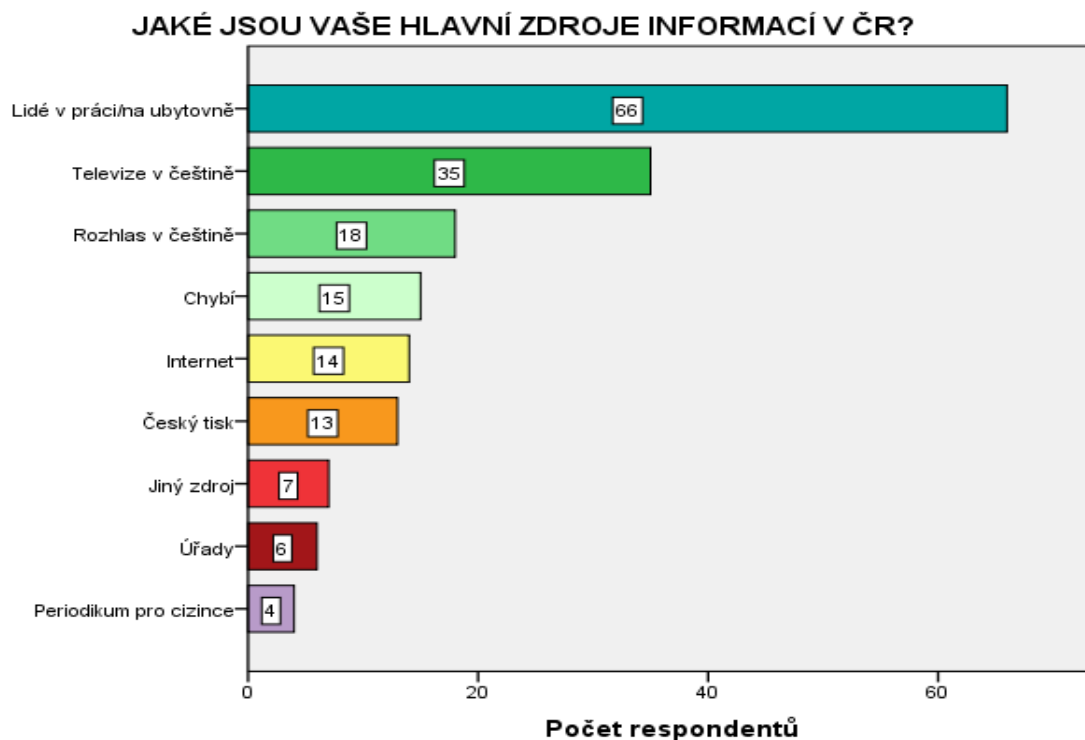
(aktuální čistá minimální hodinová mzda pro modelový případ bez slevy na dani a dalších zvýhodnění)



Pro srovnání - v předchozím šetření na otázku týkající se aktuální čistě minimální hodinové mzdy (v té době se jednalo o částku 45 Kč), uvedlo 83,66 % respondentů, že za svou práci dostává tuto částku nebo více a 16,34 % uvedlo, že dostává méně, než tuto minimální mzdu.

(graf č. 17)

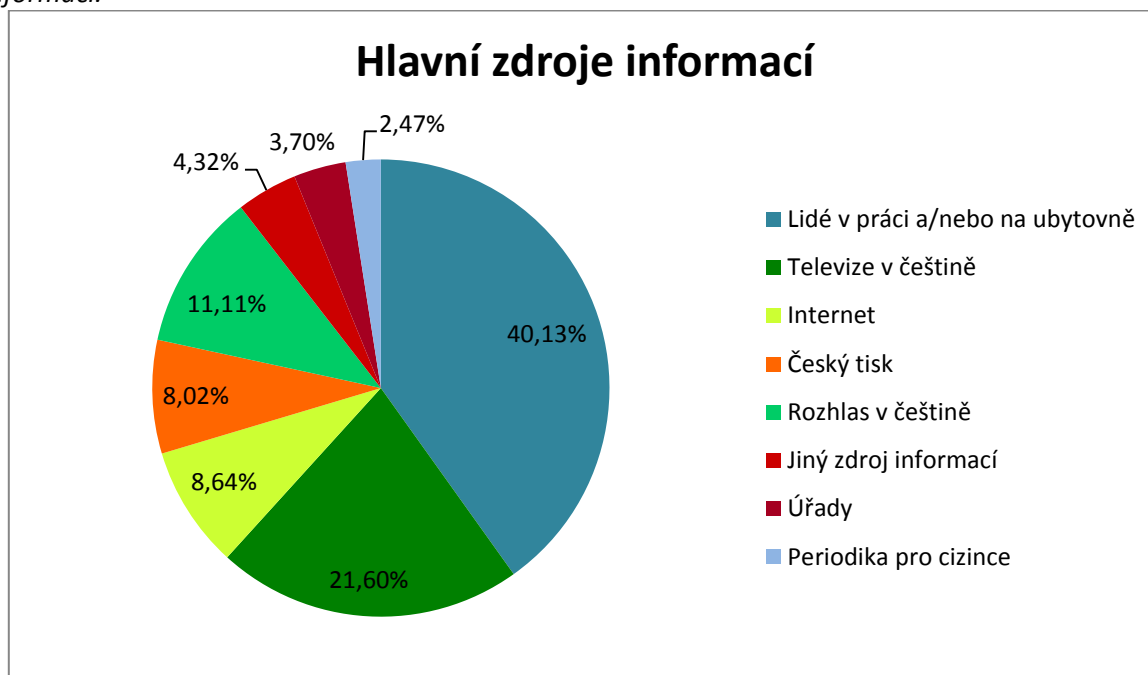
HLAVNÍ ZDROJE, Z NICHŽ RESPONDENTI NA ÚZEMÍ ČR ČERPÁJÍ INFORMACE - absolutní četnost



(graf č. 18)

HLAVNÍ ZDROJE INFORMACÍ V ČR - z platných odpovědí v procentech (relativní četnost v %) ¹⁴

Tento graf obsahuje podíl jednotlivých periodik v odpovědích těch respondentů, kteří na otázku odpověděli (otázku zodpovědělo 97 respondentů, tedy 86,60 %), někteří uvedli více než jeden zdroj informací.



¹⁴ **relativní četnost** udává, kolik procent hodnot znaku ze statistického souboru je rovno hodnotě (tj. bez započtení chybějících údajů)

Pro srovnání - v **předchozím šetření** byly hlavními zdroji informací využívanými respondenty lidé v práci a/nebo na ubytovně 53,33 %, televize v češtině 28,57 %, internet 20,95 %, český tisk 13,33 %, rozhlas v češtině 11,43 %, jiný zdroj informací 5,24 %, úřady 1,90 % a periodika pro cizince 0,95 %.

Obecně lze tedy říci, že životní situace respondentů tohoto šetření je v některých ohledech lepší, než v předchozím výzkumném šetření, ale zároveň **řada z nich pracuje za podmínek, kdy nemají jistotu adekvátní odměny za svou práci. V případě, že mají písemnou smlouvu, ne vždy jsou si jisti tím, co obsahuje a značná část z nich nemá přístup k primárním a oficiálním zdrojům informací a možnostem pomoci při hájení svých práv.**

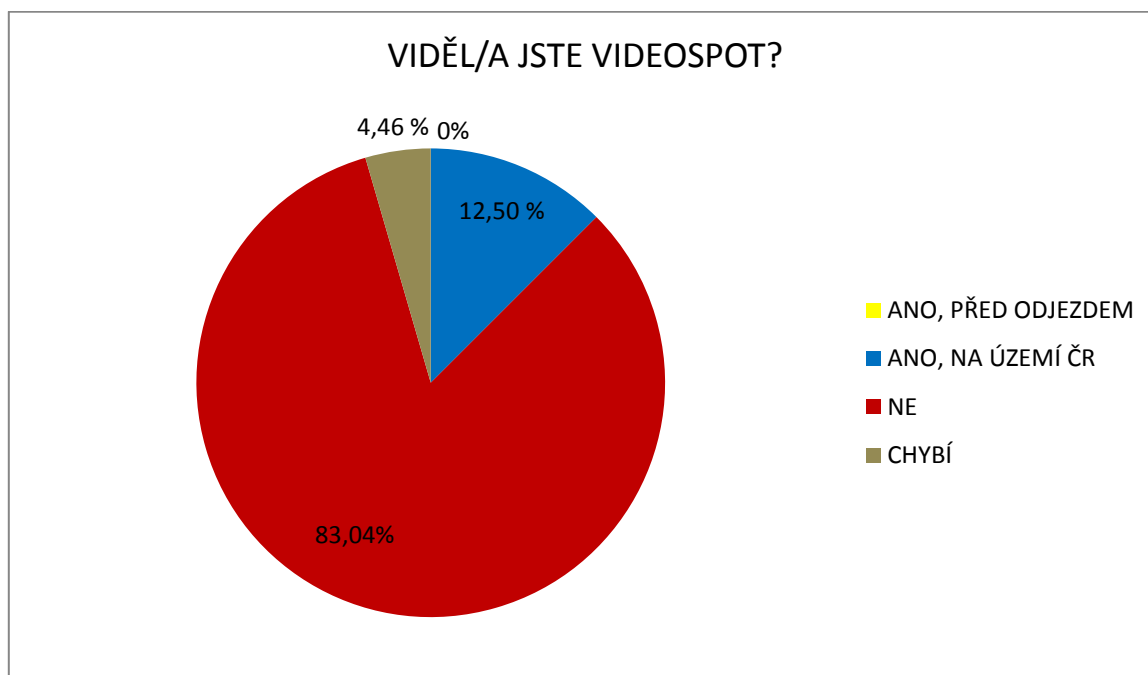
3.2 POVĚDOMÍ RESPONDENTŮ O KAMPANI

Tato podkapitola má za cíl, na základě dat získaných z dotazníkového šetření mezi Bulhary a Bulharkami pracujícími na území ČR (primární cílová skupina) a polostrukturovaných rozhovorů realizovaných s pracovníky a pracovníkyněmi institucí (sekundární cílová skupina), zodpovědět výzkumnou otázku č. 1, jaké je povědomí o kampani „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ v (obou) cílových skupinách. Je třeba vzít v potaz, že respondenti primární cílové skupiny byli vybíráni metodou náhodného výběru v rámci lokalit dostupných pro terénní pracovníky a metodou řetězového výběru (snowball sampling). Nepředstavují tedy zcela reprezentativní vzorek populace Bulharů a Bulharek přijíždějících do ČR za prací, ačkoli svými sociodemografickými charakteristikami se mu zřejmě značně blíží. Přesto jejich míra povědomí o kampani, zejména pak v kombinaci s hodnocením materiálů kampaně v podkapitole 3.3, přináší cennou zpětnou vazbu pro realizátory projektu.

