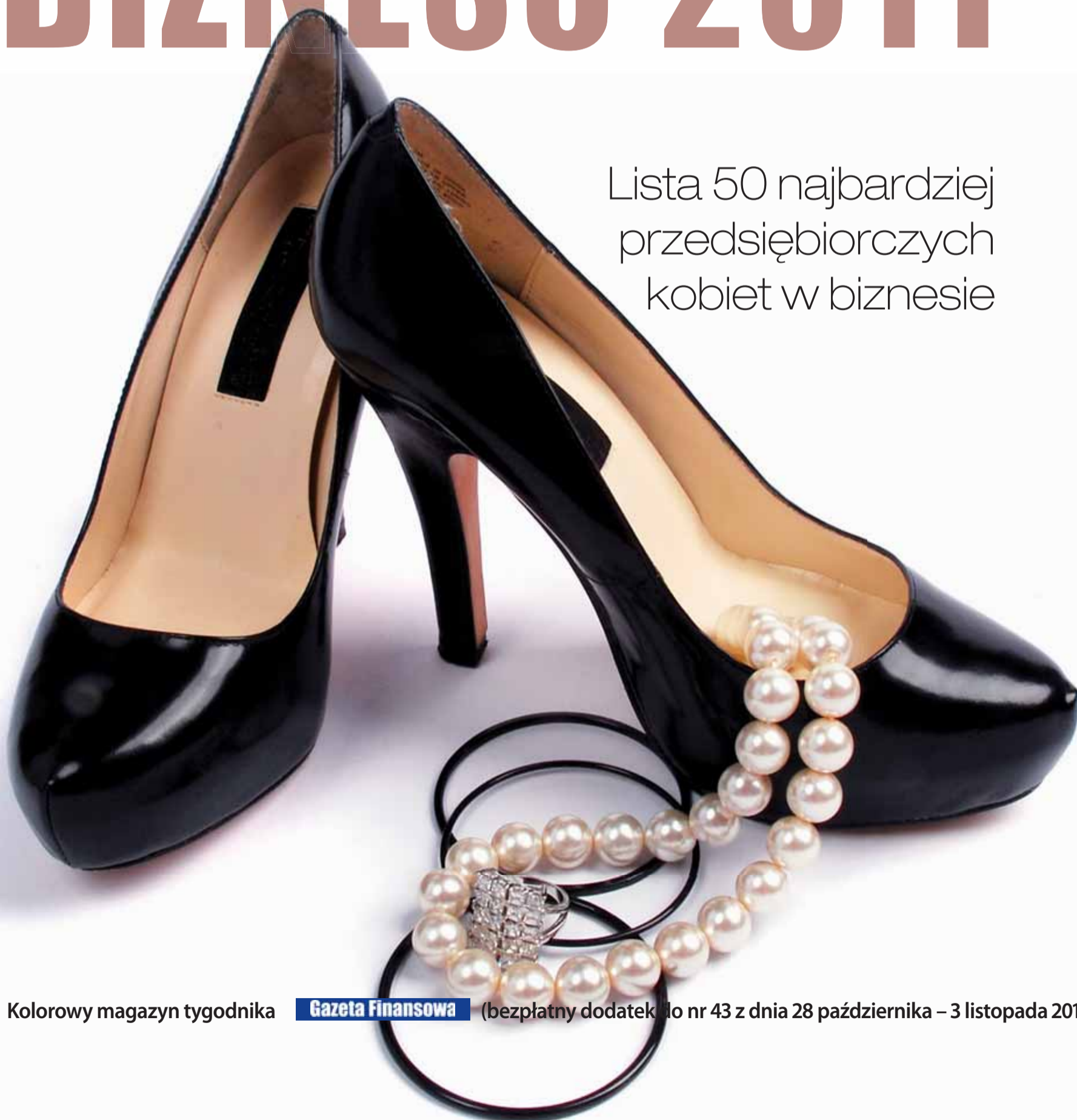


Gazeta Finansowa

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU 2011

Lista 50 najbardziej
przedsiębiorczych
kobiet w biznesie



Kolorowy magazyn tygodnika

Gazeta Finansowa

(bezpłatny dodatek do nr 43 z dnia 28 października – 3 listopada 2011 r.)

WSZECHSTRONNY

SAMOCHÓD

BEZPIECZEŃSTWO CZYNNIE SIŁA DZIAŁANIA SYMETRYCZNA RÓWNOWAGA RADOŚĆ PODRÓŻY NA SZCZYGIE MOŻLIWOŚCI BEZPIECZEŃSTWO BIERNE STYL W WIELKIM MIEŚCIE POJEMNOŚĆ ŻYJ MOCNO ZANURZ SIĘ W BRZMIENIU



DLA PRZEDSIĘBIORCZYCH Kobiet BIZNESU



SUBARU

Confidence in Motion

www.subaruxv.pl



P.U.H. Grafix, Al. Tysiąclecia Państwa Polskiego 71, 15-111 Białystok, tel. 85 662 33 36 • „Wawrosz” sp.j., ul. Warszawska 158, 43-300 Bielsko-Biała, tel. 33 827 10 30 • REISKI, ul. Gajowa 2, 85-087 Bydgoszcz, tel. 52 32 175 32 • IDEaAuto sp. z o.o., Al. Wojska Polskiego 17/19, 42-208 Częstochowa, tel. 34 366 35 72 • P.H.U. Zdanowicz, Al. Grunwaldzka 256a, 80-314 Gdańsk, tel. 58 554 32 06 • Firma Motoryzacyjna „Ligęza” sp. z o.o., ul. Wincentego Pola 28, 58-500 Jelenia Góra, tel. 75 642 14 82 • MM CARS Sp. z o.o., ul. Lotnisko 81, 40-271 Katowice, tel. 32 787 33 33 • SOLO Krzysztof i Wojciech Słabiak, Dąbrowa 346b, 26-001 Kielce (Masłów), tel. 41 362 62 00 • Emil Frey Polska S.A., ul. Josepha Conrada 45, 31-357 Kraków, tel. 12 638 69 17 • Technotop Sp. z o.o., Al. Kraśnicka 150A, 20-713 Lublin, tel. 81 74 88 714 • Subaru Point sp. z o.o., Al. Włókniarzy 234a, 90-556 Łódź, tel. 42 634 03 89 • F.H.U. Gruchel, ul. Różana 1, 43-195 Mikołów, tel. 32 226 20 92 • P.U.H. „Auto Complex”, 33-311 Wielogłowy 188, Nowy Sącz, tel. 18 440 00 30 • Solix Sp. z o.o., ul. Lubelska 40, 10-408 Olsztyn, tel. 89 534 29 29 • Kocar W.M.P.P. Kociątkowscy sp.j., ul. Dąbrowskiego 529a, 60-451 Poznań, tel. 61 842 03 69 • ITS A. MICHALCZEWSKI, ul. Ks. Łukasika 5, 26-600 Radom, tel. 48 384 20 20 • Sobiesław Zasada Automotive Sp. z o.o. Sp. k., ul. Podwistocze 38c, 35-309 Rzeszów, tel. 17 850 37 40 • Agrykolex sp. z o.o., ul. A. Struga 78, 70-777 Szczecin, tel. 91 812 78 81 • Subaru A. Koper, Al. Krakowska 151, 02-180 Warszawa, tel. 22 886 60 81 • Styl Subaru Dukiewicz sp.j., ul. Jubilerska 6, 04-190 Warszawa, tel. 22 51 51 151 • Da Woj Sp. z o.o. Sp. K., ul. Wiosenna 44, 05-092 Warszawa (Łomianki), tel. 22 751 15 66 • JM Auto sp. z o.o., ul. Krakowska 1, 50-424 Wrocław, tel. 71 352 81 90

Subaru zaleca produkty:





PERŁY POLSKIEGO BIZNESU 2011

Dobrze zorganizowane, przedsiębiorcze i zdecydowane – takie są kobiety, które wyróżniłyśmy w naszym zestawieniu do dodatku „Perły Polskiego Biznesu”.

W XXI w. wymaga się od kobiet, by były inteligentne i seksowne, a przy tym chce się w nich widzieć dobre matki i wzorowe opiekunki domowego ogniska. Na pierwszy rzut oka te dwie postawy są nie do pogodzenia. Jednak wyróżnione przez nas Panie są najlepszym dowodem na to, że wszystko jest możliwe. Może wynika to z niebywalej umiejętności kobiet, które mają podzielną uwagę i potrafią pogodzić wiele różnych sfer życia jednocześnie. A może taką postawę wymusza na nas świat. Niemniej nasze Wyróżnione świetnie radzą sobie w tej roli. Swoimi postawami udowadniają, że zjawisko szklanego sufitu i lepkiej podłogi ich nie dotyczy.

W Polsce od roku 1989 dużo się zmieniło i nadal zmienia – tak też jest z mentalnością naszego społeczeństwa – mniej ważna staje się płeć, bardziej liczą się umiejętności osób wybieranych na ważne stanowiska w firmach. Są też tacy, którzy wprost mówią, że wolą pracować z kobietami. Jak zauważa Jakub Chojnacki, wiceprezes Bilfinger Berger Budownictwo – firmy, działającej w typowo męskiej branży: „Kobiety potrafią szybko zjednać i podporządkować sobie odpowiedni zespół. Jeśli ktoś liczy, że kobieta szef to chodząca łagodność, może bardzo się przeliczyć. Z mojego doświadczenia wynika, że kobiety na zarządczych stanowiskach są często bardziej stanowcze od mężczyzn, a kobieca dobrotliwość i łagodność to mit. Cechy stereotypowo wiązane z kobietami, takie jak irracjonalność czy zbytnia emocjonalność, zdają się być wyparte, gdy w grę wchodzi biznes”.

Nasz ranking to lista 50 Kobiet pracujących w różnych branżach. Sylwetki 25 z nich pozwoliliśmy sobie Wam, drodzy Czytelnicy, przybliżyć. Wyróżnione kobiety doceniliśmy za przedsiębiorczość, zorganizowanie, a przede wszystkim za łamanie stereotypów. Gratulujemy wyróżnionym Paniom, a Państwu życzymy miłej lektury.

