

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU



25 NAJBARDZIEJ
PRZEDSIĘBIORCZYCH
Kobiet

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Moc energii w kobiecych rękach

Raport Advanced System Studies for Energy Transition, który powstał na zlecenie Komisji Europejskiej w ramach projektu ASSET, a którego celem jest wspieranie i tworzenie unijnej polityki, badań naukowych i innowacji w dziedzinie energii, pokazuje, że w 2021 r. udział kobiet zatrudnionych w polskim sektorze energetycznym wynosi 16 proc. To jeden z najniższych wyników w Unii Europejskiej. Liczba ta nie zachwyca, niemniej dla mnie budujące jest to, że sukcesywnie przybywa kobiet w branży i zajmują coraz bardziej znaczące stanowiska i pełnią decyzyjne w sektorze funkcje.



Barbara Adamska

prezes zarządu ADM Poland,
założycielka i prezes zarządu
Polskiego Stowarzyszenia
Magazynowania Energii

To tendencja, która nie tylko cieszy, ale też daje nadzieję na coraz prężniejszy rozwój sektora OZE. Jak pokazują bowiem badania naukowców z Uniwersytetu w Berkeley, istnieje zależność pomiędzy zarządami zróżnicowanym płciowo a zdolnością przedsiębiorstw do inwestowania w przedsięwzięcia przyjazne dla środowiska. Firmy, w których decydentami są kobiety, częściej inwestują w energię odnawialną i biorą w swojej działalności większą odpowiedzialność za środowisko. To, co dotyczy amerykańskiego rynku, widać także na gruncie europejskim, w tym w Polsce. Tam, gdzie w zarządzie zasiadają panie, tam większa jest uważność na kwestie społeczne, w tym środowiskowe.

Kobiety budują przyszłość rynku energii

Wg badań przeprowadzonych przez Międzynarodową Agencję Energii Odnawialnej IRENA, w skali globalnej kobiety stanowią 32 proc. pracowników w sektorze energii odnawialnej i 22 proc. w sektorze ropy i gazu. Jesteśmy zatem tam, gdzie innowacje. Z moich obserwacji wynika, że jest to pokłosie niegdyś polityki firm, wedle której panie obsadzało się w sektorach mało w świetle ówczesnej polityki energetycznej znaczących. Dziś to, co wówczas nie było istotne, stanowi core transformacji energetycznej tak Polski, jak i całej Europy. Kobiety mają w tej materii duże doświadczenie, przez lata stały się ekspertkami, a ich praktyczne umiejętności przekładają się na budowanie nowych wizji i kreowanie energetyki przyszłości.

Trend wzrostowy tak pod względem liczbowym, jak i znaczenia zajmowanych stanowisk w branży energetycznej, którą sama reprezentuję od lat, najlepiej widać w sektorze publicznym. Z danych wspomnianego wcześniej raportu ASSET wynika, że na poziomie zarządzającym ministerstw zajmujących się energią w państwach członkowskich UE udział kobiet wynosi średnio 44 proc. Równość płci

na polu UE (49 proc.) osiągnięto na szczeblach dyrektorskich, a w przypadku polskiego Ministerstwa Klimatu i Środowiska wynik ten wynosi 46 proc. W krajach unijnych wśród ministrów energetyki kobiety stanowiły w 2021 r. 28 proc., a wiceministrów – 27 proc. Parytet płci osiągnęły na tym polu Finlandia i Belgia. W rodzimym Urzędzie Regulacji Energetyki kobiety stanowią około 2/3 pracowników – na koniec 2020 r. URE zatrudniał 366 osób, w tym 235 kobiet i 131 mężczyzn.

Stworzyć modele biznesowe

To doskonałe informacje z punktu widzenia biznesu. To przedstawiciele urzędów dają rozporządzeniami i ustawami zielone światło do budowania modeli biznesowych dla innowacyjnych rozwiązań na rynku energii. Im większa świadomość urzędników, tym przedsiębiorcom funkcjonującym na rynku OZE będzie łatwiej tworzyć biznesy, które są nie tylko przyjazne środowisku, ale też intratne. Z taką sytuacją mamy do czynienia w przypadku np. magazynowania energii. W kwietniu tego roku przyjęta została nowelizacja Prawa energetycznego, która znosi bariery rozwoju rynku magazynowania energii w Polsce. Pozwala ona Operatorom Systemów Dystrybucyjnych i Operatorowi Systemu Przesyłowego traktować inwestycję w magazyny energii jako alternatywę dla rozbudowy sieci. Wpłynie to pozytywnie na zakres prowadzonych inwestycji w sieć, często znacząco skracając czas inwestycji, dzięki prostszemu i krótszemu procesowi inwestycji w magazyny energii w porównaniu do przedsięwzięcia polegającego na budowie odcinków sieci. Magazyny energii elektrycznej są niezbędne,

aby zapewnić odbiorcom czystą i bezpieczną energię. Wspomagają wykorzystanie źródeł odnawialnych oraz stabilizację sieci. Polityka UE w zakresie energii i klimatu postrzega magazyny energii jako kluczową technologię wspomagającą gospodarkę niskoemisyjną, przeznaczając znaczące środki na projekty badawcze, rozwojowe i pokazowe. Nowelizacja Prawa energetycznego dająca zielone światło dla rozwoju magazynowania energii w Polsce stanowi szansę na rozwój innowacyjnych rozwiązań przez polskie przedsiębiorstwa i dołączenie do światowej branży we wczesnym etapie jej rozwoju. Żeby sektor OZE w Polsce był innowacyjny, i żebyśmy nadążyli za światowymi trendami, potrzebujemy urzędników, decydentów, którzy bez względu na płeć będą dostrzegali rzeczywiste potrzeby społeczeństwa i przedsiębiorców i będą stwarzali możliwości do rozwoju narzędzi, które je zaspokoją.

Edukacja i wsparcie

Jak otwartość i innowacyjne podejście do działania mogą zmienić naszą rzeczywistość, pokazuje przykład Detroit i firmy DTE Energy. W 2013 r., w momencie, kiedy miasto ogłosiło bankructwo i szukało sposobu na rozwiązanie problemów, przedstawiciele ratusza i firmy DTE Energy wpadli na pomysł wybudowania 2 MW farmy fotowoltaicznej na terenie jednej z najbardziej niebezpiecznych dzielnic. I pewnie nie byłoby w tym nic szczególnego, gdyby nie zaangażowanie w niego 10-letnich dziewczynek z pobliskiej szkoły podstawowej. Projekt Solar Girls, bo tak się nazywa, aktualnie prowadzony jest przez Cynthię Hecht. – Dziewczynki, które wychowały się w najgorszym czasie tego miasta, całe swoje życie obserwowały

rosnące bezrobocie, biedę wdzierającą się do ich domów oraz desperację rodziców – opowiada Cynthia. – Pozbawione odpowiednich wzorców, mają jeszcze mniej wiary w siebie. Solar Girls ma być szansą na pokazanie im, że to dziewczyny mogą przynieść słońce z powrotem do tego miasta. Zainteresowanie 10-latek tematem paneli słonecznych jest nie lada wyzwaniem. Szczególnie w tych biedniejszych częściach Detroit, dzieci mają inne rzeczy w głowie i nie myślą jeszcze o studiach. A tę pracę trzeba zacząć już u podstaw – podsumowuje koordynatorka projektu.

O edukację kobiet w zakresie energetyki dba także Kristen Graf, szefowa nowojorskiej organizacji WRISE (Women of Renewables Industries and Sustainable Energy). Każdego roku jej organizacja wskazuje kilka licealistek, którym przyznaje stypendium na poszerzanie wiedzy w zakresie energii wiatrowej.

– Obserwuję rozwój zawodowy naszych stypendystek od 2005 r. Dziewczyny, którym niegdyś pomagałam wybrać ścieżkę kariery zawodowej, teraz zasiadają na wysokich szczeblach zarządczych firm energetycznych. Po tym, jak my w nie uwierzyliśmy, one uwierzyły same w siebie. A z tego punktu ścieżka do kariery jest już prosta.

To przykłady, które udowadniają, że im wcześniej zaczniemy uświadamiać młodym kobietom, że w ich rękach jest moc, i to, że na równi z mężczyznami mogą zmieniać rynek, w tym energetyczny, tym wcześniej wejdziemy na światowe podwórko w różnych sektorach, np. OZE. Edukacja to podstawa i jestem przekonana, że to jedyna droga, która bezpiecznie i z sukcesem przeprowadzi nas przez transformację energetyczną kraju.



Im wcześniej zaczniemy uświadamiać młodym kobietom, że w ich rękach jest moc, i to, że na równi z mężczyznami mogą zmieniać rynek, w tym energetyczny, tym wcześniej wejdziemy na światowe podwórko w różnych sektorach, np. OZE. Edukacja to podstawa i jestem przekonana, że to jedyna droga, która bezpiecznie i z sukcesem przeprowadzi nas przez transformację energetyczną kraju.





Zapraszam Beata Drzazga Prezes i Właściciel

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Szanowni Państwo!

Za każdym razem, kiedy przygotowujemy dla Państwa raport Perły Polskiego Biznesu, w którym wyróżniamy przedsiębiorcze Panie, w redakcji rodzi się dyskusja, czy to słuszną koncepcją. Czy kobiety potrzebują szczególnego wsparcia? Czy pokazywanie prowadzonych przez nie biznesów w kontekście płci jest stosowne? Kiedy jednak zaczynamy analizować wypowiedzi nadsyłane przez Panie, pytania odchodzą w zapomnienie. Kobiet w biznesie wciąż jest mniej, wciąż nie zajmują najwyższych stanowisk w największych firmach. Dlaczego? Na taki stan rzeczy składa się wiele czynników. Sprawdźcie Państwo, jak tę sytuację oceniają zaproszone na nasze łamy ekspertki. Na samej liście znalazły się Panie, które w naszej ocenie przełamują stereotypy: zarządzają ogromnymi zespołami i nie wchodząc w męskie buty, przecierają szlaki w zwyczajowo męskich branżach – coraz więcej Pań w energetyce, branży kosmicznej czy finansach. Życzymy inspirującej lektury.

Redakcja

**Barbara Adamska**

PREZES ZARZĄDU **ADM POLAND**,
ZAŁOŻYCIELKA I PREZES ZARZĄDU POLSKIEGO
STOWARZYSZENIA MAGAZYNOWANIA ENERGII

Ekspert w dziedzinie energetyki rozproszonej oraz magazynowania energii. Autorka licznych publikacji w prasie fachowej z obszaru transformacji energetycznej, lokalnych obszarów bilansowania oraz magazynowania energii. Inicjatorka i od 2016 r. przewodnicząca Kongresu Magazynowania Energii w Polsce, dyrektor Sekcji Magazynowania Energii w Polskim Towarzystwie Fotowoltaiki oraz ekspert Parlamentarnego Zespołu Energii i Klimatu. Członek Zespołu ds. Rozwoju Przemysłu Odnawialnych Źródeł Energii i Korzyści dla Polskiej Gospodarki, powołanego rozporządzeniem Ministra Klimatu oraz członek Rady Programowej Sieci Kompetencji ds. Energetyki Rozproszonej (SKER). Założycielka i CEO firmy ADM Poland, od 2013 r. świadczącej usługi doradcze z zakresu energetyki rozproszonej. Założycielka i prezes zarządu Polskiego Stowarzyszenia Magazynowania Energii. Doradca w zakresie tworzenia i rozwijania klastrów energii i spółdzielni energetycznych, modelowania biznesowego dla spółek działających w obszarze energetyki, rozwoju i wdrożenia usług z grupy bilansowania i zarządzania energią oraz budowy niezależnych systemów elektroenergetycznych. Autorka strategii działania oraz rozwoju dla czterech certyfikowanych klastrów energii. Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego (mgr. nauk ekonomicznych, specjalizacja: Finanse i Bankowość, mgr filologii niemieckiej) oraz Akademii Leona Koźmińskiego (MBA). Laureatka statuetki Osobowość branży Międzynarodowych Targów Energii Odnawialnej RE-energy w 2018 r.

Dominika Bettman

PREZESKA ZARZĄDU (CEO) I DYREKTORKA
DIGITAL INDUSTRIES W **SIEMENS POLSKA**,
OD GRUDNIA 2021 DYREKTOR GENERALNA
POLSKIEGO ODDZIAŁU **MICROSOFT**

Ekonomistka z wykształcenia, humanistka z natury. Orędowniczka społecznej odpowiedzialności biznesu, aktywizacji zawodowej kobiet. Propagatorka idei różnorodności i przywództwa włączającego. Aktywna uczestniczka debaty publicznej o innowacyjnym przemyśle i transformacji cyfrowej. Przez 26 lat związana z Siemensem, a od grudnia będzie odpowiedzialna za wszystkie działania Microsoft w Polsce, w tym za realizację planu inwestycji w rozwój Polskiej Doliny Cyfrowej. Absolwentka Wydziału Handlu Zagranicznego SGH w Warszawie i Advanced Management Program IESE w Barcelonie. Przedkłada czyny nad słowa, jest aktywna w gremiach i inicjatywach, których działania są zgodne z kanonem jej wartości. Jest wiceprezydentką Konfederacji Pracodawców Prywatnych „Lewiatan”, członkinią rady programowej OEES, przewodniczy Radzie Odpowiedzialnego Przywództwa FOB i Radzie KIGEiT. Zasiada w Radzie Uczelni Politechniki Warszawskiej i w Radach Nadzorczych Santander Bank Polska oraz Emitel S.A. Wierzy w transformacyjną siłę biznesu, moc sprawczą zespołów i rozwój osobisty. Autorka książki „Technologiczne magnolie” PWN 2021.



