

BIZNES RAPORT

POLSKI RYNEK
KAPITAŁOWY

PERŁY
POLSKIEGO
BIZNESU



PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

KOBIEITY SUKCESU GRAJĄ
W JEDNEJ DRUŻYNIE

W świecie biznesu, od wieków zmonopolizowanym przez mężczyzn, kobiety wprowadziły nową jakość. Są przebojowe i silne. Mają odwagę spełniać marzenia, a przy tym mocno stąpają po ziemi. Potrafią używać intuicji, żeby realizować długofalowe cele. Nie boją się ryzykować ani stawiać wszystkiego na jedną kartę. Chociaż wpadają w emocjonalne pułapki i popełniają błędy – codziennie walczą o swoją pozycję w biznesie. Bo kobiety sukcesu grają w jednej drużynie. Ale robią to zupełnie inaczej niż mężczyźni.



Lidia Krotoszyńska

ekspert wychodzenia z pułapek business & life. Od ponad 25 lat pomaga optymalnie zarządzać: emocjami, uczuciami, kompetencjami, wiedzą, relacjami, pieniędzmi oraz czasem. Wspiera w walce z zależnością i uzależnieniami. Jest autorką idei „Moje słabości są moją siłą” i programu life & business pleasure.

Pierwsza liga

Restauratorki, projektantki, architektki, blogerki, artystki, właścicielki dobrze prosperujących firm. W kobiecym teamie zawsze jest miejsce na indywidualizm, czyli na silne osobowości, które wyróżniają się stylem

działania. Zwykle świetnie sobie radzą z wielozadaniowością, delegowaniem uprawnień, a na kierowniczych stanowiskach czują wiatr w żaglach. Jednak tylko nieliczne w dzieciństwie myślały *Jestem urodzoną liderką!* Taki sposób autodefinicji wykraczał poza stereotyp polskiej dziewczynki, wychowanej w duchu posłuszeństwa, grzecznej i układowej. Bohaterki drugiej ligi.

Dlatego współczesne kobiety sukcesu, kiedy zaczynały przygodę z biznesem, walczyły jednocześnie na dwóch frontach: wewnętrznym – pokonując własne bariery mentalne – i zewnętrznym – udowadniając swoją niezawodność w roli szefowej. Na starcie miały więcej pytań niż odpowiedzi, a listą wątpliwości mogłyby obdzielić kilka osób. Z drugiej strony nauczyły się przeciwstawiać utartym schematom i optymalnie wykorzystywać posiadane zasoby: doświadczenie, wiedzę, kompetencje, energię, pieniądze i czas. Z nich zbudowały mocną

pozycję na rynku. Ale to dzięki sobie awansowały do pierwszej ligi.

Dobra taktyka

Kobiety zarządzające zespołami ludzi zwykle wykorzystują taktykę perswazji do osiągania wpływu i potwierdzania władzy, co wyraża się w pozyskiwaniu zaufania i zaangażowania pracowników. Według raportu Deloitte, kobiety-managerki przyczyniają się do stabilizacji i umocnienia pozycji firmy na rynku, a także wzrostu jej rentowności, czego dowodzą badania z 2016 roku.

Coraz większa aktywność kobiet w biznesie oznacza, że na płaszczyźnie zawodowej tworzą między sobą relacje. Wracając do metafory drużyny, wcielają się w rolę trenera, zawodnika, sędziego, bramkarza, a czasami – komentatora sportowego, który wkłada mnóstwo emocji w to, co robi.

Gra do jednej bramki

Bez względu na zajmowaną pozycję w zespole, kobiety potrafią wypracować wspólną strategię gry. Wspierają się w trudnych sytuacjach. Umieją słuchać i mają wysoki poziom empatii (*Czułam, że coś jest na rzeczy*). Wiedzą, jak zainicjować rozmowę i komu się zwierzać (*Musiałam to z siebie wyrzucić*). Czytają z mimiki, gestów, postawy ciała, nie bazując wyłącznie na słowach. Przywiązują wagę do szcze-

gółów. Są otwarte na wymianę doświadczeń, pomocne i spostrzegawcze (*Nowa fryzura?*). Chętnie dzielą się przekąskami w przerwie śniadaniowej (*Poczęstujesz się?*). Z drugiej strony mają tendencję do dawania rad, które niekoniecznie zamieniają w konstruktywne działanie. Lubią podkreślać swoje racje (*A nie mówiłam!*) i punktować niedociągnięcia innych. Zawodowym decyzjom nadają emocjonalny charakter, przez co wyolbrzymiają nieistotne niuanse. Bywa i tak, że kobiety biznesu cechuje obniżona odporność na stres, porażki i niepowodzenia. Zamiast się z nimi oswoić i pójść dalej, kompleksowo analizują ich przyczyny oraz skutki, odnosząc je bezpośrednio do siebie (*Nie poradziłam sobie z tym zadaniem. Widocznie nie jestem wystarczająco kompetentna*). Niestety, w ten sposób tylko obniżają poczucie własnej wartości.

Intensywny trening

Żeby na poziomie zawodowych relacji nie wpadać w pułapki stereotypowych zachowań, warto zadawać sobie pytania: Czy daję innym kobietom przestrzeń do bycia sobą, pójsia własną drogą, samostanowienia? Czy uczę je wyciągania wniosków? Na ile towarzyszę im w szukaniu kreatywnych rozwiązań? Jak się z nimi komunikuję? Czy ocze-

kuję od nich posłuszeństwa i stosowania się do moich rad? Jeśli z nimi rywalizuję, to czy potrafię docenić ich sukces? Czy im kibicuję, czy raczej zazdroszczę? Jak przyjmuję ich pomoc i czy w kluczowych momentach oferuję swoją? W jaki sposób się z nimi rozstaje? Czy potrafię im podziękować za bycie częścią mojej zawodowej historii, za udział w budowaniu sukcesu całej drużyny?

Od odpowiedzi na te pytania zależy jakość współpracy między kobietami. Jakość niezwykle istotna, zważywszy, że w świecie biznesu żeńska reprezentacja liczy zdecydowanie mniej zawodników niż męska. W zarządach spółek notowanych na Głównym Rynku GPW w 2015 roku jedynie 12,05 proc. to były kobiety, a w radach nadzorczych było ich nieco więcej, bo 14,49 proc. Tak duża dysproporcja wymaga zdecydowanej reakcji. Tu i teraz. Zaczynając od swojego środowiska pracy.

Wygrany mecz

Sukces, chociaż z zewnątrz sprawia wrażenie najlepszej zawodowej opcji, wcale nie gwarantuje harmonijnego życia, w którym wszystko idealnie się układa. Nawet w szczytowym momencie kariery zdarzają się spadki formy, gorsze dni, chandra, niedobór wiary we własne siły, brak motywacji do pracy. Dlatego

Dać szansę kobiecym biznesom

Temat nierówności płci w kontekście wynagrodzeń i zajmowanych stanowisk, szczególnie w ostatnich latach, jest silnie obecny w dyskursie publicznym. Nie jest to więc zjawisko nowe, czy nierozpoznane.



Katarzyna Pawlikowska

ekspertka ds. społecznych i konsumenckich zachowań kobiet, prezeska agencji komunikacji marketingowej Garden of Words

pełnionej przeze mnie funkcji – prezeski agencji komunikacji marketingowej Garden of Words – obszar PR jest mi szczególnie bliski. Pozornie mogłoby się wydawać, że branża ta powinna być szczególnie przyjazna kobietom. Związana jest m.in. z kreatywnością, pracą twórczą, budowaniem relacji – czyli cechami, które kulturowo i potocznie przypisywane są właśnie kobietom.

Teoria a rzeczywistość

Okazuje się jednak, że tego typu przypuszczenia odbiegają znacząco od rzeczywistej sytuacji. Jak wynika z raportu The Holmes Report 2017, kobiety pracujące w PR zarabiają średnio o 6 tys. dolarów mniej niż mężczyźni. Na najwyższych w hierarchii stanowiskach 28 proc. mężczyzn zarabia ponad 150 tys. dolarów. Ile procent ko-

biet może liczyć na takie wynagrodzenie? Tylko 12 proc. 78 proc. menadżerów zarządzających w 30 najważniejszych agencjach PR na świecie to mężczyźni. Powyższe różnice dobrze uzupełniają dane o tym, że kobiety już w drodze na zawodowy „szczyt” nie są tak jak mężczyźni przekonane o tym, że na pewno go osiągną. Jestem przekonana, że podobne wnioski można by było wyciągnąć także z analizy innych gałęzi biznesu na świecie... i w Polsce. Oczywiście, z pewnymi różnicami – w zależności od konkretnych uwarunkowań branży, kwestii kulturowych i społecznych. Temat nierówności płci w kontekście wynagrodzeń i zajmowanych stanowisk, szczególnie w ostatnich latach, jest silnie obecny w dyskursie publicznym. Nie jest to więc zjawisko nowe czy nierozpoznane. Niezależnie jednak od zwiększającej się świadomości sytuacji, i wdrażania dobrych praktyk w życie, wyniki opisanych powyżej badań wciąż nie są optymistyczne. Jeszcze.

Gdzie należy szukać przyczyn takiego stanu rzeczy?

Często kobiety nie są dopuszczane do zajęcia wysokich stanowisk. W tym kontekście konieczne byłoby odwołanie się do kwestii społecznych czy kulturowych, ekonomicznych. Sytuacja ta nie jest jednak jednoznaczna z tym, że to mężczyźni nie dopuszczają kobiet do objęcia takich stanowisk. To złożony temat, obejmujący takie tematy, jak socjalizacja, wychowanie. Warto jest podkreślać, że dzisiejsze pokolenie ludzi młodych, tych dopiero wchodzących na rynek pracy, nie będzie mierzyło się z takimi problemami, jakie znane są dobrze starszymi grupami. Dla nich kwestia awansu (lub jego braku) ze względu na płeć nie będzie już zrozumiała. Kobiety z tego pokolenia nie wyrażają zgody na takie traktowanie – zostały zupełnie inaczej przygotowane do pełnienia ról życiowych i zawodowych. Matki (nawet jeśli same tak nie funkcjonowały) wychowały i wychowują córki

tak, żeby w przyszłości były pełnionymi kobietami – także zawodowo. Potwierdza to w swojej książce „Gdzie ci mężczyźni?” Philip Zimbardo, który pisze m.in. o tym, że niebawem dużo częściej wysokie stanowiska będą zajmowane właśnie przez dobrze wykształcone, silne kobiety.

