

Polska jest kobietą i co z tego wynika

Michał Radkowski 13 listopada 2018 | 06:04



Finał 'Przeglądu 'Praktycy o Różnorodności' podczas IV Kongresu Różnorodności 'O tolerancji' (Artur Kowalczyk)



Kobiety w naszym kraju mają ogromny potencjał - przekonują organizatorzy konferencji "100 lat praw wyborczych kobiet w Polsce. Praca, rodzina, rozwój. Perspektywa równych szans". Wśród uczestników m.in. prof. Ewa Łętowska, dr Ewa Woydyłło-Osiatyńska czy Janina Ochojska.



Ten artykuł czytasz w ramach **bezpłatnego limitu**

W roku stulecia niepodległości Polski mało kto pamięta, że to właśnie w 1918 roku kobiety w naszym kraju uzyskały prawa wyborcze. Znacznie wcześniej niż Francuzki, Hiszpanki, Portugalki czy Szwedki. Tę ważną rocznicę chcą przypomnieć organizatorzy wydarzenia w Centrum Konferencyjnym POLIN.

Konferencja to tegoroczna emanacja Kongresu Różnorodności, zainicjowanego w 2014 r. przez firmy Henkel Polska i BETTER, cyklicznego wydarzenia, które każdego roku zrzesza szerokie grono specjalistów, ekspertów, praktyków, przedstawicieli biznesu, organizacji pozarządowych, świata nauki i mediów wokół tematu zarządzania różnorodnością. Współorganizatorem konferencji jest także Forum Odpowiedzialnego Biznesu – organizacja typu think-and-do-tank,

NAJCZĘŚCIEJ CZYTANE



Zamaskowany narodowiec ścigany za atak na reporterkę "Wyborczej"



Skusiłem się na Marsz Niepodległości. I teraz żałuję [Felieton]



Prezydent Andrzej Duda podpisał deklarację odbudowy Pałacu Saskiego. "Każdy będzie mógł załatwić tam swoje sprawy"



W obronie zwierząt będą protestować przed prokuraturą. Impulsem "działania poseł Krystyny Pawłowicz"



Młodzież Wszechpolska wskazuje, kto spalił flagę Unii Europejskiej. Dostaną 5 tys zł nagrody?



Jeże w Warszawie są niedożywione. Jak im pomóc i czym nakarmić?



Minister o manifestacji w Święto Niepodległości: "W dużej mierze pokojowa". Doszło do sześciu incydentów

pozostająca inicjatorem i partnerem przedsięwzięć kluczowych dla polskiego CSR.

Warto wspierać kobiety

Tegoroczna konferencja w całości jest poświęcona sytuacji kobiet w Polsce, zarówno w ujęciu historycznym, jak i przyszłych szans i możliwości.

– Będziemy rozmawiali m.in. o roli kobiet w budowaniu tożsamości, rozwoju rynku pracy i gospodarki polskiej na przestrzeni ostatnich stu lat i współcześnie, a także o perspektywach dalszego rozwoju – mówi Marzena Strzelczak, dyrektorka Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

W zrozumieniu sytuacji współczesnych Polek pomogą zaproszone ekspertki: prof. Ewa Łętowska, pierwsza w Polsce rzecznik praw obywatelskich, dr Sylwia Spurek, zastępczyni rzecznika praw obywatelskich, prof. Joanna Tyrowicz z Zakładu Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych na Uniwersytecie Warszawskim, dr Ewa Woydyłło-Osiatyńska, doktor psychologii, psychoterapeutka, publicystka i autorka wielu książek. Panie wygłoszą miniwykłady wprowadzające do poszczególnych paneli tematycznych: „Kobiety w polityce i życiu społecznym”, „Kobiety i biznes”, „Praca i życie poza pracą” oraz „Rola kobiet w budowaniu tożsamości”. Dowiemy się z nich m.in., jakie są największe wyzwania, z którymi kobiety mierzyły się od czasu nadania im praw wyborczych. Ekspertki przeanalizują także obecną sytuację, biorąc pod uwagę możliwości zwiększenia szans rozwoju zawodowego i osobistego Polek w najbliższej przyszłości. – Celem spotkania będzie także pokazanie, że kwestia równości płci dotyczy wszystkich kobiet, nie tylko tych pracujących na wysokich stanowiskach czy aspirujących do zarządów i rad nadzorczych – dodają organizatorzy.