PRIMÁRNÍ CÍLOVÁ SKUPINA

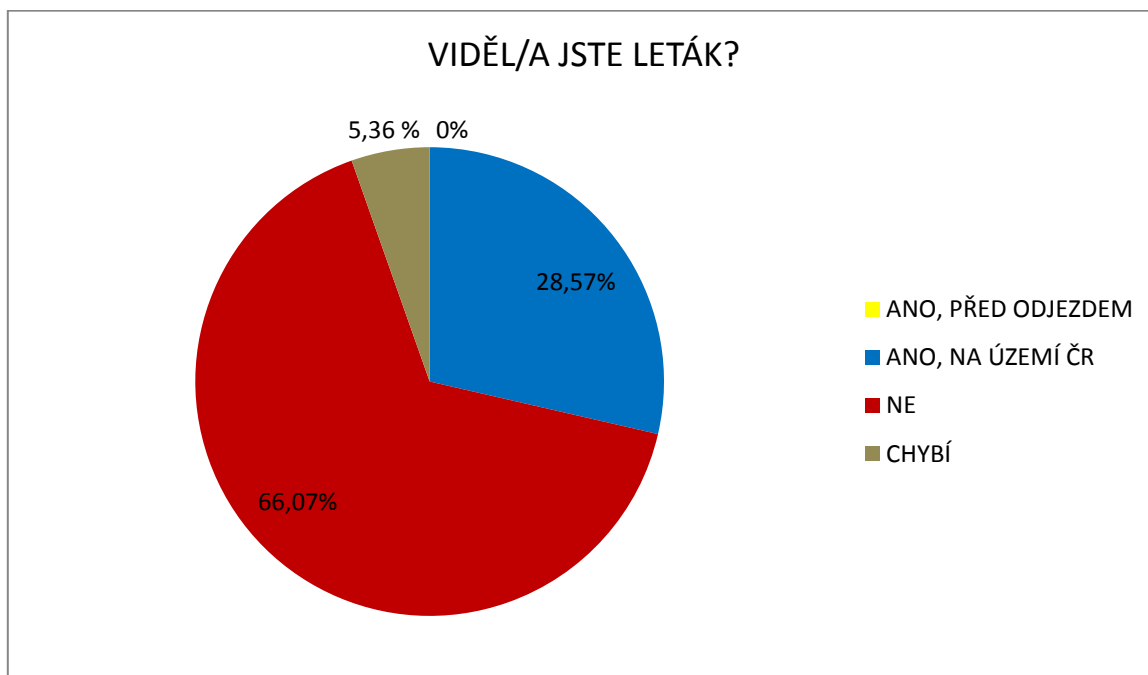
(graf č. 19)

VIDĚLA/A JSTE VIDEOESPOT?



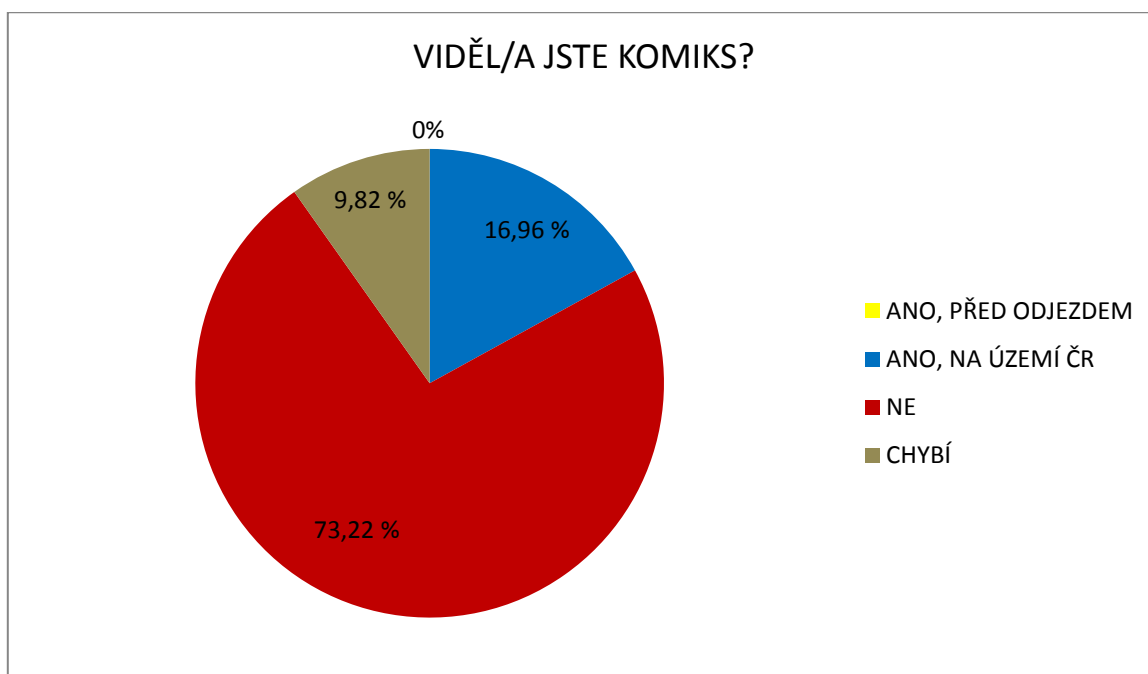
(graf č. 20)

VIDĚLA/A JSTE LETÁK?



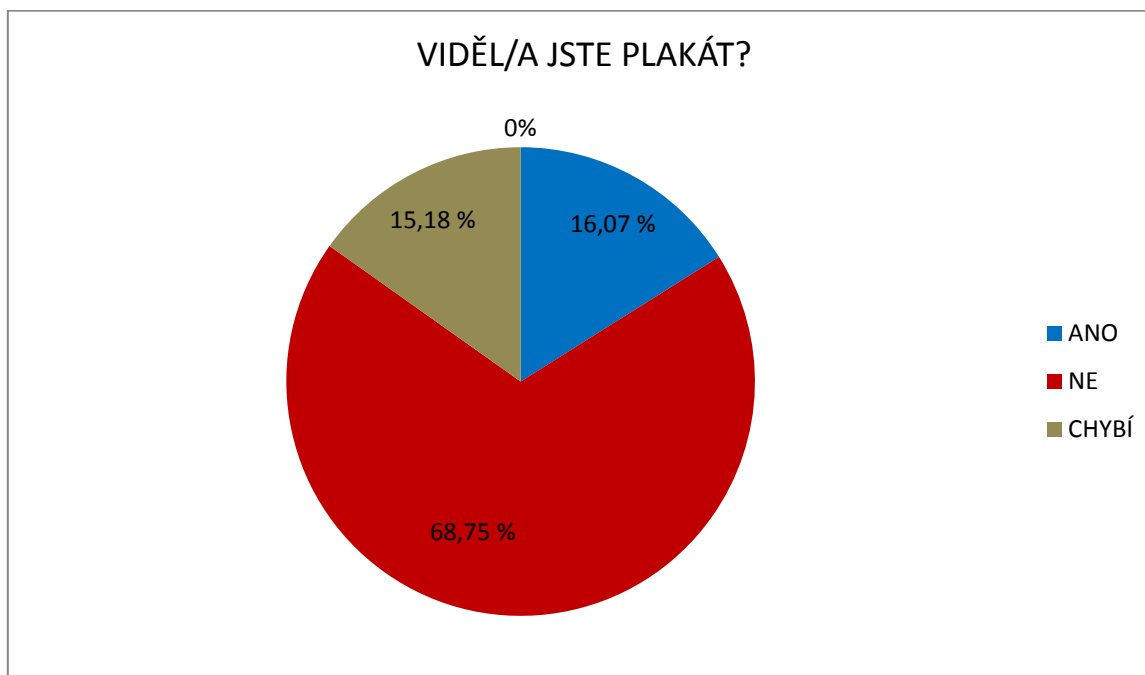
(graf č. 21)

VIDĚLA/A JSTE KOMIKS?



(graf č. 22)

VIDĚL/A JSTE PLAKÁT?



(tabulka č. 23)

POVĚDOMÍ RESPONDENTŮ O NĚKTERÉM Z MATERIÁLŮ KAMPANĚ - shrnutí

Hodnota	Absol. četnost spot	Absol. četnost leták	Absol. četnost komiks	Absol. četnost plakát	Absol. četnost v % spot	Absol. četnost v % leták	Absol. četnost v % komiks	Absol. četnost v % plakát
Ano, před odjezdem	0	0	0		0	0	0	
Ano, na území ČR	14	32	19	18	12,5	28,6	17,0	16,1
Ne	93	74	82	77	83	66	73,2	68,8
Chybí	5	6	11	17	4,5	5,4	9,8	15,2
Celkem	112	112	112	112	100,0	100,0	100,0	100,0

13 respondentů vidělo jeden materiál, 1 viděl dva materiály, 4 viděli tři materiály a 14 jich vidělo všechny čtyři materiály. Reálně tedy kampaň zaznamenali 32 respondenti - 28,57 %.

Toto relativně vysoké číslo souviselo zřejmě i se setkáním bulharských pracovních migrantů a migrantek, uskutečněným na začátku kampaně v Plzni. Setkání organizovala jedna z kulturních mediátorek a byly zde představeny a distribuovány materiály z kampaně. Zároveň se v rámci výzkumného šetření potvrdilo, že právě osobní kontakty a vazby jsou v prostředí pracovní migrace velmi důležité, protože z 26 respondentů, kteří uvedli, že vědí, kam se obrátit v případě problémů se zaměstnavatelem, jich 11 (42,31 %) uvedlo právě jméno kulturní mediátorky/tlumočnice (podrobněji viz podkapitolu 3.1).

SEKUNDÁRNÍ CÍLOVÁ SKUPINA - INSTITUCE

Polostrukturované rozhovory byly realizovány v institucích Celní úřad pro hlavní město Prahu (dále jen CÚ P), Oblastní inspektorát práce pro Středočeský kraj (dále jen OIP SČ), Oblastní inspektorát práce pro hlavní město Prahu (dále jen OIP PHA), Oblastní inspektorát práce pro Plzeňský a Karlovarský kraj (dále jen OIP PK) a Bulharská kulturně osvětová organizace (dále jen BKO) s celkem 10 osobami.