Być częścią grupy

Kontynuując temat nierówności na stanowiskach wysokich – bardzo ważną przyczyną nieistniejących w biznesie płciowych partytetów jest to, że nierzadko same kobiety nie chcą zajmować takich stanowisk. Co stoi na przeszkodzie? Dla większości kobiet obowiązującą (niezależnie od nich) jednostką społeczną jest „my”, dla mężczyzn – „ja”. Dla kobiet bardzo ważną wartość stanowi współpraca, bycie częścią grupy. Nie oznacza to, oczywiście, słabości czy ograniczonych predyspozycji do rywalizacji. Kobiety, które za ważny aspekt życia uważają osiągnięcie np. wysokiej pozycji za-

Niedawno miałam okazję zapoznać się z raportem Global Women in PR Survey 2017. To zbiór bardzo ciekawych danych dotyczących m.in. poziomu wynagrodzeń i obecności kobiet na wysokich stanowiskach w branży PR. Badanie przeprowadzono w 19 krajach świata. Z racji

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU



kobiety w biznesie, niezależnie od konstrukcji psychicznej i osobowości, potrzebują wsparcia na każdym etapie rozwoju zawodowego i na wszystkich poziomach relacji. Chodzi o to, żeby towarzyszyć im na starcie, w przysłowiowej biedzie, z takim samym zaangażowaniem, jak w sukcesie. Bo to daje poczucie akceptacji i przynosi realne korzyści, przekładające się na dobrą atmosferę oraz wzrost efektywności pracy.

Analiza gry

Chcąc zbudować zdrową relację zawodową w środowisku kobiet, trzymając się zasady solidarności płci, i dając sobie nawzajem szansę na systematyczny rozwój, zastosuj metodę małych

kroków: 1. naucz się słuchać; 2. zobacz inną kobietę taką, jaka jest; 3. daj jej przestrzeń do bycia sobą; 4. wysonduj, czego potrzebuje, i w miarę możliwości zaoferuj to; 5. codziennie uświadamiaj sobie, że taka jaka jesteś, jesteś ok, a popełnianie błędów to część każdej historii sukcesu. Mojej i Twojej też.

Radość zwycięstwa

W sektorze kanapowych kibi-ców funkcjonuje powiedzenie: *Kto ma pilota, ten ma władzę*. Kobiety biznesu go mają. Tyle że czasem zapominają wymienić baterie. A sztuka czerpania przyjemności z życia polega na tym, żeby w odpowiednim momencie przełączyć program z intensywnego na relaksacyjny i znaleźć

harmonię pomiędzy pracą zawodową/biznesem a czasem prywatnym. W tym celu powstał mój program life & business pleasure, stworzony żeby świadomie zarządzać swoim życiem. To 9-miesięczny cykl spotkań, nastawiony na zmianę, rozwój i przede wszystkim naukę – jak maksymalnie wykorzystywać wewnętrzne zasoby, żeby czuć się spełnioną w obu obszarach i dopełnić ja-prywatne ja-zawodowym. Tak, w takiej kolejności, a nie odwrotnie. Pozwala zobaczyć siebie: kobietę sukcesu, liderkę, szefową, ekspertkę, partnerkę, koleżankę, mamę, żonę, oazę spokoju, wulkan emocji, patronkę wątpliwości – jako wartościową osobę, która odzyskała władzę nad pilotem.

wodowej, są zdolne do ubiegania się o nią z siłą i determinacją nie mniejszą niż mężczyźni. W większości kobiety nie są samotnikami. Cenią wspólnotę i odrzucają pokazywanie światu swojego triumfu nad innymi. To przede wszystkim z tego powodu wiele z nich nie decyduje się na intensywne wspinanie po drabinie ścieżki zawodowej. Jej szczyt wiązać będzie się przecież z pewnym osamotnieniem. Brakiem tak ważnego aspektu grupy – „my”. Warto jest wspomnieć też o tym, że kobiety przez swoją empatię nierzadko mają problemy z zarządzaniem. Np. w branży PR wiele kobiet woli pozostać na niższych w hierarchii stanowiskach – zajmować się budowaniem relacji, bieżącą, znaną dobrze pracą – niż awansować i zarządzać ludźmi. Spełniają się w wypełnianych zadaniach, ale nie mają potrzeby, by znaleźć się na stanowisku menadżerskim. Statystycznie

mężczyźni dużo lepiej odnajdują się w sytuacjach, rolach związanych z zarządzaniem, co nie znaczy, że kobiety nie mogą być genialnymi menadżerkami.

Wsparcie jest niezbędne

Warto jest doceniać inicjatywy, które wspierają kobietą przedsiębiorczość – np. KONKURS SUKCES PISANY SZMINKĄ BIZNESWOMAN ROKU. Musimy doceniać te kobiety, które niezależnie od warunków, ewentualnych ograniczeń, zbudowały i z sukcesem prowadzą „coś swojego”. To ważne tym bardziej, że w większości kobiety nie lubią (i nie potrafią) same się docenić. Mają wrażenie, że robią to, co wszyscy, i że nie ma czym się chwalić – że nie są wystarczająco dobre. Boją się przyznać do tego, że im się udało – obawiają się relacyjnego wykluczenia z tego powodu. Musimy nad tym pracować! Ja sama bardzo wspieram tego typu inicjatywy.

KOBIETY W IT

Dlaczego programistka to zawód przyszłości?

Kobiety są znakomitymi programistkami, jednak Komisja Europejska alarmuje, że w branży IT jest ich wciąż za mało!



Paulina Banaszak

Content marketing specialist, szkoła programowania online Kodilla.com

Historia pokazuje, że kobiety zawsze miały ogromny wpływ na branżę informatyczną. Pierwszym programistą w historii była właśnie kobieta – Ada Lovelace, która stworzyła algorytm komputerowy do wykonania na maszynie analitycznej (miał obliczać liczby Bernoulliego). Na jej cześć w 1980 r. Ministerstwo Obrony Narodowej Stanów Zjednoczonych zatwierdziło opis nowego języka programowania, nazwanego ADA. Wiele osób może też kojarzyć kobietę pracującą przy Enigmie, którą była Joan Clarke.

Niestety, pomimo obecności wielu wybitnych kobiet w tej dziedzinie, odsetek pań pracujących na stanowiskach związanych z programowaniem wynosi jedynie 10 proc. (dane Komisji Europejskiej).

Programistek jest 10 razy mniej niż programistów

Za ok. 4 lata w Unii Europejskiej i Stanach Zjednoczonych będzie brakowało ok. 1 000 000 programistów (i programistek!). Sposobem na zaspokojenie zapotrzebowania może być właśnie zachęcenie kobiet do pracy w IT. Mimo że wiele kobiet interesuje się programowaniem, to znaczna część z nich podchodzi do pracy z nieśmiałością. Potwierdzają to dane Kodilli – bootcampem interesują się tak samo kobiety, jak i mężczyźni (odpowiednio: 48 proc. i 52 proc.), jednak na same szkolenia decyduje się tylko ok. 30 proc. kobiet. Duże zapotrzebowanie rynku na specjalistów IT, szybki rozwój branży i dobre zarobki zwiększają chęć rozpoczęcia kariery w tym obszarze. Co ciekawe, tylko 34 proc. kobiet pracujących w polskich firmach IT ma wyższe wykształcenie w tej dziedzinie (dane z raportu Hays Polska). Dla pracodawców liczą się konkretne umiejętności i kompetencje, dlatego wiele osób stawia obecnie na samokształcenie. Wysokość wynagrodzenia w dziedzinie IT jest zależna od doświadczenia. 43,1 proc. kobiet pracujących w branży mniej niż rok zarabia do 2 500 zł netto, z kolei 35,7 proc. kobiet z doświadczeniem w branży do 5 lat zarabia powyżej 10 000 zł netto. Kobiety pracujące w branży IT w Polsce najczęściej zajmują stanowisko Software Developera, Software Testera i Project Managera.

Znane kobiety w branży IT

Grace Hopper była pierwszą kobietą kontradmirałem w amerykańskiej armii i to właśnie ona stworzyła jeden z pierwszych języków programowania COBOL i doskonale znane wszystkim programistom pojęcia – bug i debugowanie. Diana Johnston w latach 50. założyła pierwszą w Wielkiej Brytanii firmę, która sprzedawała komputerowe oprogramowanie. W tym samym czasie Stephanie Shirley stała się świetną matką, żoną i programistką, która zatrudniała w swojej firmie tylko panie.

Obecnie wiele kobiet zajmuje czołowe stanowiska w największych firmach IT, a ich praca jest doceniana tak samo, jak praca mężczyzn. O niektóre z nich, tak jak o Sheryl Sandberg, walczą największe firmy, sam Mark Zuckerberg zwerbował ją z Googla do Facebooka za ogromne pieniądze. W Google świetnie radzi sobie natomiast wiceprezes Susan Wojcicki.

Na strategię całego IBM-u wpłynęła Virginia M. Rometty, pierwsza kobieta będąca prezesem zarządu tej spółki. Podobnie w koncernie HP (dawniej Hewlett-Packard Company), gdzie fotel szefa firmy zajęła Margaret Whitman.

Więcej pewności siebie

Nie ma jednego pewnego wytłumaczenia, dlaczego tak mało kobiet interesuje się tą branżą i w niej bryluje. W końcu kobiety wcale nie odbiegają zdolnościami analitycznymi czy technicznymi od mężczyzn. Czego jednak na pewno płci pięknej brakuje pewności siebie i wsparcia, dzięki którym mogłyby zdobywać wysokie stanowiska. Na szczęście tworzy się coraz większa kobieca społeczność, a w sieci powstaje sporo nowych inicjatyw, które angażują i wspierają kobiety w tej branży.

Panie od kodowania potrzebne od zaraz!

Okazuje się, że kobiety w branży IT są bardzo potrzebne i chętnie zatrudniane przez duże marki. Najlepsze efekty pracy uzyskują zespoły składające się ze specjalistów dwóch płci. Tam, gdzie mężczyźni zamykają się na nowe możliwości i twardo trzymają się swojego zdania, kobiety na ogół szukają innych możliwych rozwiązań i są bardziej zdolne do kompromisów. Dzięki temu praca w takim zespole nie jest tylko bardziej przyjemna, lecz także bardziej efektywna.