Magdalena Bezulska

PREZES ZARZĄDU, **VEOLIA TERM**

Związana z Grupą Veolia od 1999 r. W latach 1999-2002 w dywizji środowiskowej (CGEA ONYX) odpowiadała za projekty akwizycyjne spółki w Polsce, a od 2002 do 2008 r. zajmowała stanowisko zastępcy dyrektora generalnego, członka zarządu odpowiedzialnego za obszar handlowy, korporacyjny i zasobów ludzkich. W 2005 r. zorganizowała i prowadziła dział sprzedaży usług środowiskowych dla klientów przemysłowych. Od 2008 r. w spółce Veolia Usługi dla Środowiska pełniła funkcję prokurenta i dyrektora ds. personalnych i korporacyjnych. W tym okresie odpowiadała za integrację spółek z Grupy Veolia i SULO, do jej kompetencji należało także zbudowanie oraz realizacja strategii personalnej i współpracę ze związkami zawodowymi. W latach 1999-2008 pełniła również funkcje członka zarządu i Rad Nadzorczych spółek zależnych. Od lipca 2012 r. pracuje w dywizji energetycznej grupy na stanowisku dyrektora HR. Od sierpnia 2013 r. do 12 maja 2019 r. pełniła funkcję dyrektora HR Grupy Veolia w Polsce, członka zarządu spółki Veolia Energia Polska. W tym czasie odpowiadała za transformację obszaru HR, stworzenie strategii personalnej odpowiadającej na wyzwania biznesowe i jej realizację. Nadzorowała obszar dialogu społecznego i realizację zmian zakładowych układów zbiorowych pracy w spółkach. W latach 2016-2018



fot.: materiały prasowe

nadzorowała również spółkę Veolia Centrum Usług Wspólnych. Pełni funkcje członka Rad Nadzorczych spółek w Warszawie, Poznaniu, Łodzi, Tarnowskich Górach, CUW. Od marca 2019 r. dołączyła do zarządu Fundacji Veolia. Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego, Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych. Ukończyła również francuskie studia podyplomowe na Uniwersytecie Lille w zakresie zarządzania terytorialnego i Executive MBA HR na Uczelni im. Łazarskiego. Posiada Dyplom Ministra Skarbu Państwa-Licencję członka Rad Nadzorczych.

Sylwia Bilaska

GENERAL MANAGER, **EDENRED POLSKA**

Dynamiczny lider biznesu odnoszący sukcesy w technologii, eCommerce i Payments. Od ponad 15 lat komercjalizuje digital i digitalizuje biznesy na rynkach rozwiniętych i rozwijających się. Obecnie General Manager, Członek Zarządu Edenred – globalnego lidera rozwiązań technologicznych w obszarach motywacji i angażowania pracowników, a także budowania lojalności w biznesie oraz zwiększania sprzedaży na rynku B2B2C. Doświadczenie zawodowe zdobywała w działach marketingu, sprzedaży i strategii, pracując na poziomie C-level dla firm, takich jak: Tesco Central Europe, PayU Poland i Central Europe, Avon, Philip Morris oraz Oriflame. Członek rad nadzorczych firm technologicznych i FinTech oraz członek zarządu Polskiej Izby Informatyzacji i Telekomunikacji. Od blisko dekady wspiera mentoringiem kobiety i startupy. W 2016 r. nagrodzona Digital Champion Award przez Forum Liderów Cyfrowego Biznesu, rok później otrzymała tytuł Charyzmatycznego Lidera, nadany przez magazyn WhyStory. Prawnik z wykształcenia, absolwentka European Executive MBA.



Branża IT przebija „szklany sufit”

Branża IT, uznawana do niedawna za domenę mężczyzn, staje się coraz bardziej różnorodna. Liczba kobiet na stanowiskach specjalistycznych i menadżerskich stale rośnie. Oprócz kompetencji zawodowych panie wnoszą do firm wartości, które przekładają się na lepsze zarządzanie, takie jak empatia, umiejętność rozwiązywania konfliktów, podejmowanie decyzji oparte na konsultacjach. Różnorodne zespoły, w których pracują zarówno kobiety, jak i mężczyźni, mają większą efektywność dzięki uzupełnianiu się cech obu płci i lepszej atmosferze pracy. Czasy „szklanego sufitu”, na który dotąd napotykały ambitne i wykształcone kobiety, zdają się nareszcie przemijać. Rozmawiamy o tym z Martą Maliszewską, dyrektorką Departamentu Operacji – największego polskiego agenta rozliczeniowego – eService.

Czy zetknęła się pani w swojej pracy ze zjawiskiem „szklanego sufitu”?

Tak jak wiele kobiet w biznesie musiałam zmierzyć się ze stereotypem, według którego na kierownicze stanowiska mężczyźni nadają się bardziej niż kobiety. Na szczęście nie przejmowałam się tym i postanowiłam udowodnić, że kompetencje nie zależą od płci. Jestem przekonana, że czasy „szklanych sufitów”, „lepkiej podłogi” czy „szklanych ruchomych schodów” muszą odejść w przeszłość i widzę coraz więcej oznak, które ten trend potwierdzają. Różnorodność staje się na tyle pożądaną wartością, że nawet firmy technologiczne przestają być domeną mężczyzn. Najlepszym tego przykładem jest eService, w którym kieruję kluczowym Departamentem Operacji, ale liczne kontakty zawodowe pozwalają mi stwierdzić, że nasz przykład znajduje coraz więcej naśladowców.

Jak wygląda różnorodność w Pani firmie?

Dbamy o równość płci, jako jeden z obszarów troski o zrównoważony rozwój. Połowa menadżerów w eService, w tym prezes zarządu, to kobiety. Bardzo często są one menadżerkami w obszarach, które na pierwszy rzut oka nie były uznawane za „kobiece”. Mam tu na myśli np. logistykę czy zarządzanie ryzykiem. Regułą naszej organizacji jest, że menadżerowie w pierwszej kolejności są rekrutowani w ramach awansów wewnętrznych, stwarzamy w ten sposób równe szanse wszystkim talentom niezależnie od płci. Wyównane proporcje, jakie mamy, mogą dowodzić, że kobiety zyskują dzięki temu realne perspektywy rozwoju zawodowego i z powodzeniem z nich korzystają. Dotyczy to także młodszych kobiet, które mogą w bezpiecznym środowisku stawiać pierwsze kroki menadżerskie, łącząc rolę matki i szefa. Zyskuje na tym firma, one same i ich rodziny.

Jakie wartości kobiety wnoszą do zarządzania biznesem?

Kobiety z natury inaczej postrzegają rywalizację, co korzystanie przekłada się na lepszą współpracę i wspólne wykonywanie pracy w zespole. Łatwiej jest im mówić o tym, co nie wyszło, wyciągać wnioski z doświadczeń i dzielić się nimi ze współpracownikami. Niezwykle ważna jest też tworzona przez nie atmosfera w pracy, notabene wartość wymieniana na pierwszym miejscu przez kobiety w IT. Nasze doświadczenia wskazują, że zespoły, w których pracują kobiety oraz mężczyźni, dzięki łączeniu różnych cech osobowości i sposobów wykorzystania kompetencji pracują optymalnie i osiągają lepsze wyniki. Kobiety na pewno bardziej skupiają się na tym, aby tworzone rozwiązania łączyły w sobie praktyczność oraz estetykę, panowie zaś skupieni są na ich stabilności i dbają „by działało bezawaryjnie”. Oczywiście to pewne uogólnienie.

Mamy w całym kraju sieć serwisantów – speców od elektroniki i terminali płatniczych. Kiedyś była to grupa w 100 procentach składająca się z mężczyzn. Obecnie pracuje tam już kilkanaście kobiet i świetnie sobie radzą. Dla odmiany w obsłudze klienta, długo uważanej za typowy „damski” obszar, mamy niemalże równą reprezentację pań i panów.

Jak zmierzyć wartość dodaną, którą daje firmie zatrudnianie kobietom?

Mogę się tutaj posłużyć własnymi doświadczeniami. Nasza firma rozwija się mimo trudności na rynku pracy, na którym coraz mocniej brakuje wykwalifikowanych specjalistów IT, finansów oraz specjalności związanych z branżą płatniczą. Mimo to eService realizuje swoją misję i rośnie, zwiększając zatrudnienie nawet o 20 procent rocznie. Dzieje się tak między innymi dlatego, że doceniamy potencjał zawodowy kobiet, chętnie je za-

trudniamy i nie boimy się powierzać im odpowiedzialnych stanowisk specjalistycznych oraz menadżerskich. Wspieramy je na drodze rozwoju zawodowego i aktywnie uczestniczymy w inicjatywach budujących wśród młodych kobiet świadomość, że mogą z powodzeniem realizować swoje ambicje zawodowe w tak perspektywicznej branży, jak płatności elektroniczne.

Co zrobić aby w firmach IT było więcej kobiet?

Wciąż zbyt mało kobiet wybiera naukę na uczelniach technicznych. Widać to w wynikach badań, w których kobiety pytane są o kierunek ukończonych studiów. Na szczęście to właśnie kobiety mają większą zdolność do przekwalifikowywania się i dzięki temu z sukcesami zmieniają ścieżki swojego rozwoju, odkrywając, że w IT czy logistyce czują się jak ryba w wodzie. Z jednej strony pokazuje to, że moglibyśmy ułatwiać życie przyszłym pokoleniom kobiet, pokazując im na dobrych przykładach, że warto wybierać studia na politechnice – i to staramy się robić, a z drugiej... Przewrotnie zapytam: Jeżeli w przyszłości coraz potrzebniejsza będzie umiejętność przekwalifikowywania się, to czy nie właśnie ona jest ważniejsza? I kto wówczas podoła temu zadaniu, jeśli nie my?

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Katarzyna Byczkowska

DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCA,
BASF POLSKA

Ukończyła studia na Politechnice Wrocławskiej (magister inżynierii chemicznej) oraz studia MBA na Uniwersytecie w Calgary. Przez 10 lat pracowała dla Dow Chemical na różnych stanowiskach w Warszawie i Londynie, a karierę w BASF rozpoczęła w 2005 r. jako kierownik sprzedaży na Europę Północną, w Wielkiej Brytanii. Następnie pełniła funkcje komercyjne w Ludwigshafen, w Niemczech (2006-2007) oraz w Warszawie, gdzie objęła stanowisko dyrektora handlowego EUC i Rosji (2008-2012). W latach 2013-2017 została oddelegowana do Barcelony, gdzie pełniła funkcję Vice President, Sales & Regional Market Development Iberia. Lata 2017-18 spędziła w Wiedniu jako Head of Controlling and Projects na Europę Centralną. Po powrocie do Polski w maju 2018 r. Katarzyna Byczkowska objęła stanowisko dyrektora zarządzającej BASF Polska, spółki, która jest wśród największych krajowych oddziałów koncernu BASF w Europie. Obecnie BASF Polska to ponad 780 pracowników i blisko 870 mln euro obrotu (2020). Katarzyna jest także obecnie aktywna w zespole Diversity & Inclusion BASF na region EMEA jako ambasador z krajów Europy Środkowo-Wschodniej.

Założyciel i prezes największej firmy medycznej w Polsce BetaMed, świadczącej usługi opieki długoterminowej w domu pacjenta oraz w Clinice BetaMed w Chorzowie. Zatrudnia ponad 3 tys. osób, opiekuje się ponad 6 tys. pacjentów. Ma 91 filii opieki domowej w 11 województwach w Polsce. Właściciel i prezes firmy medycznej BETAMED INTERNATIONAL w Las Vegas. Właścicielka DRZAZGA CLINIC – Kliniki Laseroterapii i Medycyny Estetycznej oferującej ekskluzywne zabiegi na twarz i ciało z wykorzystaniem najnowocześniejszego sprzętu. Właścicielka ekskluzywnego salonu mody „DONO DA SCHEGGIA”, w którym oferowane są najnowsze kolekcje ze światowych stolic mody m.in. Mediolanu, Londynu, Paryża czy Wiednia. Ekspert w dziedzinie zarządzania służbą zdrowia. Została Ambasador Biznesu Nevada. Prelegent wielu polskich i międzynarodowych konferencji ekonomicznych i medycznych. Uczestniczka misji gospodarczych m.in. w Nevadzie, Kalifornii, Peru, Chile, Chinach, Niemczech, Czechach, Francji. Laureatka blisko 200 prestiżowych nagród i wyróżnień przyznawanych zarówno w Polsce, jak i na arenie międzynarodowej. Swoją sukces zawdzięcza pasji, samodziścyplinie i miłości do ludzi. Jej życiowe motto brzmi: „Sukcesem jest odnosić sukcesy, ale zawsze pozostawać sobą”.

