

FINANSISTA ROKU

2022



Szanowni Państwo,
Finansistę Roku wyłaniamy od ponad 20 lat. W tym czasie wiele się wydarzyło, zmieniło – tak w naszej rodzimej gospodarce, jak i na świecie. Branża finansowa, jeszcze do niedawna uważana za jedną z najmniej podatnych na nowości – otworzyła się na nie i ewoluowała. Dziś korzystanie z nowoczesnych rozwiązań technologicznych, sztucznej inteligencji czy analiza niezliczonych danych ułatwiająca personalizację oferty to w niej standard. Dlatego też ewoluuje nasza lista, a przede wszystkim jej bohaterowie. Dziś, żeby zarządzać instytucją finansową, nie wystarczy być doskonałym ekonomistą. Kadra menedżerska najwyższego szczebla w finansach to przede wszystkim ludzie z wizją i szerokimi horyzontami. To, co braliśmy pod uwagę, wyłaniając laureatów plebiscytu, to ich doświadczenie na rynku finansowym, innowacyj-

ność instytucji, którymi zarządzają, a co za tym idzie, ich otwartość na to, co nowe i sprawność w implementowaniu takowych rozwiązań w organizacjach. Patrzyliśmy też – przez pryzmat ich działalności zarządzanych przez nich organizacji – na to, jaki mają stosunek do elastycznej pracy, jak odnajdują się w świecie dynamicznych zmian i czy bliskie są im idee ESG. I nie ma znaczenia, czy obecny na naszej liście menedżer zarządza bankiem, spółką leasingową, domem maklerskim, czy inną instytucją związaną z sektorem finansowym – o wszystkich możemy powiedzieć, że to pełnokrwisti finansisci: z wiedzą, wykształceniem i doświadczeniem, ale też odwagą we wchodzeniu w to, co nowe i umiejętnością korzystania z kompetencji zespołów. Gratulujemy wszystkim nagrodzonym.

Redakcja



STANISŁAW ATANASOW

PREZES ZARZĄDU, EUROFACTOR

Absolwent Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Z branżą faktoringową związany od ponad 20 lat. Doświadczenie zawodowe zdobywał w takich firmach jak FORIN – firmie faktoringowej Banku Millennium – jednej z pierwszych na polskim rynku firm faktoringowych – gdzie piastował stanowisko szefa Zespołu Marketingu firmy.

W BZWBK Faktor pracował na stanowisku dyrektora sprzedaży i marketingu oraz dyrektora projektów strategicznych, był odpowiedzialny m.in. za opracowanie strategii wejścia na rynek, model biznesowy oraz stworzenie struktury firmy i wdrożenie produktów faktoringowych. Karierę zawodową kontynuował w Hilton-Baird Polska, sprawując funkcję dy-

rektora i członka zarządu. Od czerwca 2011 r. jest prezesem zarządu Eurofactor Polska (poprzednio Credit Agricole Commercial Finance Polska) (obecnie), spółki faktoringowej należącej do Grupy EFL. Odpowiadał za zbudowanie spółki i uruchomienie działalności operacyjnej. Jest autorem licznych publikacji na temat faktoringu w polskiej prasie specjalistycznej.

DR MARIUSZ CHOLEWA

PREZES ZARZĄDU, BIK

Absolwent Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego. W 2005 r. uzyskał tytuł doktora nauk ekonomicznych w zakresie ekonomii. Ukończył również podyplomowe studia Bankowości i Finansów, specjalność bankowość inwestycyjna, organizowane przez Uniwersytet Guildhall w Londynie, Gdańską Akademię Bankową oraz Uniwersytet Gdański. W latach 1993-1998 współpracował z Gdańską Akademią Bankową, m.in. jako członek zarządu, a jednocześnie brał udział w badaniach dotyczących re-

strukturyzacji finansowej przedsiębiorstw i banków, prowadzonych przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową. W latach 1995-2003 wykładał na Uniwersytecie Gdańskim, na Wydziale Zarządzania. W okresie 2007-2010 był prezesem zarządu Banku Rozwoju Cukrownictwa. Od 1998 r. do 2013 r. związany z Bankiem Handlowym w Warszawie (Citi Handlowy), gdzie zajmował szereg stanowisk menedżerskich, a do kwietnia 2013 r. pełnił funkcję dyrektora Departamentu Strategii. Zasiadał w radach nad-

zorczych wielu spółek m.in. z branży bankowej, inwestycyjnej, ubezpieczeniowej oraz leasingowej w tym także w spółkach giełdowych. W latach 2012-2013 był członkiem Rady Nadzorczej Biura Informacji Kredytowej. Od czerwca 2013 r. pełni funkcję prezesa zarządu BIK. Jest także przewodniczącym Rady Nadzorczej Biura Informacji Gospodarczej InfoMonitor. Od 12 maja 2020 r. jest prezesem zarządu ACCIS – międzynarodowego Stowarzyszenia, zrzeszającego największą grupę rejestrów kredytowych na świecie.



ADAM DWULECKI

PREZES ZARZĄDU, WIENER

Absolwent studiów w Niemczech, z dyplomem ekonomisty na uniwersytecie Heinrich Heine Universität Düsseldorf. W latach 2001-2007 pracował dla HDI-Gerling Polska

Towarzystwa Ubezpieczeń, między innymi na stanowisku członka zarządu. W latach 2007-2011 był związany z AXA Towarzystwem Ubezpieczeń i Reasekuracji. Od listopada

2011 r. rozpoczął pracę dla Gothaer Insurance Group w centrali w Kolonii. Od 2012 r. członek zarządu, a od 2022 r. prezes zarządu Wiener TU S.A. Vienna Insurance Group.