Odwaga podjęcia pierwszego kroku, pewność siebie, że ja jako kobieta mogę być tak samo dobra jak mężczyźni, wiedza, którą ciągle trzeba zdobywać, i ciekawość branży IT – te cechy niewątpliwie powinna mieć każda kobieta, która chce osiągnąć sukces w technologicznym świecie. Środowisko IT wcale nie jest zamknięte na kobiety, a, jak pokazuje historia, te najodważniejsze panie odnosiły i odnoszą porównywalne, z mężczyzn sukcesy. A nawet większe.

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

*Małgorzata Adamkiewicz*DYREKTOR GENERALNY, **GRUPA ADAMED**

Doktor nauk medycznych, absolwentka Akademii Medycznej w Warszawie oraz The Stockholm School of Economics Executive Educations. Ma specjalizację pierwszego i drugiego stopnia z chorób wewnętrznych oraz endokrynologii. Karierę zawodową rozpoczęła w Klinice Endokrynologii Centrum Medycznego Kształcenia Podyplomowego w Warszawie. Z Adamedem związana od początku istnienia firmy. Jako dyrektor medyczny była odpowiedzialna m.in. za utworzenie działu badawczo-rozwojowego oraz zainicjowanie badań nad nowymi lekami. Brała również udział w tworzeniu jednego z pierwszych w Polsce konsorcjów naukowo-przemysłowych. Od 2006 roku nieprzerwanie zarządza firmą Adamed. W 2010 r. z sukcesem przeprowadziła akwizycję Pabianickich Zakładów Farmaceutycznych Polfa oraz spółki Agropharm (obecnie Adamed Consumer Healthcare), co w efekcie doprowadziło do utworzenia Grupy Adamed. Małgorzata Adamkiewicz jest członkiem Światowego Towarzystwa Endokrynologicznego. Z jej inicjatywy powstało jedno

z najnowocześniejszych w Polsce centrów konferencyjno-szkoleniowych – Narvil pod Warszawą. Wiceprezes zarządu Polskiej Rady Biznesu, członek Business Centre Club, Kapituły Biznesu przy Uniwersytecie Jagiellońskim oraz Konwentu Politechniki Warszawskiej na lata 2016–2020. Jest promotorką polskiej przedsiębiorczości oraz rozwoju gospodarki poprzez innowacje – w ciągu 16 lat Adamed przeznaczył na działalność badawczo-rozwojową 1 mld zł. Małgorzata Adamkiewicz jest również prezesem Fundacji Grupy Adamed, powołanej w celu wspierania działalności naukowej i oświatowej w obszarze nauk ścisłych i przyrodniczych, a także z zakresu B+R. Jednym z kluczowych zadań Fundacji jest rozwój utalentowanej młodzieży uczestniczącej w programie naukowo-edukacyjnym ADAMED SmartUP. Odznaczona Złotym Krzyżem Zasługi Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej.

*Szanowni
Państwo*

Kolejny raz prezentujemy Państwu listę Perły Polskiego Biznesu. Znajdziecie na niej Panie, które w rodzimym biznesie zaszły najwyżej jak to tylko możliwe – zasiadają w zarządach największych spółek, zarządzają dużymi, prężnie działającymi przedsiębiorstwami. Ich życiorysy potwierdzają, że umiejętne dysponowanie czasem pozwala realizować nie tylko cele biznesowe, lecz także osobiste. Każda z Pań, które znalazły się w naszym zestawieniu, poza dążeniem do perfekcji w życiu zawodowym, spełnia swoje marzenia, oddaje się pasjom i poświęca rodzinie. To, gdzie dziś są, do czego doszły, co osiągnęły, to zasługa ich determinacji i jasno sprecyzowanych celów. Warto brać z nich przykład.

*Ewa Szmidt-Belcarz*PREZES ZARZĄDU, **EMPIK**

Ma podwójny dyplom magistra: Wydziału Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz CEMS Master in International Management ze Szkoły Głównej Handlowej oraz London School of Economics, jak również dyplom MBA uczelni INSEAD we Francji. Zanim dołączyła do spółki Empik, Ewa Szmidt-Belcarz zajmowała stanowisko

partnera w McKinsey & Company, gdzie kierowała pionem sprzedaży detalicznej i dóbr konsumenckich. Została awansowana na stanowisko globalnego partnera w McKinsey & Company. Wcześniej zajmowała różne stanowiska w pionach marketingu firm działających na rynku dóbr konsumenckich w Polsce, Niemczech i Wielkiej Brytanii.



PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Beata Daszyńska-Muzyczka

PREZES ZARZĄDU

BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO

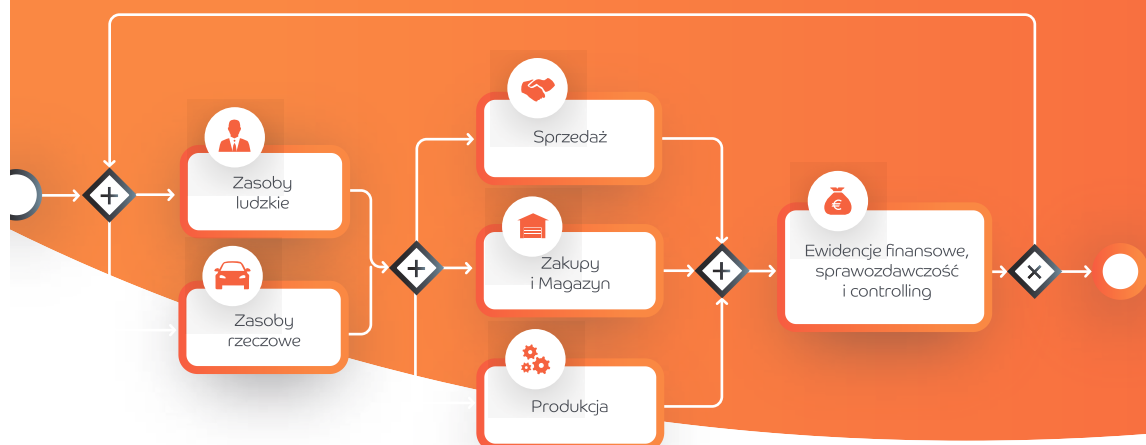


Jest absolwentką uczelni ekonomicznych o specjalności zarządzanie finansami przedsiębiorstw oraz Advance Leadership Programme w ICAN Institute przy Harvard Business Review. Od 1994 roku była związana z Grupą Banku Zachodniego WBK. W latach 1994–2000 pracowała w bankowości oddziałowej. W okresie 2000–2005 kierowała wdrożeniem szeregu strategicznych projektów, m.in. Nowy Model Oddziału, Minibank 24 dla klientów bankowości korporacyjnej oraz odpowiadała za restrukturyzację/optymalizację sieci oddziałów. W latach 2005–2007 pełniła funkcję dyrektora departamentu nieruchomości, a następnie, w okresie 2007–2014, funkcję dyrektora obszaru logistyki i nieruchomości. W latach 2008–2013 pełniła najpierw funkcję członka, a następnie przewodniczącego Rady Nadzorczej spółki BZW BK Nieruchomości. Od 2012 roku związana z pionem partnerstwa biznesowego BZW BK, w którym od 2013 roku była odpowiedzialna za projekt transformacji kultury organizacyjnej w części Retail – Bank Nowej Generacji. W okresie 2014–2015 pełniła funkcję dyrektora Obszaru Partnerstwa HR. Od 2015 roku, jako członek zarządu BZ WBK, zarządzała pionem partnerstwa biznesowego, w skład którego wchodziły m.in. obszary: HR (w tym rekrutacja, rozwój pracowników, wynagrodzenia, kultura organizacyjna), strategii i organizacji, kosztów, nakładów finansowych i zakupów, bezpieczeństwa banku i logistyki oraz inne obszary wspierające funkcjonowanie banku.

REKLAMA

Pierwszy polski

procesowy system ERP



Usprawnienie procesów
w organizacji

- Wbudowane procesy
- Pomiary efektywności procesów
- Jednoczesne wprowadzanie zmian w systemie i w całej organizacji

Efektywniejsza
praca ludzi

- Logiczny i intuicyjny interfejs
- Szybka adaptacja pracowników
- Lista zadań

macrologic.pl
+48 222 566 444
doradca@macrologic.pl

macrologic
merit



Aleksandra Gren

DYREKTOR GENERALNY I CZŁONEK ZARZĄDU, **FISERV POLSKA**,
PREZES RADY FUNDACJI VITAL VOICES POLAND

Aleksandra Gren ma ponad 20-letnie doświadczenie w obszarze technologii bankowych i fin-tech w regionie EMEA (Europe, Middle East, Africa). Karierę zawodową rozpoczęła w Royal Bank of Canada w Kanadzie, a następnie zdobywała doświadczenie w amerykańskich firmach technologicznych w USA i Europie. W swojej obecnej roli odpowiada za rozwój biznesu w regionie CEE oraz prowadzi strategiczne projekty technologiczne w EMEA. Ma tytuł BA w dziedzinie stosunków międzynarodowych z University of British Columbia oraz tytuł MSc w dziedzinie Polityki Europejskiej z London School of Economics. Ukończyła również liczne kursy branżowe, między innymi w Harvard Business School i Leadership Academy for Poland. W maju 2015 została zaproszona do prestiżowego programu organizowanego przez czasopismo Fortune

w USA, Fortune Most Powerful Woman/US State Department, dla przyszłych globalnych liderów biznesu. We wrześniu 2015 została Ambasadorką Równości w Biznesie przy Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej. We wrześniu 2016 została wybrana w rankingu Top 10 Kobiet w Technologii w EMEA przez Banking Technology Awards w Londynie. Aleksandra Gren jest członkinią Grupy Vital Voices 100 (VV100) – 100 globalnych liderów globalnej organizacji Vital Voices Global Partnership. Jest prezesem Rady Vital Voices Poland oraz zasiada w zarządzie Vital Voices Europe w Londynie w Anglii. Jest aktywną mentorką w Programach Mentoringowych Vital Voices Poland dla przyszłego pokolenia liderów w Polsce. Uznano ją za jedną z 20 kluczowych ekspertek FinTech w Polsce według Raportu „Ekspertki w FinTech” w marcu 2017.