Beata Drzazga

ZAŁOŻYCIEL I PREZES, **BETAMED**

Tamar Gelashvili-Dąbrowska

PREZES ZARZĄDU **ASTRI POLSKA**

Zarządza znaną, polską firmą w obszarze sektora kosmicznego. Z wykształcenia jest inżynierem. W życiu wyznaje zasadę, że wszystkie trudności można pokonać. Jest otwarta na wyzwania. W wolnej chwili tłumaczy, sięga po poezję albo jeździ na wyprawy 4x4. Ukończyła Wydział Inżynierii Produkcji na Politechnice Warszawskiej ze specjalizacją Techniki Uzbrojenia. Pierwsze doświadczenia zawodowe zdobywała w przemyśle motoryzacyjnym we francuskim koncernie Faurecia, globalnym dostawcy części samochodowych. Od 2009 r. zajmowała się konsultingiem. Po kilku latach pracy w tym wymagającym obszarze związała się z firmą lotniczą Airbus Military na warszawskim Okęciu. Od 2018 r. pracuje w Astri Polska – spółce należącej do Centrum Badań Kosmicznych PAN i Airbus Defence and Space. Przez 2,5 roku była w niej dyrektorem Działu Operacyjnego, następnie przez rok COO – dyrektorem operacyjnym/członkiem zarządu. Od czerwca 2021 r. jest prezesem zarządu Astri Polska. Jej zainteresowania zawodowe skupiają się przede wszystkim wokół technologii i wytwarzania. Jak sama mówi, studia dały jej stabilny grunt w tym zakresie. Obecna pozycję zawodową ukształtowały jednak przede wszystkim praktyczna wiedza i umiejętności zdobyte zarówno przy zarządzaniu produkcją, w tym wdrażaniu nowych projektów, jak i podczas restrukturyzacji polskich firm, kiedy to odkryła w sobie zamiłowanie do finansów przedsiębiorstw oraz zarządzania strategicznego. Urodziła się w Gruzji, ale od 27 lat mieszka na stałe w Polsce. Od kąd pamięta, interesuje się teatrem i poezją. Prowadziła portal ViaKaukaz.pl. Jej nazwisko jest w bazie polskiego kina, jako tłumaczki m.in. filmu „Sztuka Przetrwania”. Prywatnie jest szczęśliwą żoną i matką dwojga dzieci.

Anna Grabowska

WICEPREZESKA ZARZĄDU DS. STRATEGII KONSUMENCKICH/
EVP, CHIEF COMMERCIAL OFFICE, **ŻABKA POLSKA**

Od stycznia 2021 r. pełni funkcję wiceprezesa zarządu ds. strategii konsumenckich (EVP, Chief Commercial Officer) i zarządza zespołem, którego zadaniem jest wyznaczanie kierunków rozwoju firmy poprzez budowanie strategii konsumenckich i komercyjnych oraz wspierających, jak strategia marki i marek własnych oraz strategia odpowiedzialnego i zrównoważonego rozwoju ESG. Od kwietnia 2016 r. pełniła funkcję wiceprezesa zarządu ds. komercyjnych w firmie Żabka Polska i kierowała departamentami: handlowym i marketingu. Odpowiadała za strategię asortymentową, promocyjną i cenową sieci Żabka, a także rozwój sklepów w nowym formacie, strategię marketingową oraz komunikację z klientami. W ostatnich trzech latach przeprowadziła transformację oferty sieci, rozwijając produkty i usługi modern convenience spełniające potrzeby współczesnego konsumenta.



Iwona Kossmann

PREZES ZARZĄDU,
DENI CLER GROUP



W październiku 2019 r. została nominowana na stanowisko prezesa zarządu Deni Cler Group, firmy posiadającej sieć 50 ekskluzywnych butików z odzieżą luksusową i akcesoriami dla kobiet. Wcześniej była prezeską Revo Technologies, spółki zajmującej się finansowaniem zakupów konsumenckich w handlu detalicznym. W 2012 r. założyła firmę Kossmann Fashion zajmującą się projektowaniem i produkcją odzieży dla kobiet biznesu. Do listopada 2011 roku była prezesem spółki Bonnier Business Polska, wydawcy „Pulsu Biznesu”. W latach 2008-2010 pełniła funkcję prezesa DCG. W latach 2001-2008 zarządzała marketingiem i sprzedażą spółek telekomunikacyjnych w grupie Orange. Od 2001 do 2005 r. pełniła funkcję dyrektora marketingu firmy PTK Centertel, operatora sieci Orange. W 2005 r. została powołana na członka zarządu ds. marketingu i sprzedaży (2005-2007), a następnie – po przejęciu PTK Centertel przez TP – weszła do zarządu spółki jako członek zarządu ds. rynku masowego (2007-2008). W latach 2000-2001 pełniła funkcję dyrektora marketingu w Coty Polska. Od 1994 r. zarządzała międzynarodowymi markami w filiach Coty Polska, Coty Hungary, Coty Germany. Karierę rozpoczęła w 1992 r. w Unilever Polska (1992-1994). W 2015 r. została nagrodzona przez Ministra Gospodarki i Wiceprezesa Rady Ministrów Statuetką Marki Polski oraz odznaczona medalem za zasługi dla rozwoju gospodarki Rzeczypospolitej Polskiej. W 2021 r. została wyróżniona przez magazyn „Home&Market” tytułem Menadżera Roku, a w 2008 r. Menadżera Dekady. Od 2014 r. wiceprezes ZPPM Lewiatan (Związek Producentów Przemysłu Mody). Ukończyła Szkołę Główną Handlową z tytułem magistra nauk ekonomicznych oraz studia podyplomowe na kierunku Zarządzanie Strategiczne i Marketing na Uniwersytecie Erasma w Rotterdamie w Holandii.

Beata Kozłowska-Chyła

PREZES ZARZĄDU, PZU

Absolwentka studiów prawnych na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego. Uzyskała stopień naukowy doktora habilitowanego nauk prawnych. Jest wykładowcą na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego w Katedrze Prawa Handlowego. Wykonuje zawód radcy prawnego, jest arbitrem rekomendowanym w Sądzie Arbitrażowym przy Krajowej Izbie Gospodarczej w Warszawie. Pełniła funkcję członka rady nadzorczej PZU, członka rady nadzorczej TFI PZU i PTE PZU oraz dwukrotnie była członkiem zarządu PZU. Zasiadała również w zarządzie PZU Życie. Pracowała także jako zastępca dyrektora Departamentu Prawno-Licencyjnego w Urzędzie Nadzoru nad Funduszami Emerytalnymi oraz pełniła funkcję prezesa zarządu Polskiego Wydawnictwa Ekonomicznego. Obecnie jest przewodniczącą rady nadzorczej PZU Życie, Grupy Lotos oraz Pekao. Jest także członkiem Rady Legislacyjnej przy Prezisie Rady Ministrów, członkiem Rady



ds. Przedsiębiorczości przy Prezydencie RP, oraz członkiem Komisji Rewizyjnej Polskiej Izby Ubezpieczeń i członkiem Rady Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego. Zasiada również w Radzie Polskiego Komitetu Olimpijskiego. Jest autorką kilkudziesięciu publikacji naukowych z zakresu prawa spółek, prawa papierów wartościowych oraz prawa ubezpieczeniowego, opublikowanych w renomowanych czasopismach polskich i zagranicznych, a także autorką artykułów popularyzatorskich.



Wyniki nie mają płci

Z Magdaleną Kowalewską, Country Manager Operations w ImmoFinanz, rozmawiała Agnieszka Bulus-Trando

godę z ImmoFinanz, gdzie z początku zajmowałam się handlem, biurami, magazynami i mieszkaniówką. Przechodziłam przez kolejne szczeble organizacji, będąc asset managerem, szefową asset managementu, by w końcu objąć funkcję członka zarządu i w efekcie przejąć zarządzanie wszystkimi działaniami operacyjnymi firmy w Polsce, co trwa aż do dzisiaj. Z perspektywy czasu za duży plus uznaję to, że rosłam w środowisku korporacyjnym zaczynając od podstawowych stanowisk. Bardzo mi to pomaga w empatycznym podejściu do ludzi, ponieważ mam łatwość zrozumienia z czym się mierzą pracując na różnych stanowiskach w firmie.

Pani kariera zawodowa to pasmo sukcesów, jaki jest ten największy?

Powiedziałabym pasmo sukcesów przeplatanych porażkami, które są niczym innym, jak cennym doświadczeniem. Popelniając błędy uczymy się i, jeśli chcemy, wyciągamy z tych błędów wnioski. Mówię: jeśli chcemy, ponieważ wcale nie jest to takie oczywiste. Bardzo ważne w rozwoju jest to, by być otwartym na krytykę, umieć przyjąć czyjeś odmienne zdanie, zatrzymać się i zastanowić się nad sobą. Nie każdy ma ochotę spotykać się ze sobą na takim poziomie. I odpowiadając konkretnie na pytanie, największym dla mnie sukcesem jest to, jeśli ludzie, z którymi współpracuję, są gotowi pokonywać swoje słabości i mimo trudności idą do przodu w kontekście rozwoju siebie samych. To mi daje spełnienie i cieszę się, że mogę uczestniczyć w takich procesach.

Pracuje Pani w nieruchomościach, jest to branża mocno zdominowana przez mężczyzn. Czy czuła Pani, że musi się dostosowywać do męskich reguł, czy też dawać z siebie więcej, aby osiągnąć pozycję, jaką ma Pani obecnie?

Od dziecka byłam jedną z niewielu dziewczyn w środowisku męskim. Z kuzynami spędzałam wakacje, przez wiele lat trenowałam Karate Kyokushin, również wtedy w wąskim gronie żeńskich sempai. Środowisko męskie było więc dla mnie naturalne, dlatego też niespecjalnie musiałam odnajdować się na spotkaniach, gdzie byli sami mężczyźni, ba nawet przez długi czas tego nie dostrzegałam, zanim nie zaczęto mnie o to pytać... Wynikało to też pewnie z mojej mniejszej świadomości zarówno samej siebie, jak i świata otaczającego, zwłaszcza na początku mojej zawodowej drogi. Dzisiaj, obserwując biznesową rzeczywistość, uważam, że jako kobiety najpierw musimy zaczynać od siebie, dawać sobie prawo do tego, żeby odnosić sukces, wchodząc do sali, nie pytać się: gdzie mogę usiąść albo, będąc na spotkaniu: czy mogę zadać pytanie? Oczywiście, że w branży nieruchomości jest bardzo dużo mężczyzn, przeważają szczególnie na najwyższych stanowiskach w organizacjach, natomiast bardzo ważne, żebyśmy my jako kobiety wchodziły w te struktury z nastawieniem: niech się zacznie ode mnie. Nie czekajmy na to, aż będziemy zapraszane do stołu, same siadamy do tego stołu i mówimy wtedy, kiedy chcemy. Nie jeden raz się zdarzyło na mojej drodze zawodowej, już jako szefowej firmy, że chciałam awansować kobietę na dane stanowisko, ale to ona nie była gotowa na taką zmianę, podważała siebie, pytała, czy to na pewno dobra decyzja... Na szczęście już teraz w naszej branży po-

jawia się wiele wspaniałych kobiet na stanowiskach menedżerskich, które są tzw. role modelami dla innych kobiet. Potrzebujemy coraz więcej takich wzorców. I może też dobrym nastawieniem byłoby czerpanie z dobrych cech, którymi wyróżniają się mężczyźni, tak jak mężczyźni mogą inspirować się kobietami. Ogólnie mówi się, że mężczyźni są bardziej konkretni, a kobiety bardziej empatyczne. Współpracujemy ze sobą, czerpiąc z naszej różnorodności. Natomiast uważam, że krzywdzące dla kobiet jest podejście, żeby kobiety awansować ze względu na płeć. Wyniki nie mają płci. Jak jesteś dobra i chcesz iść do przodu, droga utoruje się sama, a jeśli tak się nie dzieje, to znak, że czas na zmianę środowiska, w którym się znajdujesz.

Chyba możemy już zdradzić, że spodziewa się Pani dziecka. Oczywiście gratulujemy. Pojawia się jednak niestety to pytanie, które często zadaje się kobietom na wysokich stanowiskach (o dziwo mężczyzn to pytanie nie dotyczy) czyli jak będzie Pani łączyć karierę z macierzyństwem. Czy tutaj też przydaje się biznes plan?

Dziękuję bardzo! Jesteśmy wszyscy bardzo szczęśliwi. Doświadczenie w biznesie przydaje się w macierzyństwie, tak jak matki często świetnie sprawdzają się zawodowo. Szczęście sprzyja przygotowanym, także ja już wstępny plan mam.

Jakie są Pani to zatem plany?

Najbliższe plany zawodowe to dalszy rozwój. A życzeniowo byłoby wspaniale, gdybyśmy mogli pożegnać się z pandemią, ale wierzę, że wszystko jest po coś, więc akceptuję to, na co nie mam wpływu i skupiam się na tym, co ja mam do zrobienia.

Jaka jest Pani biznesowa droga?