Redakcja

50 najbardziej przedsiębiorczych kobiet w biznesie

Lp.	Imię i nazwisko	Nazwa firmy	Stanowisko
1	Małgorzata Adamkiewicz	Adamed	wiceprezes/dyrektor zarządzający
2	Magdalena Bartoś	Zelmer	członek zarządu, dyrektor finansowy
3	Anna Biendora	Polska Grupa Farmaceutyczna	wiceprezes
4	Edyta Brykała	Noble Concierge	dyrektor zarządzająca
5	Danuta Czajka	Impel	wiceprezes
6	Dorota Czarnota	Russel Reynolds Association	dyrektora zarządzająca
7	Ewa Bryx-Sołtysik	BRE Leasing	wiceprezes
8	Anna Horsecka	PTE Polsat	prezes
9	Anna Jaskólska	Cyfrowy Polsat	członek zarządu
10	Teresa Kamińska	Pomorska Specjalna Strefa Ekonomiczna	prezes
11	Barbara Kaszowicz	Farmacol	wiceprezes
12	Ewa Kawecka-Włodarczyk	PKiN	prezes
13	Zuzanna Kłys	Business Support Solution	prezes
14	Małgorzata Kołakowska	ING Bank Śląski	prezes
15	Katarzyna Kopaczewska	Eurocash	członek zarządu, dyrektor personalna
16	Iwona Kossman		
17	Danuta Kowalczyk	SGB Bank	wiceprezes
18	Bożenna Kozakiewicz	Polpharma SA	wiceprezes
19	Xenia Kruszewska	Medica Polska	prezes
20	Joanna Krzyżanowska	Meritum Bank	wiceprezes
21	Izabella Łukomska-Pyżalska	Family House/Warta Poznań	wiceprezes/prezes
22	Joanna Makowiecka	Budimex	członek zarządu
23	Beata Matecka	Business Consulting Group	prezes
24	Bogusława Matuszewska	Polkomtel	wiceprezes
25	Ewa Miszczak	RMF FM	wiceprezes
26	Beata Mońka	CANAL+ CYFROWY	prezes
27	Monika Morali-Efinowicz	Advent International	dyrektor zarządzająca
28	Agnieszka Mosurek-Zava	Douglas	prezes
29	Wiesława Musiał	PLL LOT S.A.	członek zarządu
30	Jolanta Musielak	Volkswagen	członek zarządu
31	Marzena Myszowska	PSE Operator	członek zarządu
32	Joanna Monika Nieckarz	UPC	wiceprezes
33	Justyna Piesiewicz	IABC	prezes
34	Grażyna Piotrowska-Oliwa	PKN Orlen	członek zarządu
35	Katarzyna Przybysz	GTECH	wiceprezes HR
36	Anna Rulkiewicz-Kaczyńska	LUX-MED	prezes
37	Joanna Schmid	TAURON Polska Grupa Energetyczna	wiceprezes
38	Anna Sieńko	IBM Polska	dyrektor generalna
39	Barbara Sissons	Mennica Polska	członek zarządu, dyrektor ds. finansowych
40	Elwira Sokołowska	Sage	prezes
41	Dorota Soszyńska	Oceanic	współwłaścicielka i dyrektor kreatywna
42	Iwona Sroka	Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych	prezes
43	Joanna Strzelec	Kampania Węglowa	prezes
44	Joanna Szyman	Scanmed Multimedis	prezes
45	Grażyna Tomala	Orlen Petro Centrum	wiceprezes
46	Grażyna Utrata	BPH	wiceprezes
47	Maria Wasiak	PKP	prezes
48	Sonia Wędrychowicz-Horbatowska	Citi Handlowy	wiceprezes
49	Alicja Wiecka	SAS Institute	dyrektor zarządzający
50	Monika Wittchen	Wittchen	wiceprezes

Tygodnik wydawany przez: **Gazeta Finansowa Sp. z o.o.**

Redaktor naczelny: Piotr P. Bachurski,

Biuro Reklamy: 00 - 491 Warszawa, M. Konopnickiej 6 lok. 227

tel./faks.: 022 339-05-50,

Agnieszka Prasowska **tel. 0 501 209 900** (a.prasowska@gazetafinansowa.pl),

Aleksandra Piekarska **tel. 0 512 382 737** (a.piekarska@gazetafinansowa.pl),

Skład: Magdalena Helberger (grafik@gazetafinansowa.pl)

Redakcja nie zwraca tekstów niezamówionych i zastrzega sobie prawo redagowania oraz dokonywania skrótów. Redakcja nie odpowiada za treść materiałów reklamowych.

Opinie dotyczące rynku kapitałowego są wyłącznie poglądami autorów. Ich źródłem są ogólnie dostępne informacje przekazywane przez spółki publiczne, m.in. w wymaganych prawem raportach.

Gazeta Finansowa © Wszystkie prawa zastrzeżone.

Reprodukcja lub przedruk wyłącznie za pisemną zgodą wydawcy.



Dr n. med. Małgorzata Adamkiewicz, współwłaściciel i wiceprezes Zarządu Grupy Adamed.

Jest współtwórczynią niespotykanego w prywatnych polskich firmach branży farmaceutycznej rozwoju firmy oraz badań innowacyjnych nad poszukiwaniem nowych leków i terapii na najważniejsze choroby cywilizacyjne, takie jak: cukrzyca, nowotwory, choroby ośrodkowego układu nerwowego. Posiada bogate doświadczenie menedżerskie na najwyższych szczeblach zarządzania firmą. Od 2006 r. pełni w Adamedzie funkcję Wiceprezesa Zarządu, Dyrektora Zarządzającego. W 2010 r. dokonała dwóch akwizycji – nabycia Polfy Pabianice oraz Agrofarmu i od tego momentu zarządza całą Grupą Adamed. Zarządzając operacyjnie

firmą, stworzyła warunki do współpracy z ośrodkami naukowymi i uczelniami, uruchomiła wiele inwestycji, skutkujących znacznym zwiększeniem miejsc pracy. Obecnie zarządza badaniami w ramach trzech programów badawczych: poszukiwaniem innowacyjnej terapii, mającej zastosowanie w leczeniu cukrzycy typu II, przygotowaniem leku będącego odpowiedzią na choroby ośrodkowego układu nerwowego oraz opracowaniem skutecznej terapii przeciwnowotworowej. W laboratoriach Grupy Adamed opracowano ponad 36 patentów i zgłoszeń patentowych na własne formuły leków. Odrębne

13 patentów i zgłoszeń patentowych dotyczy innowacyjnych molekuł. Jest współautorem ekspertowych sukcesów firmy oraz utworzenia filii Adamedu na Ukrainie i w Hiszpanii.

Małgorzata Adamkiewicz jest absolwentką Wydziału Lekarskiego Akademii Medycznej w Warszawie, lekarzem ze specjalizacją I i II stopnia w zakresie chorób wewnętrznych oraz specjalizacją z endokrynologii. Tytuł doktora nauk medycznych otrzymała w 2000 r. Jest członkiem Światowego Towarzystwa Endokrynologicznego. Posiada dyplom The Stockholm School of Economics Executive Educations.

Edyta Brykała, dyrektor zarządzająca



Absolwentka pedagogiki artystycznej na Uniwersytecie Śląskim, animacji w CREPS (Lille, Francja) oraz PR w warszawskiej SGH. Od 1992 związana była z branżą turystyczną, tworząc pionierskie projekty nowoczesnej turystyki przyjazdowej. W latach 1998 – 2004 była odpowiedzialna za promocję marki Citroen, współtworzyła jej wizerunek w Polsce. Przez ponad pięć lat zajmowała stanowisko dyrektora kreatywnej w Sound of Music, cenionej agencji eventowej. Od roku zarządza spółką Noble Concierge (Grupa Getin Noble Bank), ekskluzywnym programem usług organizacyjno-informacyjnych oferowanych 24 godziny na dobę, dostępnym na całym świecie.

Ewa Bryx-Softysik, wiceprezes zarządu BRE Leasing

Jest absolwentką Wydziału Ekonomiki Produkcji SGPiS (obecnej SGH) w Warszawie oraz Międzywydziałowego Ekonomicznego Studium Doktoranckiego na SGH. Karierę zawodową rozpoczęła w roku 1981 w Instytucie Gospodarki Materiałowej w Warszawie. W latach 1990-1991 pracowała w Ministerstwie Przemysłu i Handlu, była także pracownikiem Agencji Rozwoju Przemysłu oraz Polskiego Banku Rozwoju SA. Od 1997 r. związana z BRE Bankiem SA, gdzie kolejno zajmowała stanowiska: dyrektora Departamentu Zarządzania Aktywami, dyrektora Banku ds. Inwestycji Finansowych oraz dyrektora Banku ds. Nadzoru Właścicielskiego i Strategii Grupy. W styczniu 2007 r. została powołana na członka zarządu BRE Leasing Sp. z o.o., a od września 2011 zajmuje stanowisko wiceprezesa zarządu Spółki.



Anna Horsecka, prezes zarządu PTE POLSAT S.A.

Jest absolwentką Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego. Dodatkowo ukończyła Studium Prawa i Ekonomii Wspólnot Europejskich w Centrum Europejskim Uniwersytetu Warszawskiego oraz Studium Doradcy Inwestycyjnego i Analityka Papierów Wartościowych. Do 1992 r. pracowała jako sędzia Sądu Rejonowego w Tarnowie, przewodnicząca Wydziału Gospodarczego. W 1992 r. otworzyła własną firmę consultingową zajmującą się doradztwem finansowo-prawnym dla dużych podmiotów gospodarczych. Od 1996 r. doradca prawny Telewizji POLSAT, a od 1999 r. do dziś – prezes zarządu PTE POLSAT S.A.



SAS to moja wielka przygoda

Na pozycję wśród liderów polskiego biznesu Alicja Wiecka pracuje od 20 lat. Wieloletnie doświadczenie w tworzeniu i zarządzaniu oddziałem SAS Institute w Polsce sprawiło, że nie boi się nowych wyzwań. Zbudowanie firmy od zera i zapewnienie jej dynamicznego rozwoju to jedynie część sukcesu. Powodem do ogromnej satysfakcji jest również rola, jaką firma SAS odegrała w transformacji gospodarki polskiej w okresie przemian ostatniego 20-lecia. Dzięki długofalowej wizji działania i autorskiemu podejściu do wsparcia procesów zmian zachodzących w polskich firmach i instytucjach, SAS jest w Polsce synonimem nowoczesności, wyznaczającym nowe kierunki i trendy.

Kieruje Pani nieprzerwanie polskim oddziałem SAS Institute od 20 lat. Jak się zaczęła ta przygoda?

Od początku swojej zawodowej kariery szukałam nowych wyzwań. Tak było, gdy zdecydowałam się na wyjazd do USA w ramach praktyk studenckich, potem na powrót do Europy i współtworzenie filii amerykańskiej firmy konsultingowej w Wielkiej Brytanii, jak również zaczynanie od zera w polskich realiach rynkowych. Zmiany zachodzące w Polsce na początku lat 90-tych stały się dla mnie kolejnym wyzwaniem. Postanowiłam wrócić do Polski i pomóc ją zmieniać. Szukałam na Zachodzie firm, które byłyby zainteresowane rozpoczęciem działalności w tej części Europy. Tak trafiłam do europejskiego biura SAS Institute – producenta oprogramowania analitycznego – którego kierownictwo powierzyło mi założenie przedstawicielstwa w Polsce.

Komu sprzedała Pani pierwszą licencję SAS?

To był Instytut Kardiologii w Aninie, który autoryzował licencję, aby mieć dostęp do nowych wersji oprogramowania przywiezionego wcześniej z USA w ramach kontaktów naukowych. Zaraz potem Ministerstwo Zdrowia zakupiło licencję dydaktyczno-badawczą dla wszystkich Akademii Medycznych w Polsce.

Kim byli pierwsi klienci biznesowi?

BRE Bank i Narodowy Bank Polski. Obydwa banki rozpoczęły budowę hurtowni danych w oparciu o narzędzia SAS w latach 1993-1994. BRE Bank wdrożył pierwszy w Polsce Management Information System i stał się wzorcem dla innych banków, pokazującym, jak można budować przewagę konkurencyjną, posiadając pełne i spójne informacje. Narodowy Bank Polski, w oparciu o SAS, wprowadził system sprawozdawczości i nadzoru sektora bankowego. Stworzyliśmy podstawę całego systemu informatycznego, który znakomicie wsparł budowę nowoczesnego systemu bankowego w Polsce z zaawansowanymi funkcjami monitorowania i nadzoru według najlepszych światowych praktyk.