PRZEMYSŁAW GDAŃSKI

PREZES ZARZĄDU, BNP PARIBAS BANK POLSKA

BNP Paribas Bank Polska kieruje od 1 listopada 2017 r. Pełni też funkcję Territory Head dla wszystkich spółek Grupy BNP Paribas w Polsce. Absolwent Wydziału Ekonomicznego na Uniwersytecie Gdańskim i rocznego programu w zakresie bankowości i finansów międzynarodowych w Loughborough University w Wielkiej Brytanii. Ukończył szereg specjalistycznych, menedżerskich programów rozwojowych wiodących uczelni biznesowych na świecie, takich jak IESE Business School (Advanced Management Program), Harvard Business School, London Business School, The Haas School of Business (University of California, Berkeley), Ashridge-Hult In-

ternational Business School, HEC, Columbia Business School i INSEAD. Ma ponad 30-letnie międzynarodowe doświadczenie w bankowości. Pracował zarówno w największych bankach w Polsce, jak i za granicą. Od 2019 r. wiceprezydent Konfederacji Lewiatan oraz członek Rady Doradczej Digital University. Od 2021 r. członek Rady Programowej UN Global Compact Network Poland. W tym samym roku został członkiem Rady Doradczej Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego oraz partnerem prestiżowego międzynarodowego G100 Denim Club, organizacji skupiającej liderów wspierających paritet płci i równość. Od 2017 r. prze-

wodniczący Rady Fundacji BNP Paribas. W 2021 r. wyróżniony nagrodą Wizjonera Rynku, przyznawaną podczas konferencji IT@BANK. W 2018 r. otrzymał od Fundacji Digital Poland tytuł Digital Shaper za wybitny wkład w cyfrową transformację. Od wielu lat konsekwentnie patronuje inicjatywom na rzecz propagowania różnorodności, równości płci oraz wspierania działalności przedsiębiorczych kobiet. W 2018 r. otrzymał nagrodę specjalną Male Champion of Change, Fundacji Sukcesu Pisanego Szminką. Szachista z tytułem Mistrza FIDE, przed laty członek polskiej Kadry Narodowej Juniorów, były prezes Polskiego Związku Szachowego.





Bank Pekao
Biuro Maklerskie



INWESTUJ W PRZYSZŁOŚĆ Z BM PEKAO



**Najlepsi analitycy rynkowi
w 2022 r. według Gazety
„Parkiet”***

Pierwsze Biuro Maklerskie w Polsce.**

Rozwijamy się i zmieniamy **dla naszych Klientów.**

Niniejszy materiał nie stanowi oferty sprzedaży ani zaproszenia do nabycia produktów inwestycyjnych i ma charakter reklamy świadczonych usług, z którymi związane jest ryzyko inwestycyjne. Szczegółowe informacje o usłudze, w tym opis kosztów oraz ryzyka związanego z inwestowaniem oraz informacje nt. sprzedaży krzyżowej usług maklerskich świadczonych przez Biuro Maklerskie Pekao, w tym opis ryzyka oraz wskazanie kosztów i opłat związanych z zawarciem, wykonaniem lub rozwiązaniem poszczególnych umów, zawarte są w Regulaminie świadczenia usług maklerskich przez Biuro Maklerskie Pekao, Taryfie opłat i prowizji Biura Maklerskiego Pekao oraz Pakiecie informacyjnym dostępnych na stronie <https://www.pekao.com.pl/biuro-maklerskie>.

* Analitycy BM Pekao Tomasz Duda oraz Emil Popławski zajęli kolejno 1. i 2. miejsce w 21. rankingu najlepszych analityków bez podziału na kategorie, przeprowadzonym przez Gazetę Giełdy „Parkiet”, którego wyniki opublikowano 08.01.2023 roku.

** Pierwsze zezwolenie na działalność maklerską w Polsce - KPW-ZDM-1/91 z dnia 19.07.1991 r.

Bank Polska Kasa Opieki Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, ul. Grzybowska 53/57, 00-844 Warszawa, wpisany do rejestru przedsiębiorców w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, KRS: 0000014843, NIP: 526-00-06-841, REGON: 000010205 – **Biuro Maklerskie Pekao**, ul. Wołoska 18, 02-675 Warszawa.



ROGER HODGKISS

PREZES ZARZĄDU, GENERALI

Do Generali dołączył w listopadzie 2019 roku. Rok później został powołany na stanowisko Prezesa Zarządu spółek ubezpieczeniowych Generali w Polsce. Dba o to, by Generali Polska było wiarygodnym partnerem na całe życie dla swoich klientów, który dostarcza im nowoczesne rozwiązania produktowe i w likwidacji szkód. W ostatnim czasie Generali wpro-

wadziło samoobsługę przy likwidacji prostych szkód majątkowych, dzięki czemu klient może otrzymać odszkodowanie nawet w kilkanaście minut. Te działania są systematycznie nagradzane, m.in. Generali kolejny rok zostało docenione jako Przyjazna Firma Ubezpieczeniowa. Roger Hodgkiss z polskim rynkiem ubezpieczeniowym związany jest od kilkunastu

lat. W latach 2009-2015 był Prezesem Link4 i nadzorował przekształcenie Link4 z ubezpieczyciela, wyspecjalizowanego w sprzedaży bezpośredniej w firmę wielokanałową. Po nabyciu Link4 przez PZU, w styczniu 2016 r. został powołany do zarządu PZU SA i PZU Życie, a także przewodniczył radom nadzorczym Link4 i TUV PZUW.

AGNIESZKA KIELBASIŃSKA

PREZES ZARZĄDU, SIGNAL IDUNA ŻYCIE POLSKA TU ORAZ SIGNAL IDUNA POLSKA TU

Związana z SIGNAL IDUNA od 2006 r. Zaczęła pracę jako dyrektor Biura Finansów i Księgowości, a w 2011 r. weszła w skład zarządu jako wiceprezes odpo-

wiedzialna za obszar finansów. Od roku 2013 zakres jej zadań został rozszerzony o rozwój produktów, nadzorowanie obszaru operacji oraz zarządzanie

ryzykiem. Posiada uprawnienia biegłego rewidenta oraz kończy program Canadian Executive MBA (University of Quebec at Montreal, UQAM).



KRZYSZTOF KRAUZE

PREZES ZARZĄDU, INTRUM

Absolwent kierunku Informatyka i Ekonomia Uniwersytetu Łódzkiego. Swoją karierę zawodową rozpoczął w czasie studiów od budowania modeli ekonometrycznych dla przedsiębiorstw, programowania, wdrażania systemów ERP i Contact Center. Z Intrum związany od kilkunastu lat – najpierw jako specjalista w zespole rozwoju Call Center, następnie kierował zespołem analiz i ryzyka. W 2007 r. objął stanowisko dyrektora operacyjnego. Pełnił funkcję

członka rady nadzorczej Intrum Towarzystwa Funduszy Inwestycyjnych. Od 2015 r. jest dyrektorem zarządzającym Intrum w Polsce. W latach 2017-2020 przeprowadził skutecznie organizację przez dwie fuzje: połączenie na rynku polskim firm Lindorf i Intrum Justita oraz włączenie w struktury Intrum zorganizowanej części przedsiębiorstwa firmy Pragma Inkaso. Niewątpliwie te działania wzmocniły pozycję rynkową Intrum na rynku zarządzania wierzycielnością. Lubi wyzwania

i zmieniające się warunki biznesowe. Zawsze nawiązuje otwartą i szczerą komunikację, szuka kompromisów i konsensusu. Wie, jak stworzyć silny i merytoryczny zespół z najlepszymi liderami. Ambitny menedżer, który w swojej codziennej pracy wykorzystuje naturalną zdolność do analizy danych, wiedzę z zakresu IT i biznesu. Przekłada się to na efektywne poszukiwanie rozwiązań, skuteczne działanie i wprowadzanie usprawnień, co jest niezbędne w branży zarządzania wierzycielnością.

