

基層婦女面對的職場性騷擾

香港婦女勞工協會
胡美蓮

2018.3.5

女工會—推廣員及零散工工會

香港婦女勞工協會(女工會)：

1989年成立，以受薪在職及無酬勞動婦女為服務對象。

關注就業市場的性別不平等、及歧視的問題；

提供諮詢服務和個案工作、以及政策倡議工作

支援在職婦女爭取權益，協助成立工會，包括「推廣員及零散工會」

推廣員及零散工工會(promoter工會)：

2012年成立，會員主要是從事產品推廣(promoter)，由受聘公司外派到零售場(各超市/百貨公司/酒樓..)工作，多數是零散就業。

如超市promoter或啤酒promoter，屬「派遣勞工」，同一公司的同事不會一齊工作，面對的其他公司的員工、顧客

產品推廣員性騷擾調查：

職場性騷擾調查

2009年，啤酒promoter性騷擾調查

2014年，超市產品promoter 性騷擾調查

2017年，超市產品promoter 工作間歧視及性騷擾調查

形式：問卷、訪談

調查小組派人應徵(啤酒女郎、超市promoter)

跟進：個案跟進、宣傳教育、政策倡議

產品推廣員性騷擾調查結論：

- ◎ 超市產品promtoer 2014調查

- ◎ 訪問482名分別在32間超市工作的產品推廣員，發現她們對性騷擾認知低。

最初只有10%受訪者表示曾遭性騷擾，但當向她們舉出具體例子時，最終發現原來有逾80%人曾受到顧客或超市職員性騷擾



產品推廣員性騷擾調查結論：

- ◎ 60%受訪者曾聽過同事說黃色笑話，45%稱有顧客講黃色笑話；其他常見騷擾包括評論外表、身材及故意碰撞身體。
- ◎ 受害人遇到性騷擾大多感不知所措、憤怒及委屈
- ◎ 普遍選擇避開，甚至當沒事發生過，僅2.3%表示想報警。
- ◎ 所有受訪者均覺得向所屬的超市投訴沒有用，而32間超市更全數沒有相關指引。

啤酒推廣員面對的性騷擾



啤酒promoter：

- ◎ 訪問了37位，在酒吧、中式食肆及大牌檔工作的啤酒推廣員
- ◎ 七成受訪者表示曾受顧客性騷擾
- ◎ 25%受訪者曾被邀約，20%曾遭觸摸身體部位及在其周圍說「黃色笑話」
- ◎ 有推廣員曾被「胸襲」，亦有顧客邀約失敗後，跟蹤推廣員返家，令她感到安全受威脅。

啤酒推廣員面對的性騷擾

- 1) 觸摸身體部位
 - 2) 在其周圍說與性有關的笑話
 - 3) 對外表及身材加以評論
 - 4) 談話內容與性或性器官有關
 - 5) 展示淫褻的表情
- ◎ 逾六成推廣員所屬的啤酒公司不會跟進員工指被性騷擾的投訴。
 - ◎ 「就算其餘三成五會跟進，就係叫promoter自己避開，最多就係調去其他場所。」

基層就業處境與性騷擾

超市百貨產品推廣員：

- 超市推廣員多為散工及外派員工
- 推廣公司懶理推廣員被「博懵」，甚至嘲諷推廣員「你以為自己好靚咩？」
- 部份超市甚至會懲罰受害人，將她們列入黑名單



“歧視/偏見”令性騷擾“合理化”

- ◎ 睇低該行業/污名化，是一種歧視/偏見

- ◎ 如啤酒女郎，年輕女工：一般人以為..

“著得性感”自招騷擾、“不正經行業”...

所以，“預左被人性騷擾”、或者“為此而增加貼士”...

- ◎ 變相姑息了騷擾者，甚至轉為責怪受害者

- ◎ 啤酒女郎的工作內容不包括陪飲酒或猜枚..

就業新趨勢、性騷擾條例形同虛設

- 2014年12月3日立法會通過修訂《條例》，擴大保障至被顧客性騷擾服務業員工；
- 但是條文並無說明顧客違法性騷擾，後果如何及處理程序如何？
- 發生事件時，這些外派勞工應向場主投訴、還是搵僱主處理？
- 「你有無證據？」... 無證據去定一個人罪，會引發其他問題，但是除了受害人有「責任」去「搵證據」，法例和公司是否應積極預防和處理？

性騷擾條例如何回應零散就業趨勢？



- ◎ Promoter的僱主、超市場主負責人的責任如何界定？
”僱主要為顧客向僱員作出的性騷擾行為承擔「轉承責任」
- ◎ 向場主還是僱主投訴？
- ◎ 顧客被即場投訴性騷擾，誰有權留下其個人資料作日後跟進？

預防及阻嚇

場主的責任：

- 在公眾地方，展示和宣傳
- 要有指引，由接受投訴、即場處理、到跟進
- 有投訴要與推廣員公司共同處理
- 對員工要有培訓

聘請推廣員的公司：

- 有責任接受投訴及向超市場主共同處理
- 要有指引和接受投訴機制

預防及阻嚇

政府的責任：

- ◎ 規定聘請超過30人的公司要制定防性騷擾措施；包括：接受投訴、即場處理、到跟進程序
- ◎ 協助小企在制定政策方面工作
- ◎ 為受害人/投訴人提供更多法律意見