Jaka jest Pani recepta na sukces?

Ciężka praca, wizja i wiara w możliwość realizacji założonych celów. Wydawało mi się, że jeśli polska gospodarka ma dogonić światową, to musi skorzystać z najnowszych koncepcji i rozwiązań technologicznych. I nie pomyliłam się – bardzo wielu naszych klientów wykonało skok w nowoczesne zarządzanie i szybki rozwój biznesu we współpracy z nami. W epoce prób i błędów, kiedy Gartner podawał, że 80 proc. wdrożeń hurtowni danych na świecie kończy się fiaskiem, my w Polsce reali-



Alicja Wiecka, dyrektor zarządzający SAS Institute Polska

zowaliśmy wdrożenie za wdrożeniem z pełnym sukcesem, wszystko czego dotknęliśmy się nam udawało. Być może dlatego, że od samego początku łączyliśmy wdrożenie technologii z realizacją konkretnych celów biznesowych klienta.

A jakich rozwiązań potrzebują dzisiaj polscy klienci?

Zdecydowanie największym zainteresowaniem cieszy się analityka. Klienci chcą wiedzieć, co zrobić, żeby poprawić efektywność biznesu, zwiększyć przychody, ograniczyć koszty działania firmy, zwiększyć satysfakcję klienta. Dobre narzędzia analityczne pomagają podejmować optymalne decyzje i takich narzędzi naszym klientom dostarczamy. Bo nie tylko wiemy, jak działa technologia, ale też jak funkcjonuje biznes. Połączenie tych kompetencji w jednym zespole uważam za jeden ze swoich najważniejszych sukcesów na stanowisku szefa polskiego oddziału SAS.

W czym tkwi tajemnica sukcesu długoletniego zarządzania polskim oddziałem SAS Institute?

Zawsze marzyłam, żeby pracować w środowisku tolerancyjnym, bez barier i otwartym na różnorodność, gdzie będę mogła się rozwijać i realizować własne pomysły. To udało mi się osiągnąć. W taki sposób sama pracuję i takie warunki staram się zapewnić swoim współpracownikom. Widzę, że to działa. Nasz oddział jest w gronie najlepszych pracodawców w Polsce. Wiem, że jeśli człowiek chętnie przychodzi do pracy, to jest w niej bardziej efektywny. Mogę zapewnić wysoki komfort współpracy pracownikom i wiem, że za wkład pracy będę mogła ich sprawiedliwie wynagrodzić. U nas ludzie sami się motywują przez zaufanie i wolność działania. Oczywiście, każdy musi realizować założone cele, ale jest wolny, kreatywny i – mam nadzieję – spełniony w tym, co robi.



Teresa Kamińska, prezes zarządu Pomorskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej sp. z o.o.

Szefowa powołanego przez wojewodę pomorskiego zespołu ds. budowy elektrowni atomowej na Pomorzu. Od 2004 r. stoi na czele grupy doradców eurodeputowanego Jerzego Buzka. W latach 2000-2001 pełniła funkcję Sekretarza Stanu w Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, stojąc na czele jego doradców. W latach 1999-2000 była prezesem Urzędu Nadzoru Ubezpieczeń Zdrowotnych, a w latach 1997-1999 ministrem-koordynatorem reform społecznych i członkiem Rady Ministrów. Od 1999 r. działa na rzecz Fundacji Pro Publico Bono. Jest członkiem Rady Ochrony Zdrowia przy Prezydencie RP.

Zuzanna Kłys, prezes Business Support Solution S.A.



Małgorzata Kołakowska, prezes ING Banku Śląskiego

Rozpoczęła swoją karierę zawodową w ING Bank NV/Oddział w Warszawie w latach 1993-1996. Po kilkuletniej przerwie, w trakcie której zajmowała stanowisko dyrektora finansowego w McDonalds Polska oraz dyrektora na Polskę i kraje bałtyckie w Europejskim Banku Odbudowy i Rozwoju, powróciła do ING Banku Śląskiego. Od października 2006 r. nadzorowała obszar dużych korporacji i instytucji finansowych na stanowisku dyrektora banku. 1 lipca 2008 r. objęła stanowisko wiceprezesa banku, a 8 grudnia 2009 r. została powołana na stanowisko prezesa ING Banku Śląskiego.



Bożenna Kozakiewicz, członek zarządu Zakładów Farmaceutycznych Polpharma SA

Bożenna Kozakiewicz jest absolwentką Wydziału Chemicznego Uniwersytetu Warszawskiego. Posiada 20-letnie doświadczenie w branży farmaceutycznej, zdobyte na różnych stanowiskach. W Polpharmie pracuje od 2000 r. Zainicjowała i z sukcesem przeprowadziła zmianę modelu współpracy z dostawcami. Zaowocowało to pokaznymi oszczędnościami. Jako członek zarządu Zakładów Farmaceutycznych Polpharma SA jest odpowiedzialna za obszar strategicznych źródeł zakupów (materiałów produkcyjnych i nieprodukcyjnych) i pozyskiwanie licencji.

Absolwentka Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego Uniwersytetu Łódzkiego. Posiada uprawnienia biegłego rewidenta. Doświadczenie zawodowe zdobywała w spółkach różnych branż, w tym jednostkach sektora finansowego oraz międzynarodowej firmie audytorskiej. Od 2003 r. związana jest z Grupą PGF S.A., a od 2008 r. pełni funkcję prezesa zarządu Business Support Solution S.A. Jej marzeniem jest, aby marka BSS była rozpoznawalna na rynku i stanowiła synonim najwyższej jakości kompleksowych usług finansowych, rachunkowych oraz prawnych zapewniających bezpieczeństwo funkcjonowania klientów.



Telewizja z +

Rozmowa z Beatą Mońką,
Prezesem i Dyrektorem Generalnym CANAL+
Cyfrowy Sp. z o.o.

Jest Pani jedyną kobietą na stanowisku prezesa spółki telewizyjnej, która kieruje nie tylko kanałami, ale też platformą cyfrową. Jak poprzednie doświadczenia pomagają Pani w obecnej pracy?

Media są dla mnie naturalnym środowiskiem – nie tylko jako narzędzie komunikacji, ale także jej podmiot. Poza tym telewizja jest komunikacją sama w sobie, już z definicji – nośnikiem całego bogactwa treści. Od nas jako nadawcy zależy zawartość i jakość tego przekazu. CANAL+ Cyfrowy skupia marki i produkty mediowe, dla których naczelną wartością jest wysoki poziom – zarówno pod względem treści, jak i formy. Tworzymy i oferujemy rozrywkę, emocję, przyjemności. Jakż inny produkt może być ciekawszy?

Jak wygląda Pani praca? Czym jest spółka CANAL+ Cyfrowy?

Moja praca to ważna część mojego życia. Wyznaję zasadę, by działać z pasją, ale też z wizją, i determinacją. W naszej branży nieustannie pojawiają się nowe wyzwania, a każde z nich otwiera nowe możliwości. Nowe technologie, otoczenie rynkowe, jak i zwyczajnie konsumentów, zmieniają się bardzo szybko. Pracuję dla ludzi – dla naszych abonentów, dlatego poziom ich zadowolenia z naszych usług jest dla mnie szczególnie ważny. Mamy grono wiernych, wieloletnich klientów. To dla nas tym większe zobowiązanie, by nie tylko spełniać, ale wręcz wyprzedzać ich oczekiwania.

CANAL+ Cyfrowy jest firmą usługową i produkcyjną zarazem. Jesteśmy nadawcą telewizyjnym, ale też operatorem CYFRY+, platformy cyfrowej, która jako jedyna na rynku oferuje produkt premium. Naszym zadaniem jest dostarczanie widzom najwyższej jakości treści, z wykorzystaniem najnowszych technologii, w całym bogactwie i różnorodności, tak by cała rodzina mogła czerpać z naszej oferty.

Flagowym produktem jest rodzina pięciu kanałów premium pod marką CANAL+ z najlepszymi programami filmowo-sportowymi. Są to CANAL+, CANAL+ Film, CANAL+ Sport, CANAL+ GOL i CANAL+ Weekend. Produkujemy też kanały tematyczne: filmowy ale kino+, dokumentalny PLANETE+, lifestyle Kuchnia+ i Domo+ oraz, co bardzo ważne dla wszystkich rodziców – stacje dziecięce: MiniMini+ dla najmłodszych i nasz najnowszy teleTOON+ dla dzieci w wieku szkolnym, wraz z pasmem o grach i multimediami Hyper+. Nie ograniczamy się jednak do emisji programów. Jako jedyni organizujemy ważne wydarzenia otwarte dla publiczności, bo zależy nam, by być jak najbliżej konsumentów. Właśnie zakończyliśmy trzecią edycję naszego autorskiego przeglądu filmów kulinarnych Kuchnia+ Food Film Fest, z okazji dziesiątych urodzin Hyper+ organizujemy 29 października targi i zawody o tytuł Gracza Dekady, co roku jesienią zapraszamy miłośników kina na festiwal Filmy Świata Ale kino+, a wiosną na festiwal filmów dokumentalnych PLANETE Doc.

Czy można powiedzieć, że kierowana przez Was oferta zaspokaja potrzeby wymagających, np. kobiet sukcesu? Co o tym decyduje?

Kobieta sukcesu – w pracy czy w domu – to przede wszystkim kobieta spełniona, świadoma swoich potrzeb, wymagająca wobec siebie, ale i wobec innych. Chcemy być nieodłącznym składnikiem świata kobiet w Polsce, które są wyjątkowe. Do nich i do ich rodzin kierujemy naszą wyjątkową ofertą. CANAL+ i CYFRA+ to gwarancja rozrywki na najwyższym pozio-

mie, i pod względem zawartości programowej, i standardów emisji. Wszystkie nasze kanały nadajemy w wysokiej rozdzielczości. Jesteśmy pionierem technologii 3D – jako pierwsza polska telewizja zrealizowaliśmy w 2010 r. sportową relację na żywo w trójwymiarze i jako pierwsi pokazaliśmy film w 3D. 4 listopada będzie miał premierę kinową głośny projekt, realizowany w 3D, film „Maszyna Latająca”, wyprodukowany z naszym finansowym wsparciem. Oczywiście jako pierwsi w telewizji obejrzą go widzowie CANAL+. Tak jak i wiele innych, znakomitych, najnowszych produkcji kinowych i seriali, które w Polsce premierę mają właśnie w CANAL+. Teraz, dodatkowo ruszamy z produkcją własnych seriali. Najnowszy z Pawłem Małaczyńskim – „Misja: Afganistan”. Kto pasjonuje się kinem znajdzie je w ale kino+, a w PLANETE+ najlepsze światowe dokumenty. Kto szuka informacji o najnowszych trendach i designie, ale też porad jak urządzić dom, zadbać o ogród – dowie się z Domo+, a o modnych restauracjach, ciekawostkach kulinarnych z całego świata i jak na co dzień urozmaicić domowe menu – z Kuchni+. Kobiety sukcesu to też troskliwe matki – bezpieczne bajki i edukacyjne programy (np. „MiniEncyklopedia”) dla najmłodszych znajdą w MiniMini+, a dla starszych dzieci wartościowe i rozrywkowe kreskówki w teleTOON+. Nie bez znaczenia jest oczywiście oferta sportowa – dla pań i ich mężczyzn najbardziej emocjonujące i prestiżowe rozgrywki na żywo i na wyłączność w CANAL+ Sport. Zapraszam wszystkie panie i ich rodziny do świata unikalnej rozrywki, edukacji, fascynujących dokumentów, najlepszego kina i ekskluzywnej oferty sportowej w CYFRZE+ i CANAL+.