ADAM ŁĄCKI

PREZES ZARZĄDU KRAJOWY REJESTR DŁUGÓW BIURA INFORMACJI GOSPODARCZEJ

Jest absolwentem Akademii Medycznej w Poznaniu, gdzie ukończył specjalizację zarządzanie jednostkami służby zdrowia. Karierę zawodową rozpoczął w polskim oddziale koncernu Johnson&Johnson, gdzie z czasem został regionalnym szefem sprzedaży. Następnie kierował kilkoma oddziałami firm windykacyjnych. Od 2005 r. pełni funkcję prezesa Zarządu Krajowego Reje-

stru Długów Biura Informacji Gospodarczej. Pod jego kierownictwem KR D stało się trwałym elementem polskiej gospodarki, tworząc ogólnopolski system wymiany informacji gospodarczych. Od 2017 r. jest również wiceprezesem zarządu Polskiego Związku Pracodawców Prywatnych Banków i Instytucji Finansowych. Od 2014 do 2020 r. pełnił funkcję wiceprzewodniczącego Komitetu

Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce. Od 2020 r. członek Rady Komitetu ZPF. Od 2020 r. jest także przewodniczącym Zespołu Rady Konsultacyjnej na Dolnym Śląsku przy Rzeczniku Małych i Średnich Przedsiębiorców. Wielokrotnie uznawany przez „Gazetę Finansową” i magazyn „Home&Market” za jednego z najlepszych menedżerów świata finansów w Polsce.



ARTUR MALISZEWSKI

PREZES ZARZĄDU, GRUPA EUROPA UBEZPIECZENIA

Prezesem zarządu grupy Europa Ubezpieczenia jest od 2022 r. Karierę zawodową rozpoczął ponad 30-lat temu w Raiffeisen Bank Polska. W 2001 r. został powołany do zarządu banku, w którym odpowiadał za bankowość detaliczną oraz segment małych i średnich przedsiębiorstw. W 2008 r. dołączył do Alior Banku jako wiceprezes

odpowiedzialny m.in. za bankowość korporacyjną i MSP. W latach 2014-2017 pełnił funkcję prezesa Nordea Powszechnego Towarzystwa Emerytalne. Od lipca 2017 r. był szefem grupy AXA w Polsce. Pod jego kierownictwem AXA przeszła transformację, której efektem był wzrost rentowności, koncentracja na rozwoju kluczowych

linii biznesowych oraz digitalizacji. Pod koniec 2020 r. polskie spółki AXA wraz z aktywami w regionie zostały sprzedane za kwotę ponad 1 mld euro. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie i studiów podyplomowych na kierunku bankowość. Ukończył kursy menedżerskie w INSEAD Fontainebleau i Darden Business School.

MARCIN NEDWIDEK

PREZES, UNIQA POLSKA

Marcin Nedwidek objął stanowisko prezesa UNIQA w Polsce na początku kwietnia 2021 roku. Oprócz roli prezesa, odpowiada też za detaliczny biznes ubezpieczeń majątkowych i na życie. Karierę zawodową zaczynał w międzynarodowej firmie konsultingowej oraz banku inwestycyjnym w Londynie. Później związany był z The Boston Consulting Group, gdzie odpowiadał za rozwój praktyki ubezpieczeniowej BCG w Polsce i Europie Środkowej i Wschodniej. W 2018 roku dołączył do AXA jako członek zarządu i dyrektor obszaru klienta indywidualnego w części majątkowej. Po połączeniu UNIQA i AXA, został prezesem UNIQA w Polsce. Obecnie UNIQA w Polsce to wiodąca grupa

ubezpieczeniowa na rynku pod względem kompleksowości oferty ubezpieczeń majątkowych, komunikacyjnych i życiowych oraz inwestycyjnych i emerytalnych. Kompleksowość dotyczy także kanałów sprzedaży – agenci, brokerzy, banki, online. UNIQA jest liderem w ubezpieczeniach majątku spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych. Obsługuje ponad 6 mln klientów. Celem spółek z grupy w Polsce jest rentowny wzrost, co udaje się z powodzeniem realizować prezesowi i jego zespołowi. W 2022 roku majątkowa spółka ubezpieczenia miała jedną z najwyższych rentowności na rynku (najniższy wskaźnik CoR). Z kolei biznes życiowy rósł ponad rynek oraz znacząco poprawiła się dochodowość tego biz-

nesu. Cele biznesowe na 2022 rok zostały w pełni zrealizowane, mimo wielu wyzwań związanych choćby np. z kończeniem fuzji UNIQA i AXA od strony operacyjnej czy wysokiej inflacji. Grupa w Polsce wdrożyła w 2022 roku wizję, jaką firmą chce być w kolejnych latach. Wizję wspierają zasady: znamy klienta, sprzedajemy doświadczenie, upraszczamy, działamy skutecznie. UNIQA chce być także w pierwszej trójce najlepiej rozpoznawanych marek ubezpieczeniowych w Polsce, co realizuje m.in. stałą obecnością reklamową w TV, radiu i online. Marcin Nedwidek jest absolwentem Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz MBA na London Business School.



RADOSŁAW OLSZEWSKI

PREZES ZARZĄDU, DOM MAKLERSKI BOŚ

Związany z rynkiem kapitałowym od początku jego powstania, a od 1992 r. wpisany na listę maklerów papierów wartościowych. Karierę zawodową rozpoczął w Biurze Maklerskim Polskiego

Banku Rozwoju. Był współzałożycielem Domu Maklerskiego BOŚ, a od 1996 r. pełni funkcję prezesa zarządu. Absolwent Politechniki Warszawskiej, podyplomowych studiów menedżerskich, a

także podyplomowych studiów w Szkole Głównej Handlowej. Wieloletni członek zarządu i Rady Izby Domów Maklerskich, a obecnie pełni funkcję wiceprzewodniczącego Rady IDM.