Rozdílné pracovní pozice a zkušenosti těchto pracovníků jsou důležité především pro další kapitoly, kde jsou blíže rozpracována jejich doporučení.

Pokud jde o otázku povědomí o kampani, pak byly odpovědi všech pracovníků v rámci jedné instituce vždy shodné, z toho důvodu je níže uváděna pouze jedna odpověď ke každé z institucí. Odpovědi na otázky týkající se obsahu a doporučení jsou zde pro zjednodušení uváděny pouze v souhrnu a podrobněji pak v následujících kapitolách.

Všem dotazovaným byly na začátku rozhovoru položeny následující otázky týkající se kampaně¹⁵:

Zaznamenal/a jste kampaň s názvem „INFORMOVANÁ MIGRACE = BEZPEČNÁ MIGRACE“? Tuto kampaň realizuje ve spolupráci s českými neziskovými organizacemi Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR a zahrnuje letáky, plakáty, komiks a videospot v bulharštině a informaci v tisku a leták pro instituce v češtině.

CÚ P - ano

OIP SČ - ano

OIP PHA - ne

OIP PK - ano

BKO - ne

Viděl/a jste informaci v tisku (zprávu, inzerát), nebo tiskovou zprávu, týkající se této kampaně?

CÚ P - ne

OIP SČ - ano, na portálech MPSV a SUIP

OIP PHA - ne

OIP PK - ano, v monitoringu tisku a zpravodaji SUIP

BKO - ne

Co jste se z této zprávy dozvěděl/a?

Zde byl v odpovědích, kromě samotné existence kampaně, zmíněn jako zajímavá informace také prvek spolupráce státní správy a NNO a inspirace ze zahraniční cesty expertů do Rakouska.

Doporučení pro příště (forma, umístění...):

Na tuto otázku dotazovaní odpovídali, že je zejména potřeba oslovit veřejnost celostátní kampaní v médiích a že je nezbytné snížit lhostejnost vůči pracovnímu vykořisťování kohokoli, ať již se jedná o občany ČR či cizince. V této souvislosti byla také zmíněna chybějící publicita a realistická osvěta týkající se činnosti inspekce práce (inspektoři jsou „...stále vnímáni pouze jako bezpečáci“).

Viděl/a jste letáky, plakáty, komiks či videospot v bulharštině, které byly součástí této kampaně?

CÚ P - ano, CZ leták, BG leták, komiks

OIP SČ - ne

¹⁵ odpovědi s platností k srpnu 2015, kdy rozhovory probíhaly

OIP PHA - ne
OIP PK - ne
BKO- ne

Viděl/a jste leták v češtině určený pro pracovníky a pracovníce institucí, který je také součástí této kampaně? (pro ověření byl leták respondentům ukázán)

CÚ P - ano, služební cestou
OIP SČ - ne
OIP PHA - ne
OIP PK - ne
BKO- ne

Během rozhovorů bylo zjištěno, že **kampaně** nějakým způsobem **zaznamenaly 3 z pěti oslovených institucí**, z toho **informaci v tisku/tiskovou zprávu o kampani zaznamenaly 2 z nich** (v tomto ohledu zřejmě dobře fungují informační kanály MPSV a SUIP). V dané době (srpen 2015) se materiály pro primární i sekundární cílovou skupinu dostaly pouze k pracovníkům CÚ P (BG leták, komiks i CZ leták), a to služební cestou.

3.3 HODNOCENÍ MATERIÁLŮ KAMPANĚ - PRIMÁRNÍ CÍLOVÁ SKUPINA

Podkapitola má za cíl popsat, jak respondenti z primární cílové skupiny - Bulhaři a Bulharky - hodnotí realizovanou kampaň „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“, a zda jim informace z kampaně pomohly zlepšit jejich situaci (výzkumná otázka č. 2 a č. 3).

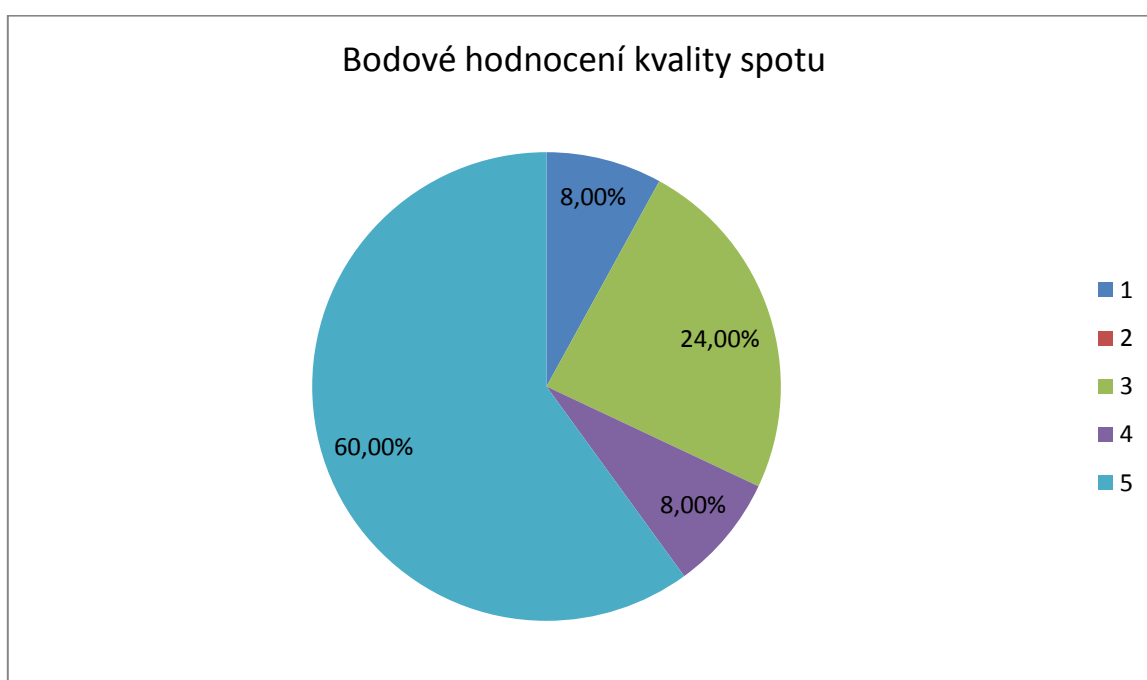
První hodnocení jednotlivých materiálů kampaně poskytli ti respondenti, kteří se již s kampaní setkali, tedy část z oněch 32 respondentů. **Dále byli tazateli k hodnocení jednotlivých materiálů vyzváni i ostatní respondenti a tyto materiály jim byly tazatelem předloženy.** Ne všichni však na tyto otázky odpověděli. S ohledem na způsob sběru dat nebyly v případě videospotu vždy podmínky vhodné pro jeho prezentaci, proto je hodnocen relativně malým počtem respondentů.

Respondenti byli vyzváni ke **škálovému hodnocení každého z materiálů na stupnici 1 (nejméně) - 5 (nejvíce)** a také ke slovnímu hodnocení, respektive k odpovědím na otázky, **kdo jim materiál dal** (v případě 32 respondentů, kteří již nějaký materiál viděli), **co se z materiálu dozvěděli nového, co jim v materiálu chybělo a kde by se měl distribuovat.**

(tabulka a graf č. 24)

Bodové hodnocení kvality spotu

Hodnota	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
1	2	8,00
3	6	24,00
4	2	8,00
5	15	60,00
Celkem	25	100,00
Chybí	87	



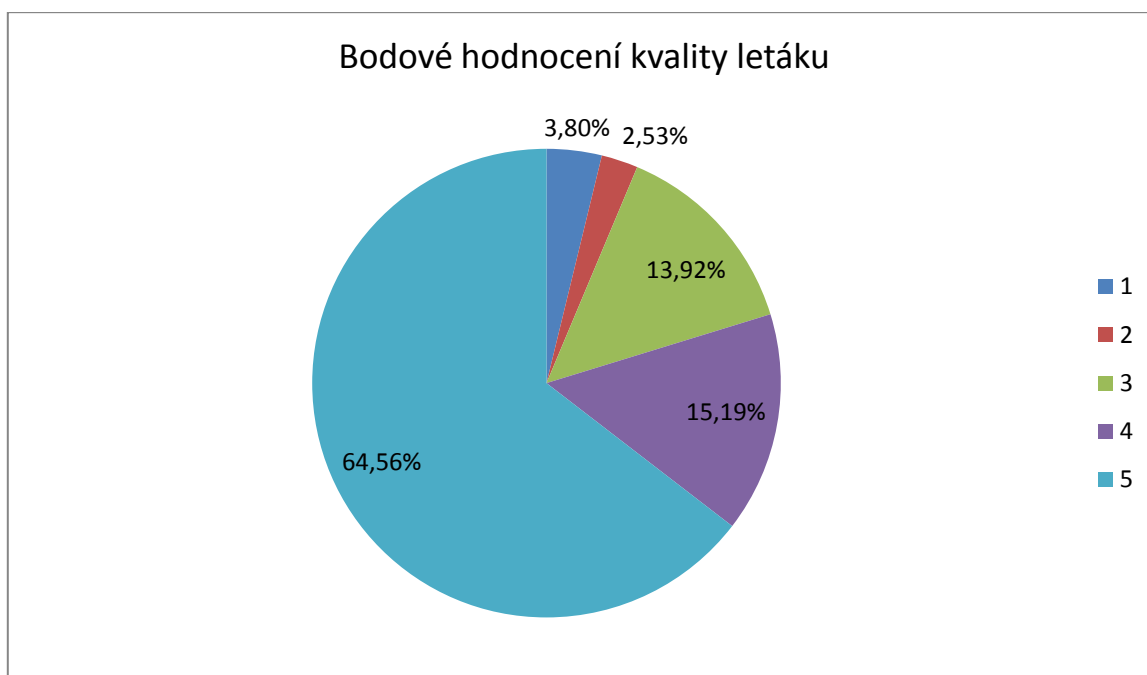
Kvalitu **spotu** hodnotilo celkem 25 respondentů, z nichž „plný počet bodů“ mu udělilo 15 respondentů, tedy 60 %. **Průměrné hodnocení spotu bylo 4,12 bodů.**

Ve svých komentářích ke spotu pak respondenti uváděli, že *kromě faktických informací je spot především motivoval k tomu, aby si dávali pozor, byli opatrní a bránili svá práva a doporučovali jeho promítání v Bulharsku, v autobusech, které vyjíždějí z Bulharska, na bulharském televizním kanálu a umístění na YouTube, Facebook, popř. další sociální sítě.*