Irena Eris

WSPÓŁWŁAŚCICIELKA, DYREKTOR DS. BADAŃ I ROZWOJU,
DR IRENA ERIS

Ukończyła Akademię Medyczną w Warszawie, doktorat obroniła na berlińskim Uniwersytecie Humboldta. Od początku działalności firmy zajmuje się kreacją nowych produktów i zarządza procesem ich powstawania. Laureatka wielu prestiżowych nagród, m.in.: Dama biznesu dziesięciolecia (Business Centre Club, 1999), Biznesmen roku 1999 (tytuł nadany przez studentów SGH, 2000), Nagroda Kisiela za stworzenie wielkiego, średniego przedsiębiorstwa (tygodnik „Wprost”, 2000), Perły Biznesu 2003 za stworzenie najcenniejszej polskiej marki z nazwiska (miesięcznik Businessman, 2003). W 2004 zajęła wysoką, 20., pozycję na liście najbardziej wpływowych kobiet w dziejach Polski – kobiet, które

odwróciły bieg wydarzeń, przełamały stereotypy, zainicjowały nowy sposób myślenia (Poczet Kobiet Wpływowych, tygodnik „Polityka”, 2004). W 2005 znalazła się na drugim miejscu Listy 30. Najskuteczniejszych z Najlepszych – listy najskuteczniejszych i najbardziej godnych zaufania managerów polskiej gospodarki (miesięcznik „Home & Market”, 2005). W 2014 została nominowana w plebiscycie „Ludzie Wolności”, zorganizowanym na 25-lecie Solidarności w kategorii biznes. 5 czerwca 2014 za wybitne zasługi dla rozwoju i promocji polskiej przedsiębiorczości, za osiągnięcia w działalności społecznej została odznaczona Krzyżem Oficerskim Orderu Odrodzenia Polski.

Dorota Gutkowska

DYREKTOR GENERALNY, **LEVI STRAUSS**

Absolwentka Szkoły Głównej Planowania i Statystyki (obecnie Szkoły Głównej Handlowej) w Warszawie. Ukończyła specjalistyczne kursy w The Wharton School, University of Pennsylvania, a także w Kellogg Graduate School of Management w USA i INSEAD we Francji. Poprzednio przez 8 lat pracowała jako dyrektor handlowy, członek zarządu w firmie Frito Lay Polska, gdzie nadzorowała pracę ponad 600 osób zatrudnionych w dziale sprzedaży. Odpowiadała za wprowadzenie na rynek polski nowych produktów, takich jak, Lay's oraz Chetos. Doświadczenie zdobywała także w firmie Unilever Polska, gdzie pracowała przez ponad trzy lata jako marketing category manager i area manager odpowiedzialna za region Polski Centralnej.



PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Liczą się kwalifikacje, kreatywność, otwartość na wyzwania i chęć poszukiwania nowych rozwiązań

Z Agnieszką Wrońską, prezes zarządu Link4 rozmawiała Joanna Zielińska

Czy w dzisiejszych czasach płeć w biznesie ma jeszcze jakiekolwiek znaczenie? Żyjemy w dobie równych praw, równych obowiązków, czy to nie przekłada się także na funkcjonowanie w przedsiębiorstwie, na szeroko pojętym rynku biznesowym?

Myślę, że to zależy bardzo od otoczenia i firmy, ale też od indywidualnego postrzegania. Ja miałam szczęście pracować w zespołach, w których przede wszystkim liczyły się kwalifikacje, kreatywność, otwartość na wyzwania i chęć poszukiwania nowych rozwiązań, a płeć nie miała znaczenia. Wiem jednak, że nie w każdej firmie jest to standardem. Uważam, że różnorodność w zespole jest potrzebna na każdej płaszczyźnie. Powoduje uzupełnienie kompetencji, daje różne spojrzenie na świat. Nie lubię „szufladkowania” ludzi – czy to ze względu na płeć, czy inne cechy, choć rzeczywiście to kobiety częściej wnoszą większy ładunek empatii do organizacji, co też pomaga nam wszystkim w codziennym funkcjonowaniu.

W Link4 kobiety to połowa firmy. Cieszy mnie zwłaszcza fakt, że proporcja ta jest zachowana zarówno na call center, gdzie pracują bardzo młode osoby, jak i na stanowiskach kierowniczych. Będąc już matkami, dają sobie świetnie radę nie tylko z pracą, lecz także z życiem rodzinnym. Staramy się w Link4 mieć elastyczne podejście do zadań czy czasu pracy, dzięki czemu łatwiej godzić ze sobą te dwie role. Teraz kobiety chcą wyjść z domu, rozwijać się, realizować swoje pasje, a dlatego są świetnymi pracownikami, bo chcą takimi być. Wystarczy, by spostrzegawczy i mądry życiowo szef (niezależnie od płci) dostrzegł talenty, docenił, dał pole do działania.

Kiedyskolwiek myślała Pani o sobie jako o kobiecie w biznesie? Miała poczucie, że w związku ze swoją płcią jest inaczej traktowana?

Nigdy nie miałam takiego poczucia. A to dlatego, że podchodzę merytorycznie i zadaniowo do większości tematów. Mam zadanie do wykonania i je realizuję. Myślę jednak, że rywalizacja w mieszanych zespołach może przebiegać w sposób bardziej skomplikowany i ciekawy. Często sam uśmiech w odpowiedniej chwili rozładuje sytuację i sprawi, że nie dojdzie eskalacji problemów, a otworzy drogę do szukania konstruktywnych rozwiązań. Mimo to, czasem jako „młoda” pani prezes spotykam się z różnymi reakcjami: od zaskoczenia po pobłażliwość.

Branża ubezpieczeniowa, jeśli chodzi o ilość kobiet w zarządach spółek, jest dość mocno sfeminizowana na tle innych instytucji finansowych. Z czego to wynika?

LINK4 jest wyjątkowy, bo w zarządzie zasiadają tylko kobiety. Jednak ciągle w wielu firmach ubezpieczeniowych w zarządach zasiadają w większości panowie. Z badań przeprowadzonych przez „Miesięcz-

nik Ubezpieczeniowy” wynika, że kobiety w ubezpieczeniach dodają dodatkowy ładunek empatii.

Czy odwieczny problem godzenia ról – matki, żony, aktywnej zawodowo kobiety – powoli odchodzi w niepamięć?

Moje doświadczenie zawodowe i spostrzeżenia z perspektywy firmy, w której pracuję, prowadzą do wniosku, że zarówno kobiety, jak i mężczyźni godzą pracę z rodziną, z hobby i pasjami. Wszystko zależy od indywidualnego podejścia, cech charakteru, chęci, witalności życiowej. Jeśli ktoś ma pasję czy zainteresowania i chce je rozwijać, to jest to możliwe. Wszystko to kwestia odpowiedniej organizacji, co – oczywiście – wymaga więcej wysiłku i zaangażowania bliskich.

Zaczynała Pani swoją karierę zawodową w firmie konsultingowej Ernst & Young. Skąd pomysł na przejście na stronę „klienta”?

Myślę, że wiąże się to z moją osobowością, chęcią podejmowania nowych wyzwań i wdrażania nowych rozwiązań w życie. Praca w audycie i konsultingu pozwoliła mi na zdobycie ogromnej wiedzy o funkcjonowaniu przedsiębiorstw, finansach. Uważam, że to była trampolina dla mojej kariery zawodowej. Z pewnością bez doświadczenia zdobytego w firmie konsultingowej nie byłabym w tym miejscu swojego rozwoju zawodowego, w którym teraz jestem. Jest to świetny, a zarazem wymagający start dla każdego absolwenta, który chce postawić na rozwój i zdobycie wiedzy. Natomiast praca po stronie „klienta” to już nie tylko projektowanie czy sprawdzanie, lecz także wdrażanie nowych produktów. To z kolei powoduje naukę na własnych błędach, ciągłe doskonalenie i myślenie twórcze, kreatywne. Mimo, że już ponad 11 lat jestem w LINK4, to charakter pracy, którą wykonuję, powoduje, że każdego dnia odkrywam coś nowego, a to z kolei kreuje nowe wyzwania i ambicje.

Co pasjonującego dostrzegła Pani w branży ubezpieczeniowej i co widzi Pani dziś?

Kiedy na początku studiów usłyszałam o aktuariuszach, musiałam nieco poszperać i popytać, co to za nowy – z punktu widzenia polskiego rynku – zawód. I wtedy pomyślałam, że to może być miejsce dla mnie, że w ubezpieczeniach jest możliwość wykorzystania matematyki do praktycznych zastosowań.

Pierwotnie sądziłam, że branża ubezpieczeń życiowych, zdrowotnych i emerytalnych będzie głównym motorem wzrostu ubezpieczeń na rozwijającym się polskim rynku. Z biegiem lat musiałam zrewidować swój pogląd na ten temat. Teraz widzę, że Polacy nie zawsze myślą o bezpieczeństwie finansowym swoim i swojej rodziny w perspektywie kilku lub kilkunastu lat, nie wspominając o oszczędzaniu długoterminowym. Stąd wielka rola ubezpieczycieli na kształtowaniu



świadomości ubezpieczeniowej o potrzebie oszczędzania na przyszłość i zapewnienia zdrowej i spokojnej starości, czy też bezpieczeństwa finansowego dla bliskich.

Jak na przestrzeni lat zmienił się rynek ubezpieczeń?

Z perspektywy mojej kariery zawodowej obserwuję sprawną i znaczącą modernizację branży. Nadażamy bardzo szybko za rynkiem zachodnim, a z niektórymi rozwiązaniami bardzo często go wyprzedzamy, ale nie zawsze doceniamy to. Widziałam wiele firm, z dużo bardziej rozwiniętych ekonomicznie rynków, które borykają się z problemami czy to bardzo wysłużonych systemów informatycznych, czy też bardzo rozproszonych kompetencji, w których proces podejmowania decyzji czy też wdrażania jej w życie mierzony jest miesiącami. W Polsce ubezpieczyciele dość szybko reagują na wyzwania rynku.

Zauważalne jest znaczne i atrakcyjne „opakowanie” produktów ubezpieczeniowych o szerokie opcje *assistance*. Taka pomoc jest ciągle nowością dla klienta, przez lata przyzwyczajonego do tradycyjnego ubezpieczenia. Teraz, oprócz ubezpieczenia, dostaje fachową pomoc, która się sprawdza w domu, podróży czy przy jeździe samochodem – i jest bardzo namacalnym benefitem dla klienta. Ubezpieczyciele wprowadzają również nietypowe rozwiązania proklienckie: gwarantują przyjazną, bo szybką i prostą, obsługę szkód, wsparcie call center. W LINK4 przy zakupie ubezpieczenia domu dajemy gratis naszym klientom profesjonalnie czujniki dymu, a kie-

rowcom, którzy jeżdżą bezpiecznie ze specjalną aplikacją – nagrodę w postaci zwrotu opłaconej składki nawet do 30 procent.