Joanna Krzyżanowska, wiceprezes zarządu Meritum Bank ICB S.A.

Od 2008 r. jest wiceprezesem zarządu w Meritum Banku, kieruje rozwojem linii biznesowych banku oraz kanałów dystrybucji. Wcześniej przez 12 lat była odpowiedzialna za opracowywanie i wdrażanie strategii rozwoju GE Money na rynku polskim. Od 1995 r. kierowała rozwojem kredytów detalicznych oraz tworzeniem struktury sprzedaży kredytów samochodowych i gotówkowych. W 2000 r. powierzono jej nadzór nad opracowaniem i wdrożeniem strategii kart. Od 2005 r. odpowiadała również za rozwój kredytów hipotecznych oraz repozycjonowanie banku pod nazwą GE Money. Była twórcą sieci oddziałów GE Money Banku w Polsce.

Izabella Łukomska-Pyżalska, wiceprezes spółki Family House i prezes Warty Poznań S.A.



Swoją karierę zawodową zaczynała jako modelka. W 1999 r. założyła własną agencję Perfect Model, którą prowadzi do dzisiaj. Od stycznia 2006 r. wspólnie z mężem prowadzi spółkę Family House, która po kilku latach istnienia należy do najszybciej rozwijających się deweloperów w Poznaniu. Jako wiceprezes zarządu jest odpowiedzialna za strategię marketingową i promocyjną. Lubi nowe wyzwania, nie wyobraża sobie stagnacji w życiu, w związku z tym pod koniec 2010 r. zdecydowała się na przejęcie sekcji piłkarskiej Warty Poznań. Zasiada na fotelu prezesa tego najstarszego klubu w stolicy Wielkopolski. Wyróżniona specjalnym tytułem „Menedżer Najwyższej Jakości”. Prywatnie mama trójki dzieci – Amelki, Igora i Anastazji.

Beata Matecka, prezes zarządu Grupy Kapitałowej Bussines Consulting Group



Absolwentka Akademii Ekonomicznej i Wyższej Szkoły Bankowej oraz Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego. Uzyskała dyplomy z różnych specjalizacji w ramach ekonomii. Ukończyła podyplomowe studia z zakresu zarządzania projektami współfinansowanymi z funduszy UE. Studentka studiów menedżerskich MBA dla finansistów. Ścieżkę zawodową rozpoczęła wczesnie. Od 16 roku życia pracowała w firmie ojca, co wprowadziło ją w arkana finansów, zarządzania i przyczyniło się do tego, że będąc na trzecim roku studiów została księgową w porcie lotniczym. W branży pozyskiwania środków unijnych, osiągnęła wiele sukcesów i uczyniła BCG liderem rynku. Pełnienie funkcji prezesa zarządu nie przeszkadza jej być akredytowanym doradcą PARP, Przewodniczącą i Konsultantem Komisji Rewizyjnej Związku Pracodawców Warszawy i Mazowsza oraz Unii Producentów i Pracodawców Przemysłu Mięsnego UPEMI.

Bogusława Matuszewska, wiceprezes zarządu Polkomtel S.A.

Jest magistrem inżynierem telekomunikacji Politechniki Wrocławskiej. Ukończyła studia podyplomowe magisterskie oraz MBA na Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu oraz studia podyplomowe z praktycznej psychologii społecznej w Szkole Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie. Dodatkowo posiada certyfikat coacha renomowanego Hudson Institute zrzeszonego w organizacji ICF (International Coaching Federation). Karierę zawodową zaczęła w Zakładach Elektronicznych ELWRO we Wrocławiu. Pracowała także w Northern Telecom ELWRO JV Wrocław. W latach 1994 – 1999, była dyrektorem regionu południowo-zachodniego w ZWUT S.A. W 1999 r. objęła stanowisko dyrektora sprzedaży pionu obsługującego operatorów alternatywnych w ZWUT S.A. Siemens Sp. z o.o., a następnie została dyrektorem sprzedaży pionu ds. grupy TP w Siemens Sp. z o.o. W latach 2007–2009 była prezesem zarządu Siemens Enterprise Communications Sp. z o.o. W lutym 2009 r. została powołana na członka zarządu Polkomtel S.A. odpowiedzialnego za sprzedaż. Od czerwca 2010 r. piastuje funkcję wiceprezesa Polkomtel S.A. odpowiedzialnego za IT i sprzedaż. Interesuje się psychologią społeczną, sportem, literaturą i muzyką.



Kobięcy styl zarządzania

Anna Fibak – Najprościej by-



łoby stwierdzić, że zarządzanie może być dobre albo złe. Osoba, zajmująca kierownicze stanowisko – bez względu na to, jakiej jest płci – albo ma predyspozycje i umiejętności niezbędne do zarządzania firmą, procesami, projektami czy zespołami, albo ich nie ma. Kiedy jednak zechcemy przyjrzeć się stylom zarządzania, sprawa przestaje być taka prosta. Czy styl prowadzenia firmy, zarządzania pracownikami jest zależny od płci?

Wydawać by się mogło, że od tak dawna walczyliśmy o równouprawnienie we wszystkich dziedzinach życia i tak wiele zdołaliśmy już osiągnąć, że granice między tym, co męskie i co kobiece – złasz-

cza w sferze zawodowej – już się zatary, a przynajmniej nie są tak ostre, jak jeszcze kilkanaście lat temu. Kilkanaście lat temu kobieta zajmująca menedżerskie stanowisko, była postrzegana jako „zjawisko”. „Babochołp” – mówiono, często nie kryjąc pogardy czy rozdrażnienia. Dziś jest nas zdecydowanie więcej na różnych kierowniczych szczeblach, również w branżach do niedawna postrzeganych, jako typowo męskie. Kobieta-szef już nikogo nie dziwi. I choć nadal rzadko zajmujemy najwyższe stanowiska, zwłaszcza w korporacjach, to jednak kobiece doświadczenia wywarły, wywierają i nadal będą wywierać znaczący wpływ na zarządzanie.

Moc doświadczenia

Obserwując znajome kobiety, nie tylko członkinie Polskiego Stowarzyszenia Kobiet Biznesu, pełniące

odpowiedzialne funkcje, kierujące małymi i dużymi grupami ludzi, negocjujące warunki umów, bez względu na wielkość kontraktów oraz mężczyzn w podobnych sytuacjach, dochodzę niezmiennie do wniosku, że kobiecy styl zarządzania istnieje. Życiowe doświadczenia pokoleń naszych babć i mam, wywarły na nas wpływ, którego nie możemy i nie powinniśmy się wypierać. Zdecydowanie korzystniejsze okazuje się czerpanie z tych doświadczeń.

Autorytaryzm kontra współpraca

Podczas, gdy mężczyźni preferują nakazowo-kontrolujący, autorytarny styl zarządzania, kobiety stawiają na współpracę i komunikację. Jesteśmy bardziej – używając modnego określenia – interaktywne. Nie wstydzimy się pytać, chętniej wsluchujemy się

w głosy innych, odpowiadamy na potrzeby otoczenia, jednocześnie pamiętając o tym, by nasz interes nie zniknął z pola widzenia. Przeciwnicy zajmowania przez kobiety wysokich stanowisk, twierdzą często, że by skutecznie zarządzać, trzeba przede wszystkim samodzielnie podejmować decyzje, po męsku „brać problemy na klatę”. Jednocześnie odmawiają kobietom takiej zdolności. Coraz częściej jednak do głosu dochodzą zwolennicy demokratycznego stylu zarządzania, którzy podkreślają, że zespół traktowany podmiotowo, mający możliwość przedstawienia swoich opinii, widzący swój wpływ na działalność firmy, mocniej utożsamia się z firmą, pracuje chętniej i wydajniej. Taki demokratyczny styl zarządzania preferują właśnie kobiety.

Autorka jest wiceprezeską zarządu Polskiego Stowarzyszenia Kobiet Biznesu

Reklama

aquarius

hotel spa & wellness

Długi listopadowy weekend

rodzinny wypoczynek w hotelu SPA nad morzem

4 dni All Inclusive

>>> sprawdź ofertę na **Święta i Sylwestra**



www.AquariusSPA.pl

Kołobrzeg - tel. 94 35 36 444 / 555 / 508

rezerwacje@aquariusspa.pl



Beata Mońska, prezes zarządu i dyrektor generalny CANAL+ Cyfrowy

Ekonomistka, absolwentka SGH Wydziału Handlu Zagranicznego oraz Swinburne University of Technology – Business Faculty w Melbourne. Posiada bogate doświadczenie w zarządzaniu, marketingu i sprzedaży. Od ponad 17 lat związana jest z mediami. Zarządzała wieloosobowymi zespołami i kompleksowymi projektami, m.in. w grupie Omnicom i w wydawnictwie Axel Springer. Przez blisko 6 lat pełniła funkcję prezesa zarządu i dyrektora generalnego grupy komunikacyjnej Young&Rubicam Brands z holdingu WPP, plasując ją wśród najlepszych na rynku. 4 maja 2011 r. objęła stanowisko prezesa zarządu i dyrektora generalnego CANAL+ Cyfrowy, operatora platformy cyfrowej CYFRA+ i nadawcy telewizyjnych kanałów premium. Jest pasjonatką zarządzania, członkiem Klubu Rady Polskiego Biznesu i laureatką konkursu Radia PIN i Bre Banku Businesswoman 2009. Ponadto Beata Mońska jest członkiem Komitetu Organizacyjnego Effie Awards, jurorką wielu konkursów, szkoleniowcem i prelegentem na licznych konferencjach oraz wykładowcą w Szkole Strategii Marki SAR. Promuje przedsiębiorczość, innowacyjność i społeczne zaangażowanie reprezentowanych przez siebie podmiotów prowadząc działania na rzecz fundacji i wspierając pro bono ich rozwój.

Jolanta Musielak, członek zarządu ds. personalnych w Volkswagen Poznań

Jest absolwentką Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu i Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Uzyskała stopień akademicki Master of Business Administration Europejskiej Wyższej Szkoły Ekonomicznej ESCP-EUROPE w Berlinie.

Jolanta Musielak pracuje w koncernie Volkswagen AG od ponad 12 lat. Początek jej pracy w firmie polegał na współtworzeniu działu personalnego w Volkswagen Motor Polska Sp. z o.o. w Polkowicach. Następnie przez rok pracowała w Niemczech w dziale personalnym koncernu Volkswagen AG w Wolfsburgu. W 2001 r. objęła funkcję kierownika działu personalnego spółki Volkswagen Poznań, gdzie odpowiedzialna była za realizację koncernowej strategii personalnej. Od 2009 r. pełniła w spółce Volkswagen Poznań funkcję dyrektora personalnego. Od maja 2010 r. Jolanta Musielak jest członkiem zarządu ds. personalnych spółki Volkswagen Poznań.