LESZEK SKIBA

PREZES ZARZĄDU, BANK PEKAO

Od 2015 r. pełnił funkcję Podsekretarza Stanu w Ministerstwie Finansów, gdzie odpowiadał za nadzór nad polityką makroekonomiczną oraz legislacją w zakresie podatkowym. Wspierał prace legislacyjne związane z rynkami finansowymi i kapitałowymi, jak również przygotował koncepcję reformy systemu budżetowego. Od marca 2019 r. do kwiet-

nia 2020 r. pełnił funkcję przewodniczącego Rady Bankowego Funduszu Gwarancyjnego. W latach 2009-2015 pracował w Narodowym Banku Polskim w Instytucie Ekonomicznym, gdzie brał udział w pracach nad raportem wskazującym na konsekwencje członkostwa Polski w strefie euro oraz przygotowywał analizy dotyczące gospodarki

strefy euro. Od 2009 r. prowadzi działalność publiczną non-profit jako przewodniczący Rady i ekspert Instytutu Sobieskiego. Ukończył Szkołę Główną Handlową w Warszawie na kierunku Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze i Polityczne. Jest autorem licznych publikacji z dziedziny swojej pracy zawodowej oraz działalności publicznej.



Pod silnym brandem

Eurofactor należy do TOP 10 największych firm faktoringowych w Polsce. Działamy na rynku od niespełna 12 lat. Spółka pod nazwą Credit Agricole Commercial Finance została zarejestrowana w kwietniu 2011 r.



Stanisław **Atanasow**
prezes zarządu, Eurofactor

Budując firmę od zera, postawiliśmy na jej rozwój ewolucyjny i bezpieczny. Badaliśmy możliwości, tworzyliśmy procesy, zbudowaliśmy zespół. W naszych działaniach stawialiśmy nie tylko na dobrą,

dopasowaną do warunków rynkowych ofertę, ale przede wszystkim na wysokie standardy jakości obsługi. Przez te wszystkie lata z sukcesem budujemy naszą rynkową pozycję i zdobywamy zaufanie klientów. I choć Eurofactor jest dwa razy młodszy niż rynek faktoringowy w Polsce, mamy się czym pochwalić. Ani razu przez 11 lat nie odnotowaliśmy spadku sprzedaży, a dynamiki, które wypracowaliśmy, zawsze były powyżej wyniku całego rynku faktoringowego w Polsce.

Podkreślić przynależność

W 2015 r., aby podkreślić naszą przynależność do Grupy CA, zmieniliśmy nazwę na **Eurofactor** – tak jak wszystkie spółki faktoringowe należące do Grupy CA w Europie. Unifikacja nazewnictwa spółek faktoringowych to nie tylko działania wizerunkowe i występowanie pod jednym silnym brandem. To przede wszystkim wymierne korzyści dla naszych klientów. Wspólna oferta, dla naszych klientów w całej Europie, obejmująca ten same wysokie standardy obsługi oraz rozwiązania prawno – podatkowe uwzględniające specyfikę danego kraju. Dzięki temu mogliśmy oferować naszym klientom rozwiązania „szyte” na miarę ich potrzeb i oczekiwań, które nie były ogranicza-

ne li tylko do działalności na rodzimych rynkach. Jednak to nie koniec zmian i podkreślenia naszej przynależności do Grupy CA. Od stycznia br. Eurofactor podobnie jak wszystkie należące do Grupy EFL spółki, czyli EFL,

Unifikacja nazewnictwa spółek Grupy EFL to nie tylko działania wizerunkowe i występowanie pod jednym silnym brandem. To przede wszystkim wymierne korzyści dla naszych klientów.

EFL Finance oferujący leasing, pożyczki i ubezpieczenia, spółka flotowa Carefleet z usługami flotowymi oraz specjalizująca się w wynajmie pojazdów ciężkich spółka TRUCK CARE zmieniły swoją identyfikację wizualną. Nasze logotypy zmieniły się wizualnie, ale to ciągle te same marki, które znają i cenią nasi klienci i partnerzy. Zdecydowaliśmy się na działanie pod wspólnymi barwami, które jeszcze bardziej identyfikują nas z Grupą Credit Agricole, po to aby nasi klienci, kontrahenci i partnerzy nie mieli wątpliwości, z jaką silną i rozpoznawalną marką współpracują.



MIROSŁAW SKIBA

PREZES ZARZĄDU, SGB-BANK

Funkcję prezesa zarządu SGB-Banku (zrzeszającego 176 Banków Spółdzielczych) pełni od września 2018 r. Wizjoner i pragmatyk, który zmienił technologiczne oblicze Banków Spółdzielczych SGB, wprowadzając je na ścieżkę digitalizacji, mobilności i nowoczesności. Skuteczny menedżer, umiejętnie łączący obecną wizję rozwoju z ponad 160-letnią tradycją bankowości spółdzielczej. W zrównoważony sposób kontynuuje długo oczekiwany proces informa-

tyzacji, przenoszenia aktywności do Chmury Publicznej i promocji Banków Spółdzielczych. Entuzjasta działań w sferze ESG i idei wzajemności, wywodzącej się wprost ze spółdzielczego DNA. Wspiera banki w procesach integracji i wzmacniania lokalnych społeczności z wykorzystaniem nowoczesnych instrumentów technologicznych. Jest absolwentem Politechniki Poznańskiej, studiów podyplomowych na Uniwersytecie Ekonomicznym i Uniwersytecie Przy-

rodniczym w Poznaniu oraz Swiss Finance Institute w Zurychu. Od 1992 r. pracował w Banku Zachodnim WBK, gdzie pełnił różne funkcje. Kierował oddziałem, był dyrektorem Regionu Wielkopolska Północ, a także – od 2002 r. – Makroregionu Poznań, a od 2008 r. Makroregionu Warszawa. Od 2008 r. pełnił funkcję wiceprezesa zarządu BZ WBK. W Spółdzielczej Grupie Bankowej z sukcesem wykorzystuje doświadczenie, które zdobył w sektorze bankowym.