W jakim kierunku dziś zmierza branża? Jakie dominują na niej trendy i czego rynek może spodziewać się w długiej perspektywie?

Uważam, że najwięcej zmian dotknie sprzedaż ubezpieczeń. Rynek rozwija się w kierunku wielokanałowości nabycia polis: od agentów, przez oddziały, do Internetu, aplikacji mobilnych, ale też profesjonalnych doradców. W tych obszarach to klient będzie decydował, jak i gdzie chce kupić ubezpieczenie, a potem – zlikwidować szkodę. Wszystko to dzięki modernizacji i upraszczaniu serwisów transakcyjnych, digitalizacji procesów. Dzięki temu są one prostsze w użyciu i łatwiej dostępne dla coraz szerszej grupy odbiorców. A agent czy doradca będzie mógł się bardziej skupić na rozmowie z klientem i doborze odpowiednich produktów.

Myślę, że ubezpieczyciele skoncentrują się bardziej na danych behawioralnych. Na ich podstawie zaoferują produkt odpowiednio „uszyty” do cech i potrzeb klienta. Takim przykładem jest telematyka – nowatorskie rozwiązanie LINK4. W zależności od danych o sposobie prowadzenia auta i stylu jazdy, kierowca dostanie ofertę, która w pełni będzie dostosowana do ryzyka.

Rynek zmierza w kierunku traktowania ubezpieczenia jak asystenta w życiu, który pomaga na bieżąco w rozwiązaniu konkretnych problemów.

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Katarzyna Iwuć

PREZES ZARZĄDU, DYREKTOR GENERALNY,
DYREKTOR FINANSOWY, **NETIA**



Z Netią związana jest od 2014 roku jako członek Rady Nadzorczej i przewodnicząca Komitetu ds. Audytu. Funkcję w zarządzie Netii objęła w 2015 roku, kiedy została powołana na stanowisko członka zarządu, dyrektora finansowego. Od czerwca 2017 r. pełniła natomiast obowiązki prezesa zarządu Netii. Katarzyna Iwuć ma kilkunastoletnie doświadczenie w zakresie zarządzania, finansów, audytu oraz strategicznego zarządzania finansami przedsiębiorstw. Od 2013 roku do sierpnia 2017 roku była członkiem zarządu i dyrektorem ds. finansowych w Mennicy Polskiej a także zasiadała w Radzie Nadzorczej Mennica Metale Szlachetne. W latach 2005–2013 jako menedżer, a następnie partner, w wiodących międzynarodowych firmach doradczych (BDO Polska i Pricewaterhouse) kierowała pracą zespołów audytorów, odpowiadała m.in. za liczne projekty *due diligence*, przygotowania do IPO oraz prowadziła szkolenia i wykłady. Absolwentka wydziału Finansów i Bankowości Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu (obecnie: Uniwersytet Ekonomiczny). Na tej uczelni uzyskała również tytuł doktora nauk ekonomicznych. Ma też tytuł biegłego rewidenta.

*Ewa Misiak*

PRZEWODNICZĄCA RADY NADZORCZEJ,
WORK SERVICE INTERNATIONAL

Od ponad 14 lat Ewa Misiak jest członkiem zespołu grupy Work Service. Ukończyła The Wharton Business School, IESE Business School, CEIBS Shanghai – Global CEO. Absolwentka programu studiów managerskich w Canadian Management Institute i Harvard Business Review, programu Advanced Management Program na IESE Business School w Barcelonie oraz Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. W czerwcu 2016 roku została powołana jako członek Rady Nadzorczej Grupy Kapitałowej PTWP. Przewodnicząca Rady Nadzorczej, a wcześniej prezes Krajowego Centrum Pracy – firmy zajmującej się akwizycją zawodową osób bezrobotnych. Jako założycielka firmy

People Care pełniła funkcję prezesa największej ogólnopolskiej firmy świadczącej usługi medyczne i opiekuńcze. Była przewodniczącą Rady Nadzorczej, a wcześniej – prezes Work Service International, firmy będącej liderem w branży świadczącej usługi z zakresu pracy tymczasowej i rekrutacji pracowników na rynkach zagranicznych, a także zatrudnieniu transgranicznym. Natomiast w Fundacji Work Service, której jest wiceprezesem, wspiera osoby wykluczone z rynku pracy i prowadzi działania pomagające im powrócić do zawodowego życia. Jest doradcą prezydenta Pracodawców RP – Andrzeja Malinowskiego, gdzie pełni funkcję eksperta do spraw prorodzinnych i socjalnych.

Alicja Modzelewska

PREZES ZARZĄDU,
EDIPRESSE

Ukończyła Wydział Prawa na Uniwersytecie Warszawskim. Karierę zawodową rozpoczynała w agencji reklamowej Propaganda. Z Edipresse związana od 1998 roku. Początkowo na stanowisku product managera „Marie Claire”, dyrektora marketingu, a obecnie – dyrektora generalnego i członka zarządu. Współtworzyła również Fundację Przyjaciółka.

*Anna Włodarczyk-Moczłowska*

PREZES ZARZĄDU, **GOTHAER**

Menedżer z prawie 20-letnim doświadczeniem w branży finansowej i ubezpieczeniowej. Jest absolwentką Uniwersytetu Łódzkiego oraz Szkoły Głównej Handlowej. W latach 2001–2012 była związana z grupą Ergo Hestia, w tym od 2001 roku z MTU Moim Towarzystwem Ubezpieczeń, gdzie piastowała stanowisko wiceprezesa zarządu. W 2010 roku została uhonorowana Brązowym Krzyżem Zasługi za wkład w rozwój polskiego rynku ubezpieczeniowego.



PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Sylwia Mokrysz

PROKURENT, MOKATE

Absolwentka Wydziału Zarządzania Akademii Ekonomicznej w Katowicach oraz studiów podyplomowych MBA z zakresu Zarządzania w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Początki jej zawodowej kariery sięgają czasów studenckich, kiedy to prowadziła zagraniczną korespondencję Mokate, tłumacząc pisma na język niemiecki, angielski i rosyjski. Z czasem głównym obszarem jej działalności stał się marketing. Współtworzy strategię herbacianej ekspansji, patronuje innowacjom. Obecnie Sylwia Mokrysz odpowiada za herbacianą ofertę Mokate. Współtworzy strategię rozwoju, patronuje innowacjom. Pod jej skrzydłami znajduje się również marketing i PR działu herbacianego oraz PR marki Lavazza w Polsce. Dzięki jej działalności Mokate aktywnie uczestniczy w najbardziej prestiżowych wydarzeniach kulturalnych w Polsce. Działalność biznesową Sylwia Mokrysz łączy z aktywnością społeczną. Czynnie bierze udział w wielu projektach społecznych – jest ambasadorką Przedsiębiorczości Kobiet, członkinią Family Business Network oraz Million Women Mentors. Wytrwale promuje rolę kobiet w biznesie. Udziela się również charytatywnie – głównym celem tych działań są dzieci i szkoły. W wolnych chwilach z radością oddaje się fotografowaniu, ukończyła m.in. prestiżowe kursy organizowane przez National Geographic. Chętnie podróżuje, odkrywając nowe miejsca, często z dala od utartych turystycznych szlaków.



Polska Akcja Humanitarna powołała Panią na swojego Ambasadora Biznesowego. Jakie zadania zostały Pani powierzone?

Promuję ideę organizacji wśród przedsiębiorców oraz inicjuję wydarzenia, które przyczyniają się do zbierania środków na efektywne prowadzenie jej działalności. Uważam, że biznes ma swoje obowiązki. Powinien edukować, aktywizować do działania, wspierać wartościowe inicjatywy, otwierać oczy, zauważać problem i wytykać go palcem. Nie ukrywam dumy z powierzonego mi zadania, ponieważ bardzo utożsamiam się z misją Polskiej Akcji Humanitarnej. Organizacja pomaga w wielu miejscach na świecie. Wierzę, że dzięki tej nowej formie współpracy z biznesem uda nam się pozyskać jeszcze więcej środków, aby odmienić życie wielu ludzi na całym świecie. Zwłaszcza tam, gdzie bywa ono niewyobrażalnie trudne.



for. Bart Pogoda

BIZNES MA SWOJE OBOWIĄZKI

Polska Akcja Humanitarna powołała Ambasadora Biznesowego. Została nim Agata Brucko-Stępkowska – założycielka i prezes Futuro Finance, dynamicznie rozwijającej się firmy doradztwa finansowego. Teraz zaprasza do PAH-workingu – korzystania z kontaktów biznesowych w celu zaangażowania w pomoc charytatywną.

Powołanie na Ambasadora Biznesowego PAH nie jest Pani pierwszym spotkaniem z Polską Akcją Humanitarną. Już wcześniej aktywnie wspierała Pani tę organizację w ramach pomocy z ramienia swojej firmy Futuro Finance, m.in. finansując zakup wiertnicy do budowy studni w Sudanie Południowym. Brak dostępu do czystej wody pitnej jest jednym z największych, obok zagrożenia trwającym w kraju konfliktem wewnętrznym, problemów mieszkańców Sudanu Południowego. Uważam, że nie możemy być obojętni wobec takich problemów. Mamy na nie realny wpływ, dlatego zdecydowaliśmy się na zakupienie na potrzeby Polskiej Akcji Humanitarnej nowoczesnej maszyny wiertniczej. Pierwsze odwierty z wykorzystaniem

nowej wiertnicy zostaną wykonane pod koniec roku. Jedna studnia posłuży około 500 osobom.

Pani działania charytatywne nie ograniczają się tylko do Polskiej Akcji Humanitarnej. Jest Pani założycielką Fundacji Czynów Szlachetnych. Na czym koncentruje się jej działalność?