Agnieszka Mosurek-Zava, prezes Douglas Polska i dyrektor regionalny na Polskę, Czechy, Litwę.



Z polską spółką Douglas związana jest od początku działalności sieci w Polsce. Zaczęła tam pracę jeszcze podczas studiów doktoranckich z nauk politycznych na Uniwersytecie Jagiellońskim. Pod jej kierownictwem sieć zbudowała swoją pozycję lidera polskiego rynku perfumeryjnego, który w swoim portfelu ma 93 sklepów w 48 miastach w Polsce oraz Douglas House of Beauty w warszawskiej Arkadii, największą perfumerię w Polsce, o powierzchni 1200 m².

Katarzyna Przybysz, vice president HR Operations w GTECH



Ukończyła iberystykę na Uniwersytecie Warszawskim, była również stypendystką Universidade Nova de Lisboa w Portugalii. Od początku kariery zawodowej (1993) związana z GTECH. Swoją pracę w dziale HR rozpoczęła od stanowiska Human Resources Specialist. Kolejne szczeble kariery to stanowisko Regional Human Resources Manager na Europę Wschodnią, a od 2001 r. HR Director International. Obecnie jako vice president HR Operations, zajmuje się doradztwem w zakresie zarządzania na wszystkich szczeblach organizacyjnych GTECH International (1 200 osób).



Zaczynała od kariery modelki, potem przyszedł czas intensywnej pracy w Family House, teraz szefuje piłkarskiej drużynie Warty Poznań. Ma jeszcze wiele pomysłów na biznes, które zamierza zrealizować, bo, jak przyznaje najgorzej to spocząć na laurach. Rozmowa z Izabellą Łukomską-Pyżalską, wiceprezes spółki Family House i prezes Warty Poznań S.A.

Ma Pani zaledwie 33 lata i prowadzi Pani trzy różne firmy. To duże osiągnięcie, zwłaszcza że w Polsce wciąż jest niewiele kobiet w biznesie. Jaki, Pani zdaniem, jest tego powód i jak oceniłaby Pani sytuację kobiet w Polsce pod względem możliwości zrobienia kariery?

Niektóre kobiety boją się zaistnieć w biznesie, mają po prostu za mało wiary w siebie. Inne, niestety, są ofiarami konserwatywnego polskiego podejścia które mówi, że pracować mają mężczyźni. Na pewno nie jest to kwestia braku wiedzy czy kompetencji. Jest wiele pań, które mają własne biznesy i firmy – świetnie dają sobie radę, ale nie

Przedsiębiorczość, pomysłowość i odwaga źródłem sukcesu

potrafią lub nie chcą wypłynąć na szersze wody. Myślę jednak, że w najbliższym czasie przedsiębiorczych kobiet będzie znacznie więcej i mam nadzieję, że nie będą musiały dłużej udowadniać, że zasłużyły swoją pracą na dane stanowisko. Prawda jest taka, że tam gdzie w grę wchodzi wielkie pieniądze, płeć nie ma żadnego znaczenia. Dlatego wierzę, że coraz więcej kobiet będzie zakładało swoje firmy czy robiło kariery, realizując w ten sposób same siebie. Na pewno będę starała się przekazać ducha przedsiębiorczości moim córkom.

Przez pięć lat istnienia spółka Family House stała się jedną z największych firm deweloperskich w Poznaniu. Czy zaskoczył Pani ten sukces?

Z pewnością jedną z najbardziej rozpoznawalnych i najdynamiczniej rozwijających się. W tym roku otrzymaliśmy tytuł „Mieszkaniowa Marka Roku”, jeżeli chodzi o rozpoznawalność deweloperów na poznańskim rynku mieszkaniowym. Jak na pięć lat działalności, to bardzo satysfakcjonująca nagroda.

Kiedy widzę, że byliśmy w stanie dogonić firmy, które mają o wiele większy kapitał i są znacznie dłużej na rynku, to wiadomo, że mnie ten sukces bardzo cieszy. Jesteśmy wciąż młodą, intensywnie rozwijającą się spółką. Obecnie na swoim koncie mamy około 500 wybudowanych mieszkań i domów a kolejne setki przed nami.

Od stycznia objęła Pani stanowisko prezesa Warty Poznań S.A. Obecnie bardziej jest Pani prezesem klubu sportowego, czy właścicielką spółki deweloperskiej?

Oba przedsięwzięcia, choć tak różne, są bliskie mojemu sercu. Gdyby tak nie było, nie byłabym w stanie efektywnie pracować. Jednak to Family House tworzyłam z mężem od podstaw i z nią jestem bardziej związana emocjonalnie. Razem zaryzykowaliśmy i to się opłaciło. Od samego początku założyliśmy, że nie będziemy tylko sprzedawać nieruchomości, ale również je budować. Ta-

kie rozwiązanie zapewnia nam rentowność i pozwala mieć kontrolę nad całym procesem inwestycyjnym, aż do momentu oddania kluczy nowym właścicielom. To, że zostałam prezesem Klubu Warta nie byłoby oczywiście możliwe, gdyby nie sukces naszej spółki. Objęcie tego stanowiska sprawiło, że w krótkim czasie musiałam nauczyć się wielu nowych rzeczy związanych z piłką. Jednak mimo tak różnych światów, jakimi są sport i branża deweloperska, zarządzanie musi opierać się na pewnych niezmiennych wartościach takich jak zaangażowanie, dobra organizacja pracy, umiejętność dostosowywania się do zmieniających warunków i skłonność do podejmowania ryzyka. Jednak sama piłka nożna jest mniej przewidywalna niż niejeden biznes. Wynik sportowy trudno określić w jakichkolwiek procentach. W futbolu motorem napędowym są zwycięstwa, bez nich wszystkie inne działy – marketing, sprzedaż – mają się gorzej. Mogę piłkarzom zapewnić najlepsze warunki do pracy, ale na boisku mogę tylko patrzeć na ich pracę. Sama nie zaczęłam strzelać za nich goli. W Wartę włożyłam zatem wiele czasu, serca i pieniędzy, więc śmiało mogę powiedzieć, że ją również obdarzam uczuciem.

Jest Pani osobą bardzo aktywną. Jak daje sobie Pani radę z pogodzeniem obowiązków zawodowych i rodzinnych?

Rodzina jest dla mnie bardzo ważna – mam troje dzieci, a myślimy jeszcze z mężem o czwartym. „Rodzina” to zresztą jeden z moich pomysłów na Wartę: niech to będzie klub poznański, z tradycjami, ale przede wszystkim rodzinny. Jeśli chodzi o pogodzenie moich wszystkich obowiązków z byciem mamą czy żoną, to muszę przyznać, że nie jest to łatwe i wymaga dobrej organizacji, ale można. Oczywiście sukces nie byłby możliwy, gdyby nie dobranie i babcia, które opiekują się moimi dziećmi, kiedy jestem w pracy i usystematyzowany rytm dnia. Kiedyś nie wyobrażałam sobie siebie jako matki, dziś nie wyobrażam sobie, że mogłabym nią nie być. Dzieci motywują mnie i dodają energii, sprawiając, że cały mój świat kręci się wokół nich.



Anna Rulkiewicz – Kaczyńska – prezes Grupy LUX MED

Absolwentka Uniwersytetu im. Mikołaja Kopernika, Uniwersytetu w Hamburgu, studiów podyplomowych w Polsko-Francuskim Instytucie Ubezpieczeń przy Instytucie Francuskim oraz cyklu szkoleń z zakresu m.in. zarządzania, sprzedaży, komunikacji, marketingu w ramach certyfikowanego programu branży ubezpieczeniowej LIMRA „Marketing Strategies for Executive Advancement”. Z LUX MED związana jest od 2002 r., gdzie początkowo pełniła funkcję członka zarządu, dyrektora sprzedaży i marketingu. W 2007 r. została prezesem zarządu LUX MED Sp. z o.o. Jej doświadczenie zawodowe obejmuje m.in. zarządzanie Pionem Sprzedaży i Marketingu w Credit Suisse Life & Pensions Towarzystwie Ubezpieczeń na Życie oraz Powszechnym Towarzystwie Emerytalnym/Winterthur. Pracowała także jako dyrektor ubezpieczeń grupowych i szkoleń dla Zurich Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A. i Zurich Powszechne Towarzystwo Emerytalne S.A., gdzie następnie powierzono jej funkcję dyrektora segmentu klienta korporacyjnego i uzyskała nominację na członka zarządu Zurich Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A.

Elwira Sokołowska, prezes zarządu Sage Sp. z o.o.



Absolwentka Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Specjalistka w zakresie planowania strategicznego, business development oraz zarządzania ryzykiem. Z branżą teleinformatyczną związana jest od 1986 r. Karierę zawodową rozpoczęła jako handlowiec, w firmie produkującej oprogramowanie dla inżynierów. Pracowała także w Biurze Usług Komputerowych, gdzie kierowała działem handlowym. W 1993 r. przeszła do spółki Altkom Matrix, w której objęła stanowisko dyrektora handlowego. W latach 1997–2001 pracowała w Polkomtelu. W roku 2001 Elwira Sokołowska została zastępcą dyrektora generalnego Matrix.pl (dziś: In-fovide-Matrix SA). W maju 2005 r. – wraz z wejściem na polski rynek międzynarodowego koncernu Sage Group plc – została prezesem zarządu, nowo powołanej wówczas spółki Sage Symfonia. W 2009 r. Sage Symfonia zmieniła nazwę na Sage Sp. z o.o.



Dr Iwona Sroka, prezes zarządu Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych (KDPW) oraz KDPW_CCP.

Doktor nauk ekonomicznych SGH o specjalności nauk o zarządzaniu finansami. Członek Rady Dyrektorów Europejskiego Stowarzyszenia Centralnych Depozytów Papierów Wartościowych. Członek Rady ds. Systemu Płatniczego przy NBP, Rady Fundacji 2065 im. Leśława A. Pagi, Rady Fundacji Edukacji Rynku Kapitałowego, Rady Fundacji Młodzieżowej Przedsiębiorczości. Wykładowca akademicki w SGH, a obecnie adiunkt w Katedrze Gospodarki Narodowej na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego oraz współpracownik Instytutu Nauk Ekonomicznych PAN.

Anna Sieńko, dyrektor generalny IBM Polska

Pierwsza kobieta w historii, która kieruje polskim oddziałem koncernu IBM. Absolwentką Wydziału Informatyki Akademii Górniczo-Hutniczej. Od ponad 20 lat działa w branży IT. Do zespołu IBM Polska dołączyła w 1999 r., jako Strategic Outsourcing Manager, odpowiadając za stworzenie i rozwój podległego jej działu, który stworzyła od podstaw. Pełniła szereg funkcji menedżerskich w innych firmach. W 2003 r. wróciła do IBM Polska, obejmując stanowisko Strategic Outsourcing Go to Market Leadera w departamencie Global Technology Services. Rozpoczęła pracę jako GTS Manager, a następnie po dwóch latach została Dyrektorem Integrated Technology Services IBM GTS na region Europy Środkowo-Wschodniej. Od 2009 r. pełni funkcję dyrektora generalnej IBM Polska, a od 2011 r. odpowiada również za kraje bałtyckie: Litwę, Łotwę i Estonię. Jest mężatką i ma trójkę dzieci.