MACIEJ TRYBUCHOWSKI

PREZES KDPW I KDPW_CCP

Od 2018 r. pełni funkcję prezesa zarządu Krajowego Depozytu Papierów Wartościowych, a od roku 2019 prezesa zarządu izby rozliczeniowej KDPW_CCP. Karierę zawodową rozpoczynał w Katedrze Teorii Organizacji na Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Jednocześnie w latach 1989-1990 był Radcą w Biurze Pełnomocnika Rządu ds. Przekształceń Własnościowych w Ministerstwie Finansów. W la-

tach 1995-2002 dyrektor Departamentu Emisji i Gwarancji, a następnie dyrektor zarządzający w Centralnym Domu Maklerskim Pekao. W okresie 2003-2012 dyrektor Biura Maklerskiego Banku BGŻ. Od roku 2013 do 2014 dyrektor, a następnie wiceprezes IDM. W latach 2015-2017 prezes Domu Maklerskiego Banku BPS, a w latach 2017-2018 prezes PGE Dom Maklerski. Współautor podręcznika „Zarządzanie – teoria

i praktyka” pod red. prof. A.K. Koźmińskiego, wykładowca na kursach dla kandydatów na członków rad nadzorczych w spółkach Skarbu Państwa. Od 2004 r. działa w Izbie Domów Maklerskich. Absolwent Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, stypendysta programu Międzynarodowego Marketingu i Zarządzania w Copenhagen Business School oraz licznych międzynarodowych programów edukacyjnych.



MARCIN WLAZŁO

DYREKTOR, BIURO MAKLERSKIE PEKAO

Menedżer z 20-letnim doświadczeniem na rynkach finansowych. Swoją karierę zawodową rozpoczął w międzynarodowych korporacjach zarządzających aktywami: Commercial Union PTE (obecnie Aviva PTE), Credit Suisse Asset Management (Polska), ING Investment Management (Polska) (obecnie NN IP TFI) odpowiadając za zarządzanie strategiami dłużnymi. W latach 2011-2020 sprawował funkcje kierownicze i za-

rzędcze w podmiotach Grupy PZU. Od 2016 r. pełnił funkcję wiceprezesa zarządu PZU TFI oraz PZU PTE. Następnie w Banku Gospodarstwa Krajowego był dyrektorem Departamentu Inwestycji nadzorującego krajowe i zagraniczne inwestycje kapitałowe. Pracując w PZU TFI, współtworzył strategię spółki obejmującą nowe kanały sprzedaży, zmiany organizacyjne, zmiany w ofercie produktowej. Tworzył zespoły zarządza-

nia aktywami, w tym zespół zarządzania metodami ilościowymi dedykowany do funduszy i portfeli pasywnych, kontroli ryzyka, sprzedaży, middle office i obsługi prawnej, zarówno zmieniając strukturę organizacyjną, jak i przeprowadzając rekrutacje na kluczowe stanowiska. Od czerwca 2022 r. pełni funkcję dyrektora Biura Maklerskiego Pekao. Powołany w skład członków Rady Domów Maklerskich od 17 stycznia 2023 r.

Konsumenci w obliczu nowego kryzysu potrzebują wsparcia branży finansowej

Jak wynika z raportu Intrum, „European Consumer Payment Report 2022”, rekordowo wysoka inflacja, która wpływa negatywnie na budżet aż 87 proc. Polaków, a także obecny poziom stóp procentowych sprawiają, że coraz więcej osób w Polsce ma problem z finansowaniem bieżących wydatków. 35 proc. ankietowanych przyznaje, że w ciągu ostatniego roku przynajmniej raz nie opłacili rachunku na czas.



Krzysztof Krauze

Prezes Zarządu Intrum w Polsce

Podobny odsetek pożyczka pieniądze, by mieć środki na życie. I wiele wskazuje na to, że w kolejnych miesiącach przybę-

dzie nierzetelnych płatników. Przed nami kolejny kryzys finansowy – niektórzy twierdzą, że już mamy z nim do czynienia. Firmy windykacyjne mają wiedzę, jak mogą pomóc konsumentom przetrwać ten trudny czas.

Obecny poziom inflacji i stóp procentowych może przynieść kryzys, który będzie mieć znacznie gorsze skutki niż ten wywołany pandemią Covid-19, przede wszystkim dlatego, że będzie dotyczyć większej grupy Polaków. Z badania Intrum wynika, że już widać jego pierwsze symptomy.

66 proc. ankietowanych przyznaje, że widziało swoją przyszłość finansową w jasnych barwach, gdy z początkiem 2022 r. negatywny wpływ pandemii na gospodarkę zaczął maleć, ale teraz ten optymizm wygasł. 7 na 10 osób w naszym kraju twierdzi, że obawy związane z rosnącymi rachunkami wpływają negatywnie na ich samopoczucie. Uważamy, że rosną one szybciej niż nasze pensje (69 proc.). Konsumenci stracili poczucie bezpieczeństwa finansowego, ale problem jest bardziej namacalny. Dla przykładu, blisko 4 na 10 osób (37 proc.) spodziewa się, że w nadchodzącym czasie nie będą w stanie opłacić wszystkich rachunków za media. Tylko 1/4 ankietowanych zaznacza, że po uiszczeniu wszystkich opłat w portfelu zostaje im więcej niż połowa wynagrodzenia. Co 5. osobie zostaje na życie od 5 do 20 proc. wysokości

pensji. Można więc przyznać, że całkiem niemała grupa Polaków żyje na skraju ubóstwa.

Trzeba więc mieć świadomość, że w kolejnych miesiącach liczba dłużników w naszym kraju powiększy się – co oczywiście wpłynie również na sytuację firm-wierzycieli. Ważne, aby osoby, których dotknie taki scenariusz i stracą kontrolę nad finansami, nie chowały głowy w piasek i nie unikały kontaktu z windykatorem. Firmy takie jak Intrum każdego dnia pomagają tysiącom konsumentów w problemach finansowych. Dzięki wsparciu i empatycznemu podejściu naszych ekspertów, mogą rozpocząć życie wolne od długów. Nie bez znaczenia jest fakt, że posiadamy 25 lat doświadczenia na polskim rynku i korzystamy z wiedzy oraz know-how marki, która ma ponad sto lat.

Finansista w procesie zarządzania zmianą. Jakich kompetencji potrzebuje?

Sektor finansowy przeżywa w ostatnim czasie wiele zmian, wywołanych przede wszystkim przez czynniki zewnętrzne. Najważniejsze z nich to: sytuacja makroekonomiczna (inflacja, rosnące stopy procentowe), środowisko regulacyjne (zobowiązania raportowe, regulacje rynku finansowego w zakresie wspierania gospodarki zrównoważonej) czy otoczenie konkurencyjne (rosnąca presja ze strony coraz większej liczby podmiotów z modelem biznesowym opartym o nowe technologie). Burzliwe czasy wymagają ze strony uczestników rynku zadbania o właściwe kompetencje ich menedżerów, odpowiedzialnych za funkcjonowanie firmy.