– Kobiety w naszym kraju mają ogromny potencjał. Realizują się w życiu społecznym, kulturalnym i zawodowym. Warto je wspierać i mówić o ich sprawach wśród szerokiej publiczności, a to wydarzenie jest do tego idealną okazją – przekonuje Dorota Strosznajder z firmy Henkel, inicjatorka i współorganizatorka Kongresu Różnorodności. I przypomina: – Od samego początku kongres aktywnie włącza się w budowanie otwartych społeczności równych szans, dla których nadrzędną wartością jest szacunek dla drugiego człowieka, bez względu na jego płeć, wiek, pochodzenie czy przekonania. W ślad za tym zobowiązaniem nasza firma została sygnatariuszem Karty Różnorodności.

Do dziś podpisało ją w Polsce ponad 230 firm, instytucji państwowych i organizacji pozarządowych. W ten sposób zobowiązują się do przeciwdziałania dyskryminacji w miejscu pracy i wspierania idei różnorodności. – To jest międzynarodowy program, mocno wspierany przez Komisję Europejską. Podpisując Kartę, wzięliśmy odpowiedzialność za promowanie tej idei na zewnątrz – wyjaśnia Karolina Szmidt, dyrektor personalna w Henkel Polska.

Dobre praktyki w polskich firmach

Jednym z najważniejszych elementów kongresu stał się przegląd „Praktycy o różnorodności” prezentujący najbardziej innowacyjne i angażujące dobre praktyki w zakresie zarządzania różnorodnością, podpatrzone w polskich firmach. Przegląd będzie również elementem tegorocznej konferencji. Do wzięcia udziału w przeglądzie zapraszane są

zarówno małe i średnie przedsiębiorstwa, międzynarodowe korporacje, jak i organizacje pozarządowe i instytucje publiczne.

W tym roku podczas 1,5-godzinnej sesji zaprezentują się m.in.:

Portal NEWSMAVENS.COM – pierwszy europejski serwis dziennikarski stworzony wyłącznie przez kobiety – nie tylko dla kobiet. Serwis tworzy 15 dziennikarek z 12 mediów, m in. irlandzkiego „The Irish Times”, austriackiego „Der Standard”, słowackiego „Dennika N” oraz włoskiego „MicroMega”. Wybierają one najciekawsze i najważniejsze teksty z mediów newsowych w Europie, a następnie opisują je na nowym serwisie w języku angielskim;

Fundacja Miejsce Kobiet – na co dzień tworząca przestrzeń służącą wsparciu i samorealizacji kobiet. Fundacja prowadzi między innymi projekt aktywizacji zawodowej dla kobiet „W drodze do pracy” skierowany do kobiet, które przez dłuższy czas pozostają bez pracy;

Fundacja Ocalenie, która działa na rzecz edukacji i aktywizacji zawodowej młodych uchodźczyń i uchodźców, a także wspiera migrantów i migrantki w integracji oraz indywidualnym rozwoju. Organizacja od 18 lat działa na rzecz dialogu międzykulturowego i wzmacniania społeczeństwa obywatelskiego;

Pirs Creative Lab – firma wprowadzająca rozwiązania zmieniające świat na lepszy dla osób, które borykają się z różnego rodzaju niepełnosprawnościami. Korzysta przy tym z nowatorskich urządzeń elektronicznych oraz nowoczesnych oprogramowań. Firma nie tylko tworząca rozwiązania dla niepełnosprawnych, ale również założona przez osobę niewidomą;

Leżę i Pracuję – to pierwsza agencja marketingowa, która powstała po to, by dać pracę osobom sparaliżowanym. Osoby niepełnosprawne pod okiem ekspertów uczą się świadczenia usług marketingowych, np. obsługi mediów społecznościowych, projektowania graficznego czy tworzenia stron internetowych.