Pomoc charytatywna jest mi bliska od zawsze. Dlatego założyłam Fundację. Koncentrujemy się na tworzeniu przestrzeni sprzyjającej rozwojowi dzieci oraz młodzieży. Wspieramy wszelkie działania, które pomagają ratować życie, rozwijają kulturę oraz rozwiązują problemy wynikające z klęsk żywiołowych. Udzieliliśmy wsparcia m.in. Małemu Samurajowi – wrocławskiej organizacji, która pro-

paguje aktywny tryb życia i wiedzę o innych kulturach. Angażujemy się też w inicjatywy charytatywne. Wzięliśmy udział w aukcji na rzecz podopiecznych Fundacji Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową. Wylicytowaliśmy wówczas skrzypce z autografem George'a Michaela za 190 tys. złotych. Teraz w planach mamy remont i wybudowanie punktu sanitarnego w szkole w Zanzibarze. Uczy się w niej 260 dzieci od trzeciego do 16. roku życia. Jesteśmy w trakcie ustaleń, a więcej szczegółów przedstawimy już wkrótce. Chcemy pokazać, że każdy może wziąć udział w Szlachetnych Uczynkach.

W ciągu zaledwie siedmiu lat Futuro Finance z małej działalności przekształciło się w dynamicznie rozwijającą się firmę, która otwiera oddziały w całej Polsce. Czy podobny sukces można wróżyć działaniom dla Polskiej Akcji Humanitarnej?

Tak! Gdy wierzę w projekt oraz towarzyszące mu wartości, jestem w stanie o tym mówić z taką pasją, którą zarażają się moi pracownicy i partnerzy biznesowi. Udało mi się odnieść sukces biznesowy, Futuro Finance jest obecne w największych miastach w kraju, co pozwala mi tworzyć siatkę kontaktów, które wykorzystam także do pomocy. Zapraszam świat biznesu do współpracy na rzecz lepszej rzeczywistości.

Więcej o działaniach Ambasadora Biznesowej PAH na fanpage Agaty Brucko-Stępkowskiej na Facebooku oraz na www.futurofinance.pl

— TEKST PROMOCYJNY

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Barbara
Skrzecz-MozdyniewiczPREZES ZARZĄDU,
MACROLOGIC

Absolwentka Wydziału Matematyki Uniwersytetu Warszawskiego, studiów podyplomowych na kierunku informatyka w zarządzaniu i biznesie na Politechnice Białostockiej, Podyplomowego Studium Rachunkowości przy Szkole Głównej Handlowej, a także MBA dla finansistów na Akademii L. Koźmińskiego. W zarządzie Macrologic zasiada od 2009 roku, a od 2012 roku pełni funkcję prezesa. Zarządza zespołem usług – największym w strukturach firmy. Nadzoruje działalność finansową i administracyjną. Z Macrologic związana od 1997 roku, w ciągu

20 lat przeszła wszystkie szczeble kariery zawodowej, co pozwoliło jej na całościowe spojrzenie na kwestie zarządcze i identyfikację kluczowych procesów zachodzących w firmie. To spojrzenie na organizację przez pryzmat procesów, oraz dążenie do promowania innowacji w zarządzaniu i wspierania ich narzędziami informatycznymi dało impuls do stworzenia pierwszego polskiego procesowego systemu ERP – Macrologic Merit, którego rynkowa premiera miała miejsce we wrześniu 2016 roku.



Grażyna Piotrowska-Oliwa

PREZES ZARZĄDU, **VIRGIN MOBILE POLSKA**

Ma stopień MBA, który zdobyła w jednej z największych prywatnych szkół zarządzania i biznesu na świecie – INSEAD, we Francji, w 2005 roku. Wcześniej ukończyła Krajową Szkołę Administracji Publicznej w Warszawie (1997 roku). Tytuł magistra otrzymała natomiast na Akademii Muzycznej w Katowicach, brniąc pracy na temat marketingu w sztuce w roku 1993. Po ukończeniu Krajowej Szkoły Administracji Publicznej w Warszawie, jako członek korpusu służby cywilnej, została pracownikiem Ministerstwa Skarbu Państwa, na początku, na stanowisku naczelnika Wydziału Funduszy Kapitałowych, gdzie przede wszystkim sprawowała nadzór nad wdrażaniem

programów regionalnych funduszy inwestycyjnych, NFI oraz nadzorowała rynek kapitałowy. W roku 2000 została przeniesiona na stanowisko naczelnika Wydziału Spółek Strategicznych i Instytucji Finansowych, gdzie brała udział w procesach prywatyzacyjnych TP oraz sektora bankowego (Pekao, PBK) i sektora chemicznego. W 2007 roku rozpoczęła pracę w PTK Centertel pełniła w tej firmie funkcję prezesa zarządu oraz piastowała stanowisko dyrektora generalnego. Prezesem zarządu Polskiego Górnictwa Naftowego i Gazownictwa została w roku 2012. Obecnie (od czerwca 2015 roku) Grażyna Piotrowska-Oliwa jest prezesem zarządu Virgin Mobile Polska.



Solange Olszewska

PREZES ZARZĄDU, **SOLARIS BUS & COACH**

Ukończyła studia na Wydziale Stomatologii Akademii Medycznej w Warszawie. W wyniku stanu wojennego wraz z mężem Krzysztofem Olszewskim i dwójką dzieci zamieszkała w Berlinie Zachodnim. W latach 1986–1994 pracowała na stanowisku adiunkta na Wydziale Stomatologii Dziecięcej Freie Universität Berlin, w katedrze zajmującej się leczeniem dzieci trudnych. Po powrocie rodziny Olszewskich do Polski, od lutego 1995 zaangażowała się w działalność rodzinnej firmy Neoplan Polska, a następnie – Solaris Bus & Coach. Została wiceprezesem firmy, a od roku 2008 jest jej prezesem. Solange Olszewska jest aktywna w pracy społecznej. Była jednym z założycieli Polsko-Niemieckiego Stowarzyszenia Medycznego z siedzibą w Berlinie. Od lat angażuje się w proces współpracy polsko-niemieckiej

w sferze gospodarczej i kulturalnej. W 1999 roku za tę aktywność otrzymała Złoty Krzyż Zasługi przyznany przez Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej. Zajmuje się również działalnością charytatywną. W roku 1997 zaangażowała się w organizację akcji pomocy na rzecz powodzian w południowej Polsce. Ponadto aktywnie działa na rzecz opieki nad zwierzętami. W 2012 roku utworzyła Fundację Zielonego Jamnika – na ratunek bezbronny, której celem jest pomoc zarówno ludziom, jak i zwierzętom. Solange Olszewska jest członkiem Rady Programowej Kongresu Kobiet. W 2011 roku została uznana jedną z najbardziej wpływowych kobiet świata biznesu w rankingu niemieckiego magazynu gospodarczego „Handelsblatt”. Jest członkiem Polskiej Rady Biznesu.

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU



Kinga Piecuch

PREZES ZARZĄDU,
SAP POLSKA

Kinga Piecuch ma wyższe wykształcenie ekonomiczne i wieloletnie doświadczenie menadżerskie w branży IT. Przed objęciem kierownictwa w SAP Polska, Kinga Piecuch była przez 6 lat członkiem zarządu Xerox Polska, a od stycznia 2013 r. – prezesem tej firmy. Pracowała także na wysokich stanowiskach w IBM (m.in. na stanowisku dyrektora sprzedaży do sektora MSP). W swojej karierze zawodowej odpowiadała m.in. za tworzenie i realizację strategii sprzedaży i marketingu, rozwój sieci partnerskich, rozwój nowych kanałów sprzedaży, a także za sprzedaż usług z zakresu ITO (Information Technology Outsourcing) i BPO (Business Process Outsourcing).



Joanna Rzeźniczak

PREZES ZARZĄDU, **BSS**

Doświadczony manager, ekspert outsourcingu zaawansowanych usług finansowo-księgowych. Ma tytuł Biegłego Rewidenta oraz ACCA. W latach 1999–2011 zdobywała doświadczenie audytorskie oraz doradzała klientom w jednej z największych na świecie firm konsultingowych – Deloitte Audyt. Od czerwca 2011 r. jest związana z BSS SA, gdzie wcześniej pełniła obowiązki Dyrektora ds. Strategii i Rozwoju. Kierując Działem Business Development, odpowiadała między innymi za przygotowanie planów rozwoju Spółki, opracowywanie strategii marketingowej firmy oraz planów sprzedaży, koordynację projektów akwizycyjnych oraz projektów typu due diligence. W kwietniu 2014 r. objęła stanowisko wiceprezesa zarządu BSS SA, a od września 2017 r. pełni funkcję prezesa zarządu. Joanna Rzeźniczak o spółce, którą zarządza mówi: «Najcenniejszym kapitałem BSS są ludzie – pełni pasji i zaangażowania. Już w pierwszym kontakcie z Klientem, to oni budują naszą największą przewagę konkurencyjną. Wiedza ekspercka, jaką dysponują, jest podstawą tworzenia wysokiej jakości naszych usług».



Dorota Soszyńska

ZAŁOŻYCIELKA **OCEANIC**

Absolwentka Akademii Muzycznej na Wydziale Wychowania Muzycznego i Fortepianu. To właśnie muzyka nauczyła ją wrażliwości, analitycznego myślenia i precyzji, które bardzo przydają się w codziennej pracy. Bo choć muzyka pozostała jej wielką miłością, swoje życie związała z branżą kosmetyczną. Jest współwłaścicielką i dyrektorką kreatywną firmy Oceanic, która od ponad 30 lat troszczy się o skórę wrażliwą i skłonną do alergii, oraz Euro Fragrance. Bez wahania może powiedzieć, że lubi swoją pracę, która jest dla niej fascynującą i pełną wyzwań przygodą. Zadeklarowana frankofilka – miłośniczka kultury i mody francuskiej.

REKLAMA

BAKALIE
BEZ KONSERWANTÓW

HELIO
Natura



100% natury

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

*Agata Brucko-Stepkowska*ZAŁOŻYCIELKA I PREZES ZARZĄDU **FUTURO FINANCE**

Przez siedem lat stworzyła przedsiębiorstwo, która zatrudnia 210 osób, otwiera oddziały w największych polskich miastach, rozszerza sieć franczyzową i wyrasta na lidera branży doradztwa finansowego – Futuro Finance zyskało tytuł Finansowej Marki roku 2017. Teraz pracuje nad kolejnym projektem z branży finansowej. Agata Brucko-Stepkowska chętnie dzieli się swoim sukcesem. W 2016 r. założyła Fundację Czynów Szlachetnych, która wspiera rozwój dzieci oraz młodzieży,

a także działania, które pomagają ratować życie, rozwijają kulturę oraz rozwiązują problemy wynikające z klęsk żywiołowych. Jest ambasadorem firmowym Polskiej Akcji Humanitarnej. Promuje ideę organizacji wśród przedsiębiorców oraz inicjuje wydarzenia, które przyczynią się do zbierania środków na prowadzenie jej działalności. Jej firma niedawno sfinansowała zakup wiertnicy do budowy studni w Sudanie Południowym.