(tabulka a graf č. 25)

Bodové hodnocení kvality letáku

Hodnota	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
1	3	3,80
2	2	2,53
3	11	13,92
4	12	15,19
5	51	64,56
Celkem	79	100,00
Chybí	33	



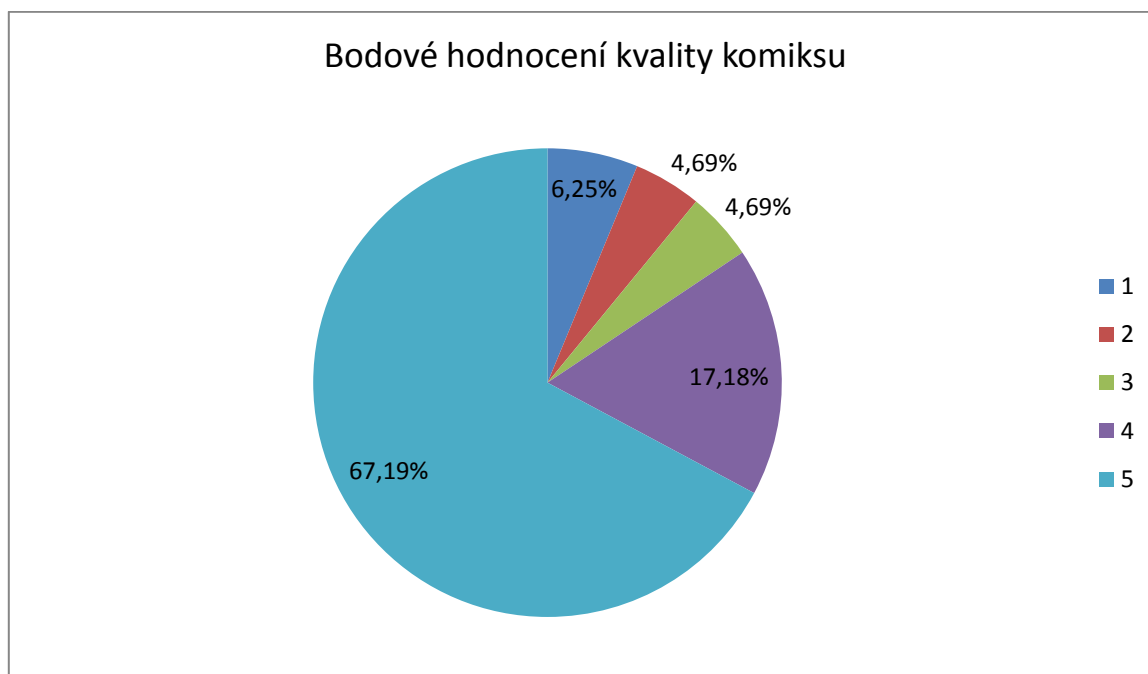
Kvalitu **letáku** hodnotilo celkem 79 respondentů, z nichž „plný počet bodů“ mu udělilo 51 respondentů, tedy 64,56 %. **Průměrné hodnocení letáku bylo 4,34 bodů.**

Ve svých komentářích k letáku pak respondenti *nejčastěji uváděli, že díky němu získali základní představu o svých právech zaměstnance na území ČR a o existenci pomáhajících organizací či informace o obsahu smlouvy a o tom, na co si dát pozor. Distribuci doporučovali na pracovištích a na veřejných místech, kde jsou cizinci, na internetu, na bulharské ambasádě a všech velkých autobusových nádražích.*

(tabulka a graf č. 26)

Bodové hodnocení kvality komiksu

Hodnota	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
1	4	6,25
2	3	4,69
3	3	4,69
4	11	17,18
5	43	67,19
Celkem	64	100,00
Chybí	48	



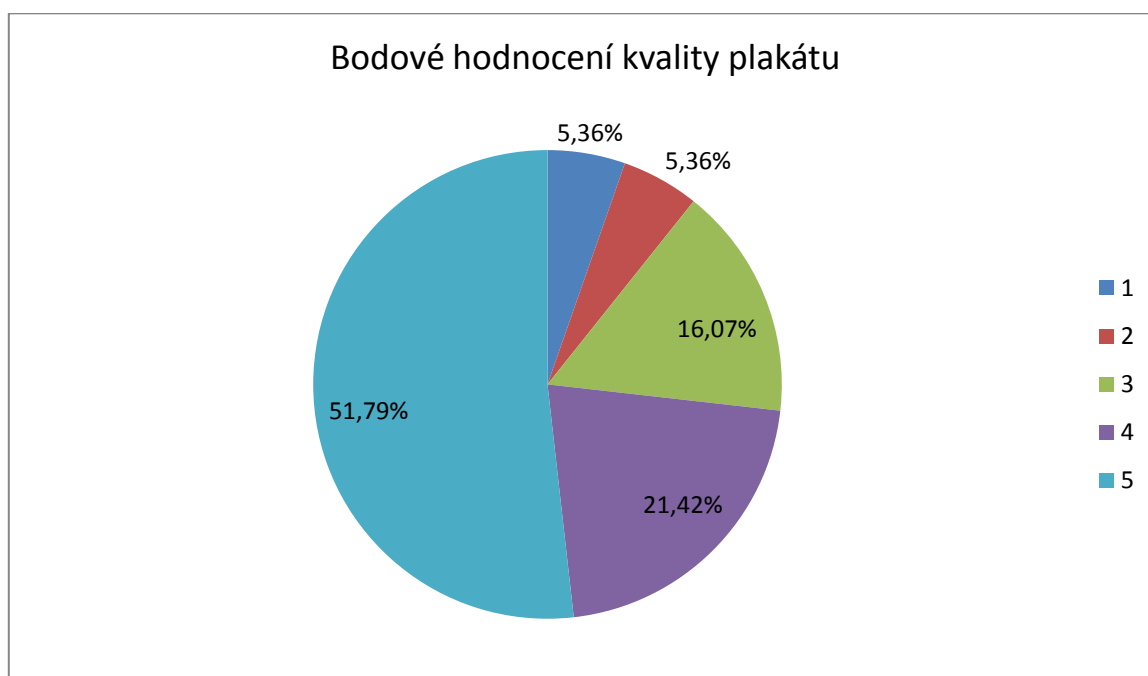
Kvalitu **komiksu** hodnotili celkem 64 respondenti, z nichž „plný počet bodů“ mu udělili 43 respondenti, tedy 67,19 %. **Průměrné hodnocení komiksu bylo také 4,34 bodů.**

Ve svých komentářích ke komiksu pak respondenti uváděli, že pro ně byla důležitá informace o tom, že zde mohu pracovat legálně a bezpečně bez podvodníků, že existují organizace hájící jejich práva, na co si při hledání práce mají dávat pozor a že mají v každém případě vyžadovat písemnou smlouvu. Doporučení na distribuci pak byla obdobná - autobusová nádraží, nádraží, ubytovny, autobusy z Bulharska, veřejná místa, kde se pohybují cizinci, televize, internet, bulharská ambasáda, území Bulharska, ale třeba i území Rumunska, Srbska a Makedonie.

(tabulka a graf č. 27)

Bodové hodnocení kvality plakátu

Hodnota	Absolutní četnost	Relativní četnost v %
1	3	5,36
2	3	5,36
3	9	16,07
4	12	21,42
5	29	51,79
Celkem	56	100,00
Chybí	56	



Kvalitu **plakátu** hodnotilo celkem 56 respondentů, z nichž „plný počet bodů“ mu udělilo 29 respondentů, tedy 51,79 %. **Průměrné hodnocení plakátu bylo 4,09 bodů.**

Pouze tři respondenti uvedli své připomínky k plakátu - jeden *považoval plakát za zcela zbytečný, protože si jej nikdo nevšimne, a preferoval formu cílené distribuce letáků*, druhý poukazoval na *absenci jakýchkoli konkrétnějších informací a kontaktních údajů kromě webových stránek* a třetí napsal pouze „*celkem vzato OK*“. Jak podle poznámek v dotaznících, tak podle bodového hodnocení byl plakát **nejhůře hodnoceným materiálem kampaně**, i když 4,09 bodu z pěti samo o sobě není špatný výsledek. Výlepy by respondenti doporučovali *na bulharské ambasádě, autobusových nádražích, včetně ÚAN Florenc, vlakových nádražích, ubytovnách a v továrnách.*

(tabulka a graf č. 28)

POMOHLY VÁM INFORMACE Z KAMPANĚ ZLEPŠIT VAŠI SITUACI?

Hodnota	Absolutní četnost	Absolutní četnost v %	Relativní četnost v %	Kumulativní četnost v %
Ano, z jiného důvodu	2	1,79	2,70	2,70
Ano již jsem je využil/a	7	6,25	9,46	12,16
Ne	22	19,64	29,73	41,89
Ano, mám lepší pocit	43	38,39	58,11	100,00
Celkem	74	66,07	100,00	
Chybí	38	33,93		

Na otázku, zda jim informace z kampaně pomohly nějakým způsobem zlepšit jejich situaci, odpověděli celkem 74 respondenti z primární cílové skupiny, tj. 66,07 %. 38 respondentů na tuto otázku neodpovědělo.

Z toho 52 respondenti (46,43 %) uvedli, že jim informace z kampaně pomohly zlepšit jejich situaci - nejfrekventovanější byla odpověď, že „nyní mají lepší pocit“ (38,39 %), dále 6,25 % respondentů již informace z kampaně nějakým způsobem využilo a 1,79 % uvedlo jiný důvod.

Ve svých komentářích pak respondenti uváděli, že materiály předají lidem, o nichž vědí, že je potřebují, či že jsou díky materiálům informovanější a klidnější.

3.4 HODNOCENÍ MATERIÁLŮ KAMPANĚ - INSTITUCE

V rámci této podkapitoly je prezentováno hodnocení materiálů kampaně ze strany pracovníků institucí oslovených v rámci realizace polostrukturovaných rozhovorů. Toto hodnocení bylo, na rozdíl od hodnotící škály užitá v dotaznících pro primární cílovou skupinu, pouze kvalitativní a týkalo se jak materiálů v bulharštině, tak letáku určeného pro instituce. Získané informace slouží pro zodpovězení výzkumných otázek č. 2 a č. 3, k orientačnímu srovnání s názory primární cílové skupiny v podkapitole 3.5 a k formulaci námětů pro koncepci v kapitole 5. Odpovědi jsou uváděny pouze u těch institucí, které se k dané otázce vyjádřily.