Przedstawiciele firm opowiedzą o swoich doświadczeniach w prowadzeniu działań otwierających organizacje i społeczeństwo na różnorodność.

KONFERENCJA

Odbędzie się w poniedziałek, 19 listopada w Centrum Konferencyjnym POLIN w Warszawie (ul. Anielewicza 6). Rejestracja już się zakończyła, ale relację ze wszystkich paneli będzie można śledzić na profilu facebookowym Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Szczegółowy program na stronie www.odpowiedzialnybiznes.pl/100lat/program.

ROZMOWA Z KAROLINĄ SZMIDT, dyrektorką personalną w Henkel Polska



Karolina Szmidt Dariusz Iwanski

Michał Radkowski: W pięcioosobowym zarządzie Henkel Polska jest tylko jedna kobieta. To pani. Czy to właśnie element różnorodności w firmie?

Karolina Szmidt: – Mam nadzieję, że to pierwsza jaskółka. Wcześniej zarząd był jednoosobowy. Cieszę się, że jestem pierwszą kobietą w polskim oddziale na tak wysokim stanowisku. Ale na przykład w krajach bałtyckich proporcja jest odwrotna, zarząd naszej firmy stanowią tam cztery kobiety i jeden mężczyzna.

I tak jest lepiej?

– Potrzebna jest równowaga, bo dzięki temu ścierają się różne punkty widzenia. Wiele napisano już o płci mózgu i różnicach w patrzeniu na te same sprawy przez kobiety i mężczyzn. I trudno się z tym nie zgodzić. Praktyka różnorodności w firmach polega na tym, by uwzględniać te odmienne perspektywy.

Na spotkaniach zarządu udaje się pani przeforsować swoje pomysły?

– Ostatnio to podliczyłam i wyszło mi, że ponad 80 procent moich projektów przeszło. Czyli udało mi się do nich przekonać kolegów z zarządu. Zresztą w tych spotkaniach uczestniczą także dwie nasze koleżanki: szefowa działu komunikacji i szefowa prawników, więc można rzec, że jest niemal równowaga. Dziewczyny nie są wpisane do KRS, ale też są bardzo aktywne. A mówiąc na poważnie, to polityka różnorodności jest stosowana w Henkle od dawna i nie ma znaczenia, czy ktoś jest kobietą, czy mężczyzną. Liczą się argumenty. Jeśli mam pomysł i chcę go wdrożyć w firmie, to muszę umieć skutecznie przekonać pozostałych.

Pani ma tę przewagę, że jest specjalistą od „rozgrywania” ludzi. Odpowiada pani za rekrutację, program rozwoju pracowników, tworzenie dobrej atmosfery w zespole.

– Swoją misję postrzegam bardziej jako łącznik między trzema działami w naszej firmie. Każdy ma swoich dyrektorów, swoje struktury i cele biznesowe. To tak jakby trzy firmy działały w ramach jednej. Dlatego jako szefowa HR staram się między nimi budować mosty i stwarzać im przestrzeń do dialogu i wymiany doświadczeń. Mam tę przewagę nad innymi, że wiem, co się dzieje w każdym dziale. Wykorzystujemy coraz więcej programów, które pozwalają im ze sobą współpracować.

A jak to się ma do praktyki różnorodności?

– Szanujemy siebie nawzajem. I nie ma znaczenia, czy ktoś jest dyrektorem, czy pracownikiem niższego szczebla. Gdy przyszłam tu pracować cztery lata temu, byłam zaskoczona tym, co zastałam. Zobaczyłam ludzi w garniturach, w podartych dżinsach, w T-shirtach, z tatuażami, ktoś mówił „hejka”. Zastanawiałam się, czy faktycznie jestem w międzynarodowej korporacji. Bo w poprzedniej firmie, gdzie

pracowałam, wszyscy byli elegancko ubrani. I wtedy się przekonałam, że idea różnorodności, którą szczyli się Henkel, faktycznie jest realizowana. Różnimy się sposobem komunikacji, poglądami, ale firmie to nie przeszkadza. I właśnie o taki rodzaj szacunku do drugiego człowieka nam chodzi. Różnorodność jest zapisana w naszej globalnej strategii. Mamy wspólne rozumienie tego, czym ona dla nas jest, wiemy, jak ją mamy wdrażać, jakie programy komunikacyjne realizować i jak chcemy ją mierzyć.