Z branżą bakaliową jest związana od 25 lat, kiedy to wraz z mężem założyła firmę HELIO, którą po dziś dzień współzarządza, będąc wiceprezesem HELIO. Bogate doświadczenie i doskonałe wyczucie rynku stawiają ją w ścisłym gronie najważniejszych osób branży bakaliowej w Polsce. Choć stroni od światła jupiterów, bez wątpienia stoi nie tylko za suk-

cesem HELIO, lecz także prosperity na rynku bakalii. Warto uświadomić bowiem, że to HELIO jest kluczowym kreatorem branży. To właśnie HELIO inwestowało konsekwentnie w kampanie edukacyjne nt. bakalii w zdrowej diecie, wprowadziło bakalie bez konserwantów do mainstreamowej sprzedaży czy masy do ciast bez glutenu i oleju palmowego.

*Beata Szwanowska*PREZES ZARZĄDU, **MILOAN**

Menedżer wyższego szczebla z wieloletnim doświadczeniem w kierowaniu zespołami, z powodzeniem zwiększająca wydajność i produktywność. Pracując dla Citibanku (Bank Handlowy) i Polbanku, wielokrotnie udawiała swoje umiejętności pozyskiwania nowych kanałów sprzedaży i tworzenia sojuszy strategicznych. W tym czasie skutecznie wspierała określanie kierunków działania poszczególnych jednostek bankowych, osiągnięciu i przekraczaniu celów oraz optymalizacji biznesu w nowych przedsiębiorstwach i firmach. Ma szerokie kompetencje, obejmujące m.in. wdrażanie oraz zarządzanie nowymi produktami finansowymi, prowadzenie nowych, szybko rozwijających się przedsiębiorstw dzia-

łających na dynamicznych rynkach, a także restrukturyzacje strategiczne i kosztowe. Jej mocną stroną jest przywództwo w zespole, które rozwija wokół stylu przywództwa partycypacyjnego. Ma wyjątkowe umiejętności budowania zespołu oraz zdolności tworzenia i utrzymywania pozytywnego środowiska pracy.

Od 2013 roku uczestniczyła w rozwoju firmy pożyczkowej VIVUS na polskim rynku, pełniąc funkcje kierownicze. Zdobyte doświadczenie umożliwiło jej w 2016 roku rozpoczęcie współpracy z międzynarodową grupą finansową, a efektem projektu była nowa marka kredytów osobistych na polskim rynku – Miloan, w której od maja 2016 roku pełni funkcję prezesa zarządu.

*Justyna Wąsowicz*WICEPREZES ZARZĄDU, **HELIO**

To też HELIO dało nam pierwsze masy makowe, usprawniając świąteczne przygotowania. Niezależnie zatem, czy spotkamy się z marką HELIO w sklepie, czy przejeżdżając obok zakładu HELIO, będącego jednym z największych w branży w Europie, czy też analizując świetne wyniki HELIO na GPW, warto docenić przedsiębiorczą Polkę.

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Aldona Wejchert

PRZEWODNICZĄCA RADY NADZORCZEJ SPÓŁKI
MULTIKINO, CZŁONEK RADY NADZORCZEJ **TVN**
I CZŁONEK RADY FUNDACJI TVN „NIE JESTEŚ SAM”

Ukończyła Wydział Handlu Zagranicznego w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, a dodatkowe wykształcenie w dziedzinie biznesu zdobyła w London Business School.

W roku 1993 dołączyła do Grupy ITI jako sekretarka Jana Wejcherta. W latach 1996–2003 pełniła funkcję wiceprezesa Multikina – pierwszego operatora multipleksów w Polsce. W latach 2003–2005 była prezesem

zarządu, a obecnie pełni funkcję przewodniczącej Rady Nadzorczej spółki Multikino. Jest również członkiem Rady Nadzorczej TVN i członkiem Rady Fundacji TVN „Nie jesteś sam”.

Od kwietnia 2008 roku jest członkiem Rady Powierniczej Muzeum Narodowego w Warszawie, a ponadto członkiem zarządu Polskiej Akademii Gastronomicznej oraz członkiem Polskiej Rady Biznesu.



Ilona Weiss

PREZES ZARZĄDU, **ABC DATA**

W latach 2012–2014 pełniła funkcję wiceprezesa zarządu ABC Data. W latach 2010–2012 pełniła funkcję wiceprezesa zarządu w spółce Sygnity. W latach 2008–2010 była dyrektorem finansowym w spółce Sage, gdzie odpowiadała za zarządzanie strategiczne i operacyjne finansami grupy w Polsce.

Od 1996 do 2006 roku zajmowała kierownicze stanowiska w dziale finansowym grupy Alcatel, a po globalnej fuzji Alcatel-Lucent w 2006 roku objęła stanowisko menedżera finansowego odpowiedzialnego za unifikację zasad sprawozdawczości finansowej połączonych firm w Polsce oraz konsolidację. W latach 1993–1996 pracowała w spółce Telekomunikacja Polska, współtworząc plany rozwojowe i inwestycyjne. W roku 1992 pracowała dla Banku Handlowego w Warszawie. Obecnie pełni również funkcję partnera ds. inwestycji w grupie MCI. Była przewod-

niczącym Rady Nadzorczej Sygnity Europe (2012), wiceprzewodniczącym Rady Nadzorczej Max Elektronik (2010–2012), członkiem Rad Nadzorczych spółek: Winuel (2010), PB Polsoft (2010–2011) oraz Sygnity Technology (2010–2011).

Ukończyła Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Ma również globalne kwalifikacje w zakresie zarządzania finansami ACCA (Londyn). Od 2003 roku jest członkiem międzynarodowej organizacji ACCA (Association of Chartered Certified Accountants), w latach 2010–2013 roku pełniła funkcję prezydenta ACCA Poland oraz była członkiem Globalnego Forum ds. sprawozdawczości finansowej (Corporate Reporting Global Forum). Pełniła funkcję lidera projektu, będąc jednocześnie współautorem Dobrych Praktyk Komitetów Audytu w Polsce.

REKLAMA

STRATEGIA SUKCESU



OGRANICZENIE RYZYKA

Przejmujemy odpowiedzialność za prowadzone rozliczenia księgowe oraz podatkowe



OSZCZĘDNOŚĆ CZASU

Kompleksowo obsługujemy biznes, reprezentujemy firmę podczas kontroli i audytów



DOSTĘP DO WIEDZY EKSPERCKIEJ

Zapewniamy wsparcie wysoko wykwalifikowanych specjalistów w zakresie finansów oraz podatków



GWARANCJA POUFNOŚCI DANYCH

Zapewniamy bezpieczeństwo danych oraz informacji



DOPASOWANIE DO SPECYFIKI FIRMY

Posiadamy doświadczenie w obsłudze wielu branż



Rachunkowość i Sprawozdawczość



Konsolidacja



Consulting



Kadry i Płace



Finanse



Prawo i Podatki



PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

*Alicja Wiecka*ZAŁOŻYCIEL I DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY
POLSKIEGO ODDZIAŁU **SAS INSTITUTE**

Od ponad 20 lat zarządza firmą, która odnotowuje dynamiczny wzrost przychodów i zatrudnienia oraz jest najszybciej rozwijającą się filią SAS w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Zbudowała silną pozycję firmy na polskim rynku oprogramowania – SAS jest liderem analityki i Business Intelligence, znajduje się również w czołówce firm świadczących usługi doradcze w naszym kraju.

Od samego początku stawiała na innowacyjny model zarządzania i wdrażanie procesów biznesowych umożliwiających ekspansję firmy na rynku oraz zróżnicowanie jej oferty.

Wprowadzone zmiany uczyniły z polskiego oddziału SAS ośrodek rozwoju produktów i kompetencji dla całego świata. Od 1992 roku promuje wykorzystanie informatyki do wspomagania procesów podejmowania decyzji jako prelegent rozlicznych konferencji,

uczestnik debat redakcyjnych, autor artykułów o rosnącej roli analityki w zarządzaniu.

Aktywnie wspiera rozwój firm i instytucji poprzez wykorzystanie zaawansowanych technologii do budowy systemów informacyjnych w bankach, instytucjach ubezpieczeniowych, telekomunikacji, przemyśle, administracji publicznej i wielu innych branżach. Z wykształcenia jest informatykiem, absolwentką Wydziału Matematyki, Informatyki i Mechaniki Uniwersytetu Warszawskiego. Po studiach pracowała w USA i w Wielkiej Brytanii w firmie konsultingowej zajmującej się organizacją i monitorowaniem badań klinicznych, pełniąc funkcje kierownicze. Wracając w 1992 roku do Polski, nawiązała współpracę z SAS Institute i tak zaczęła się jej wieloletnia przygoda biznesowa z SAS, która trwa do dziś.

*Agnieszka Wrońska*PREZES ZARZĄDU, **LINK4**

Ma bogate doświadczenie ubezpieczeniowe, zdobyte zarówno w finansach, jak i w technice ubezpieczeniowej. Z LINK4 związana od 2006 roku. Przed powołaniem na stanowisko prezesa jako członek zarządu odpowiadała za pion finansów. Wcześniej była dyrektorem technicznym, odpowiedzialnym m.in. za rozwój i tworzenie produktów, ich wycenę oraz ocenę ryzyka ubezpieczeniowego. Była głównym aktuariuszem spółki. Z branżą finansową związana od początku swojej kariery zawodowej. W Ernst & Young, gdzie przez cztery lata pracowała, brała udział w projektach doradczych oraz badaniach sprawozdań finansowych ubezpieczycieli majątkowych w Polsce. Ukończyła Szkołę Główną Handlową na kierunku metody ilościowe oraz systemy informacyjne. Ma licencję aktuariálną oraz jest członkiem międzynarodowego stowarzyszenia ACCA.