- **Hodnocení materiálů pro primární cílovou skupinu** (respondentům byly tyto materiály tazatelem předloženy, včetně přehrání videospotu)

Na otázku, zda respondenti viděli materiály v bulharštině, které byly součástí kampaně, navazovala žádost na hodnocení materiálu - **ohodnoťte prosím jejich:**

Vizuální stránku – zaujala Vás, myslíte, že je vhodná pro cílovou skupinu?

OIP SČ - zaujme, dobrá

OIP PHA - všechny tyto materiály jsou vhodné pro cílovou skupinu; u spotu je dobré, že jde o „reálného člověka“

OIP PK - spot je dobrý, zaujme; komiks je vhodná forma, úvodní obrázek cílovou skupinu zaujme

BKO - materiály jsou dobré, je potřeba zvyšovat informovanost Bulharů v ČR; pro některé lidi je vhodnější právě forma komiksu

Obsahovou stránku - co jste se z materiálu dozvěděl/a?

OIP SČ - pro cílovou skupinu vhodný, srozumitelný

OIP PHA - srozumitelné, zaujme (zejména spot a komiks); bylo by vhodné více zdůraznit fázi odevzdání dokladů (nikdy neodevzdávat!)

OIP PK - spot obsahuje důležité informace a zobrazuje zásadní momenty pro cílovou skupinu; postup řešení je správný a odkazy dobré; komiks je ideální formou pro negramotné

BKO - důležité jsou kontakty, ale také informace, že se MPSV/stát o tuto problematiku zajímá

Co Vám v materiálu chybělo?

OIP SČ - nic, pro cílovou skupinu vhodný

OIP PHA - bylo by vhodné zdůraznit, že práva mají i zaměstnavatelé

Umístění a dostupnost - byl tento materiál dobře umístěný a snadno dostupný?

OIP SČ - spot kromě YouTube také na Twitter a Facebook

OIP PHA - plakáty na telefonní budky, do vietnamských večerek, na ubytovny

Znají tyto materiály Bulhaři/Bulharky, s nimiž přijdete do kontaktu (pracovně, popř. i mimopracovně)?

OIP SČ - ne

OIP PHA - ne

OIP PK - ne

BKO - ne

Doporučení, kam materiály umístit/jak distribuovat, aby je vidělo co nejvíc lidí, kteří to potřebují?

OIP SČ - distribuovat přes poradenská pracoviště OIP a ÚP

OIP PHA - je naprosto nezbytné realizovat kampaň v Bulharsku i v dalších zemích původu; v rámci kampaně by se měly uvádět příklady „špatné praxe“, a to i kanály dostupnými starší generaci - kromě internetu i inzerce v tisku (v ČR např. deník Metro), letáky a plakáty na zastávkách mezinárodních autobusových linek apod.

OIP PK - všechna pracoviště ÚP; ubytovny; CP a celníci by měli distribuovat při svých kontrolách na ubytovnách apod.; okresní pracoviště OIP - čekárny; inspektoři OIP - při vhodném způsobu komunikace s lidmi v terénu nemají žádné problémy s tím, že by si od nich kontrolovaní pracovníci nechtěli vzít informační materiály; všechna pracoviště OAMP

BKO - v Bulharsku; bulharské spolky v ČR; Dům národnostních menšin; univerzity, kde Bulhaři v ČR studují; autobusová nádraží (hlavně Florenc); ubytovny

- **Hodnocení letáku pro instituce** (tazatel pro ověření leták ukazuje):

Žádost na hodnocení materiálu - **ohodnoťte prosím jeho:**

Obsahovou stránku - co jste se z materiálu dozvěděl/a?

CÚ P - odkazy na NNO

Co Vám v něm chybí?

CÚ P - není pro nás

OIP SČ - informace o běžných praktikách, jako je např. výplata části mzdy bez dokladu „na ruku“ apod.; odkaz na policii

Umístění/dostupnost/způsob distribuce - byl tento materiál dobře umístěný a snadno dostupný?

CÚ P - ano

OIP PK - doporučujeme umístění na ČSSZ a zdravotní pojišťovny - VZP i komerční

Považujete tento materiál za užitečný? (proč?):

CÚ P - pro CÚ není nevyužitelný, protože se nezabývají problematikou EU občanů („nemusejí mít povolení k pobytu, nejsou s nimi problémy“)

OIP SČ - ano, vhodný zejména pro policii, která nemá hlubší znalost problematiky

OIP PHA - ano, pro instituce mimo OIP je dostačující a vhodný

OIP PK - ano, je to vhodný materiál zejména pro PČR, ale i pro některé inspektory OIP, kteří se s problematikou při své práci setkávají spíše okrajově - např. BOZP

Doporučení pro další obdobné aktivity:

CÚ P - kampaně je třeba zaměřit na veřejnost, aby konala, pokud se s vykořisťováním potká

OIP PK - je potřeba stanovit efektivní strategii, jak řešit případy vykořisťování; bylo by vhodné prezentovat úspěšné kauzy - judikáty, velké pokuty apod.; není vhodný dlouhý text, spíše sdělení v kratších bodech

BKO - je potřeba kampaň v Bulharsku; informace pro Bulhary, kteří sem chtějí jet za prací, ale třeba i za studiem; Bulhaři potřebují informace o všech aspektech práce a života v ČR

Co dalšího byste doporučil/a - jak realizovat informační kampaň pro pracovníky ze zemí EU (např. Bulharsko, Rumunsko, Slovensko, Polsko...), aby byla účinná; co, jak a kde distribuovat?

CÚ P - mimo kompetenci CÚ

OIP PHA - měla by proběhnout kampaň v zemích původu (práva a povinnosti pracovníků/ic); součástí doporučení by mělo být například to, aby lidé jezdili ve skupině, neodevzdávali nikomu doklady, jeli jen za legální a již prověřenou prací, znali reálnou výši mzdy pro danou práci atd.

OIP PK - informační kampaně je nutné realizovat v zemích původu; při distribuci infomateriálů je třeba zapojit všechny složky - PČR, celníci atd.; letáky rozdávat přímo u autobusů; intenzivně nabourávat zprostředkovatelský systém na všech úrovních

BKO - informační kampaně v zemích původu; ČR musí zaujmout jednoznačné stanovisko a dát najevo, že vykořisťování nebude tolerovat; letáky rozdávat přímo u autobusů

3.5 SROVNÁNÍ VÝSTUPŮ DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ A HLOUBKOVÝCH ROZHOVORŮ

Podkapitola prezentuje odpovědi a doporučení obou cílových skupin, týkající se kampaně a částečně také systémových změn souvisejících s prevencí pracovního vykořisťování.

Co jste se dozvěděl z letáku: reálně mám práva, která mi kolegové vysvětlovali, že nemám.

Respondenti z primární cílové skupiny hodnotili kampaň jako užitečnou. V bodovém hodnocení udělili na pětibodové škále 1 (nejméně) - 5 (nejvíce) materiálům **průměrný počet bodů 4,22**, přičemž nejméně bodů získal plakát 4,09 a nejvíce komiks a leták - shodně po 4,34 bodu. 52 (46,43 %) respondentů uvedlo, že jim informace z kampaně pomohly zlepšit jejich situaci - informace přímo v praxi již využilo 6,25 % z nich a většina ostatních uvedla, že mají nyní lepší pocit a jsou si jistější svou pozicí ve vztahu k zaměstnavateli. Nejčastěji uváděli, že se z materiálu dozvěděli pro ně důležité informace ohledně jejich práv (*mám právo na práci se smlouvou, sociální pojištění a nemocenskou...*); o existenci organizací hájících jejich práva; důležitosti písemné smlouvy v pracovním vztahu; způsobu bezpečného hledání práce; o rizicích vyplývajících z nelegální práce či možnosti vůbec se „*dožadovat svých práv a cítit se v ČR jako rovnoprávný občan*“. V tomto ohledu by bylo jistě možno považovat účel kampaně za splněný.

Několik respondentů však v poznámkách uvedlo komentář, který zformuloval jeden z nich takto: „... **když jsou práva vyžadována, následuje mnoho problémů a je skoro nemožné, aby měl nějaký Bulhar v ČR práva (z vlastní zkušenosti)**“.

Respondenti ze sekundární cílové skupiny (instituce) také hodnotili kampaň pozitivně. Materiály pro primární cílovou skupinu ocenili jako vhodné. Dle jejich názoru vizuální stránka materiálů cílovou skupinu zaujme; u spotu pozitivně hodnotili, že jde o „reálného člověka“; komiks byl hodnocen jako vhodná forma - úvodní obrázek cílovou skupinu zaujme, pokud mají někteří lidé problém s chápáním textu, je komiks dobrý způsob, jak je oslovit. Obecně hovořili o tom, že je potřeba zvyšovat informovanost Bulharů v ČR.

Obsahová stránka materiálů byla hodnocena jako srozumitelná; bylo by vhodné více zdůraznit fázi odevzdání dokladů (nikdy neodevzdávat!); spot obsahuje důležité informace a zobrazuje zásadní momenty pro cílovou skupinu. **Postup řešení je správný a kontakty a odkazy užitečné.** Jako důležitý byl zmíněn také fakt (předsedou BKO), že **kromě kontaktů materiály podávají cílové skupině informaci o tom, že se MPSV, respektive stát, o tuto problematiku zajímá.** Jedním respondentem bylo zmíněno, že hrozba kontrolou inspektorátu (v komiksu) v praxi příliš nefunguje, protože se kontrol nikdo nebojí - resp. stačila by na vydání zadržovaného dokladu, ale už ne na vyplacení dlužné mzdy.

Informační leták pro instituce hodnotila sekundární cílová skupina jako **dostačující a vhodný zejména pro instituce mimo OIP, ale i pro některé inspektory OIP, kteří se s problematikou při své práci setkávají spíše okrajově** - např. BOZP, a **pro policii**, které často chybí hlubší znalost problematiky.