Właściwie od początku funkcjonuję w branży nieruchomości. Odkąd pamiętam, ten rynek mnie fascynował. Zaczynałam swoją przygodę u generalnego wykonawcy, gdzie pracowałam na budowie jako tłumacz, następnie awansowałam na asystentkę zarządu, żeby później działać po stronie obsługiwanego przez nas klienta, dewelopera nieruchomości komercyjnych, w zakresie property i asset managementu, a także marketingu. Zawsze byłam nastawiona na rozwój i właściwie we wszystkich obszarach, w których działałam w biznesie, byłam proaktywna. Myślę, że już od wczesnych lat mojej kariery, wtedy jeszcze nieświadomie, realizowałam motto: co dajesz światu, wraca do ciebie. W dalszej kolejności nastąpiła roczna przerwa w mojej karierze, którą bardzo dobrze wspominam, a mianowicie podyplomowe studia marketingowe na Uniwersytecie Chicago. Miałam też wtedy możliwość podróżowania w dalekie zakątki świata; zwiedzałam na przykład kamperem Alaskę, ale co najważniejsze w tym okresie przyszła na świat moja córka Pola. Po powrocie do Warszawy zaczęłam przy-

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Ewa Kudlińska-Pyrz

DYREKTOR GENERALNA **MARY KAY COSMETICS POLAND & LITHUANIA**

Byla odpowiedzialna za wprowadzanie prestiżowych marek kosmetycznych na rynek. W 2003 r. jako Dyrektor Generalna otworzyła filię światowej marki kosmetycznej, Mary Kay, w Polsce, rozszerzając następnie obecność na Litwę, Łotwę i Estonię. Obecnie skupia się na strategicznych inicjatywach, wspierających sukces tysięcy Konsultantek Kosmetycznych. Płynnie przeprowadziła spółki Mary Kay przez kryzys związany z COVID-19. Dzięki niej firma odnotowała rekordowe wzrosty sprzedaży i liczby Konsultantek. Trzykrotnie była Prezesem Zarządu Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej. Obecnie jako Członek Zarządu, buduje wizerunek PSSB jako wpływowego głosu i zaufanego źródła informacji o branży sprzedaży bezpośredniej. Reprezentuje polski rynek w Światowej Federacji Stowarzyszeń Sprzedaży Bezpośredniej, promując etyczne zachowania biznesowe. Jej inicjatywy zostały kilkakrotnie uhonorowane przez organizację PNSA Certyfikatem Etycznej Sprzedaży i Zarządzania Obsługą Klienta. Jej pasją są podróże, zwiedziła ponad 70 krajów. Jest żoną Mariusza i mamą dwóch córek, Marty i Julii, z których jest bardzo dumna.

Magdalena Kowalewska

COUNTRY MANAGER
OPERATIONS, CZŁONEK
ZARZĄDU, **IMMOFINANZ
W POLSCE**

Od 2009 r. związana z IMMOFINANZ, gdzie kolejno zajmowała stanowiska: Head of Asset Management Offices & Logistics Poland, Country Manager Offices & Logistics Poland, aby w 2016 r. rozpocząć pełnienie funkcji członka Zarządu oraz objąć stanowisko Country Manager Operations i zarządzać polskim portfelem nieruchomości o wartości ponad 975 mln euro. Obecnie odpowiedzialna jest za wszystkie działy operacyjne spółki IMMOFINANZ w Polsce: Asset Management, Leasing, Development i Center Management. Jej działania koncentrują się na dwóch strategicznych obszarach działalności spółki: nieruchomościach biurowych i handlowych. W ramach pełnionej funkcji odpowiada również za działania z zakresu HR-u, marketingu i PR-u spółki w Polsce. Podczas ostatnich lat swojej pracy z powodzeniem wdrażała strategię rozwoju trzech marek IMMOFINANZ: marki biurowej myhive, marki parków handlowych STOP SHOP oraz marki centrów handlowych VIVO!. Magdalena Kowalewska jest absolwentką marketingu na University of Chicago, Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie i Filologii Angielskiej na Uniwersytecie Jana Kochanowskiego w Kielcach.

Joanna Mroczek

SENIOR DYREKTOR, **CBRE**

Senior Dyrektor, pracuje w CBRE od prawie 15 lat. Zarządza pracą dwóch działów – Marketingu i Komunikacji oraz Badań Rynku i Doradztwa w Polsce i krajach Europy Centralnej (CEE). Jest również członkiem zarządu operacyjnego w firmie, specjalizuje się w usprawnianiu procesów w organizacji, budowaniu zespołów i przewagi konkurencyjnej firmy. Firma w tym czasie przeszła szereg zmian organizacyjnych, zwiększyła się pięciokrotnie oraz zainicjowała kilka innowacyjnych projektów takich jak IdeaLab czy Office Superstar, stając się liderem na rynku, inicjującym jego zmiany. Jest absolwentką Szkoły Głównej Handlowej oraz Studiów Managerskich AMP w IESE Business School w Barcelonie. Jest doświadczonym mówcą na konferencjach, członkiem Jury w konkursach, wyróżniona w konkursie Top Woman in Real Estate w kategorii Innovation. Prywatnie Joanna jest fanką amatorskiego biegania, jazdy na rowerze i skuterze.

Dagmara Nickel

CEO YOUNICK, CEO **NICKEL DEVELOPMENT**

Fascynuje ją praca z ludźmi i napędza pożyteczność. Biznes ma dla niej wymiar zarówno finansowy, jak i ludzki, dlatego w każdym biznesie poszukuje wartościowych sposobów wymiany w każdym z tych wymiarów. W 1998 r. założyła wspólnie z ojcem Nickel Development – firmę deweloperską, której główny fokus to produkt zorientowany na przyjazność, unikalność architektoniczną, funkcjonalność i dostosowanie do portfela klienta. Od 2006 r. rozwija prywatny park technologiczny – YouNick Technology Park, który dostarcza firmom technologicznym infrastrukturę dedykowaną do ich zmieniających się potrzeb: od biur, przez powierzchnie magazynowe, laboratoria, do stref produkcyjnych. Od 2012 r. inwestuje i wspiera operacyjnie rozwój nowatorskich biznesów w obszarze BIO, ICT, IOT i zaawansowanych usług BPO pod marką YouNick Mint. YouNick to dzisiaj 159 przedsiębiorstw i 1008 osób pracujących na ich rzecz.

Beata Pawłowska

DYREKTORKA REGIONU CE **ORIFLAME**

Kariere zawodową rozpoczęła w P&G, gdzie w ciągu zaledwie pięciu lat przeszła drogę od stanowiska przedstawiciela handlowego do roli Head of National Accounts, a następnie Head of Pharmacy. Następny przystanek: jako CEO International Paper wprowadziła markę Velvet, a następnie przeprowadziła udaną restrukturyzację, po której nastąpiła rentowna transakcja M&A, obejmująca DD, roadshow i negocjacje, zakończona sprzedażą do Kimberly Clarke. Jako CEO Coca-Cola Poland zidentyfikowała i przeprowadziła transakcję kupna marki Multivita od firmy Maspex i ponownie wprowadziła ją na rynek jako kultową dziś Kroplę Beskidu. Po tym sukcesie, w ciągu sześciu miesięcy przeprowadziła rentowną restrukturyzację MTV Networks Polska, dzięki czemu firma ta stała się numerem 1 na rynku. W Hoop, jako General Manager odpowiedzialny za Polskę, CEE i Kraje Bałtyckie przeprowadziła kolejny proces turnaround biznesu (w tym zamknięcie dwóch fabryk), który zakończył się korzystną sprzedażą firmy do Kofoli. W 2009 r. dołączyła do Royal Unibrew, gdzie wdrożyła duży projekt zarządzania zmianą (m.in. modernizacja produkcji), który w ciągu 18 miesięcy



wyprowadził firmę ze strat do zysków. Jako wiceprezes firmy Selen odpowiadała za P&L 20 podmiotów oraz za eksport do 50 krajów – dzięki wdrożeniu nowej strategii (marketing, nowe kanały dystrybucji, struktura organizacyjna) kilka jednostek biznesowych zanotowało rekordową sprzedaż, a kurs akcji firmy wzrósł o 385 proc. W 2014 r. dołączyła do Oriflame Poland jako prezes zarządu, a dzięki znakomitym wynikom w 2018 r. awansowała na dyrektora Regionu CE i członka Globalnej Rady Biznesu.

Aneta Podyma-Milczarek

PREZESKA ZARZĄDU, **UNUM**

Aneta Podyma-Milczarek ma imponujące doświadczenie menedżerskie: karierę zaczynała w Merrill Lynch, uruchamiała polski oddział BlackRock, tworzyła i przewodziła AXA TFI i była szefem Genworth Financial w regionie. Studiowała we Wrocławiu i w Paryżu. W pracy kładzie nacisk na oparte na wartościach etyczne relacje z klientami, oferowanie transparentnych produktów finansowych i najwyższą jakość obsługi. Dostrzega i docenia ludzi, wierzy w ich potencjał i pomaga im się rozwijać. To według niej klucz do biznesowego wzrostu i osobistych sukcesów otaczających ją osób. Jest otwarta na potrzeby innych i zaangażowana społecznie. W 2011 roku współtworzyła ogólnopolską inicjatywę „Koalicja Prezesów Wolontariuszy 2011”, znaną dziś jako Liderzy Pro Bono, której nadal jest aktywnym uczestnikiem. Od 2012 roku przewodniczy Radzie Fundacji Młodzieżowej Przedsiębiorczości, jest jej aktywnym członkiem i działaczem. Aneta Podyma-Milczarek angażuje się w rozwój rynku ubezpieczeń, pełniąc funkcję wiceprzewodniczącej Komisji Rewizyjnej przy Polskiej Izbie Ubezpieczeń. Jej dojrzałość biznesowa, efektywne przywództwo i standardy zarządzania zostały wyróżnione tytułem Mistrza Biznesu (Businessman.pl). Została również ujęta w gronie



50 najcenniejszych kobiet w raporcie Rzeczpospolita Babska 2019, 2020 i 2021 („Gazeta Finansowa”) oraz wśród 25 najlepszych menadżerów roku 2019 („Home & Market”), a także wśród Top 10 Menadżerów w Finansach 2020 („Gazeta Finansowa”).

W biznesie nie można kapitulować

Z Pat Romanek, członkiem zarządu Butcher's Pet Care, rozmawiała Justyna Szymańska.

Jakie są najbardziej aktualne trendy na rynku żywności dla zwierząt?

Przede wszystkim widzimy, że następuje premiumizacja rynku. Obserwujemy, że segment karm premium napędza wzrost rynku i w 2025 r. podwoi swoją wielkość. Jest to wynikiem dwóch głównych trendów w kategorii Pet Food. Pierwszy z nich to urbanizacja – ponad 60 proc. posiadaczy psów i kotów żyje w miastach. Humanizacja natomiast sprawia, że z właścicielami zwierząt stajemy się ich rodzicami: psy i koty są teraz członkami rodziny i chcemy traktować je tak dobrze, jak traktujemy samych siebie – dbamy m.in. o wagę, jamę ustną czy odporność.

Jak Butcher's Pet Care odpowiada na te trendy w swojej ofercie?

Dokładamy wszelkich starań, by produkty, które znajdują się w naszym portfolio, były najwyższej jakości i dostarczały pupilom wszelkich wartości odżywczych, które są niezbędne do ich prawidłowego funkcjonowania. Wszystkie z naszych karm przygotowywane są z naturalnych składników z dodatkiem witamin i minerałów, nie zawierają sztucznych barwników czy konserwan-

tów, karmy mokre są gotowane na parze i nie zawierają glutenu. W naszej ofercie można znaleźć m.in. produkty z certyfikatem Bio z serii Bio Foods, które są przygotowywane z ekologicznych składników, bez antybiotyków i herbicydów, oraz produkty z linii funkcjonalnej – obserwujemy, że dużym problemem wśród zwierząt jest nadwaga i otyłość, dlatego w swojej ofercie mamy karmę o obniżonej zawartości tłuszczu z dodatkiem L-karnityny, która pomoże zadbać o prawidłową wagę pupila. Linia funkcjonalna zawiera także inne warianty karmy dopasowanej do konkretnych potrzeb psów – w tym ze specjalną formułą dla wzmocnienia układu odpornościowego.

Dodatkowo w naszym portfolio pojawiły się przekąski Butcher's Dental Care, które zadbają o zdrowie i czystość zębów psa. Pomagają one zapobiegać nagromadzeniu się kamienia nazębnego. Dzięki formule bezbożowej są lekkostrawne, a brak dodatku cukru oraz niska zawartość tłuszczu pomogą kontrolować wagę pupila.

Jakie osobiste predyspozycje, umiejętności, ułatwiają Pani

działanie na tak szeroką skalę na tak różnych rynkach?

Wdrażałam strategię przekształcenia marki Butcher's Pet Care z lokalnej w międzynarodową, co oznaczało liczne zmiany, transformację biznesu, rozwój organizacji. Recepta się nie zmieniła. Menedżer powinien mieć długofalową wizję i jednocześnie ustalać priorytety oraz koncentrować się na najważniejszym. Bardzo ważne są relacje międzyludzkie, bez zgranego zespołu niczego się nie dokona. Czas pandemii uwypuklił to, że trzeba być bardzo uważnym, szybko reagować i potrafić dostrzegać nowe szanse. W biznesie nie można kapitulować.

Jak pandemia zmieniła rynek żywności dla zwierząt?