Joanna Szyman, prezes zarządu Scanmed Multimedix S.A.

Jest absolwentką Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. Ukończyła studia z zakresu doradztwa personalnego i organizacyjnego oraz studia podyplomowe z prawa handlowego. Karierę zawodową rozpoczęła w 2002 r., w Towarzystwie Ubezpieczeniowym Cigna STU, a później w Banku Handlowym. Od 2005 r. jest licencjonowanym brokerem ubezpieczeniowym. Zdobyte doświadczenia w branży ubezpieczeniowej i finansowej z sukcesem przeniosła do Scanmed Multimedix S.A., w którym od 2009 r. pełni funkcję prezesa zarządu. Jednocześnie jest prezesem zarządu Akamedix Services Sp. z o.o. i wiceprezesem zarządu w Szpitalu św. Rafała Sp. z o.o. Pełniła również funkcję prezesa zarządu Scan Diagnostic Sp. z o.o.



Kobieta spełniona zawodowo

Jest Pani kobietą sukcesu, wiele Polek może Pani zazdrościć sukcesów zawodowych. Proszę opowiedzieć, jak Pani do tego doszła? Przyznaję, że nie lubię używać w stosunku do siebie terminu Kobieta Sukcesu. Wolałabym mówić o sobie, jako o kobiecie spełnionej zawodowo. To lepiej oddaje moje odczucia i stosunek do pracy. Jak do tego doszło? To wynik ciężkiej pracy, zaangażowania i pozytywnej postawy wobec wyzwań, jakie przede mną stały. Nigdy nie planowałam dokładnie swojej kariery zawodowej i jej kolejnych etapów. Staralam się robić najlepiej jak potrafiłam to, co sprawiało mi radość, rozwijając się przy tym i zdobywając nowe umiejętności.

Częściowo Pani edukacja odbywała się za granicą. Czy to pomogło w osiągnięciu tak dużego sukcesu?

Ukończyłam iberystykę na Uniwersytecie Warszawskim, studiowałam również w Portugalii. Mieszkałam też wiele lat w USA. Takie doświadczenia uczą olbrzymiej tolerancji i otwartości na inne nacje. Chodziłam do szkoły, gdzie większość stanowili Latynosi i Afroamerykanie, także od dziecka wiedziałam, co to wielokulturowość i potrafiłam się w niej odnaleźć.

Czy pamięta Pani dzień, w którym zaproponowano Pani objęcie stanowiska szefowej HR w GTECH, praktycznie we wszystkich oddziałach firmy na świecie? Spodziewała się Pani takiego awansu?

To była druga propozycja objęcia tego stanowiska. Pierwszą otrzymałam trzy lata temu, ale wówczas wiązała się ona z przeprowadzką na stałe do Stanów Zjednoczonych. Ze względu na moją rodzinę odrzuciłam ją. Rok później moi zwierzchnicy ponowili swoją ofertę. Tym razem warunki były dla mnie korzystniejsze. Spędziłam w Centrali GTECH dziewięć miesięcy. W tym czasie poznałam jak działa korporacja od wewnątrz, czym się różni praca tam, od pracy w oddziałach firmy na całym świecie. To doświadczenie było niezbędne, żebym mogła określić, co chcę robić dalej.

Od 2010 r. jest Pani odpowiedzialna za pracowników firmy GTECH praktycznie we wszystkich jej biurach na całym świecie – to stanowi kilka tysięcy osób. Kim są dla Pani pracownicy firmy?



Katarzyna Przybysz, Vice-Prezes HR w GTECH

Pracownicy są dla mnie przede wszystkim partnerami w pracy. Z racji pełnionej funkcji muszę oczywiście zrównoważyć interesy pracownicze i interesy firmy tak, żeby były one jak najbardziej zbieżne. Przy odpowiedniej komunikacji jest to do spełnienia. Jest takie powiedzenie, że firma to drugi dom, ja uważam, że firma to nie drugi dom, ale taki mariaż. Pracownicy, którzy podpisują umowę o pracę, zawierają coś na wzór małżeństwa. Są zobowiązania i prawa. Od nas będzie zależało, jak będziemy je egzekwować i jak będziemy się wywiązywać z obowiązków.

Czym jest dla Pani firma GTECH? Jak dużo miejsca zajmuje w Pani życiu?

Wspominałam wcześniej, że praca to jest taki mariaż, zupełnie jak w życiu prywatnym. Nie chciałam użyć terminu rodzina, dom, chociaż po tylu latach pracy, tak się tutaj czujemy. Ale specyfika rynku na którym działamy, to że się cały czas zmienia i jest nieprzewidywalny powoduje, że nie ma u nas stagnacji i rutyny. Zmiany organizacyjne w zasadzie nie są już zmianami, bo to jest już stały element funkcjonowania firmy.

Jest Pani mamą nastoletniej córki. Czy łatwo jest Pani połączyć życie osobiste z międzynarodową karierą?

Bardzo się staram zachować równowagę. Moje życie prywatne jest dla mnie bardzo ważne. Kiedy jestem w firmie, to poświęcam jej 100 proc. mojej uwagi. Ale dzięki temu jak wychodzę z pracy, mogę się wyłączyć. Nie ukrywam, że odpowiadając za kadry

GTECH na wielu kontynentach, mam kontakt z osobami z różnych stref czasowych i to czasem zakłóca ten podział dom/firma, ale staram się przestrzegać pewnych zasad, które sama sobie wyznaczyłam.

Co uważa Pani za swój największy sukces zawodowy? Dlaczego?

Jak wspominałam wcześniej, nie do końca lubię to określenie. Ale nie ukrywam, że ciężko pracowałam, by osiągnąć obecną pozycję zawodową. Wejście w struktury ścisłego kierownictwa w korporacji, było dużym wyzwaniem. W kilkunastoosobowym zespole byłam drugą kobietą, pierwszą Polką. To duże wyróżnienie. Ale dla mnie tak naprawdę jest najważniejsze to, że wiele się nauczyłam przez ten czas i że wciąż się uczę czegoś nowego. To można uznać za sukces.

Jakie wyzwania stoją przed Panią w najbliższej przyszłości?

Sądzę, że będą one ściśle związane z nową rolą, jaką przyjmie na siebie cały obszar HR w przyszłości. Moim zdaniem będziemy ewoluować z roli partnerów strategicznych do roli trenerów. Osoba odpowiedzialna za politykę personalną firmy będzie pomagała spojrzeć szerzej na rozwój kariery osób na najwyższych stanowiskach, które potem wyznaczają kierunki rozwoju firmy. Również w GTECH chcemy podjąć nowe wyzwania w obszarze HR. Obecnie oferujemy produkty dla różnych branż. Każdy z pionów branżowych ma swój własny dział personalny. Chciałabym, by działy te zintegrowały się w przyszłości i prowadziły wspólną politykę personalną.



Grażyna Utrata, wiceprezes zarządu Banku BPH

Dołączyła do Banku BPH w styczniu 2011 r. jako Główny Radca Prawny oraz Dyrektor Departamentu Prawnego. Przedtem, przez 12 lat zajmowała kierownicze stanowiska w departamentach prawnych: Lukas Banku, Banku Zachodniego WBK S.A., Banku Zachodniego S.A. i Wielkopolskiego Banku Kredytowego S.A. Była również członkiem zarządu Lukas S.A., jak też członkiem rad nadzorczych: AIB WBK Towarzystwa Funduszy Inwestycyjnych S.A. i Domu Maklerskiego BZ WBK. Piastowała funkcję przewodniczącej Sądu Dyscyplinarnego dla Maklerów Papierów Wartościowych i sędziego Sądu Giełdowego przy GPW S.A. Do chwili obecnej jest członkiem Rady Prawa Bankowego przy Związku Banków Polskich. Posiada wieloletnie doświadczenie w bankowości. Ukończyła studia prawnicze na wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach i jest radcą prawnym.



Sonia Wędrychowicz-Horbatowska, wiceprezes zarządu Banku Handlowego w Warszawie S.A



Stanowisko wiceprezesa zarządu Banku Handlowego w Warszawie S.A. objęła 1 października 2006 r. Jednocześnie pełni funkcję szefa sektora bankowości detalicznej. Rozpoczęła pracę w Citibank Poland w 1994 r. w dziale cash management w pionie bankowości transakcyjnej. W 2002 r. została szefem departamentu zarządzania środkami finansowymi i finansowania handlu, a w 2003 r. objęła również nadzór nad departamentem powiernictwa papierów wartościowych. Od końca 2003 r. sprawowała funkcję szefa pionu bankowości transakcyjnej. Sonia Wędrychowicz-Horbatowska posiada tytuł magistra handlu zagranicznego Szkoły Głównej Handlowej oraz licencjat European Business Studies

Alicja Wiecka, dyrektor zarządzający SAS Institute Polska

W roku 1992 założyła polski oddział SAS Institute i do dzisiaj jest jego dyrektorem zarządzającym. Od 18 lat aktywnie wspiera rozwój polskiej gospodarki poprzez wykorzystanie osiągnięć nauki i technologii do budowy systemów wspomaganego podejmowania decyzji w bankach, instytucjach ubezpieczeniowych, telekomunikacji, przemyśle i administracji publicznej i wielu innych branżach. Kierowana przez nią firma rozwinęła się w jeden z najbardziej prężnych oddziałów SAS na świecie, zatrudnia obecnie 200 osób i według wszelkich dostępnych analiz jest wiodącym dostawcą analityki i rozwiązań Business Intelligence w Polsce. Od początku istnienia SAS Institute w Polsce Alicja Wiecka stawiała na innowacyjny model zarządzania i wdrażanie procesów biznesowych, umożliwiających ekspansję firmy na rynku oraz zróżnicowanie jej oferty. Czterokrotnie znalazła się w gronie 50 Najbardziej Wpływowych Kobiet w Polsce wg Home & Market. Była również finalistką konkursu Menedżer Roku organizowanego przez Stowarzyszenie Menedżerów w Polsce i jednym z 3 najlepszych menedżerów IT w Polsce w rankingu magazynu Teleinfo.



Monika Wittchen, wiceprezes zarządu WITTCHEN S.A.



Jest absolwentką studiów doktoranckich z dziedziny nauk ekonomicznych i magistrem zarządzania i marketingu SGH. Początkowo pracowała w Polkomteli na stanowisku Key Account Executive. Następnie została dyrektorem ds. marketingu w WITTCHEN. Obecnie obejmuje stanowisko wiceprezesa zarządu WITTCHEN S.A. – lidera na rynku ekskluzywnej galanterii skórzanej.

Sukces efektem pozytywnej aktywności życiowej

Od kiedy związana jest Pani z branżą medyczną?

Swoją drogę zawodową rozpoczęłam w 2002 r. od współpracy z branżą ubezpieczeniowo-finansową, w której nabyłam oraz rozwinęłam szerokie kompetencje w zakresie zarządzania ryzykiem. W tym czasie miałam również możliwość tworzenia wielu nowatorskich programów ubezpieczeniowych dla branży medycznej, między innymi dla szpitali, przychodni, stacji dializ, a także dla lekarzy, pielęgniarek i diagnostów laboratoryjnych. Zdobyte doświadczenia z sukcesem udało się przenieść do Scanmed Multimedis, z którym związałam się w 2009 r. obejmując stanowisko Prezesa Zarządu Spółki.