V odpovědích primární cílové skupiny se nejčastěji objevila tato doporučení týkající se kampaně:

- Většina respondentů na otázku, co jim v materiálech chybí, buď neodpověděla vůbec, nebo uvedla, že nic. Několik z nich však reagovalo, že **v materiálech chybí více informací, kontaktní telefon, adresa nebo e-mail.** Objevil se také komentář, že „*chybí informace o pravdivém stavu věcí*“.
- Na otázku, **kde by bylo vhodné tyto materiály distribuovat**, byla nejčastější odpověď, že „všude“, popřípadě „všude, kde jsou Bulhaři“. Z konkrétnějších odpovědí pak byly zdaleka nejfrekventovanějšími (řazeno dle četnosti) tyto - **v Bulharsku před odjezdem, v autobusech odjíždějících z Bulharska, TV, YouTube, Internet, ubytovny, autobusová nádraží (několikrát výslovně zmíněno ÚAN Florenc), Facebook, bulharské televizní kanály, bulharská ambasáda, bulharské obchody s potravinami, vlaková nádraží, centra českých měst.**

V odpovědích sekundární cílové skupiny se objevila tato doporučení týkající se kampaně:

Do letáků pro migranty a migrantky jeden z respondentů doporučoval i přidání informací o tom, jaká práva mají zaměstnavatelé, respektive, jaké povinnosti mají zaměstnanci. V letáku pro instituce pak respondenti postrádali informace o běžných praktikách, jako je např. výplata části mzdy bez dokladu „na ruku“, či odkaz na policii.

Materiály pro primární cílovou skupinu doporučovali respondenti **distribuovat následujícími kanály:**

- spot kromě YouTube také na Twitter a Facebook
- v Bulharsku a dalších zdrojových zemích (nezbytné!) - práva a povinnosti pracovníků/ic; součástí doporučení by mělo být např. to, aby lidé jezdili ve skupině, neodevzdávali nikomu doklady, jeli jen za legální a již prověřenou práci, znali reálnou výši mzdy pro danou práci...
- bulharské spolky v ČR, Dům národnostních menšin a univerzity, kde Bulhaři v ČR studují
- distribuce letáků a výlep plakátů na zastávkách mezinárodních autobusových linek (především ÚAN Florenc); distribuce cíleně při příjezdu autobusů
- ubytovny
- výlep plakátů na telefonní budky a do vietnamských večerek
- umístění na všechna poradenská pracoviště OIP a ÚP - čekárny
- pracovníci PČR (zejména CP) a pracovníci CÚ by měli materiály distribuovat při svých kontrolách na ubytovnách a pracovištích
- inspektoři OIP při kontrolách (inspektoři uváděli, že při vhodném způsobu komunikace s lidmi v terénu většinou nemají žádné problémy s tím, že by si od nich kontrolovaní pracovníci nechtěli vzít informační materiály)
- pracoviště OAMP

Dále bylo doporučováno, že v rámci kampaně by se měly uvádět také příklady „špatné praxe“, a to i **kanály dostupnými starší generaci**, tedy kromě internetu i formou inzerce v tisku (v ČR např. deník Metro), apod. Dle respondentů také není vhodný dlouhý text, ale spíše **sdělení v kratších bodech**.

Kampaně je třeba zaměřit na veřejnost, aby adekvátně reagovala, pokud se s pracovním vykořisťováním setká.

Je potřeba **stanovit efektivní strategii, jak řešit případy pracovního vykořisťování**; bylo by vhodné veřejně **prezentovat úspěšné kauzy** - judikáty, velké pokuty apod.

V souvislosti s kampaní se také objevil dotaz týkající se **zapojení pracovníků Celních úřadů do distribuce materiálů**. Jejich aktivní zapojení **bylo mnoha respondenty doporučováno** a zároveň sami **pracovníci této instituce uváděli, že pro to, aby mohli distribuovat informační letáky, by potřebovali od svého vedení obdržet jednoznačný pokyn** (otázka mandátu pro tuto činnost).

ČR musí zaujmout jednoznačné stanovisko a dát najevo, že vykořisťování nebude tolerovat.

Mezi oběma cílovými skupinami kampaně tedy panovala shoda zejména v:

- pozitivním hodnocení kampaně
- doporučení na realizaci kampaně v zemích původu
- šíření informací více kanály na internetu
- distribuci materiálů na autobusových nádražích
- distribuci materiálů na ubytovnách
- nutnosti jednoznačného deklarování toho, že ČR nebude tolerovat jakékoli formy vykořisťování

SHRnutí

Výzkumný vzorek

Výzkumný vzorek sestával ze 112 dotazníků sebraných v rámci Prahy, Středočeského kraje a v Plzni a okolí formou náhodného a řetězového výběru. V základních sociodemografických charakteristikách jsou si skupina respondentů prvního výzkumného šetření (*Analýza informovanosti a potřeb*) a druhého výzkumného šetření (*Analýza dopadů realizovaných opatření*) podobné, tudíž porovnatelné. Výsledky dotazníkového šetření byly doplněny o data z 10 polostrukturovaných rozhovorů s pracovníky institucí.

Kampaň

V rámci kampaně „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ bylo v období červen - září 2015 roz distribuováno primární i sekundární cílové skupině 12 000 kusů bulharských letáků, 12 000 kusů bulharských komiksů a 4 000 kusů českých letáků pro instituce a vylepeno 400 kusů plakátů, které byly umístěny na vytipovaných místech a výlepových plochách zpravidla po dobu 2 týdnů. Také byl vytvořen a na internetu umístěn videospot pro primární cílovou skupinu a vydány čtyři články ve specializovaných odborných periodikách, které byly doplněny „inzerátem“ obsahujícím informace o projektu.

Informovanost primární cílové skupiny

V rámci výzkumného šetření bylo zjištěno, že celá polovina respondentů neví, kam se obrátit v případě problémů se zaměstnavatelem. Z 52 respondentů, kteří odpověděli na otázku kladně, jich uvedlo konkrétní příklad pouze 25. Jeden respondent uvedl hned 2 instituce (celkem tedy 26 odpovědí). Konkrétně by se obrátili na: tlumočnice/kulturní mediátorky, které osobně znají - 11 respondentů (42,3 %), úřady a státní instituce (ÚP, ČSSZ, OIP, MPSV) - 7 respondentů 26,9 %, policii - 5 (19,2 %) a pouze 3 respondenti (11,5 %) na nevládní neziskovou organizaci.

Obecně je situace respondentů v některých ohledech o pár procentních bodů lepší, než v předchozím výzkumném šetření. Zároveň řada z nich taktéž pracuje za podmínek, kdy nemají jistotu adekvátní odměny za svou práci. V případě, že mají písemnou smlouvu, si nejsou vždy jisti tím, co obsahuje, a značná část z nich nemá přístup k primárním a oficiálním zdrojům informací a možnostem pomoci při hájení svých práv.

Jako hlavní zdroj informací na území ČR má 40,13 % respondentů své kolegy v práci a/nebo na ubytovně.

Povědomí o kampani a její hodnocení

Kampaň zaznamenalo 28,57 % respondentů z primární cílové skupiny (Bulhaři a Bulharky pracující na území ČR). 13 respondentů vidělo jeden materiál, 1 viděl dva materiály, 4 viděli tři materiály a 14 jich vidělo všechny čtyři materiály. Průměrné hodnocení videospotu bylo 4,12 bodů z pěti. Průměrné hodnocení letáku 4,34, průměrné hodnocení komiksu také 4,34 a průměrné hodnocení plakátu bylo 4,09 bodu.

Během rozhovorů s pracovníky a pracovníkmi relevantních institucí bylo zjištěno, že kampaň nějakým způsobem zaznamenaly 3 z pěti oslovených institucí, z toho informaci v tisku/tiskovou zprávu o kampani zaznamenaly 2 z nich.

Na otázku, zda jim informace z kampaně pomohly nějakým způsobem zlepšit jejich situaci, odpovědělo celkem 74 respondentů z primární cílové skupiny, tj. 66,07 %. Z nich 52 (46,43 %)

respondentů uvedlo, že jim informace z kampaně pomohly zlepšit jejich situaci - nejfrekventovanější byla odpověď, že „nyní mají lepší pocit“ (38,39 %), dále 6,25 % respondentů již informace z kampaně nějakým způsobem využilo a 1,79 % uvedlo jiný důvod.

Zodpovězení výzkumných otázek:

1) Jaké je povědomí o kampani „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“ v cílových skupinách?

Tato výzkumná otázka byla zodpovězena - šetřením bylo zjištěno, že kampaň zaznamenala více než čtvrtina respondentů z primární cílové skupiny a tři pětiny z oslovených institucí (sekundární cílová skupina).

2) Pomohly informace z kampaně „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“:

a) zlepšit situaci cílové skupiny?

b) zlepšit informovanost o problematice a usnadnit práci s ní?

Tato výzkumná otázka byla zodpovězena pouze částečně. Téměř polovina respondentů z primární cílové skupiny, kteří kampaň zaznamenali, uvedla, že jim informace z kampaně pomohly zlepšit jejich situaci. Respondenti ze sekundární cílové skupiny však v době realizace výzkumného šetření na otázku, zda jim kampaň pomohla při práci s danou problematikou a primární cílovou skupinou, nedokázali uspokojivě odpovědět. Druhou část výzkumné otázky by bylo zřejmě nutno prověřit v delším časovém odstupu od realizace kampaně.

3) Jak cílové skupiny hodnotí kampaň „Informovaná migrace = Bezpečná migrace“?

Tato výzkumná otázka byla zodpovězena - šetřením bylo zjištěno, že respondenti z obou cílových skupin hodnotí kampaň v zásadě kladně.

4) Jaké systémové změny jsou v oblasti prevence pracovního vykořisťování potřebné?

Tato výzkumná otázka byla zodpovězena - během rozhovorů s respondenty ze sekundární cílové skupiny byla shromážděna doporučení na zásadní změny v oblasti prevence i represe (dále v textu). Lze předpokládat, že tyto změny, jež reflektují zejména každodenní praxi inspekce práce v oblasti kontrol a postihování porušení zákoníku práce a zákona o zaměstnanosti, by mohly přinést požadovaný efekt.

DOPORUČENÍ

Kampaň tohoto typu by měla být realizována **v delším časovém období**, aby se dostala do širšího povědomí primární i sekundární cílové skupiny (4 - 6 měsíců, pokud by byl zvolen obdobný formát), ale i veřejnosti. Zároveň je třeba zohlednit fakt, že **dokud nebudou svá práva znát a moci účinně bránit čeští pracovníci a pracovnice, nelze očekávat, že situace migrantů bude lepší.**

Kampaň by měla být souběžně realizována **také v zemích, z nichž pracovní migranti a migrantky přicházejí** (nejlépe včetně zapojení masmédií).