Coraz więcej ludzi sięga po zdrowe i naturalne produkty dla swoich pupili, po produkty bio oraz takie, które adresują specyficzne potrzeby zwierząt. To potwierdza, że idziemy właściwą drogą, którą wytyczył w 1987 r. Graham Baker, założyciel naszej firmy. Poprzez zdrowe żywienie pomagamy pielęgnować najpiękniejsze relacje między ludźmi i zwierzętami. Oparcie biznesu na dobrych wartościach jest najlepszym sposobem na przetrwanie każdej burzy.



Przez ostatnie 1,5 roku pewne trendy przyspieszyły oraz zyskały na znaczeniu. Mam też na myśli transformację cyfrową – działania, które podejmujemy w obszarze digital, pozwalają nam budować przewagę konkurencyjną.

Jak widzi Pani przyszłość rynku? Co w najbliższej przyszłości będzie na nim priorytetem?

Zjawiskiem, które zauważyliśmy na post-covidowym rynku karm dla zwierząt jest polaryza-

cja – rosną segmenty z kategorii economy oraz premium, kosztem produktów ze średniej półki. Obserwując trendy, jakie aktualnie występują i o których wcześniej wspominałam, konsumenci będą poszukiwać karmy wysokiej jakościowo, by jak najlepiej dbać o zdrowie zwierzątek. Coraz więcej osób poświęca czas na czytanie etykiet i porównywanie składów poszczególnych produktów, wybierając te, które będą dla nich najbardziej odpowiednie.

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Pat Romanek

CZŁONEK ZARZĄDU,
BUTCHER'S PET CARE

Praktyk biznesu od ponad 25 lat, doradzała w polskich i międzynarodowych koncernach, przygotowując zespoły do zmiany i wspierając rozwój marek. Zorientowana na wyniki, ze sprawdzoną umiejętnością rozwijania zespołów w celu maksymalizacji rentowności i wzrostu wartości firmy. Od ponad 10 lat zarządza oddziałem brytyjskiej spółki w Polsce, odpowiadającym za sprzedaż międzynarodową. Przygotowała oraz wdrożyła strategię, która pozwoliła firmie wejść na ponad 20 rynków w Europie i na Bliskim Wschodzie oraz przekształcić tym samym lokalną brytyjską markę w międzynarodową. Wierzy, że innowacja oraz gotowość do rozwoju nowych obszarów biznesu to jedna z najważniejszych cech lidera.

Edyta Sadowska

PREZES ZARZĄDU I DYREKTOR GENERALNA,
CANAL+ POLSKA

Edyta Sadowska, prezes zarządu i dyrektor generalna CANAL+ Polska od maja 2019 r. Wcześniej, od lutego 2018 r., była członkiem zarządu CANAL+ Polska na stanowisku wiceprezesa zarządu ds. programowych. Posiada ponad 20 doświadczenia na wysokich stanowiskach kierowniczych. Bezpośrednio przed dołączeniem do CANAL+ Polska była związana m.in. z Ringier Axel Springer Polska, gdzie zajmowała stanowisko prezesa zarządu spółki. Następnie jako członek zarządu połączonych struktur Grupy Onet-RAS Polska (Ringier Axel Springer, Onet.pl, Media Impact Polska) odpowiadała za budowę oraz realizację strategii rozwoju i transformacji cyfrowej największych tytułów prasowych i mediów online.



Joanna Seklecka

PREZES ZARZĄDU **ESERVICE**

Jest znaną postacią świata płatności bezgotówkowych, laureatką licznych nagród i wyróżnień, wśród których ważne miejsce zajmują tytuły Najbardziej wpływowa kobieta branży płatniczej 2020 oraz 2021. Kierowany przez nią eService jest liderem polskiego rynku akceptacji kart płatniczych i największym agentem rozliczeniowym w Europie Środkowo-Wschodniej. Jako część międzynarodowej Grupy EVO jest jej europejskim hubem IT, technologii, zarządzania i rozwoju produktów. Firma szybko rośnie i zwiększa zatrudnienie – nawet o 20 proc. rocznie. Działa już na obszarze 11 krajów UE, gdzie obsługuje ponad pół miliona terminali płatniczych, których roczne obroty przekraczają 165 mld złotych. Dostarcza też nowoczesnych rozwiązań płatniczych dla handlu internetowego – eCommerce oraz mCommerce.

Joanna Seklecka aktywnie działa również na rzecz rozwoju branży. Jest członkiem Rady ds. Systemu Płatniczego przy NPB oraz członkiem Visa Poland Client Council. Jej wiedza i doświadczenie zostały docenione także przez członków Komitetu Agentów Rozliczeniowych, którzy w styczniu 2020 r., jednogłośnie wybrali ją przewodniczącą KAR. Joanna dużą wagę przywiązuje do zachowywania zasad work-life balance, chętnie angażuje się również w działania na rzecz wspierania rozwoju zawodowego kobiet w branży IT. Wolny czas lubi spędzać z rodziną i znajomymi, aktywnie – na nartach lub motocyklu albo wyciszając się przy książce czy pielęgnacji ogrodu.

Agnieszka Servaas

PREZES ZARZĄDU,
VIVE MANAGEMENT

Od 20 lat wspiera i współtworzy biznes. Swoje kompetencje i umiejętności wykorzystuje do wspierania rodzinnego biznesu, zarządzania zmianą, implementacji nowych modeli biznesowych, a przede wszystkim szukania synergii i wartości dodanej w każdym działaniu. Wspiera liderów w duchu przywództwa opartego o wartości. Zdobyła odwagę, aby świadomie powiedzieć, że kocha ludzi i każda relacja ją ubogaca. Dzięki innym zdobywa wiedzę o samej sobie. Kieruje się otwartością na zmiany i nowe doświadczenia. Sukcesy, które odnosi, nie biorą się z przypadku, ale zawsze są konsekwencją marzeń i wizji, które wdraża w życie oraz efektem dążenia do przemyślanego celu i podejmowania trafnych decyzji. Jest inicjatorką nurtu Textile Upcycling, jako formy przetwarzania wtórnego odpadów tekstylnych, w wyniku którego powstają produkty o wartości wyższej niż przetwarzane surowce. Angażuje się w inicjatywy wspierające rozwój dzieci i młodzieży oraz pomoc finansową dla niezwykłych talentów, bo wie, że to inwestycja w przyszłe pokolenia. Pasjonuje się psychologią i tym, co w nas nieodkryte. Kocha podróże, pozwalające poznawać nowe kultury, ludzi i piękno świata.



Katarzyna Suchcicka

DYREKTOR GENERALNY, **OX2**

Od 14 lat związana z energią, a konkretniej z odnawialnymi źródłami energii. Absolwentka studiów inżynierskich za granicą i ekonomicznych w kraju. Posiada międzynarodowe doświadczenie w zarządzaniu i budowaniu efektywnych zespołów. Aktywnie uczestniczy w polskiej transformacji energetycznej.

Alina Szynaka

WICEPREZES ZARZĄDU, **SZYNAKA-MEBLE**



Kreatorka pozytywnego wizerunku polskiej firmy rodzinnej i promotorka Polski i polskich produktów na arenie międzynarodowej. Dzięki nowoczesnym metodom zarządzania oraz skutecznej polityce promocyjnej kierowana przez Alinę i Jana Szynaka firma rozwinęła liczne kontakty handlowe w Polsce i ponad 60 krajach świata. Dziś Grupę Meblową Szynaka tworzy 8 nowoczesnych zakładów produkcyjnych, Centrum Logistyczno-Wystawieniowe oraz Centrum Konferencyjno-Szkoleniowe Pałac Mortęgi Hotel & SPA o łącznej powierzchni ponad 650 000 m², co można porównać do 91 boisk piłkarskich. Obecnie Grupa Meblowa Szynaka zatrudnia prawie 3500 osób. Prowadząc biznes, Alina Szynaka podejmuje szereg inicjatyw mających na celu osiągnięcie harmonii i równowagi z otoczeniem, dbając tym samym o środowisko lokalne i naturalne. W Jej filozofii działania silnie zakorzeniony jest duch odpowiedzialności społecznej. Kierowana przez Alinę Szynaka firma nie działa w oderwaniu od lokalnego społeczeństwa, jest jego częścią i aktywnie wspiera wszelkie działania na rzecz rozwoju okolicznych miast, województwa i kraju. Jako aktywna promotorka polskiego rzemiosła chętnie udziela się społecznie i charytatywnie. Jest wielkim autorytetem w kraju i uznanym menadżerem. Laureatka wielu prestiżowych nagród i wyróżnień. Prywatnie mama czwórki dzieci i babcia siedmiorga wnucząt, miłośniczka podróży i egzotycznych roślin.

Agnieszka Świerszcz

PREZES ZARZĄDU,
DHL PARCEL POLSKA



Jako CEO DHL Parcel Polska zarządza prawie 8 tys. pracowników i kurierów pracujących w 42 jednostkach na terenie całego kraju. Swoją przygodę z logistyką rozpoczęła od technicznego i operacyjnego uruchomienia trzech nowoczesnych Centrów Sortowania w Polsce – od przygotowania planów operacyjnych, przez rekrutację i szkolenia pracowników, aż po techniczny start systemów sortujących. Na przestrzeni lat piastowała szereg kluczowych funkcji takich jak Dyrektor ds. Operacji w Centrach Sortowania, Dyrektor ds. Operacji Krajowych, Wiceprezes ds. operacyjnych. W tym czasie efektywnie tworzyła i wdrażała inicjatywy oraz projekty cross funkcyjne oparte na metodologiach Six Sigma i Lean. Fascynują ją nowe technologie, wyzwania biznesowe oraz praca z ludźmi. Jest absolwentką wydziału technologii żywności i żywienia człowieka Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu oraz Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. Czas wolny najchętniej spędza w gronie rodziny i przyjaciół.

Anna Włodarczyk–Moczowska

PREZES ZARZĄDU, **WIENER TU S.A. VIENNA INSURANCE GROUP**

Absolwentka Uniwersytetu Łódzkiego oraz Szkoły Głównej Handlowej. W latach 2001-2012 była związana z grupą Ergo Hestia, w tym od 2001 r. z MTU Moim Towarzystwem Ubezpieczeń, gdzie piastowała stanowisko wiceprezesa zarządu. Od roku 2013 jest członkiem Komisji Rewizyjnej Polskiej Izby Ubezpieczeń, a od roku 2016 pełni w niej funkcję przewodniczącej. W 2010 r. została uhonorowana Brązowym Krzyżem Zasługi za wkład w rozwój polskiego rynku ubezpieczeniowego. Od 2012 r. prezes zarządu Wiener TU Vienna Insurance Group.



Dominika Żak

ZAŁOŻYCIELKA **DEEZEE**

Porzuciła pracę na uczelni na rzecz uruchomienia własnego biznesu. Od mamy pożyczyła 3 tys. zł i otworzyła własny sklep internetowy. Rocznie sprzedaje około 1,25 mln par butów, a jej biznes jest wart ponad 30 mln zł.

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Branża kosmiczna jest bliżej Ziemi, niż to sobie wyobrażamy

Jak odległy jest kosmos? Okazuje się, że z mazowieckich równin może być do niego bliżej niż z górzystej Gruzji. Pokazuje to ścieżka kariery Tamar Gelashvili-Dąbrowskiej, od czerwca 2021 r. prezes Astri Polska, polskiej spółki z branży kosmicznej. W wyższej kadry zarządzającej ponad 70 działających w Polsce firm z tego sektora kobiety można policzyć na palcach jednej ręki. Pod kierownictwem nowej prezes spółka realizuje osiem bardzo ważnych projektów, a to przecież dopiero początek.

W pracy najbardziej interesuje ją zespołowe rozwiązywanie skomplikowanych procesów technologicznych i wspólne pokonywanie problemów, a w Astri Polska okazji po temu nie brakuje. Spółka ma w portfolio kilkadziesiąt zakończonych i realizowanych projektów o unikalnym charakterze i skali trudności. Prezes Tamar Gelashvili-Dąbrowska ma racjonalne wyjaśnienie swej „kolektywnej orientacji” na zbiorowe pokonywanie przeszkód. – Rzadko sobie uświadamiamy, że wiedzy o naprawę nowoczesnych metodach produkcji i technologiach nie zdobędziemy z książek, ani na wykładach na najlepszych nawet uczelniach. O wszystkim decyduje

praktyka. Tymczasem Astri Polska istnieje dopiero od 11 lat, a do Europejskiej Agencji Kosmicznej Polska przystąpiła niespełna dekadę temu i choć szybko się rozwijamy i uczymy to wciąż jeszcze zdobywamy bezcenne doświadczenie. Naszym atutem jest w tej sytuacji scalanie potencjałów intelektualnych podczas pracy w zespołach. Dzięki temu wygrywamy kolejne przetargi – mówi prezes Astri Polska.