Jakub Siekierzyński
menedżer, Kearney

Przed finansistami stawiane są zatem oczekiwania sprostania wymaganiom niepewnych cza-

sów. Jedną z nich jest zarządzanie zmianą podczas transformacji organizacji – ocenia się bowiem, że ok. 70 proc. takich projektów kończy się fiaskiem, tzn. nie przynoszą efektów zgodnych z oczekiwaniami. Dwa podstawowe czynniki sukcesu projektów transformacyjnych to z jednej strony dobrze przemyślana strategia, wizja zmiany na poziomie zarządczym, a z drugiej dbałość o odpowiednie zaangażowanie wszystkich uczestników tej

zmiany. W większości przypadków przyczyną porażki nie jest brak strategicznej wizji, liderzy zmian bowiem zwykle mają ją dobrze i szczegółowo opracowaną, rozumieją jej założenia i wiedzą, w jakim kierunku zmierzać. Prawdziwą bolączką nieudanych projektów transformacyjnych jest ten drugi czynnik – wdrożenie zmiany jest przecież realizowane przez zespoły ludzi, niekiedy bardzo liczne, złożone, z różnym poziomem kompetencji i zakresem odpowiedzialności. To właśnie ten czynnik jest najbardziej problematyczny i jego opanowanie jest kluczowe dla powodzenia procesu zarządzania zmianą.

Zarządzać zmianą

W sektorze finansowym, który charakteryzuje się zwykle dużą skalą i złożonością organizacyjną powyższe zadania są tym bardziej istotne. W tak dużych organizacjach może występować wiele ukrytych nieprawidłowości, które dają o sobie znać w momencie przeprowadzania zmiany. Silosowość, nieefektywność procesów, swego rodzaju „rozprężenie” czy też brak mobilizacji – te wszyst-

kie zjawiska mogą długo pozostawać w ukryciu, jednak uderzą ze zdwojoną siłą w momencie przeprowadzania dużych zmian transformacyjnych. W takich momentach, podczas swoistego „sprawdzam”, ujawniają się również emocje – zarówno nowe oczekiwania, jak i obawy, które – jeśli nie zostaną odpowiednio zarządzane – mogą wywołać zniechęcenie, brak wiary w sukces lub wręcz frustrację i zdecydować o porażce projektu.

Zadaniem menedżera w procesie zarządzania zmianą jest zatem przede wszystkim:

- sprawna i przejrzysta komunikacja – zadbanie o zrozumienie przez uczestników zmiany jej wizji oraz płynących z niej korzyści
- sprecyzowanie celów i miar sukcesu – jasno określone efekty transformacji oraz wymierne (i mierzalne!) cele pośrednie
- budowa zaangażowania – odpowiednie, klarowne i rzetelne poinformowanie uczestników procesu o tym, co jest od nich oczekiwane, co jest miarą sukcesu i jakie są spodziewane efekty (w tym również, w jaki sposób wpłyną na ich dotychczasową pozycję, rolę,

model działania i zakres odpowiedzialności)

- wzmocnienie nowych praktyk – dbałość o testowanie i wdrażanie nowych zachowań i procesów wynikających ze zmiany oraz upewnienie się, że są zapewnione do tego wszystkie niezbędne elementy (np. komunikacja zmiany, szkolenia kompetencyjne, odpowiednie narzędzia IT, itp.)

- trzymanie ręki na pulsie – sprecyzowanie KPIs (kluczowych mierników efektywności) i ich monitorowanie, które pozwoli na śledzenie tempa i jakości wdrażania zmian oraz stopień ich internalizacji wśród uczestników transformacji. Powyższa lista nie wyczerpuje oczywiście zadań i tematów, przed jakimi stają menedżerowie podczas przeprowadzania zmian – nierzadko trudnych lub wręcz w ogóle nieprzewidywalnych. Jednocześnie stanowi ona podstawowe wskazanie najlepszych praktyk, które w większości pozwolą uniknąć najpowszechniejszych błędów i bolączek. Menedżerowie nie powinni podchodzić do zarządzania zmianą bez upewnienia się, że te kluczowe zadania są lub zostaną odpowiednio zaadresowane.

Koszty niespodziewanej rezygnacji z podróży można ubezpieczyć

Dodanie odpowiedzialności za COVID-19 do zakresu podstawowego i uproszczenie terminów przeznaczonych na zawarcie ubezpieczenia w zakresie kosztów rezygnacji to główne zmiany wprowadzone przez Generali Polska w ubezpieczeniu kosztów rezygnacji z podróży.

- Podróżowanie zapewnia wspaniałe emocje, ale zdarzają się sytuacje, kiedy pomimo starannie zaplanowanego urlopu, nie możemy pojechać na wakacje. Nieprzewidziane okoliczności, jak nagłe zachorowanie dziecka, nieszczęśliwy wypadek, kradzież dokumentów i szereg innych zdarzeń losowych potrafią skutecznie pokrzyżować plany. Niepewność ta nasiliła się jeszcze w czasie pandemii. W Generali chcemy pomagać klientom w takiej sytuacji, by mogli ograniczyć przynajmniej skutki finansowe związane z anulowaniem lub przerwaniem podróży: ubezpieczenie „Generali, z myślą o kosztach rezygnacji z podróży” – mówi Grażyna Bilik.

W ramach podstawowego zakresu produktu, Generali obejmuje ochroną najczęściej występującą przyczynę rezygnacji z podróży, czyli nagłe zachorowanie, w tym

również zachorowanie na COVID-19. Nie jest wymagane, aby ubezpieczony lub współuczestnik podróży byli hospitalizowani. Oznacza to, że każdy stan, który nie rokuje wyzdrowienia do dnia rozpoczęcia podróży i w efekcie może spowodować jej odwołanie, podlega ochronie.

– Z naszych doświadczeń wynika, że w zgłoszeniach najczęstszymi przyczynami odwołania podróży są zachorowania na anginę, grypę, zapalenie oskrzeli, zapalenie płuc, ospę, zapalenie ucha. W takiej sytuacji ważne jest, aby klient posiadał wystawiony podczas wizyty przez lekarza dokument, który potwierdza diagnozę wraz z informacją od kiedy wystąpiły objawy, zastosowane leczenie i czas rekonwalescencji. Funkcję tę spełni również zwolnienie lekarskie, na którym podany jest szacunkowy czas leczenia lub zaświadczenie od lekarza potwier-



dzające przeciwwskazania do podróży – wyjaśnia G. Bilik.