Vhodné by bylo **zajištění vyššího pokrytí distribuce přímo v terénu**, tedy na místech, **kde cílová skupina pracuje či žije** (pracoviště, ubytovny...). Zde bylo při realizaci rozhovorů zjištěno pokrytí nejnižší - většina materiálů se dostala k respondentům při kontaktu s konkrétní tlumočnicí, kulturní

mediátorkou, či sociálním pracovníkem. Vyšší pokrytí by bylo ideální formou plošné distribuce na celém území ČR. Je však potřeba vzít v úvahu otázku finančních nákladů a otázku efektivity v případě distribuce materiálu použitelného pouze pro jednu jazykovou skupinu. Proto **navrhujeme, zvažovat variantu výroby a distribuce vícejazyčného materiálu**, vhodného pro pracovní migranty a migrantky z několika zemí EU.

Dále by bylo vhodné **šíření informací více kanály na internetu a distribuce materiálů přímo na autobusových linkách a nádražích** (nejlépe prostřednictvím dobrovolníků adresně cestujícím z vtypovaných zemí ihned při příjezdu autobusů).

V rámci kampaně by měla zaznít **jednoznačná deklarace toho, že ČR nebude tolerovat jakékoli formy vykořisťování**.

Pro efektivní potírání pracovního vykořisťování by bylo vhodné zaměřit se na následující aspekty:

- zvýšení informovanosti u cílové skupiny i široké veřejnosti
- jasné definování obsahu termínu „pracovní vykořisťování“
- vytvoření koncepce boje proti pracovnímu vykořisťování
- zpřehlednění trhu práce - zrušení, či evidence dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr (DPP, DPČ) a hodin odpracovaných na tyto dohody
- přihlašování pracovníků do evidence ČSSZ ihned při nástupu do zaměstnání a jmenovitě, nikoli zpětně a souhrnně
- netolerování pracovního vykořisťování a obcházení zákona a zpřísnění sankcí
- podpora poctivým zaměstnavatelům a agenturám
- realizace efektivních kontrol v terénu a vybudování funkčního systému úzké spolupráce více složek - Cizinecká policie, Finanční úřady, Celní úřady, Oblastní inspektoráty práce
- zapojení týmu KOBRA, popř. policejního Útvaru odhalování korupce a finanční kriminality SKPV do řešení významnějších případů pracovního vykořisťování (či iniciace vzniku finanční policie, do jejíž kompetence by tato oblast spadala)
- zavedení trestného činu nevyplacení mzdy (dle slovenského vzoru)
- zlepšení vymahatelnosti práva
- zřízení specializovaných pracovních soudů, nebo pracovněprávních senátů

Tyto návrhy změn jsou zapracovány v NÁMĚTECH PRO KONCEPCI SNIŽOVÁNÍ RIZIKA PRACOVNÍHO VYKOŘISŤOVÁNÍ OBČANŮ EU v rámci samostatné kapitoly č. 5 tohoto materiálu.

ZÁVĚR

S ohledem na relativně krátkou dobu realizace kampaně a izolovanost primární cílové skupiny, lze počet respondentů, kteří kampaň zaznamenali, považovat za dobrý výsledek. Také hodnocení obsahové a vizuální stránky materiálů užitých v kampani bylo pozitivní, a to jak ze strany primární, tak i sekundární cílové skupiny. Kampaň tohoto typu by bylo vhodné opakovat, popřípadě rozšířit na občany dalších zemí a zohlednit zejména doporučení týkající se délky kampaně a způsobů distribuce informačních materiálů.

Zkušenosti z terénu, popis životní situace respondentů z primární cílové skupiny a komentáře respondentů z institucí ukazují, že v oblasti prevence a boje proti pracovnímu vykořisťování je nezbytné učinit i další kroky. Ty by se měly týkat nejen zvyšování informovanosti pracovních migrantů a migrantek i českých občanů, ale také vhodných legislativních změn, rozvoje mezioborové spolupráce, vzniku funkční *Strategie prevence pracovního vykořisťování* a dalších v této souvislosti připravovaných koncepčních materiálů. V návaznosti na tyto systémové změny by pak Česká republika měla veřejně deklarovat „nulovou toleranci“ vůči všem formám vykořisťování a v souladu s touto deklarácí je důsledně a efektivně potírat na všech úrovních.

5 NÁMĚTY PRO KONCEPCI SNIŽOVÁNÍ RIZIKA PRACOVNÍHO VYKOŘIŠŤOVÁNÍ OBČANŮ EU

Tato kapitola rozvíjí doporučení získaná od obou cílových skupin (CS bulharští pracovní migranti a migrantky + CS pracovníci a pracovnice institucí), doplňuje odpovědi na otázku, jaké systémové změny jsou v oblasti prevence pracovního vykořisťování potřebné (výzkumná otázka č. 3) a propojuje je s výstupy ze studijní cesty expertů do Vídně a dalšími relevantními daty. Zejména na základě odpovědí na výzkumnou otázku č. 4 „Jaké systémové změny jsou v oblasti prevence pracovního vykořisťování potřebné?“ je v této kapitole formulována základní koncepce, která by měla dlouhodobě vést ke snížení rizika pracovního vykořisťování občanů EU.

5.1 VÝCHODISKA KONCEPCE

Náměty pro *Koncepci snižování rizika pracovního vykořisťování občanů EU* vycházejí z doporučení formulovaných zástupci obou cílových skupin kampaně a doporučení formulovaných ve výstupech ze studijní cesty expertů do Vídně.

DOPORUČENÍ FORMULOVANÁ V POLOSTRUKTUROVANÝCH ROZHOVORECH

V rozhovorech směřovaly na oblast připravované koncepce a strategie následující otázky, položené v rámci polostrukturovaných rozhovorů pracovníkům institucí - „Co byste potřeboval/a, aby se Vám s touto problematikou lépe pracovalo? Máte nějaké tipy/doporučení pro chystanou Strategii prevence pracovního vykořisťování?“. Následující odpovědi se objevily v různých modifikacích, zpravidla ve dvou a více rozhovorech s pracovníky a pracovnicemi institucí:

1) **Pracovníci příslušných institucí postrádají jasnou definici a jednotnou koncepci v oblasti boje proti pracovnímu vykořisťování**, kdy by tato problematika nebyla vztahována k obchodování s lidmi (mimo rámec *Národní strategie boje proti obchodování s lidmi*).

2) **V českém právním prostředí absentuje skutečně efektivní nástroj pro vymození nevyplacené mzdy.** I mezi odbornými pracovníky OIP panují určité pochybnosti o účinnosti současné podoby kontrol jako nástroje při hájení a prosazování práv pracovníků, a to zejména při vymáhání nevyplacené mzdy. Inspektorát práce zaměstnanci mzdu prakticky vymoci nemůže, cesta soudního řízení je zpravidla značně zdoluhavá, s možností obstrukcí ze strany zaměstnavatele, nejistým výsledkem a rizikem nákladů na zastoupení a nákladů soudního řízení.

Mzda přitom nemusí být pracovníkovi vyplacena ani v případě kladného pravomocného rozsudku - například, pokud se zaměstnanec domáhá své mzdy na firmě, která je formálně nemajetná, či v průběhu soudního řízení zanikne. Pokud jde o jediný příjem pracovníka, který z něj musí hradit výdaje na živobytí, nájem a další pravidelné poplatky bez možnosti odkladu, popřípadě živit další členy rodiny, i jeden měsíc nevyplacená mzda mu může způsobit velmi vážné existenční problémy. Je zde značné riziko vzniku dluhů, sociálního propadu, předlužení, potažmo až ohrožení bezdomovectvím. Kvůli nevyplacené mzdě dochází náhle k výpadku příjmu, často i se „zpětnou platností“, pokud pracovník čeká na vypršení zákonné lhůty pro výplatu mzdy a mezitím vyčerpá finanční rezervy, či se začne zadlužovat. Mnohdy navíc ani není možné tento výpadek příjmu vykryt okamžitě - nutnost nalezení nové práce a vyčkání termínu první výplaty.

Nevyplacení mzdy by proto mělo být posuzováno jako závažné protiprávní jednání, jež je třeba řešit prioritně a se znalostí problematiky. S ohledem na tyto skutečnosti by bylo vhodné zvažovat přijetí adekvátních opatření. Například respondenty dále navrhované zavedení nového trestného činu „nevyplacení mzdy“, či **zřízení specializovaných pracovních soudů nebo pracovněprávních senátů**. Hrozba trestního stíhání by mohla do určité míry redukovat výskyt neseriózních praktik zaměstnavatelů a specializované soudy/senáty, nezatížené jinými případy, by mohly rozhodovat výrazně rychleji a efektivněji.

3) **Zavedení trestného činu nevyplacení mzdy/odměny za práci** (viz např. Slovensko - § 214 TZ) - nejlépe se stanovením hranice, kdy se nevyplacení mzdy stává trestným činem. Je však nutno vzít v potaz, že v některých případech se jedná pouze o nevyplacení části mzdy, což se týká i mezd vyplácených takzvaně „na ruku“. S tímto opatřením tedy souvisí **požadavek vyplácení mezd prokazatelným způsobem**.

4) **Úprava a zlepšení spolupráce s Finančními úřady** při realizaci kontrol. **Potřeba obousměrné komunikace**, aby inspektoři OIP mohli např. konzultovat výši a strukturu daňových odvodů zaměstnavatele.

5) **Zřízení specializované složky při Finančních úřadech** zaměřené na tuto problematiku a **sdrúžené kontroly OIP s FÚ v terénu**.

6) **Prodloužení projektu útvarů kontroly nelegálního zaměstnávání u OIP**, vzdělávání inspektorů a materiální vybavení, vč. zajištění bezpečnosti při práci v terénu.

7) **Zrušení institutu dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr (DPP, DPČ)**, nebo zavedení povinnosti jejich nahlašování (například na ČSSZ - slovenský model) před započítáním práce a vedení průběžně ověřitelné evidence odpracovaných hodin.

8) **Zákaz přihlašování zaměstnanců na ČSSZ zpětně a souhrnně** - nutno přihlašovat jmenovitě nejpozději v den nástupu do zaměstnání, aby byli dohledatelní konkrétní pojištění zaměstnanci a smlouvy nemohly být pro účely kontroly OIP vypracovávány zpětně s datem v daném měsíci.

9) Hledání nástrojů ke **snížení sociálního dumpingu v zemích EU**.

- 10) **Všeobecná osvěta** - seznamovat všechny zaměstnance s jejich právy.
- 11) **Podpora solidních agentur práce** při realizaci náborem pracovní síly přímo v zahraničí.
- 12) Významné případy spojené s pracovním vykořisťováním by měl **vyšetřovat také tzv. tým KOBRA, popř. Útvar odhalování korupce a finanční kriminality SKPV**.
- 13) **Likvidace nelegálního zprostředkovatelského systému**, který se v ČR etabloval a je propojený s organizovaným zločinem.