W świecie projektów sektora kosmicznego

Już same nazwy projektów, w których Astri Polska bierze udział, budzą respekt: METOP-SG, Eurostar Neo, Misja JUICE, Galileo... Dla

fachowców ze spółki określenia takie jak: integracja systemów, testowanie awioniki czy systemów, albo komputerów pokładowych satelitów to konkrety przekładające się na setki i tysiące godzin spędzonych nad realizacją danego zadania, będącego częścią większego projektu Europejskiej Agencji Kosmicznej. Z kolei dla beneficjentów np. program Eurostar Neo to dwa rodzaje urządzeń, które umożliwiają przeprowadzenie testów systemów elektronicznych satelitów przed umieszczeniem ich na orbicie. Z kolei udział w Misji JUICE polegał na dostarczeniu dwóch urządzeń, dzięki którym inżynierowie nadzorujący prace sondy na księżycu Jowisza będą mogli zweryfikować poprawność funkcjonowania jej kluczowych systemów, w tym m.in.: systemu zasilania, układu napędowego, systemu komunikacji i nawigacji czy systemu sterowania panelami słonecznymi.

Działania w kosmosie. Efekty na Ziemi

Prezes Gelashvili-Dąbrowska zwraca uwagę na coś równie ważnego jak

aspekty techniczne. Na istotę przedsięwzięć. – Eksploracja kosmosu nie jest celem samym w sobie, a branża kosmiczna jest bliżej Ziemi, niż to sobie zwykle wyobrażamy – mówi. Wyjaśnia, że działalność w kosmosie wcześniej, czy później będzie miała swój „ziemski” ekwiwalent. I tak np.: projekt METOP-SG to program satelitów meteorologicz-

nych, dla których Astri Polska dostarczyła rozwiązania pozwalające przetestować systemy elektroniczne satelitów i skalibrować z nimi urządzenia naziemne. Galileo zaś to nowa generacja systemu nawigacyjnego UE, innego i dokładniejszego niż znany powszechnie GPS. – Prowadzimy w nim dwa projekty będące w zaawansowanym stadium i jesteśmy w trakcie negocjacji kolejnych dwóch. Zabiegamy także o udział w projektach: Copernicus (monitoring środowiska i klimatu) oraz typowo „kosmicznym” ARIELu – badaniu odległych planet pozasłonecznych. Naszą ambicją jest także wzięcie czynnego udziału w stworzeniu polskiej konstelacji satelitów obserwacyjnych w ramach programu MikroGlob, którego celem będzie zapewnienie wysokorozdzielczych obrazów satelitarnych dla użytkowników związanych z sektorem bezpieczeństwa i obronności państwa oraz w celu zaspokojenia potrzeb w tym zakresie administracji publicznej. Widzimy w tym projekcie swój duży udział – mówi prezes Astri Polska.



Praca przy projektach i rywalizacja w przetargach wymagają ogromnej gotowości do adaptacji oraz ścisłej współpracy z firmami i instytucjami europejskimi. W obszarze działania Astri Polska, którą kieruje, nie jest dane raz na zawsze.

Myśląc o szansach

Każdy z nas, bez względu na płeć, wiek, wykształcenie, pochodzenie, wygląd lub jeszcze inny aspekt, styka się w pewnym momencie swojego życia z barierami. Zamiast skupiać się na przeszkodach, ja jednak wolę myśleć o szansach, jakie każda, nawet bardzo trudna sytuacja za sobą niesie. Pomaga mi w tym na pewno wrodzony optymizm, lecz bardzo często jest to po prostu świadomy wybór.



Katarzyna Suchcicka

dyrektor generalna OX2

Nie bez znaczenia jest to, że moja kariera zawodowa łączy się od początku mocno ze Skandynawią. Jak wiadomo, kraje skandynawskie są na prowadzeniu we wszelkiego rodzaju rankingach dotyczących równouprawnienia i praca w tej kulturze od ponad 15 lat na pewno miała duży wpływ na mój rozwój zawodowy i osobisty. Moim celem jest tworzenie takiego świata, aby nasze dzieci i wnuki mogły cieszyć się dobrobytem, rozwijać się i aby nie musiały skupiać swojej energii na naprawianiu tego, co my po sobie zostawimy. Sektorem, który ma kluczowe znaczenia dla naszego bezpieczeństwa, i który jest bazą do wszelkiej

innej działalności, jest sektor energetyczny. Z jednej strony dostęp do energii jest podstawowym dobrem cywilizacyjnym, z drugiej właśnie on przyczynia się do zanieczyszczenia powietrza i wody, a co za tym idzie do niekorzystnych zmian klimatycznych.

Dostarczać efektywne rozwiązania

Polityka europejska zakłada odchodzenie od wytwarzania energii elektrycznej w wysokoemisyjnych jednostkach węglowych, przy jednoczesnym rozwoju źródeł niski i zeroemisyjnych, takich jak energia słoneczna i wiatrowa, czym ja i mój zespół się zajmujemy. Polska energetyka opiera się na jednostkach zasilanych węglem kamiennym i brunatnym, co stanowi ponad 70 proc. mocy zainstalowanej w Krajowym Systemie Elektroenergetycznym. Ten system opiera się na jednostkach, które oprócz emisyjności mają również problem z wiekiem i nakładami, jakie są potrzebne na ich modernizację, nie wspominając o tym, że złoża węgla się wyczerpują. Technologia wiatrowa i słoneczna jest obecnie bardzo konkurencyjna cenowo, co widać

po wynikach aukcji na zakup energii ogłaszanych przez prezesa Urzędu Regulacji Energetyki. Szczególnie fotowoltaika w Polsce bije rekordy i w ostatnich latach mocno konkuruje cenowo z wiatrem. To zjawisko jest pokłosiem ustawy antywiatrowej (tzw. 10H). Ceny energii z wiatru, które obecnie w Polsce budujemy mogłyby być dużo niższe, gdyby w 2016 r. nie zablokowano rozwoju tej technologii. W związku z tym, dziś budujemy elektrownie wiatrowe, które w innych krajach uważane są za przestarzałe, a nawet są wycofywane z produkcji.

Spółeczny i kulturowy aspekt przemian

Te aspekty są jednym z wielu, które staramy się zmienić, aby umożliwić jak największy rozwój energii odnawialnej. Wykonujemy gigantyczną pracę w przygotowaniu i budowie odnawialnych źródeł, ale również bardzo aktywnie działamy na rzecz tego, aby tworzyć ramy prawne, budować akceptację społeczną, aby dostarczać rozwiązania, które są w danej chwili najefektywniejsze, czy to pod kątem cenowym, czy w kontekście oddziaływania na środowisko, czy pod kątem bezpieczeństwa i sta-

bilności. Nasza firma wywodzi się ze Szwecji, bardzo prężnie działa również w Finlandii. W obu tych krajach energetyka odnawialna nie jest subsydiowana i opiera się na zasadach rynkowych, stąd nasz model biznesowy zakłada jak najefektywniejsze projektowanie i wykorzystanie zasobów, co aplikujemy również na naszym rodzimym rynku. Im dłużej utrzymujemy system oparty na węglu, tym będziemy mieli droższą energię. Wraz ze wzrostem ceny prądu chleb będzie drożał i wpływ na nasz dobrobyt będzie bardzo bezpośredni. Jak nałożymy na to rosnące ceny gazu i paliw, które w tym roku biją kolejne rekordy, to szybko nasuwa się wniosek, w jakim kierunku musimy się rozwijać. Z przykrością mówię, że „tanio już było” i nie nadrobimy już strat i zaniedbań w tym sektorze krótkoterminowo. Sposób i skala pozyskiwania i spalania węgla nie jest dla mnie tylko aspektem ekonomicznym, ale ma to też wymiar społeczny i kulturowy. Biznesu i wyników finansowych nie można nie łączyć z szacunkiem i empatią do drugiego człowieka i przyrody. Jakkolwiek to nie zabrzmiało, jesteśmy ze sobą połączeni. Zmiana systemu energetycznego wpłynie na nas jako społeczeństwo. Jeśli nie będziemy dziś podejmować racjonalnych i świadomych decyzji, z oceną działań na przyszłe pokolenia, to cała transformacja energetyczna traci sens.



WCIAŻ ZA MAŁO CENIONE

Wzrosła liczba osób oceniających wpływ kobiet na rozwój sektora finansowego jako duży – z 12 proc. w 2018 r. poprzez 17 proc. w 2019 r. do 26 proc. w roku 2021 – wynika z 3. edycji badania „Kobiety w Finansach” przeprowadzonego przez Antal oraz CFA Society Poland. Największy wpływ mają na to malejące nierówności wynagrodzeń oferowanych w sektorze – które jednak wciąż należą do najwyższych – zarówno w porównaniu do innych sektorów, jak i krajów Unii Europejskiej.

19 października 2021 Antal i CFA Society Poland opublikowali 3. edycję raportu „Kobiety w Finansach 2021”, którego partnerem strategicznym jest Bank BPH. Badanie zostało przeprowadzone w II kwartale bieżącego roku metodą CAWI wśród 689 respondentów reprezentujących sektor finansowy. Wynika z niego, że pomimo pandemii z roku na rok rośnie odsetek specjalistów i menedżerów oceniających rolę kobiet jako strategiczną (wzrost o 14 p.p. w stosunku do roku 2019). Wciąż jedną jest to opinia większości. Kluczowym czynnikiem determinującym wpływ kobiet na obszar finansów są zmniejszające się nierówności płacowe pomiędzy kobietami a mężczyznami – 56 proc. respondentów oceniło ten aspekt jako bardzo ważny.

Czy nierówności wreszcie zmaleją?

Jednym ze wskaźników odzwierciedlających różnicę między przeciętnym wynagrodzeniem kobiet a mężczyzn jest wskaźnik gender pay gap. Z jednej strony Polska ma na tym polu czym się pochwalić – w 2019 r. wg danych Eurostat, w Polsce wyniósł zaledwie 8,5 proc. (spadek o 0,4 p.p. r/r), co plasuje kraj na 6. pozycji w całej Unii Europejskiej, dla której średnia wynosi 14,1 proc. Niestety sektor finansowy nie wygląda tak dobrze – w tym obszarze gender pay gap wynosi 30,8 proc. i Polska zajmuje również 6. pozycję – ale od końca, wyprzedzając jedynie: Czechy, Węgry, Rumunię, Francję oraz Litwę. Obserwacje badanych wskazujących na zmniejszanie tych nierówności może być jednym z najważniejszych zmian w sektorze bankowości od dekady.

Sprzyja temu fakt, że niemal co trzeci respondent (31 proc.) w badaniu Antal i CFA Society Poland wskazuje, że w jego organizacji podejmowane są działania mające na celu aktywizację kobiet i równouprawnienie.

– Współczesna branża finansowa, tradycyjnie uważana za domenę mężczyzn, staje się doskonałym miejscem do rozwoju zawodowego kobiet. O sukcesie najczęściej decydują wiedza i kompetencje, a nie płeć. Widać też wyraźnie, że różnorodność korzystnie wpływa na efektywność i długoterminową przewagę konkurencyjną organizacji – uważa Paweł Bandurski, prezes zarządu Banku BPH.

Kierunki zmian dla instytucji finansowych

Zdaniem respondentów, aby rozwijać pozytywny trend, najbardziej potrzebne są różnego rodzaju programy rozwojowe dla kobiet oraz szkolenia i kursy. Wciąż jednak największym czynnikiem hamującym karierę kobiet jest uwikłanie w role tradycyjne – uważa tak aż 39 proc. respondentek. – Kobiety znacznie częściej robią przerwy w karierze zawodowej oraz podejmują niektóre decyzje

dotyczące pracy w oparciu o obowiązki związane z opieką nad innymi członkami rodziny. Średnie wyliczenia godzinowe wykazują, że kobiety wykonują więcej pracy nieodpłatnej, takiej jak opieka nad dziećmi lub obowiązki domowe. Potwierdzają to dane ZUS, według których na urlopie rodzicielskim w pierwszym kwartale 2021 r. przebywało 209 447 osób, w tym zaledwie 1 481 ojców. Ich odsetek wyniósł 0,7 proc. – podkreśla Izabela Sajdak, CFA zarządzająca Funduszami w PFR TFI, członkini CFA Society Poland.

Wpływ pandemii na sytuację kobiet w finansach

Kobiety oceniły konieczność pracy zdalnej wynikającej z ograniczeń pandemicznych jako zjawisko raczej pozytywne (3,7 w pięciostopniowej skali), natomiast bardzo negatywnie – niedziałające szkoły przedszkola i żłobki (1,8 w pięciostopniowej skali). 2/3 badanych wskazuje, że ich firma wprowadziła elastyczne formy pracy, przy czym 44 proc. stwierdziło, że może decydować, kiedy pracuje w trybie home office. Ponad 1/3 czuje się bardziej

doceniana ze względu na konieczność łączenia obowiązków zawodowych z prywatnymi podczas pracy z domu. Badani zwracają również uwagę, że ich relacje ze współpracownikami są słabsze niż przed pandemią COVID-19 – twierdzi tak ponad 1/3 respondentów.

– Choć praca zdalna powoli otwiera wiele drzwi do wcześniej nieosiągalnych ofert prac na terenie całego kraju, to i tak zauważamy zwiększoną potrzebę inicjowania działań na rzecz rozwoju zawodowego kobiet. Rosnąca tendencja oferowania w pełni pracy zdalnej oraz widoczny popyt na tę możliwość pozostawia kobiety z dylematem, czy warto rozwijać ścieżkę kariery dalej u jednego pracodawcy – podkreśla Barbara Makuła, Senior Consultant Antal SSC/BPO. – Mimo że branża finansowa wciąż kojarzy się w Polsce z przewagą mężczyzn, a takie specjalizacje, jak zarządzanie funduszami czy trading wiążą się z nadreprezentacją tej płci, spada odsetek badanych oceniających, że w tym sektorze występują bariery mające niekorzystny wpływ na przebieg kariery zawodowej kobiet – podsumowuje prof. Krzysztof Jajuga, prezes CFA Society Poland.