Nagle zachorowanie czy nieszczęśliwy wypadek nie są jedynymi przyczynami, które uprawniają posiadacza ubezpieczenia Generali, z myślą o kosztach rezygnacji z podróży do ubiegania się o zwrot kosztów niewykorzystanego wyjazdu. Są nimi również m.in. zdarzenia losowe w miejscu zamieszkania, związane np. z kradzieżą dokumentów niezbędnych do wyjazdu.

Klient może również rozszerzyć ochronę o zaostrzenie chorób przewlekłych. Ubezpieczenie zawiera także szereg dodatkowych elementów. Przede wszystkim

jest to produkt, który można nabyć osobno, niezależnie od podstawowego produktu turystycznego, zarówno w przypadku podróży zagranicznych, jak i przysłowiowych wczasów nad polskim morzem, w górach, czy innych wyjazdów w Polsce. Ubezpieczenie to nie zawiera fransyz ani udziałów własnych w szkodzi i w przypadku rezygnacji z podróży Klient może otrzymać zwrot nawet do 100 proc. poniesionych udokumentowanych kosztów. Maksymalna suma ubezpieczenia może wynieść nawet 30 000 zł na osobę.

Na jednej umowie ubezpieczenia można zawrzeć kilka umów zwią-

zanych z podróżą, jak np. umowę rezerwacji noclegów, biletów lotniczych oraz wynajmu auta, pod warunkiem, że wszystkie te umowy zostały zakupione czy zarezerwowane tego samego dnia. Dzięki temu klient może ubezpieczyć również podróż organizowaną samodzielnie.

– Co warto podkreślić, ochroną obejmujemy również umowy rezerwacyjne, które są zawierane na zagranicznych stronach internetowych i nie wymagamy, aby organizator czy przewoźnik miał siedzibę czy przedstawicielstwo w Polsce. Ochroną obejmujemy szeroki katalog umów rezerwacyjnych, np. charter jachtu, wynajmu auta, biletu na wydarzenie kulturalne, dzięki czemu klient ma możliwość ubezpieczenia wielu planowanych wydatków. Od teraz w Generali, z myślą o kosztach rezygnacji z podróży, odpowiedzialnością w podstawowym zakresie ochrony objęte jest również zachorowanie na COVID-19 (do tej pory było ryzykiem dodatkowo płatnym). Generali uprościło również terminy, w których można zawrzeć umowę ubezpieczenia w zakresie kosztów rezygnacji.

Dlaczego myślenie ubezpieczeniowe przyda się menedżerom?

Umiejętność określenia ryzyka, wybór narzędzi służących, by je zmitygować, zabezpieczenie się na wypadek złych zdarzeń, oszacowanie własnego majątku – na tym polega myślenie ubezpieczeniowe. Ubezpieczenia to nie tylko wizyta u agenta lub brokera i kupienie polisy. Czego ubezpieczenia uczą menedżerów?



Agnieszka Durska

menedżer ds. komunikacji i edukacji w Polskiej Izbie Ubezpieczeń

Myślenie ubezpieczeniowe – kluczowe dla rozwoju

Ubezpieczenia to istotny instrument finansowy, który zabezpiecza nas na wypadek złych rzeczy, które mogą wydarzyć się w życiu. Instrument finansowy, taki jak karty kredytowe czy konto w banku. Z jedną różnicą – wypłaty z ubezpieczenia użyjemy, gdy stanie się coś złego. Kupujemy pewność, że taka poduszka finansowa zadziała we właściwym czasie. Kształt ochrony lub inaczej – wypłata środków w razie złego zdarzenia zależy od warunków, jakie zaakceptujemy w umowie z ubezpieczycielem. Mamy na to wpływ. Podobnie, jak przy wyborze karty kredytowej czy innych produktów z oferty banków. Pamiętajmy też, że większość obaw, z którymi na co dzień mamy do czynienia, jest ubezpieczalna. Najczęstsze obawy Polaków dotyczą zdrowia i życia, ale też odpowiedniego zabezpieczenia majątku, m.in. na wypadek katastrof pogodowych (huraganów czy powodzi). Myślenie ubezpieczeniowe pozwala na analizę obaw – i ryzyk (jak określają obawy ubezpieczyciele) w sposób pragmatyczny. Znajdujemy odpowiednie zabezpieczenia. Brak zabezpieczeń przed ryzykiem uniemożliwia w dłuższej perspek-

tywie rozwój społeczny. A idąc tym tropem – rozwój społeczny to między innymi rozwój polskich firm. Żaden przedsiębiorca nie jest skłonny brać na siebie całego ryzyka. Dlatego świadomość, że ma do swojej dyspozycji taki instrument finansowy, który w wielu obszarach pozwala mu zachować płynność finansową i ograniczyć ryzyko bankructwa, jest nie do przecenienia.

Po pierwsze – szacowanie zasobów

Podjęcie ubezpieczeniowe powinno wychodzić od oszacowania własnych zasobów. A więc przykładowo przedsiębiorca powinien wiedzieć, jaki majątek trwały jest w firmie, jakich maszyn używa, czy awaria (np. spowodowana pożarem części linii produkcyjnej) będzie możliwa do usunięcia w krótkim czasie? Ile to będzie kosztowało? Czy w ogóle możliwe jest zastąpienie maszyn w określonej linii produkcyjnej? Jakie straty to spowoduje w mojej firmie, jakie u moich kontrahentów? Co się stanie, jak wyrzadzimy komuś szkodę? Jaka jest wartość maszyn i budynków dziś, jak uwzględnić inflację? Czy określenie wartości majątku firmy według wartości księgowej brutto pozwoli mi na rekompensatę strat, jeśli ta wartość wyznacza sumę ubezpieczenia? Ile czasu zajmie odtworzenie całego majątku w wypadku szkody całkowitej? I wreszcie, co w sytuacji, gdy zginie partner biznesowy? Bo zasoby nie dotyczą tylko majątku, a zastąpienie partnera biznesowego w małej firmie może być trudne. To też wszak można ubezpieczyć, bo w ubezpieczeniu na życie upośrodkowanym może być partner bizne-

sowy, jeśli jego rola w finansowaniu wspólnego przedsięwzięcia jest kluczowa.