Jak?

– Po pierwsze, stawiamy na wielokulturowość. Zależy nam, by w centrali w Niemczech umieszczać na najwyższych stanowiskach najlepszych specjalistów także z Europy Środkowej i Wschodniej oraz z Afryki. To daje nam szeroką perspektywę patrzenia na przykład na oczekiwania klientów. Chcemy, żeby struktura pracowników odpowiadała strukturze konsumentów naszych produktów. Tylko wtedy będziemy w stanie lepiej zrozumieć ich potrzeby i oczekiwania.

Co jeszcze bierzecie pod uwagę przy określaniu różnorodności?

– Strukturę wieku. Ostatnio najbardziej stawiamy na nawiązywanie współpracy między najmłodszymi i najstarszymi pracownikami. I na tym polega cała sztuka, żeby wziąć to, co najlepsze od jednych i drugich i by namówić ich do dzielenia się wiedzą i umiejętnościami.

Jak udaje się pogodzić te często zupełnie nieprzystające do siebie światy, które łączy tylko miejsce pracy?

– Czasem faktycznie między nimi iskrzy, także u nas w firmie. Dużo mówi się o tym, że starsze pokolenia narzekają na dwudziestolatków, że ci od razu chcą mieć superpensje, są roszczeniowi. My postanowiliśmy nie narzekać i zmierzyć się z problemem. Dwa lata temu zaczęliśmy prowadzić warsztaty z komunikacji międzypokoleniowej. Pokazaliśmy naszym pracownikom w różnym wieku, co ich dzieli, ale też zwróciliśmy im uwagę na to, co jest najlepsze w tej międzypokoleniowości. Chcemy, żeby i młodzi, i starsi czuli się w naszej firmie komfortowo.

Coś panią zaskoczyło podczas tych warsztatów?

– Okazało się, że młodzi ludzie mogą wiele nauczyć to starsze pokolenie, tzw. baby boomers, czyli 50+. Wcześniej zazwyczaj ci doświadczeni szkolili świeżaków. Jednak postęp technologiczny i umiejętność szukania informacji w internecie to przewaga, którą ma młodsze pokolenie. Realizowaliśmy też program Reverse Mentoring. Zgodnie z nim to nasi stażysci byli mentorami dla dyrektorów w obszarze nowych technologii. Dzięki temu nasz prezes założył sobie konto na Facebooku, bo trafił na świetną dziewczynę, która mu wszystko wytłumaczyła i dziś jest aktywny nie tylko na FB, ale też prowadzi własnego bloga.

Nie było obawy, że sodówka uderzy stażystom do głowy?

– Nie zauważyliśmy tego. Oni pokazali, że stanowią wartość dla organizacji i że to nie jest tak, że starsi wszystko wiedzą. Okazało się, że ci młodzi ludzie bardzo szybko mogą uzupełnić braki u pracowników z dłuższym stażem. Ale od trzech lat realizujemy też tradycyjny program mentoringu, gdzie spotyka się doświadczony mistrz i jego uczeń. Staramy się odpowiednio dobierać pary. W ten sposób doceniamy doświadczonych menedżerów, którzy spełniają się w nowej roli, a młodzi i ambitni pracownicy, którzy chcą się rozwijać i awansować, mają bezpośredni dostęp do kadry zarządzającej. Wiadomo, że nie da się nakazać, by wszyscy nagle się polubili. Musi minąć trochę czasu, dlatego nieustannie realizujemy takie programy, żeby współpraca między pracownikami się poprawiała.