Sprzedaż bezpośrednia to biznes przyszłości



Jeśli myślisz, że model biznesowy oparty na sprzedaży face to face odchodzi w zapomnienie, Mary Kay udowadnia, że to nic bardziej mylnego. Ewa Kudlińska-Pyrz, dyrektorka generalna Mary Kay Cosmetics Poland & Lithuania opowiada, jak firma założona przez jedną kobietę ponad pół wieku temu, wciąż zmienia świat i wzbogaca życie kobiet na całym globie. I głośno mówi: We are the Future!

Pewność, że wybierasz najlepszą jakość

Będąc międzynarodową firmą kosmetyczną, obecną na niemal 40 rynkach, za priorytet stawiamy sobie najwyższy standard naszych produktów. Chcemy, aby kobiety wybierając markę Mary Kay miały pewność, że wybierają jakość i bezpieczeństwo. Za każdym kremem i paletką, które znajdują się w damskiej kosmetyczce, stoi praca zespołu naukowców z Centrum Badawczego Mary Kay oraz niezależnych ekspertów. Jako że wykonujemy lub nadzorujemy wszystkie etapy cyklu produkcyjnego, każdy nowy kosmetyk musi przejść szereg badań naukowych i konsumenckich. Poddajemy je m.in.

testom na bezpieczeństwo, jakość czy skuteczność użytkowania. Wiele z naszych produktów zawiera innowacyjne, opatentowane kompleksy składników, czy wykorzystanych technologii. Uwielbiamy wprowadzać innowacje. Naszym najnowszym osiągnięciem jest stworzenie specjalnego procesu retynizacji, który w bezpieczny sposób przyzwyczają skórę do działania czystego retinolu przy wykorzystaniu mobilnej aplikacji. Dowodem na niezawodne działanie kosmetyków Mary Kay są liczne nagrody, z których jesteśmy dumni. Jednak najważniejszą nagrodą jest dla nas zadowolenie i zaufanie naszych klientek, które może przerodzić się w biznesową relację, ponieważ nierzadko do grona Doradczyń Piękna, dołączają kobiety, które zakochały się najpierw właśnie w naszych produktach.

Usługa nastawiona na człowieka

To, z czego jestem najbardziej dumna, to metoda dzia-

łania naszych Doradczyń Piękna, nazwana przez nas Złotym Serwisem. We współpracy z klientkami nasze Konsultantki zawsze kierują się zasadą „Traktuj innych tak, jak sama chciałaby być traktowana”. Oznacza to, że każda klientka, otoczona opieką swojej Doradczynie Piękna, jest przez nią traktowana indywidualnie – otrzymuje spersonalizowane porady dotyczące pielęgnacji i makijażu, może liczyć na jej czas i pomoc. Nie musi nawet pamiętać, kiedy skończy się jej ulubiony krem, o to również Doradczynie Piękna zatroszczy się za nią!

Zadowolenie kobiet jest dla nas niezwykle istotne, dlatego dbamy o rozwój współpracujących z nami Doradczyń, zapewniając im dostęp do profesjonalnych szkoleń z zakresu pielęgnacji, makijażu i prowadzenia biznesu, w którym najważniejszy jest człowiek. Kobiety współpracujące z firmą Mary Kay wiedzą, że ich działalność to nie bezosobowe sprzedawanie produktów, a relacja

zbudowana na zaufaniu i zaangażowaniu, w której one występują w roli przyjaciółki-eksperta, odpowiadającego na potrzeby swoich klientek.

Biznes na miarę nowych czasów

W dobie powszechnej cyfryzacji i nieustająco rozwijającej się technologii Mary Kay nie pozostaje w tyle. Jesteśmy w pełni zaangażowani w tworzenie nowych rozwiązań, które zapewnią satysfakcję naszym konsumentom. W zeszłym roku płynnie przeszliśmy na prowadzenie biznesu metodą hybrydową – łącząc działania online i offline, zarówno w indywidualnych biznesach naszych Doradczyń Piękna, jak i w biznesie korporacyjnym. Nasze Doradczynie Piękna mają do dyspozycji szereg materiałów, dzięki którym uczą się jak efektywnie prowadzić taką działalność. Dzięki mądrym połączeniom nowych i starych technik pracy wiele z nich stworzyło prawdziwe biznesowe imperia.

Jednocześnie nasza uwaga cały czas poświęcona jest budowaniu relacji. Nieważne czy rozwijają się one przez media społecznościowe, czy podczas spotkań w domowym zaciszu. Chcemy, aby osoby sięgające po produkty (a tym samym usługi) Mary Kay miały pewność, że nie są pozostawione same sobie. Dlatego

mogą uczestniczyć zarówno w spotkaniach na żywo, jak i tych organizowanych w sieci, brać udział w indywidualnych konsultacjach na platformach typu FaceTime lub oglądać relacje live. Sky is the limit!

Jedność kobiet

Mary Kay Ash założyła swoją firmę, aby wzbogacać życie kobiet, bez względu na ich pochodzenie, wykształcenie czy styl życia. To niesamowite, że przez tyle lat idea budowania kobiecej jedności jest wciąż tak aktualna. Piastując stanowisko Dyrektorki Generalnej przez ostatnie osiemnaście lat, miałam przyjemność poznać wielu niezwykłych, ambitnych i pełnych pasji kobiet, które wspólnie stworzyły naszą niezwykłą społeczność.

Tajemnica nieustannego powiększania się tej wspólnoty tkwi w inspiracji, jaką przekazują swoim klientkom nasze Doradczynie Piękna. Panie widząc, jak nasze Konsultantki dzięki wzajemnemu wsparciu rozkwitają, budują swoją markę, nabierają pewności siebie i realizują marzenia, chcą stać się tego częścią. Niejednokrotnie słyszałam, że to, co przekonało je do Mary Kay to kobiety, które tutaj poznały. Jestem bardzo dumna z możliwości współtworzenia tak niezwykłej kobiecej wspólnoty, na bazie której cały czas wzrasta firma przyszłości.

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

ROLA KOBIET NA RYNKU PRACY
W DOBIE CYFROWEJ TRANSFORMACJI

W związku z pandemią prawie połowa pracujących kobiet odczuła zmiany warunków pracy, 60 proc. pracujących matek doświadczyło trudności w godzeniu obowiązków rodzinnych i zawodowych, a 41 proc. kobiet czuje się przeciążonych nową sytuacją. Niezadowolonych ze swojej obecnej pracy jest 21 proc. kobiet, jednak niemal 30 proc. z nich nie zmienia jej ze względu na strach. Dodatkowo ponad połowa badanych uważa, że postępujące zmiany technologiczne sprawiają, że kompetencje cyfrowe stają się coraz bardziej istotne w ich pracy (56 proc.). Niestety, niewiele kobiet znajduje czas na zdobywanie nowych kompetencji.

Przedstawiamy najnowszy raport Future Collars Tytanki pracy. Kobiety na rynku pracy w dobie cyfrowej transformacji, w którym badaczki z DELab Uniwersytet Warszawski, przeanalizowały kondycję psychiczną, fizyczną i zawodową Polek w obliczu transformacji cyfrowej i pandemii COVID-19.

Pandemia a sytuacja zawodowa kobiet

W ostatnich kilkunastu miesiącach 45 proc. pracujących zawodowo Polek odczuło zmianę warunków pracy, w 35 proc. było to obniżenie pensji czasowo lub na stałe, niemal 10 proc. ankietowanych straciło pracę, ale też blisko 10 proc. podjęło decyzję o zmianie zawodowej. Zamknięcie szkół miało wpływ na kondycję psychiczną matek. Aż 5 proc. zatrudnionych mam zrezygnowało z pracy, żeby opiekować się dziećmi. Kobiety wybierały między wycofaniem się z pracy, zasiłkiem opiekuńczym i spowolnieniem rozwoju zawodowego lub tytanicznym wysiłkiem, by pogodzić wszystkie role. Polki kryzys przetrwały przede wszystkim dzięki swojej determinacji i sile oraz przy wsparciu bliskich. Jak pokazał raport, najmniej skuteczna okazała się pomoc państwa. – Niepokojące jest to, że podczas pandemii nierówności, które pojawiały się jeszcze przed pandemią, takie jak niższe wynagrodzenie, konieczność łączenia pracy zawodowej i roli opiekuńczej czy mniejsze możliwości na awans, nasilają się, co dodatkowo negatywnie wpływa na aktywność zawodową kobiet, ich możliwości rozwoju i aspiracje zawodowe. Dodatkowo, cały czas mierzymy się z sytuacją,

gdzie mimo tego, że kobiety stanowią większość absolwentów uczelni wyższych, wciąż są mniejszością na kierunkach związanych z technologią i IT i stanowią także mniejszość pracowników w tychże obszarach. A przecież to umiejętności cyfrowe, informatyczne i programowania, najczęściej określane są jako kompetencje przyszłości – mówi Elżbieta Solińska, Chief Operations Officer w Santander Bank Polska.

Nowe kompetencje kluczem do sukcesu

W świetle przemian na rynku pracy umiejętności cyfrowe będą odgrywały coraz większą rolę w każdym obszarze gospodarki. Tam, gdzie potencjał przechodzenia na pracę zdalną był wysoki, mniejsze było zagrożenie redukcją etatów czy wynagrodzeń. Ciekawe jest to, że mimo niezadowolonych ze swojej obecnej pracy (21 proc. ankietowanych), tylko 5 proc. z nich aktywnie dąży do zmiany zawodowej, a 7 proc. nie widzi realnych szans na zmianę w najbliższym czasie. Motywacją do zmiany pracy wśród ankietowanych kobiet jest wyższa pensja, lepsze warunki pracy i bliskość od miejsca zamieszkania; rozwój zawodowy i osobisty zeszły na dalszy plan. Rozwój zawodowy i zmianę ścieżki kariery hamują niska samoocena (23 proc.) i strach przed zmianą (29 proc.). – Nie wystarczy sama świadomość, że odporność na stres, otwartość na zmiany i kompetencje cyfrowe mogą poprawić sytuację kobiet na rynku pracy. Niezbędne są długofalowe działania na poziomie instytucjo-



nalnym – wsparcie państwa w zakresie opieki nad dziećmi i osobami zależnymi, działania pracodawców na rzecz aktywizacji zawodowej kobiet po przerwie spowodowanej np. urodzeniem dziecka, bardziej sprawiedliwy podział obowiązków w gospodarstwie domowym. Uczenie się nowych rzeczy wymaga czasu i poświęcenia, podjęcia ryzyka. To się jednak opłaci i samym kobietom, i naszej gospodarce – mówi Magdalena Nowicka, wiceprezes zarządu w banku BNP Paribas. – W Banku BNP Paribas nieustannie podejmujemy działania na rzecz wzmacniania roli kobiet w organizacji m.in. poprzez inicjatywę „Kobiety zmieniające BNP Paribas” i autorski program „Women UP” czy promowania partnerskiego modelu rodziny współpracując z Fundacją Share the Care. Pozytywny wpływ takich projektów obserwujemy zarówno na samą organizację, jak i jej otoczenie. – dodaje.

Kluczem do sukcesu są nowe kompetencje – tak uważa 33 proc. ankietowanych. Ciekawe jest to, że najwięcej czasu na regularną naukę poświęcają kobiety z przedziału wiekowego 56–65 lat (13 proc.), w grupie pań w wieku 25–35 tylko 5,5 proc. badanych. Najchętniej kobiety uczą się w domu, często z dostępnych w sieci źródeł, ceniąc sobie elastyczność takich rozwią-

zań. Świetnym przykładem zdobywania wiedzy online jest branża IT – ponad połowa kobiet obecnie zatrudnionych w tym obszarze nie ma wykształcenia kierunkowego, a nowe umiejętności zdobyła na kursach i szkoleniach lub samodzielnie. – Strach przed zmianą zawodową jest zrozumiały. Trudno jest wyjść ze swojej strefy komfortu i zaryzykować, kiedy przez rynek pracy przetacza się rewolucja. Jednak to jest właśnie ten moment, by na tej rewolucji skorzystać. Jest branża, do której wejście zagwarantuje bezpieczeństwo, satysfakcję i stabilne zarobki – to branża IT. Obserwujemy największy od lat niedobór talentów, mamy do czynienia z największym od II wojny światowej transferem kompetencji. Wszyscy, ale szczególnie kobiety, muszą sobie uświadomić, że po pierwsze umiejętności cyfrowe są niezbędne na dzisiejszym rynku pracy, a po drugie – nie będzie lepszej okazji do znalezienia swojego miejsca w coraz szybciej cyfryzującej się rzeczywistości. Jesteśmy przekonane, że przebranie i wejście do świata IT jest możliwe właściwie w każdym wieku i w każdej sytuacji. Pokazują to historie ambasaderek naszej tegorocznej kampanii Woman Update, Ani, Magdy i Karoliny – przekonują Beata Jarosz i Joanna Pruszyńska-Witkowska, inicjatorki kampanii

Woman Update oraz współzałożycielki Future Collars.