Po drugie – szacowanie ryzyka

Mali i średni przedsiębiorcy w Polsce często się nie ubezpieczają, bo ich sytuacja finansowa jest bardzo niepewna. W wielu wypadkach takie firmy uzależnione są od większych kontrahentów, przedsiębiorcy skupiają się więc na zachowaniu bieżącej płynności. Ubezpieczenie schodzi na dalszy plan lub w ogóle nie jest postrzegane jako ważne z punktu widzenia przetrwania biznesu. W codziennych zmaganiach nie ma więc miejsca na myślenie ubezpieczeniowe. To może być kosztowny błąd, bo brak zabezpieczenia na wypadek różnych ryzyk może jeszcze osłabić płynność, gdy wydarzy się coś złego – pożary, kradzieże, zalania, zniszczenia spowodowane wichurami.

Stąd konieczność wyposażenia wszystkich w podstawową wiedzę. Bo już taka elementarna świadomość ubezpieczeniowa pozwoli nam szukać pomocy np. u agenta ubezpieczeniowego, który wesprze w określeniu kluczowych ryzyk dotyczących małej czy średniej firmy. Większe przedsiębiorstwa korzystają tu z pomocy brokerów. Niestety i tu brak myślenia ubez-

pieczeniowego kadry menedżerskiej może narazić firmę na kłopoty. Złe oszacowanie majątku, chęć oszczędności na bezpieczeństwie i ochronie ubezpieczeniowej czy lekceważenie potencjalnych ryzyk może rodzić poważne konsekwencje finansowe dla firmy.

Luka ubezpieczeniowa w polskich firmach – wciąż duża

Część strat w wyniku różnych losowych zdarzeń mogłaby zostać pokryta przez ubezpieczenie, ograniczając koszt negatywnego zdarzenia dla firmy. To tzw. luka ubezpieczeniowa. Ubezpieczyciele szacują, że tylko w odniesieniu do nowego majątku firm i nowych umów ubezpieczenia zawartych w ubiegłym roku niedobezpieczenie kształtowało się na poziomie ok. 20-30 proc. A więc przedsiębiorcy nie uwzględniają w wielu wypadkach inflacji w sumach ubezpieczenia. Nie biorą pod uwagę bardzo istotnego ryzyka, które wpływa dziś na wartość ich majątku.

Myślenie ubezpieczeniowe a płynność w biznesie

Z inflacją, a szerzej z trudną sytuacją gospodarczą i możliwą recesją wiąże się też problem zaległości w płatnościach ze strony kontra-

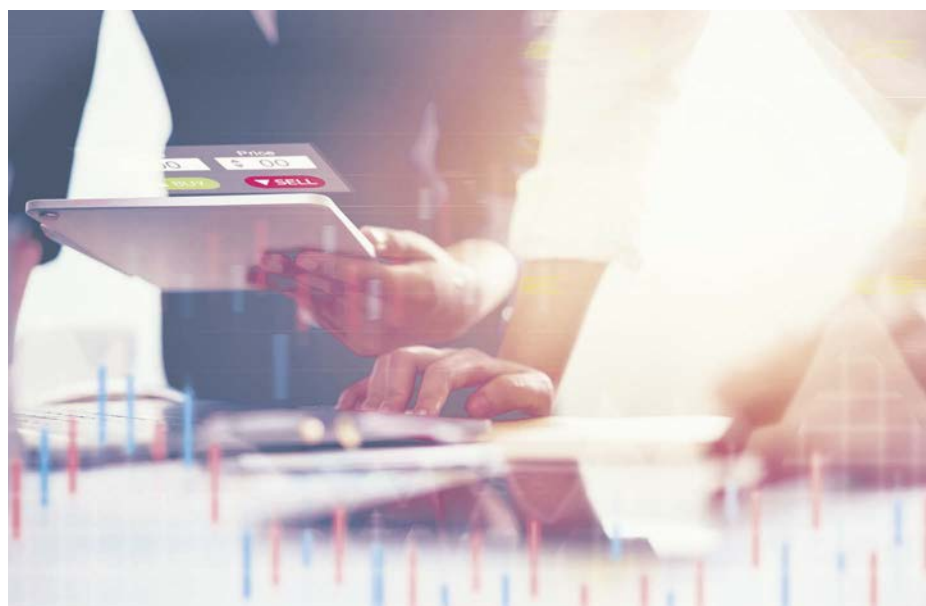
hentów. Zabezpieczenie obrotów to kolejny obszar, w którym szacowanie ryzyka i odpowiednie ubezpieczenie może być kluczowe. W 2021 roku polskie firmy ubezpieczeniowe objęły ochroną 645,2 mld zł należności handlowych – wynika z danych Polskiej Izby Ubezpieczeń (PIU). To o 12 proc. więcej niż w 2020 r. Suma ubezpieczonych w 2021 r. obrotów handlowych odpowiada 25 proc. PKB Polski. Opóźnienia w należnościach to główny problem polskich firm. Ubezpieczenie należności pozwala uniknąć zaciągania kredytów, które wpędzają firmę w spiralę zadłużenia i grożą bankructwem. Myślenie ubezpieczeniowe i wykorzystanie ubezpieczeń jako narzędzia finansowego jest więc tu warunkiem trwałości biznesu.

Myślenie ubezpieczeniowe – na start każdego biznesu

Myślenie ubezpieczeniowe powinno być elementem edukacji w szkole średniej w znacznie szerszym niż dotychczas zakresie. Nie uświadamiamy sobie jego wagi, a ubezpieczenia najczęściej traktujemy... jak niechciany podatek. Dla młodzieży to w ogóle abstrakcja, zwłaszcza że nie zawsze jest wiedza ubezpieczeniowa jest podana w przyjazny sposób. Czy na lekcjach mówi się o tym, że ubezpieczenia to istotne narzędzie finansowe? Czy raczej stawia się na wyjaśnienie różnic między ubezpieczeniami prywatnymi a społecznymi, co z punktu widzenia młodego człowieka jest po prostu nudne i nieprzydatne? Miejmy nadzieję, że to podejście zmieni się wraz z nowym przedmiotem Biznes i Zarządzanie, opracowywanym aktualnie dla szkół średnich. I że nowe podejście obejmie przede wszystkim uwrażliwienie młodych ludzi na to, że ubezpieczenia są kluczowe dla przedsiębiorczości, a myślenie ubezpieczeniowe w wielu wypadkach uczy racjonalnego podejścia do biznesu, oceny ryzyka, własnych zasobów oraz możliwości.



ZAPOWIEDZ



W kwietniu na łamach tygodnika ukaze się lista nagrodzonych tytułem

FINANSOWA MARKA ROKU 2023

Zapraszamy do współpracy najlepsze marki finansowe

a.prasowska@gazetafinansowa.pl, a.piekarska@gazetafinansowa.pl