*Katarzyna Zawodna*PREZES ZARZĄDU,
SKANSKA PROPERTY POLAND

Katarzyna Zawodna nadzoruje realizację inwestycji, wynajem powierzchni, zarządzanie aktywami i sprzedaż nieruchomości. Wcześniej, jako dyrektor Regionu Północnego w Skanska Property Poland oraz członek zarządu firmy, Katarzyna Zawodna była odpowiedzialna za tworzenie strategii i realizację projektów biurowych w Polsce północnej. Z powodzeniem całościowo przeprowadziła wiele transakcji – od zakupu gruntu aż do sprzedaży gotowego obiektu. Wcześniej pełniła w Skanska Property Poland funkcję menedżera ds. zrównoważonego rozwoju, wprowadzając na rynek polski standardy zielonego budownictwa. Katarzyna Zawodna jest absolwentką Szkoły Głównej Handlowej. Ma także międzynarodowy tytuł akredytowanego profesjonalisty systemu certyfikacji środowiskowej LEED (LEED Accredited Professional).

PERŁY POLSKIEGO BIZNESU

Współpracować ze sobą i dzielić się wiedzą



Kinga **Stanisławska**
partner zarządzający
i założyciel Experior Venture Fund

Rynek funduszy venture oraz start-upów w Polsce i w Europie Środkowo-Wschodniej rozwija się dopiero od kilku lat. Z moich doświadczeń i obserwacji wynika, że jest to sektor, który wciąż możemy kształtować. Oznacza to wpływ na zrzeszanie i promocję kobiet na wysokich stanowiskach w funduszach oraz spółkach technologicznych. Dlatego, po zapoznaniu się z różnymi raportami, a w szczególności z raportem amerykańskiego uniwersytetu Babson College, który pokazał nam olbrzymią dysproporcję między kobietami i mężczyznami na rynku *venture capital* na przykładzie rynku amerykańskiego – w szczególności w odniesieniu do kobiet zajmujących najwyższe stanowiska (od 1999 roku jest ich tylko od 6 do 10 proc.) jestem pomysłodawcą i współorganizatorem (wraz z kobietami z siedmiu krajów Europy Środkowo-Wschodniej m.in. z Ukrainy, Bułgarii, Czech, Słowenii, Estonii i Węgier) cyklicznych spotkań sieci kobiet CEE Women in VC. Grupa pierwszy raz zebrała się 18 października 2017 w Warszawie. Inicjatywa spotkała się z bardzo dużym zainteresowaniem, udało nam się ściągnąć do Warszawy 60 kobiet na wysokich stanowiskach w Funduszach Inwestycyjnych typu venture z 13 krajów! Kobiety, które są żywo zainteresowane promowaniem pań jako partnerów zarządzających funduszy bądź też członków zarządu w start-upach technologicznych. Misją Experiora jest promocja i wspieranie kobiet, aby zakładały

własne spółki technologiczne, w które fundusze w przyszłości będą mogły zainwestować. Jest to niezwykle istotne działanie. Badania pokazują, że mężczyźni preferują inwestowanie w mężczyzn. Z ww. raportu wynika, że 97 proc. spółek, które otrzymały finansowanie, ma CEO mężczyznę. Co więcej, fundusze VC z przynajmniej jedną kobietą w zespole z trzykrotnie większym prawdopodobieństwem zainwestują w spółkę z kobietą w roli CEO. Dlatego chcemy zbudować sieć kobiet-specjalistek działających w branży VC, które będą ze sobą współpracować, dzielić się wiedzą. W Wielkiej Brytanii powstała podobna inicjatywa, Level 20, której nazwa związana jest z ideą osiągnięcia pułapu 20 proc. kobiet do roku 2020 w funduszach typu *private equity* i *venture capital*. My chcemy zrobić to samo w Europie Środkowo-Wschodniej.

Rozwijać skrzydła



Katarzyna **Iwuć**
prezes zarządu Netii

Sądzę, że akurat w Polsce nie mamy wcale powodów do kompleksów, jeśli chodzi o pozycję kobiet w świecie biznesu. Jednocześnie uważam, że płęć nie powinna być czynni-

kiem w tych kwestiach decydującym. W naszym kraju kobiety pełnią ważne funkcje w firmach nie z powodu narzuconych parytetów, a dlatego, że są doskonale wykształcone i przygotowane mentalnie. W mojej ocenie na większy udział kobiet w zarządach organizacji wpływa przede wszystkim zmiana modelu przywództwa, także ze względu na zmiany pokoleniową. Coraz istotniejsze są umiejętności miękkie, w tym umiejętności komunikacyjne, a także zdolność do budowania konstruktywnej i jednocześnie atrakcyjnej dla pracowników kultury organizacji. Z radością obserwuję kobiety świadomie kształtujące swoje kariery biznesowe. Pomaga temu również kultura, w której dba się o różnorodność. Netia wspomaga zdolnych pracowników, bez względu na płeć. Dbamy o programy rozwojowe, wspieramy też pozazawodowe pasje naszych pracowników. Wszystko to sprawia, że również zdolne i ambitne liderki mogą w Netii rozwinąć skrzydła.

Szklany sufit dla kobiet nadal istnieje

Ewa **Misiak**
przewodnicząca Rady Nadzorczej
Work Service International

Patrząc na otoczenie biznesowe, można powiedzieć, że szklany sufit dla kobiet nadal istnieje. Jego powody leżą po stronie zarówno społecznej, jak i osobistej. Wiele świetnych managerek musi łączyć rolę zawodową z obowiązkami rodzinnymi. Co więcej, kulturowo pojawia się oczekiwanie, że szczególnie tej drugiej funkcji będą one oddane bez granic. To powoduje, że, rozwijając swoje ścieżki kariery, wiele kobiet staje przed trudnym wyborem, na co postawić, bo im wyżej są w hierarchii zawodowej, tym większa spoczywa na nich presja i obciążenia, które mogą się odbijać na sferze rodzinnej. Między innymi z tego powodu na wysokich szczeblach rządziej widzimy dziś kobiety niż mężczyzn. Obecnie w Polsce na stanowiskach



managerskich Panie stanowią 44 proc., a w radach nadzorczych tylko jeden na trzech członków to kobieta. Jednym z rozwiązań mogłoby być większe wsparcie ze strony innych kobiet. W Polsce jeszcze mało upowszechnione są praktyki mentoringowe, które pozwalałyby na skorzystanie doświadczeń innych pań.

Portret aktywności zawodowej Polek

Paulina **Piątek**
PR manager, Nesperta

Niska aktywność zawodowa kobiet w Polsce to poważny problem na rynku pracy. Dane Eurostatu wskazują, że wskaźnik dotyczący Polek jest jednym z najniższych w Unii Europejskiej[1]. Przekłada się to m.in. ich problemy z wyjściem z długotrwałego bezrobocia oraz na trudniejszą sytuację finansową nie tylko samych kobiet, lecz także całych rodzin. Naszym celem, od początku istnienia, jest wyzwalanie kobiecego potencjału. Chcemy, aby Polki były pewne siebie i swoich możliwości – również w miejscu pracy. Przystępując do opracowania tego raportu, chcieliśmy odtworzyć swoisty obraz Polek na rynku pracy: ich przedsiębiorczości oraz solidarności zawodowej. Jesteśmy przekonani, że dogłębne zrozumienie tej kwestii pomoże wypracować rozwiązania, które sprawiają, że kobiety nie będą obawiały się zawodowych wyzwań i dostrzegają, jak wiele możliwości zapewni im współdziałanie.

Przedsiębiorcza jak Polka

Respondentki biorące udział w badaniu nie miały wątpliwości, że, mimo pozytywnych zmian, które zaszły na rynku pracy w ostatnich latach, Polki wciąż nie mogą liczyć na równe traktowanie w środowisku zawodowym. Aż 72 proc. badanych przychyliło się do stwierdzenia, że kobiety są częściej dyskryminowane zawodowo niż mężczyźni, a ponad 2/3 respondentek przyznało, że panie zbyt rzadko zajmują kierownicze stanowiska. Jednocześnie badane podkreślały, że „kobiety to doskonale wykształceni i wyszkoleni pracownicy” (81 proc.). Brak równościowej polityki w wielu firmach jest jednym z powodów, dla którego panie decydują się na założenie własnej działalności. Polki odznaczają się przy tym dużą przedsiębiorczością – już ponad co trzecia firma w naszym kraju została założona i jest prowadzona przez kobietę. Pod tym względem przewyższamy średnią europejską (odpowiednio 34 proc. przedsiębiorstw w Polsce oraz 31 proc. w UE). Badanie potwierdza ową chęć prowadzenia własnego biznesu – blisko 46 proc. respondentek pozytywnie odniosło

się do możliwości założenia działalności gospodarczej, przy czym istotnie częściej taką gotowość deklarowały kobiety w wieku 25–35 lat. Warto zwrócić uwagę na wysoki odsetek badanych, które są przekonane, że mają odpowiednie kompetencje, aby poprowadzić własną firmę – taką opinię wyraziło 75 proc. kobiet. Wśród głównych czynników, które skłaniałyby panie do założenia przedsiębiorstwa, jest większy poziom niezależności zawodowej oraz perspektywa uzyskania wyższych dochodów.

Rzeczywistość zniekształcona

Szczególnie zaskakujące okazały się wyniki badania związane ze sposobem postrzegania kobiet na rynku pracy przez inne kobiety. Respondentki chwaliły przygotowanie merytoryczne pań oraz ich zaangażowanie w wykonywane obowiązki. Jednak zaledwie 7 proc. badanych wskazało kobietę jako preferowanego przełożonego/współpracownika, uzasadniając, że mężczyźni są „bardziej konkretni”, „działają racjonalnie”, „kierują się kwestiami merytorycznymi”. Warto jednak zaznaczyć, że ponad 2/3 badanych uznało, że w środowisku zawo-

dowym istotne są kompetencje, nie zaś płeć pracownika. Zdaniem ekspertów komentujących zgromadzone wyniki badań, jednym z wyzwań stojących przed kobietami na rynku pracy jest zmiana sposobu myślenia o sobie samych. Okazało się bowiem, że Polki często wzajemnie postrzegają się w sposób stereotypowy, a to przekłada się na ograniczoną chęć współpracy z innymi kobietami oraz trudności w osiąganiu celów zawodowych.

Problem stosunkowo niskiej aktywności zawodowej Polek jest oczywiście, zjawiskiem złożonym. Nie mamy jednak wątpliwości, że zachęcanie pań do zakładania własnych firm oraz promowanie kobiecej solidarności na rynku pracy są elementami, które pomogą w jego rozwiązaniu.

[1] 2017 Report on equality between women and men in the EU

*Raport pt. „Kobiety współPRACUJĄCE” stworzono w oparciu o badanie przeprowadzone wśród Polek posiadających doświadczenie zawodowe, na zlecenie firmy Nesperta – właściciela marki Semilac.