Kobiety wobec cyfrowych zmian

Chociaż z roku na rok coraz więcej osób w Polsce w coraz bardziej zaawansowany sposób korzysta z Internetu, świadomość, jaki wpływ na gospodarkę i rynek pracy ma cyfryzacja, jest niska. Jesteśmy technosceptykami, a 14 proc. Polaków odrzuca technologię w ogóle. To m.in. efekt postrzegania rozwoju technologicznego, jako zagrożenia dla pracy człowieka. Poczucie zagrożenia technologią nie powoduje, że Polki obawiają się bezpośrednich zmian związanych ze swoim stanowiskiem pracy – 48 proc. z nas uważa, że za 10 lat będzie nadal pracować w swoim zawodzie¹, a zakres obowiązków się nie zmieni. Tymczasem specjaliści alarmują, że w Polsce 56 proc. stanowisk pracy jest zagrożonych automatyzacją². Natomiast według World Economic Forum³ do 2025 r. zniknie 85 mln miejsc pracy. Miejsce człowieka na rynku pracy nie zostanie całkowicie zastąpione przez roboty. Przewiduje się bowiem, że powstanie 97 mln nowych miejsc pracy wymagających innych umiejętności. Wskutek tego zjawiska możemy spodziewać się niebezpiecznej polaryzacji na rynku pracy – pracownicy wyposażeni w niezbędne kompetencje odnajdą się w nowej rzeczywistości, ale



Poczucie zagrożenia technologią nie powoduje, że Polki obawiają się bezpośrednich zmian związanych ze swoim stanowiskiem pracy – 48 proc. z nas uważa, że za 10 lat będzie nadal pracować w swoim zawodzie¹, a zakres obowiązków się nie zmieni.



osoby bez tych umiejętności będą mieć problemy ze znalezieniem zatrudnienia lub wpadną w pułapkę niskopłatnych stanowisk. Jednocześnie cechą wspólną zawodów, których znaczenie będzie wzrastać, jest wysoki poziom kompetencji cyfrowych.

– Brak kompetencji cyfrowych tworzy zagrożenie ograniczenia możliwości zawodowych w związku z automatyzacją pracy w sektorach, w których pracuje wiele kobiet, za czym idzie ryzyko bezrobocia, niższych zarobków, a w konsekwencji również głodowej emerytury. Brak kobiet wśród pracowników związanych z nowymi technologiami to również problem dla pracodawców, poszukujących osób wysoko wykwalifikowanych, oraz dla państwa, potrzebującego aktywnych zawodowo kobiet – ostrzegają dr Justyna Pokojńska, socjolożka i analityczka DELab UW oraz dr Joanna Mazur, prawniczka i analityczka DELab UW.

Zapotrzebowanie na pracowników, którzy mają umiejętności w zakresie ICT, rośnie w każdej gałęzi gospodarki. Tymczasem w UE wśród aktywnych zawodowo kobiet mniej niż 1,5 proc. pracuje w ICT⁴, w Polsce tylko 1 proc. kobiet aktywnych zawodowo to specjalistki w branży nowych technologii, a na studiach informatycznych kształcą się jedynie 15 proc. kobiet⁵.

– Inwestycja w rozwój kompetencji cyfrowych i większa otwartość na zmiany i cyfrowy świat staje się pilnym zadaniem także dla biznesu i firm działających w oparciu o kulturę wartości. Jak potwierdzają badania, im wyższe umiejętności cyfrowe u kobiet, tym większa równość płci w środowi-

sku pracy. Wspierając zatem możliwości rozwijania kompetencji cyfrowych kobiet, równocześnie przeciwdziałamy ich wykluczeniu z rynku pracy – mówi Dorota Hryniewiecka-Firlej, Poland Country Manager, Pfizer.

Równość kobiet i mężczyzn na rynku pracy

Kryzys pandemiczny uwypuklił pewne problemy. Nadal widoczne są dysproporcje w wynagradzaniu kobiet i mężczyzn za taką samą pracę. 67 proc. kobiet uważa, że Polki nie są traktowane na równi z mężczyznami przez pracodawców. 63 proc. ankietowanych twierdzi, że nie ma szans na taki sam rozwój zawodowy, a 64 proc. nie ma równych możliwości awansu. W kwestii nierówności płci kobiety są zgodne niezależnie od poziomu wykształcenia czy dochodów.

– Kobiety stanowią ponad połowę światowej populacji, dlatego ich pozycja na rynku pracy w naturalny sposób determinuje to, jak będzie wyglądała sytuacja całego społeczeństwa w obszarze aktywności zawodowej. W obliczu bezprecedensowych wyzwań, jakimi były i nadal są epidemia, kryzys gospodarczy oraz postępujące zmiany klimatyczne, nie możemy pozwolić sobie na pozostawienie utalentowanych kobiet na uboczu – przekonuje Ewa Małyszko, prezes zarządu PFR TFI.

Wnioski

Kobiety muszą mieć świadomość, że jeśli nie zatroszczą się o swoją sytuację zawodową, będzie to miało katastrofalny wpływ na ich niezależność ekonomiczną teraz i w przyszłości. Nauka przez całe życie, zdobywanie kompe-



Kryzys pandemiczny uwypuklił pewne problemy. Nadal widoczne są dysproporcje w wynagradzaniu kobiet i mężczyzn za taką samą pracę. 67 proc. kobiet uważa, że Polki nie są traktowane na równi z mężczyznami przez pracodawców.

tencji cyfrowych to jedyna droga, która jest w stanie zagwarantować im stabilną i satysfakcjonującą przyszłość. Nie ma też znaczenia branża, którą obecnie reprezentują – nowe kompetencje, w tym techniczne, otwartość na zmiany i świadomość, że transformacji cyfrowej nie można zahamować ani cofnąć pozwolą odnaleźć się na rynku pracy.

*Raport „Tytanki pracy. Kobiety na rynku pracy w dobie transformacji cyfrowej” został opracowany przez dr Joannę Mazur i dr Justynę Pokojńską. Raport jest oparty na wynikach ankiety internetowej (CAWI) przeprowadzonej przez SW Research w maju 2021 r. na grupie 1038 Polek w wieku 25-65 lat. Informacje przedstawiane w raporcie opierają się również na desk research literatury, dotyczącej poszczególnych poruszanych w nim tematów oraz analizie danych zastanych.

[1] DELab UW (2017) Aktywni+. Przyszłość rynku pracy. Raport przygotowany na zlecenie Gumtree, s. 25. Dostęp: http://www.delab.uw.edu.pl/wp-content/uploads/2017/04/DELabUW_raport_Aktywni.pdf.

[2] Breugel (J. Bowles) (2014) Chart of the Week: 54 proc. of EU jobs at risk of computerisation. Dostęp: <https://www.bruegel.org/2014/07/chart-of-the-week-54-of-eu-jobs-at-risk-of-computerisation/>.

[3] World Economic Forum (2020) The Future of Jobs Report 2020, s. 30. Dostęp: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf.

[4] Digital Economy and Society Index (DESI) (2021) DESI 2020 Human capital, s. 3. Dostęp: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2020>.

[5] Fundacja Edukacyjna Perspektywy (2021) Kobiety na Politechnikach. Raport 2021, s. 3. Dostęp: <http://www.dziewczynynapolytechniki.pl/pdf/raport-kobiety-na-politechnikach-2021.pdf>.

Każda porażka stanowiła okazję do nauki

Już po raz drugi projekt Strong Women in IT przyjrzał się kobietom, stojącym za innowacjami i nowymi technologiami. Raport Strong Women in IT – Global Edition powstał na podstawie wywiadów przeprowadzonych wśród 200 przedstawicielek kadry zarządzającej w branży IT z całego świata, dzieląc respondentki na kadrę kierowniczą w korporacjach oraz kobiety zarządzające startupami.

Raport pozwala przyrzeć się bliżej życiu wpływowych kobiet w IT, dostrzec ich codzienny wysiłek w „męskiej” branży, poznać ich stosunek do sukcesów i porażek, do życia zawodowego i prywatnego, dowiedzieć się, co zmieniło się w ich środowisku na przestrzeni ostatnich dwóch lat. To wszystko składa się na bardzo prawdziwy obraz branży, w której kobiety wciąż stanowią mniejszość. W tym roku raport „Strong Women in IT” jest szczególnie, dotyczy bowiem trudnego okresu pandemii koronawirusa.

Wojowniczy w IT

Rok 2020 w IT, podobnie jak w każdej innej branży, upłynął pod znakiem pandemii COVID-19, lockdownów, pracy zdalnej i obawy przed kryzysem gospodarczym. Nie stanowi zaskoczenia fakt, iż zdecy-

dowana większość ankietowanych takowy wpływ dostrzega, niemniej jednak wydaje się, iż pandemia okazała się bardziej dotkliwa dla startupów niż dużych korporacji (jej wpływ dostrzega w tych grupach odpowiednio 63 proc. i 78 proc. ankietowanych).

Jeśli chodzi o jasne strony 2020 r., przedstawicielki startupów najbardziej doceniły odkrycie plusów pracy zdalnej, co u respondentek z korporacji znalazło się dopiero na piątym miejscu. W raporcie z 2019 kobiety w swoich wypowiedziach kładły duży nacisk na kwestie dotyczące rozwoju produktu. W roku naznaczonym pandemią i kryzysem tematyka ta zeszła na dalszy plan. Dla przedstawicielek startupów główny sukces stanowiło odnalezienie się w nowej rzeczywistości i utrzymanie działalności podczas pandemii (po-

nad 1/3 ankietowanych). Przedstawicielki korporacji postawiły na rozwój technologiczny. W obu grupach doceniano także na poprawę sytuacji finansowej firmy pomimo trudnej sytuacji rynkowej oraz sukcesy w zarządzaniu zasobami ludzkimi.

Duża zmiana zauważalna jest także, gdy mowa o porażkach, w roku 2019 respondentki skupiały się głównie na problemach związanych z produktem oraz przeciążeniu pracą. Rok 2020 przyniósł jednak nowe wyzwania – brak możliwości szybkiego reagowania na nową sytuację i dostosowania biznesu do nowych, trudniejszych warunków. W przypadku startupów najpoważniejszym problemem okazało się niewypełnienie celów i założeń biznesowych.

Pytane o główną naukę wyniesioną z popełnionych błędów ankietowane najczęściej przytaczały błędy w zarządzaniu personelem. Często, a w przypadku startupów wręcz na pierwszym miejscu, pojawiała się odpowiedź, jakoby każda porażka stanowiła okazję do nauki, co pokazuje, że pandemia dla branży IT, podobnie jak dla wielu innych, była lekcją pokory.

Na szczególną uwagę i refleksję zasługuje fakt, iż 2020 w obu grupach

znacząco spadła ilość czasu przeznaczonego na aktywność fizyczną, szczególnie tę uprawianą poza domem, a także na kontakty z rodziną i przyjaciółmi. Obrazuje to bodaj najlepiej wpływ pandemii i lockdownów na życie przedstawicielek IT, a być może nas wszystkich.

Siostry w IT

Strong women doceniają pracę w branży technologicznej, a jako jej główne zalety wskazują niestanny rozwój, potrzebę zmian i nowe wyzwania, a także poczucie wpływu na kreowanie nowej rzeczywistości.

Jako główne czynniki warunkujące sukces kobiet w IT przedstawicielki obu ankietowanych grup, wskazują wytrwałość w dążeniu do celu i ciężką pracę, wsparcie w środowisku zawodowym, a także twarde umiejętności i doświadczenie. Jako pożądane cechy charakteru ankietowane, podobnie jak w poprzednim badaniu, najczęściej wskazywały empatię (na uwagę zasługuje fakt, iż cechą tę znacznie częściej wymieniają przedstawicielki korporacji), konsekwencję w działaniu oraz umiejętności in-

terpersonalne (na tę cechę z kolei stawiają głównie przedstawicielki startupów).

Ponad ¼ ankietowanych przeszkadza znacząca przewaga mężczyzn w branży, przy czym, podobnie jak we wcześniejszym badaniu, częściej wskazują na to odpowiedzi przedstawicielek startupów, jednakże dla obu grup ankietowanych jest to jeden z głównych minusów ich pracy. Znaczącym jest fakt, że liczby te wzrosły w ciągu dwóch lat dość znacząco. Co ciekawe, ze stereotypami związanymi z płcią przedstawicielki startupów spotykają się prawie dwukrotnie rzadziej niż ich koleżanki w korporacjach (8 proc. versus 15 proc.).

Respondentki są bardzo zgodne co do wizji wzajemnego wspierania się kobiet w IT- w obu grupach aż ponad 80 proc. respondentek uważa, iż kobiety w branży wspierają się nawzajem, prawie każda z nich zaś (ponad 90 proc.!) deklaruje takie wsparcie. Stanowi to znaczący wzrost w stosunku do roku 2019. W połączeniu z danymi dotyczącymi obecności kobiet w branży i funkcjonowania stereotypów może to oznaczać, iż rośnie świadomość i znaczenie równości płci oraz potrzeba solidarności.