DOPORUČENÍ FORMULOVANÁ VE VÝSTUPECH ZE STUDIJNÍ CESTY EXPERTŮ DO VÍDNĚ¹⁶

V rámci projektu „Inovacemi k prevenci pracovního vykořisťování EU občanů“ byla realizována studijní cesta v rámci KA 01, konaná dne 16 - 18. 6. 2014, Vídeň (Rakousko). Seznam účastníků - expertů za ČR: Ministerstvo práce a sociálních věcí - 2 zástupci; Ministerstvo vnitra - 1 zástupkyně; Oblastní inspektorát práce pro Plzeňský a Karlovarský kraj - 1 zástupkyně; Generální ředitelství cel - 1 zástupce; Úřad práce ČR - pobočka hl. m. Praha - 1 zástupkyně; IOM Praha 1 - zástupce; Diakonie ČCE - SCSP - 1 zástupkyně. Cíl studijní cesty - výměna zkušeností v oblasti prevence pracovního vykořisťování s rakouskými partnery (státní kontrolní orgány i nestátní zařízení); identifikace funkčních nástrojů a mechanismů prevence pracovního vykořisťování občanů EU v Rakousku; analýza a přenos zkušeností a příkladů dobré praxe do České republiky.

Seznam institucí navštívených v rámci studijní cesty: 1. *Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz* (dále jen “BMASK”) - Rakouské ministerstvo práce, sociálních věcí a ochrany spotřebitelů - oficiální rakouský partner projektu; 2. *Bundeskriminalamt – Sub Department 3.4. Trafficking in Human Beings and Alien Smuggling* – Spolková kriminální police – Odbor 3.4. Obchod s lidmi a pašování; 3. *Bundesarbeitskammer* - Spolková komora práce; 4. *ICMPD - International Centre for Migration Policy Development*; 5. *MEN – Health Centre for Men and Boys*; 6. *Finanzpolizei –* Finanční policie; 6. *IOM Vienna (International Organisation for Migration)*.

Navrhovaná řešení ke zlepšení identifikace:

- 1) **Zvyšování citlivosti společnosti a veřejného mínění vůči fenoménu obchodu s lidmi.**
- 2) **Informace pro oběti** - zajistit, aby se potřebné informace dostaly k potenciálním obětem. Zvýšení informovanosti o problematice u klíčových pracovníků a institucí.

Závěrečná doporučení pro ČR:

- 1) Ustanovit **pracovní skupinu složenou ze specialistů a expertů se zkušenostmi z praxe, která se bude zabývat oblastí pracovního vykořisťování** (občanů EU/mimo EU) v ČR. Skupina může pracovat pod záštitou již zřízené meziresortní pracovní skupiny na MPSV Meziresortní orgán pro potírání nelegálního zaměstnávání cizinců (MOPNZC). Ta se nezabývá pracovníky z ČR a EU, to je

¹⁶ Plné znění zprávy k dispozici na portálu MPSV:

http://portal.mpsv.cz/sz/zahr_zam/projekt_prevence_vykoristovani/analyza_zpc_viden_final.pdf

zapotřebí změnit. Cílem a náplní skupiny bude aktuální tematika - co se děje v praxi, řešit kritické oblasti a sektory, kde se pracovní vykořisťování aktuálně vyskytuje. Pracovní skupina bude velmi flexibilní a bude reagovat na aktuální dění v oblasti pracovního vykořisťování. Cílovou skupinou budou jak čeští pracovníci, tak i pracovníci ze zemí EU a mimo EU. Příklad dobré praxe z Rakouska - fungování pracovní skupiny na potírání pracovního vykořisťování při BMASK.

2) Sestavit ve spolupráci s pracovníky z praxe (OIP, CÚ, NNO, MV, MF, MZV, MPSV) výstižný **seznam, který by pomohl zainteresovaným orgánům při odhalování znaků pracovního vykořisťování**. Inspirace z Rakouska - seznam indikátorů z BMASK.

3) **Zřízení krizového centra pro případy pracovního vykořisťování (pro občany EU/mimo EU)**. Centrum by mělo být **podporováno finančně z českých národních zdrojů** (MPSV, MV apod.), a to z **důvodu dlouhodobé udržitelnosti**. Z příkladu dobré praxe z Rakouska bylo zjištěno, že Ministerstvo vnitra, Ministerstvo spravedlnosti, apod. finančně podporují z národních zdrojů (ne pouze z evropských projektů) dvě rakouské neziskové organizace LEFÖ a MEN. Vybrané rakouské neziskové organizace mají garantováno mandatorní financování na základě smlouvy, které je ustanoveno také v zákoně.

4) Založit **ohlašovací linku a e-mailovou adresu, která by v naléhavých situacích pomáhala občanům řešit jejich případy spojené s nelegálním pobytem, prací, apod.** Jednalo by se o informace poskytované státem a zabezpečené ochranou dat a soukromí. Mohli by zasílat i anonymní oznámení. Inspirace od rakouského partnera Bundeskriminalamt.

5) V České republice by mohla být zřízena **Finanční policie dle vzoru rakouského modelu**. Orgán by mohl být **ustanoven z pracovníků Celních úřadů a Oblastních inspektorátů práce či začleněním do působnosti Celní správy ČR**, jako uniformované a ozbrojené složky. Rakouský model zaměřený na ucelenou oblast kontrol, které provádí právě finanční policie, se jeví jako efektivní. Zároveň jde o krátkou dobu její činnosti (vznikla 1. 7. 2013), proto by bylo vhodné po určité době provést zhodnocení dosavadní činnosti finanční policie a dle vypracované analýzy zvážit doporučení pro ČR.

6) **Inspirace rakouským portálem pro pomoc cizincům** pro portál MPSV www.cizinci.cz.

7) Situace pracovníků v domácnosti je problematická – jedná se o skrytou práci, kterou není možné kontrolovat. Doporučení pro ČR **naplánovat výzkum o pracovnících v domácnosti v ČR**. Možná inspirace z Rakouska – organizace LEFÖ atd.

5.2 NÁVRH KONCEPCE

Vize: *občané členských zemí EU mají volný přístup na český trh práce v plném rozsahu garantovaném zákonem o zaměstnanosti a příslušnými mezinárodními dokumenty, znají svá práva a povinnosti, mohou zde legálně pracovat, požívají plné ochrany platné české legislativy a za svou práci jsou adekvátně odměňováni, aniž by z nich někdo jiný získával neoprávněný prospěch.*

Předpoklad úspěchu: existuje jednotná koncepce v oblasti boje proti pracovnímu vykořisťování.

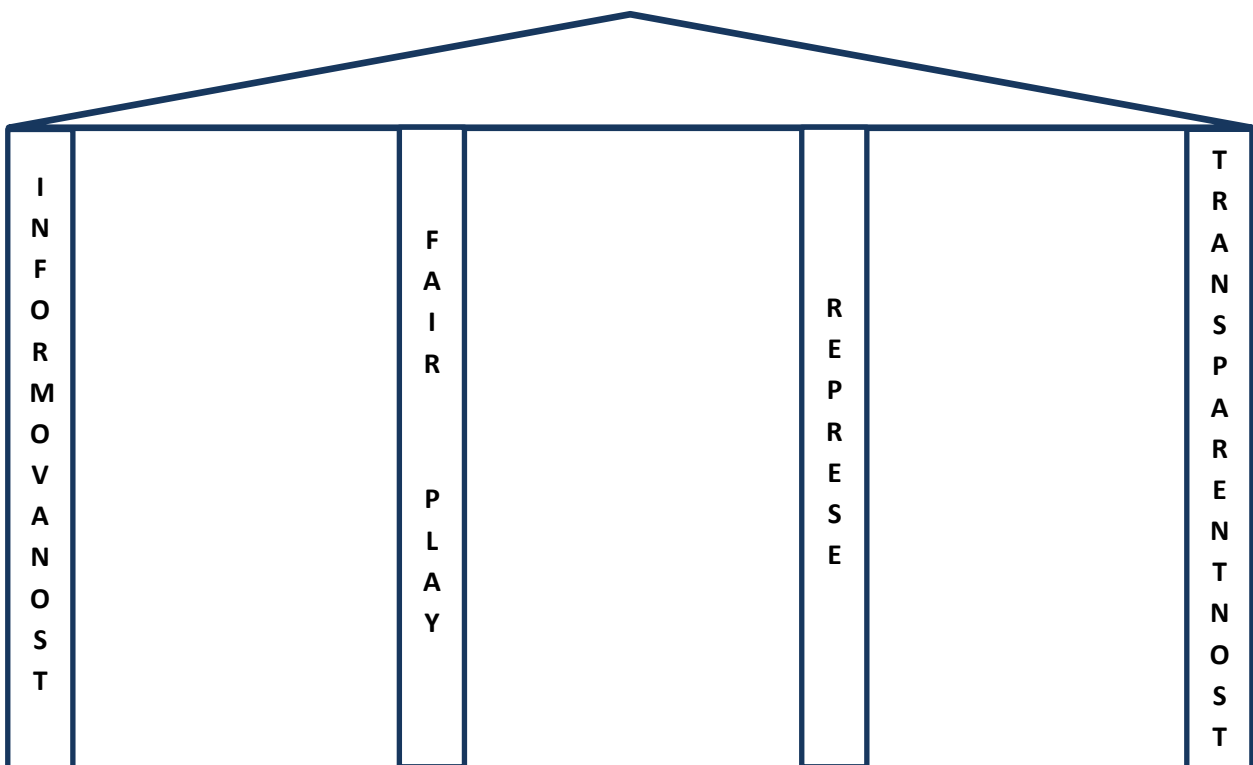
4 PILÍŘE KONCEPCE

informovanost (zvýšení informovanosti a osvěta u cílové skupiny i široké veřejnosti; podpora prevence)

transparentnost (jasná definice pracovního vykořisťování; zpřehlednění trhu práce - zejména evidence dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr a odpracovaných hodin)

fair play (férový trh práce - netolerování vykořisťování a obcházení zákona, stejné podmínky pro všechny, plus podpora poctivých zaměstnavatelů a agentur)

represe (efektivní kontroly a spolupráce více složek - CP, FÚ, CÚ; legislativní změny - zavedení trestného činu nevyplacení mzdy, změny směřující k zajištění lepší vymahatelnosti práva, zřízení specializovaných pracovních soudů nebo pracovněprávních senátů)



6 PŘÍLOHY

příloha č. 1 - vzor dotazníku v českém jazyce

příloha č. 2 - vzor dotazníku v bulharském jazyce