W jakich obszarach medycyny działa Scanmed oraz jakie są plany rozwoju?

Scanmed Multimedis, który należy do grupy kontrolowanej przez Black Lion NFI, świadczy usługi opieki medycznej poprzez sieć prywatnych przychodni. Jesteśmy obecni na polskim rynku usług medycznych już od ponad 10 lat. Przez ten czas placówki wchodzące w skład Scanmed Multimedis wypracowały pełną ofertę ambulatoryjnych świadczeń medycznych i diagnostyki, w której skład wchodzi takie segmenty jak: podstawowa opieka zdrowotna, specjalistyczna opieka zdrowotna, diagnostyka obrazowa oraz opieka wyjazdowa. Staliśmy się jednym z największych dostawców opieki medycznej z ugruntowaną silną pozycją na rynku prywatnych usług medycznych. Innowacyjność modelu biznesowego spółki polega na łączeniu świadczeń podstawowej opieki zdrowotnej świadczonej przede wszystkim dla środowisk akademickich ze specjalistyczną opieką zdrowotną, finansowaną ze środków prywatnych w formie fee-for-services. Strategia Spółki zakłada dalszy dynamiczny rozwój usług, planujemy dalszą rozbudowę sieci przychodni zlokalizowanych w największych ośrodkach akademickich. Oferta jest adresowana zarówno do klienta indywidualnego jak również korporacyjnego, tj. firm, ubezpieczycieli i innych świadczeniodawców medycznych. W sierpniu br. zadebiutowaliśmy na rynku NewConnect, gdzie pozyskaliśmy prawie 5,8 mln zł. Środki z debiutu planujemy przeznaczyć m.in. na budowę przychodni w kolejnych ośrodkach akademickich, co pozwoli na wdrożenie naszego innowacyjnego modelu biznesu na nowych ryn-

kach. Już w październiku uruchomiliśmy nowe przychodnie w Poznaniu i Wrocławiu, a w przyszłym roku planujemy kolejne otwarcia w Gdańsku i Katowicach. Obecnie obsługujemy ponad 300 tys. klientów, z czego znaczną część stanowią studenci, a baza ciągle się powiększa; do końca roku zakładamy ponad 28 tys. nowych studentów a w 2012 r. 37,5 tys. w Warszawie, Krakowie, Wrocławiu i Poznaniu.

Zarządzanie dużą firmą jest bardzo trudne, czy istnieje jakiś przepis na efektywne zarządzanie tak złożonym organizmem?

Do skutecznego poruszania się na rynku, zwłaszcza w obliczu kryzysu, jest potrzebne nie tylko sprawne zarządzanie, czy doskonalenie sprawności operacyjnej, ale przede wszystkim kreatywność. Największym wyzwaniem dla przedsiębiorstw, wyzwaniem, które można dziś przekuć na sukces, jest wykorzystanie złożoności rynku. W tej sytuacji pojawia się ogromna szansa dla małych i średnich innowacyjnych, elastycznych firm. Istotną wartością budującą potencjał przedsiębiorstwa są ludzie. Wyzwanie w tym wypadku polega na utrzymywaniu w zespole najwyższego poziomu motywacji i zaangażowania. Niezwykle istotne stają się nowe kanały komunikacji z Klientem, skutecznie skracające dystans. Myślę tu przede wszystkim o internecie, interaktywnych i społecznych kanałach komunikacji. Formy te wpływają również na intensywną personalizację ofert produktów i usług, skutecznie wspierając budowanie trwałych relacji z Klientami.

Czym jest dla Pani sukces?

Sukces jest dla mnie spełnieniem, które pojawia się jako „skutek uboczny” mojej pozytywnej aktywności życiowej. Po pierwsze ważna jest dla mnie sama droga do celu, to co robię, robię z pasją i pełnym zaangażowaniem – to jest samorealizacja. Po drugie ważny jest sposób przemierzania tej drogi. Lubię działać tak, aby móc odpowiedzieć sobie twierdząco na pytanie: czy chciałabym, aby sposób mojego postępowania był regułą, którą chciałabym, aby ktoś zastosowała wobec mnie – to jest tzw. kręgosłup moralny. Po trzecie ważne jest poczucie odpowiedzialności za własną osobę tzn. nie dopatruję się sprawstwa w tzw. okolicznościach zewnętrznych, nie czuję się determinowana – to jest dla mnie poczucie wolności.



Joanna Szyman, prezes Scanmed Multimedis S.A.

Gdyby nie Scanmed, to czym zajmowałaby się Pani?

W moim przypadku możliwości zajęć jest bardzo dużo, z całą pewnością jednak musiałoby stanowić spełnienie wyżej wymienionych warunków koniecznych, czyli prowadzić do samorealizacji, w sposób etyczny i z zachowaniem poczucia wolności.

Jaki jest Pani sposób na spędzenie wolnego czasu?

Lubię wypoczywać z dala od miejskiego zgiełku, najchętniej w górach. Ze względu na bliskość Tatr, weekendy spędzam w wysokich górach. Podróże, te dalsze, spędzam w bardziej egzotycznych zakątkach. Aktualnie, w grudniu planuję dłuższą podróż do Azji, kierunek Tajlandia, Laos, Kambodża.



Norbert Ofmański, Prezes On Board PR Ecco Network – jednej z największych w Polsce firm public relations, czwartej najszybciej rozwijającej się agencji public relations na świecie wg „The Holmes Raport”. Członek Międzynarodowego Stowarzyszenia Konsultantów Public Relations IPRA, Członek Rady Związku Firm Public Relations, juror wielu konkursów PR oraz członek Rady Fundacji Marka Kamińskiego wspierającej rozwój polskiej polarystyki i eksploracji. W 2006 roku pełnił funkcję Wiceprezesa Zarządu Związku Firm Public Relations (ZFPR). Od ponad piętnastu lat związany z branżą marketingową i public relations.

Wizerunek kobiety

Rzeczywistością jest, że kobiety muszą pracować ciężiej i więcej, aby zasłużyć na szacunek otoczenia i przysłowiowy „kawałek tortu”. Mimo tego, coraz więcej pań energicznie wchodzi w świat biznesu i polityki. Wkraczają na dotychczasowe obszary zarezerwowane wyłącznie dla mężczyzn, wnosząc przy tym nową jakość i kompetencje. Jaki zatem powinien być wizerunek kobiety sukcesu, jak nad nim pracować, aby nie powielać krzywdzących stereotypów?

Norbert Ofmański

– Pozycja pań we współczesnym biznesie uległa kolosalnej przemianie. Ambicje kobiet masowo już wykroczyły poza stereotypową funkcję „CEO ogniska domowego”. Zajmują one wiele kluczowych stanowisk, uczestniczą w procesach decyzyjnych, wyznaczają kierunki rozwoju, podejmują wyzwania i generują przemiany. W dzisiejszym świecie umiejętności wizjonerskie i przywódcze są jednymi z najistotniejszych cech determinujących sukces. Skuteczna kobieta biznesu to osoba, która scala zespół, wspiera wspólne działanie, motywuje, inspiruje oraz nadaje bieg wszelkim przedsięwzięciom. Kobiety dzięki naturalnym cechom posiadają wrodzone umiejętności, będące kluczem do przywództwa – potrafią lepiej niż mężczyźni odczuwać empatię, a także motywująco i inspirująco wpływać na zespół, wspierając jego działanie. We współczesnym biznesie kobiety mają szansę zajmować wiele kluczowych stanowisk, uczestniczyć w procesach decyzyjnych, podejmować wyzwania i skutecznie zarządzać zespołami i firmą. Dlatego szczególnie ważną kwestią jest umiejętne kreowanie swojego wizerunku w otoczeniu, w jakim działają. Stworzenie swego własnego doskonałego PR-u.

Kobieta biznesu musi wybrać wiarygodność

Wizerunek businesswoman

musi być przede wszystkim spójny i prawdziwy, aby stał się wiarygodny i przekonujący. To, kim jesteśmy, wyraża się nie tylko poprzez nasz wygląd zewnętrzny, ale również zachowanie, kompetencje i dokonania. Komunikacja niewerbalna, w tym elementy mowy ciała, mimika, dykcja, ton i barwa głosu, to elementy, nad którymi powinna pracować każda osoba chcąca odnieść sukces w sferze biznesu czy polityki. Kobieta sukcesu nie powinna chować się ze swoimi obawami. Zamiast tego powinna wychodzić i zdobywać reputację poprzez swoje kompetencje i postawy. Może udowodnić swoją wiarygodność poprzez skuteczne czyny. Musi zrozumieć, że to co mówi lub robi wpłynie na sposób postrzegania jej osoby, ale również jej przedsiębiorstwa. Wyniki badań potwierdzają stereotypowe przekonanie o silniejszej zdolności do empatii u kobiet niż u mężczyzn. Kobiety są lepiej przystosowane do współodczuwania. W przeciwieństwie do mężczyzn empatyzują z innymi osobami, niezależnie od tego, czy te postąpiły wobec nich uczciwie czy nieuczciwie. Dlatego też kobiety są dużo bardziej niż mężczyźni skłonne do filantropii, częściej oddają się programom społecznym, są otwarte na działania CSR. Należy pamiętać jak ważna jest działalność filantropijna i społeczna odpowiedzialność biznesu przy budowaniu wizerunku kobiety właścicielki firmy lub prezeski.

sukcesu

Kobieta biznesu nie boi się występować publicznie

Umiejętność występowania na forum to jeden z ważniejszych elementów budujących wizerunek osobisty. Wystawianie się na widok publiczny jest nie tylko kwestią własnego ego. Kobiety w biznesie wiedzą, że ponoszą odpowiedzialność względem swoich udziałowców, dostawców, pracowników i klientów. Powinny prezentować więc silny i spójny wizerunek firmy, zarówno w złych chwilach, jak i dobrych. Pamiętajmy, że proces budowania spójnego wizerunku osobistego trwa przez całe życie zawodowe. Jednym z istotnych jego elementów jest umiejętność prowadzenia efektywnych prezentacji biznesowych i wystąpień publicznych. Zwróćmy więc szczególną uwagę na to, że znaczący wpływ na opinię otoczenia o danej osobie będzie mieć sposób, w jaki potrafi ona prezentować się na forum publicznym.

Kobieta biznesu wie, kiedy powiedzieć nie

Asertywność to szczególna umiejętność wyrażania samej siebie w sposób czytelny, jasny i bezpośredni, co jest niezwykle cenne w relacjach osobistych, jak i kontaktach biznesowych. Asertywna kobieta biznesu potrafi wziąć odpowiedzialność za kształt swoich relacji z otoczeniem i wyraźnie sygnalizuje, czego chce, co jej nie odpowiada oraz jak chce być traktowana. Stawia jasne warunki i jest uczciwa wobec samej siebie, choć nie rzadko przy tym dokonuje trudnych wyborów. Równocześnie jednak uznaje, że partner w biznesie ma swoje prawa i racje oraz podchodzi do nich z szacunkiem. Dzięki takiej postawie łatwiej jej porozumieć się z innymi, formować z nimi

prawidłowe, partnerskie relacje jak „równy z równym” i kształtować przy tym wizerunek osoby kompetentnej i rzeczowej, a to w świecie biznesu ma kluczowe znaczenie.