Była wielokulturowość, struktura wieku. Jest coś jeszcze, co definiuje realizowaną przez firmę różnorodność?

– To liczba kobiet wśród ogółu populacji pracowników. Obecnie stanowią one 30 procent zatrudnionych w naszej firmie. Ale najbardziej zależy nam, by jak najwięcej z nich pracowało na stanowiskach kierowniczych. Chcemy, żeby co roku ten wskaźnik rósł o jeden punkt procentowy. Teraz jest on na poziomie 38-39 procent. Jednym z działań, jakie prowadzimy w Polsce od 2013 roku w celu wyrównywania szans pracowników obu płci, jest program Women in Leadership. Jego uczestniczki biorą udział w spotkaniach tematycznych, warsztatach, treningach i w ten sposób rozwijają swoje menedżerskie umiejętności.

Jest taka powszechna opinia, że jak kobiety zajmują stanowiska menedżerskie, to biznes lepiej się kręci. Jest w tym dużo prawdy?

– Biznes się lepiej kręci, gdy jest dobry lider. I nie ma znaczenia, czy jest to kobieta, czy mężczyzna. Dobry lider otacza się ludźmi bardziej kompetentnymi od siebie, słucha innych i podejmuje decyzje w oparciu o to, co podpowiadają mu eksperci. U nas nie ma parytetów. Natomiast cały czas walczymy o to, żeby kobiety miały równe szanse. Podczas rekrutacji nie patrzymy na płeć tylko po to, by poprawić sobie statystyki. Bierzymy pod uwagę kompetencje i potencjał.

Z badań wynika, że zespoły różnorodne płciowo, wiekowo, narodowościowo generują wyższe zyski dla swoich firm. Dlaczego?

– Cała mądrość tkwi w ludziach. Im większa grupa indywidualistów, tym lepiej dla przedsiębiorstwa. Jeśli stworzymy im warunki do swobodnej pracy, takiej, gdzie każdy będzie mógł zabrać głos, zespół będzie bardziej kreatywny i stworzy rozwiązania znacznie lepsze niż w zespołach jednorodnych. To się sprawdza.

A to nadal rzadkość w polskich realiach, gdzie niewielu pracowników może się pochwalić miękkimi kompetencjami, takimi jak umiejętność pracy w grupie, komunikatywność, otwartość na świat.

– Mam świetne porównanie, bo pracowałam w polskiej firmie, w której właściciel wydawał polecenia i oczekiwał ich wykonania. To autokratyczny styl zarządzania, zabójczy dla kreatywnych jednostek. Te silniejsze jeszcze na początku coś próbują zdziałać, ale gdy widzą stanowczy opór, wycofują się i wchodzą w wyznaczoną przez dyrektora rolę. Przykład idzie z góry. Teraz pracuję w międzynarodowej firmie, gdzie funkcjonuje to zupełnie inaczej. Tu szef jest otwarty, słucha ludzi i stwarza im przestrzeń do samorealizacji. Możemy podziękować firmom międzynarodowym, które wprowadziły w Polsce zupełnie inny styl relacji szef – pracownik. Okazało się, że inaczej, często znaczy lepiej. Pracownik, który może wyrazić własne zdanie, czuje się lepiej w firmie, bardziej mu się chce, szczególnie jeśli zaproponowane przez niego rozwiązanie jest później wdrażane. A jak bardziej mu się chce, tym więcej daje z siebie. No i firma na tym korzysta. Z naszych wewnętrznych badań wynika, że zaangażowanie pracowników przekłada się wprost proporcjonalnie na wyniki biznesowe.



Artykuł otwarty w ramach bezpłatnego limitu

**Fakty tworzą całość. Zyskaj je na Wyborcza.pl
od 10 zł miesięcznie**

Wyborcza.pl to dziennikarze w całej Polsce. Piszemy o tym, co ważne dla Ciebie, Twojej okolicy, Polski i świata. Zyskaj dostęp do tej codziennej porcji niezbędnych informacji.