Kobieta biznesu umie negocjować

Znajomość sztuki negocjacji jest obecnie niezbędną umiejętnością dla każdej businesswoman, która ma do czynienia z przedsięwzięciami gospodarczymi, politycznymi wymagającymi osiągnięcia zbieżnego, wspólnego stanowiska stron. Umiejętność prowadzenia skutecznych negocjacji jest wymagana od kobiet działających na różnych stanowiskach, niekoniecznie kierowniczych. Opanowanie tych umiejętności sprawia, że podczas negocjacji kobieta biznesu potrafi przewidzieć możliwe reakcje partnera biznesowego na jej stanowisko, co pozwoli jej odpowiednio sterować procesem negocjacji i mieć go do pewnego stopnia pod kontrolą. Znajomość podstawowych narzędzi komunikacyjnych pozwala radzić sobie w trudnych sytuacjach biznesowych i osobistych. Znajomość tych technik pozwoli skuteczniej przekonywać i prezentować swoje stanowisko w danych kwestiach. Nasze rodzime kobiety biznesu doskonale zdają sobie dziś sprawę z roli jaką odgrywają w życiu gospodarczym i społecznym kraju. Dowodem na to jest to, jak poważnie traktują swoje obowiązki. Ich firmy błyszczą jasnym światłem, nie wtopiły się w szare gospodarstwo wraz z setkami innych lecz odniosły spektakularny sukces. Pamiętajmy jednak, że kształtowanie własnego wizerunku to ciężka codzienna praca, która wymaga konsekwencji, a czasem jedno nieprzemyślane działanie może przekreślić kształtowany latami wizerunek skutecznej businesswoman.

Kobieta szef

Aby uzyskać odpowiedź na pytanie, jak powstał damski „strój biznesowy”

– należałoby powrócić do lat 20. XX wieku.

Wówczas powstał klasyczny zestaw: garsonka lub kostium. To wtedy nastąpiła też zmiana dotychczasowego podejścia kobiet do mody. Panie zyskały wygodne ubrania, pozwalające na dynamikę ruchu, jakiej wymagał od nich nowoczesny styl życia.



Agnieszka Jelonkiewicz – Z drugiej strony charakterystyczne jest to, że kobiety walcząc o swe prawa, były zawsze ubrane

„po męsku”. I tak, stopniowo w damskich szafach znajdowało się coraz więcej męskich części garderoby. Ostatnią rzeczą zapożyczoną przez panie z męskiej szafy były spodnie. Kobieta ubrana w spodnie – zjawisko do tej pory niewyobrażalne dla wielu dam – pojawiała się teraz coraz częściej. Pomogło w tym i kino i gwiazdy srebrnego ekranu. Katharine Hepburn (jakby nie było córka sufrażystki) upodobała sobie luźne spodnie, szybko stając się wzorem do naśladowania. Zaraz potem nadeszła nowa rewolucja: kobieta w garniturze. Jedyne wielka gwiazda mogła uczynić męski garnitur eleganckim strojem damskim, zrównanym w prawach z tradycyjną już wtedy garsonką. Była nią Marlena Dietrich. Od tego czasu spodnie i garnitur mają swoje stałe miejsce w damskich garderobach. Dzięki temu, że jest to strój wygodny i funkcjonalny panie coraz chętniej zakładają go do pracy.

Powaga garnituru

Kobieta ubrana w garnitur jest zdecydowanie bardziej poważnie odbierana od pani w sukience i zakiecie. Nic dziwnego zatem, że Polki na kierowniczych stanowiskach, chcąc podkreślić swoją rangę, nierzadko sięgają po garnitur. Dziś kobieta szef doskonale zdaje sobie sprawę z ogromnej roli wizerunku.

Współcześnie ubiór nie tylko zdobi człowieka, również wyraźnie określa jego miejsce w społeczeństwie. Strój biznesowy jest z kolei identyfikowany z określonym szczeblem drabiny rozwoju zawodowego.

Skromność i elegancja kobiety na stanowisku

Polki dobrze opanowały umiejętność rozdzielania tego co modne, od tego co eleganckie i słusznie stawiają na klasykę. Kobieta pracująca zawodowo pozostawia zmartwienie „bycia trendy” projektantom lub środowiskom związanym z show-biznesem. I to jest podejście jak najbardziej prawidłowe. W szafie kobiety pracującej nie powinno być miejsca na dekolty sięgające pasa, spódniczki będące kawałkiem materiału, czy koronki lansowane w ostatnim sezonie. Bluzki z cekinami, skórzane spódnice, kowbojki niech będą zarezerwowane na specjalne „show”, z którego ostatnio słyną media i występujące w nich „celebrytki”. Kobieta na stanowisku docenia skromność, stawia na profesjonalizm, takt i elegancję. Dlatego wybiera ponadczasowe klasyki typu: biała bluzka, ołówkowa spódnica, kostium, garnitur, czy trencz. Coraz więcej pań ma również oryginalny pomysł na siebie – własny styl, który pomaga umiejętnie wykorzystać modę jedynie zgodnie z walejami, gustem i własną osobowością. A to owocuje stworzeniem szykownego wizerunku w pracy. Czego wszystkim Paniom życzę.

Autorka jest konsultantką wizerunku w Akademii Stylu



Nie znam zawodu, któremu kobieta nie jest w stanie podołać



Rozmowa z Jakubem Chojnackim,
wiceprezesem Bilfinger Berger Budownictwo

Jakie mogą być różnice w zarządzaniu przez kobiety i zarządzaniu przez mężczyznę? Dostrzegalne są jakieś odrębne style?

Sądzę, że rzeczywiście pewne różnice są zauważalne. To powoduje, że dla jednych zadań lepiej zaangażować kobietę a dla innych mężczyznę. Dla przykładu, kobiety w swoim działaniu wydają się bardziej konsekwentne, jeśli więc jest do przeprowadzenia projekt, gdzie określone jest zadanie do wykonania, a zakres i droga do celu jest wytyczona, prawdopodobnie lepiej zaangażować do tego kobietę, która poradzi sobie z precyzyjnie wyznaczonym zadaniem. Natomiast w sytuacji z wieloma niewiadomymi i konieczności pewnej improwizacji raczej lepszy może być mężczyzna.

Jak pracownicy traktują przełożonego, który jest kobietą? Wołają panie jako pracodawców?

Nie zauważyłem, by mężczyźni mieli jakikolwiek problem z kobietą w roli przełożonego. Wydaje mi się, że wielu mężczyzn wciąż prezentuje dość szowinistyczny punkt widzenia, czyli mniemanie, że oni są najlepsi, a więc skoro ktoś jest od nich wyżej w strukturze, a do tego jeszcze kobieta, to znaczy, że musi być naprawdę dobra w tym co robi, bo przecież inaczej nie zasłaby aż tak daleko. Kobiety potrafią szybko zjednać i podporządkować sobie odpowiedni zespół. Jeśli ktoś liczy, że kobieta szef to chodząca łagodność, to może

bardzo się przeliczyć. Z mojego doświadczenia wynika, że kobiety na zarządczych stanowiskach są często bardziej stanowcze od mężczyzn, a kobieca dobrotliwość i łagodność to mit. Cechy stereotypowo związane z kobietami takie jak irracjonalność czy zbyt emocjonalność, zdają się być wyparte, gdy wchodzi biznes. Kobiety potrafią być twarde, nieustępliwe i mogą bardzo daleko zajść w biznesie.

Jak sprawdzają się kobiety w zawodach stereotypowo męskich, np. inżynierki?

Myszę, że kobiety w porównaniu do mężczyzn mają przewagę, polegającą na tym, że ich możliwości są bardzo uniwersalne. Nie znam zawodu, któremu kobieta nie jest w stanie podołać, natomiast jest kilka zawodów, gdzie mężczyźni się nie sprawdzają.

Czy to prawda, że kobietom lepiej pracuje się z mężczyznami, a mężczyznom z kobietami? Czy ma to w ogóle jakieś znaczenie?

Tak jak wspominałem wcześniej, najlepsze są wg mnie takie organizacje, gdzie wymieszani są przedstawiciele obu płci.

W jakich branżach kobietom łatwiej odnieść sukces?

Pewnie w tych pozbawionych stereotypów. Ale i takich, w których się po prostu dobrze czują i potrafią włożyć serce, w to co robią.

O 10 proc. większy zwrot z kapitału, o 46 proc. większy zysk przed opodatkowaniem, cena akcji 1,7 razy większa w firmach, gdzie co najmniej trzy kobiety zasiadają w zarządzie. Czy to przypadek, czy kobiety potrafią lepiej zarządzać?

Myszę, że takie pytania będą padały dopóki cywilizacja będzie się opierać na więcej niż jednej płci i nie uzyskamy na nie nigdy jednoznacznej odpowiedzi. I według mnie nie musimy, gdyż nie ma to większego znaczenia. To, czy firma jest dobrze zarządzana, zależy dużo bardziej od indywidualnych kompetencji i cech charakteru oraz wzajemnej współpracy osób zarządzających, a nie ich płci. Natomiast jestem przekonany, że tajemnica tkwi w tzw. mieszance kobiet i mężczyzn. Zespół składający się z kobiet i mężczyzn będzie zawsze lepszy od homogennych damskich czy męskich.

Dlaczego kobiet jest o wiele mniej w zarządach? Czy istnieje tzw. szklany sufit?

Szklany sufit często napotykały kobiety pracujące w branżach powszechnie uznawanych za męskie; taką właśnie branżą jest niewątpliwie budownictwo. Czysto męski skład naszego zarządu i rady nadzorczej wydaje się to potwierdzać. Jednak myślę, że całkiem obiektywnie i otwarcie można powiedzieć, że nie jest to wynik przypadku, ale na pewno też nie szowinizmu. Oprócz mojego stanowiska, na które konkurowałem właśnie z kobietą, w pozostałych przypadkach po prostu zabrakło kandydatek, które mogłyby poprzez swoje doświadczenie, kompetencje i autorytet w tej dziedzinie akurat wtedy konkurować. To nie znaczy, że takich kobiet nie ma, bo na szczęście są! W Polsce kilka kobiet piastuje funkcje w zarządach spółek budowlanych, nawet w roli prezesów zarządu.

Najwyższe standardy 〈polskiego rynku leasingu〉

infolinia:

801 08 08 98



breleasing.pl



BRE LEASING

Wyróżniają nas ludzie.



ANALITYKA

... palący temat

Raport Gartner Research: **SAS Institute numerem 1**
wśród dostawców analityki i rozwiązań Business Intelligence **dla ubezpieczeń**



Ponad 1100 Instytucji Ubezpieczeniowych na całym świecie
wykorzystuje rozwiązania SAS.

Ty też poddaj swoje decyzje analizie



Gartner Research. Market Trends: No Escaping BI and Analytics in Insurance in 2011,
Derry N. Finkeldey, Dan Sommer, 30 czerwca, 2011

www.sas.com/poland/ubezpieczenia
tel. (22) 560 46 00