



LIDERZY PRZYSZŁOŚCI

pod redakcją
dr Mileny Gołdy

LIDERZY PRZYSZŁOŚCI

Pod redakcją

dr Mileny Gołdy

Współfinansowanie publikacji „Liderzy Przyszłości”



Redaktor prowadząca: **dr Milena Anna Gołda**

Redakcja i korekta językowa: **Katarzyna Sarnowska**

Skład: **Stacja Beton Krzysztof Olszewski**

Projekt okładki: **Stacja Beton Krzysztof Olszewski**

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione i powoduje naruszenie praw autorskich. Wydawca dołożył wszelkich starań, aby zawarte w książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie bierze jednak odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym naruszenie praw autorskich i innych szkód. Znaki i zdjęcia występujące w tekście zostały dostarczone przez właścicieli/dysponentów ich praw autorskich lub zgody na ich publikację, ewentualnie zostały wykorzystane przez Wydawcę za zgodą takich właścicieli/dysponentów praw.

Copyright © MILENA GOŁDA AGENCY, Warszawa 2022

ISBN 978-83-957006-0-6

Wydawca

MILENA GOŁDA AGENCY

ul. Puławska 43/14, 02-508 Warszawa

mg@magpressagency.com

Druk i oprawa



Wstęp

Wstęp do publikacji „Liderzy przyszłości” piszę tuż przed jej wydaniem, stąd będzie inny niż zwykle.

Jacy są liderzy jutra?

Energetyczni, empatyczni, życiowi.

Ostatnie kilka tygodni zmieniło naszą rzeczywistość. Wojna w Ukrainie wstrząsnęła całym światem, a szczególnie nami, Polakami. Dlatego to właśnie teraz potrzebujemy liderów bardziej niż kiedykolwiek. Takich liderów, którzy swoim przykładem pokażą, jak działać, jak kierować firmą i wreszcie – jak inspirować innych do działania i pomocy.

Polacy zjednoczyli siły po ludzku.

Okazało się, że lider – poza kreowaniem z pasją firm – ma serce i pomaga, jak i na jaką skalę może. Tony pomocy, setki milionów złotych i miliony otwartych serc.

Tę publikację dedykuję wszystkim liderom, tym z pierwszych stron gazet, ale też tym, którzy pomagają jak potrafią na mikro- czy makroskalę.

Życzę wam zdrowia, siły i determinacji w działaniu, bo to, co się zaczyna, to nie sprint, to maraton. Życzę Wam też odwagi do sięgania po więcej. Każdy z Was może zostać liderem, jeśli tylko otworzy serce!

Milena Gołda



Adam Struzik

Od 2001 r. pełni pan funkcję Marszałka Województwa Mazowieckiego, będąc najdłużej panującym marszałkiem wojewódzkim. Jakie cechy powinna posiadać osoba na tym stanowisku?

Z samorządem jestem związany praktycznie od początku jego funkcjonowania. Miałem przyjemność być również senatorem i Marszałkiem Senatu. To bardzo długa perspektywa i wiele lat doświadczeń. Aby być skutecznym samorządowcem, trzeba znać zasady funkcjonowania samorządu i kierować się przekonaniem, że dobro wspólne jest najważniejsze. Solidarność, pomocniczość, umiejętność współpracy z innymi samorządami – to wszystko jest ogromnie ważne. Które cechy charakteru, osobowości są istotne? Z całą pewnością umiejętność słuchania, rozmowy i dzielenia się wiedzą. Trzeba być otwartym na to, co mają do powiedzenia współpracownicy, zarówno w wymiarze instytucji podległych, jak i partnerskich, np. przedstawiciele innych samorządów. Trzeba również nie bać się nowych rozwiązań, czyli nie zamykać się w swoim świecie wiedzy, tylko go poszerzać. Ważna jest także aktywność w wymiarze międzynarodowym. Od 2003 roku jestem przedstawicielem polskich regionów w Komitecie Regionów Unii Europejskiej. Dobra współpraca i dialog pozwalają na skuteczne zarządzanie samorządem województwa.



Otrzymał pan wiele wyróżnień w trakcie swojej kariery zawodowej. Proszę powiedzieć, które odznaczenie jest dla pana najważniejsze?

Wszystkie są dla mnie ważne, nawet najmniejsze jest cenne i pokazuje, że moja praca ma sens. Mocno cenię sobie wyróżnienia od wspólnot gminnych czy stowarzyszeń, jak np. „Honorowy Obywatel”. W moim dorobku są też m.in. Krzyż Odrodzenia Polski, który wręczył mi prezydent Bronisław Komorowski, a także wyróżnienie z okazji 20-lecia Stowarzyszenia Terytorialnego. Muszę jednak podkreślić, że nie pracuję dla nagród, tytułów, ale dla dobra wspólnego.

Otrzymał pan nominację w konkursie Lider Roku od magazynu GeoWorld. Jakie cechy według pana powinien mieć lider?

Żyjemy w czasach, w których lider powinien być człowiekiem otwartym i słuchającym, także głosów krytycznych. Ważna jest umiejętność budowania współpracy z różnymi partnerami, zarówno w obrębie własnego miejsca pracy, jak i na terenie, w którym się funkcjonuje. Samorząd to ogromny obszar potencjalnej współpracy z setkami różnego rodzaju organizacji. Przy swoich działaniach lider powinien również być wrażliwy i dobrze oceniać rzeczywistość. To dotyczy także stawianych sobie celów – czy są one realne do zrealizowania, w jaki sposób możemy je zrealizować. Może zabrzmiało to nieskromnie, ale dobry lider powinien być pracowity. Prawdziwym liderem jest się całą dobę, cały czas trzeba być do dyspozycji ludzi. Wiąże się to więc z umiejętnością zarządzania swoim czasem. Nie jest łatwo podzielić życie zawodowe z prywatnym, ale jest to możliwe.

Jakie zarządzanie preferuje marszałek województwa mazowieckiego?

Oparte przede wszystkim na współpracy i dyskusji. Trzeba umieć wykorzystywać potencjał pracowników i zlecać zadania. Nie można hamować kreatywności współpracowników, a umiejętnie nią kierować. Drugim ważnym czynnikiem jest samodyscyplina. Jestem przeciwny systemom bardzo restrykcyjnym, monitorującym ludzką pracę. Świadoma samodyscyplina polega na tym, że wykonujemy swoje obowiązki z zaangażowaniem i precyzyjnie. Kultura zarządzania zmienia się z czasem i postępem cywilizacyjnym. To nie jest mechanizm, który stosuje się raz na zawsze. Do zarządzania

trzeba podchodzić pragmatycznie, przestrzegać prawa, a równocześnie trzeba mieć krytyczne spojrzenie i taką wewnętrzną wrażliwość. Jeżeli problem wydaje się nie do rozwiązania, to warto na niego spojrzeć z pewnego dystansu. Przeanalizować jeszcze raz i sprawdzić czy ten problem da się jednak rozwiązać. Ważne są poprawne relacje między pracownikami i kadrą zarządzającą. Konflikty, które zdarzają się przecież w każdej organizacji, staram się łagodzić i rozwiązywać.

Czy według pana województwo mazowieckie bardzo ucierpiało na tle innych województw podczas pandemii?

To trudne pytanie. Myślę, że wszyscy są tu poszkodowani – cała Polska, cała Europa, cały świat. Mazowsze to duże województwo i tych zakażeń mamy wiele. Również inne wskaźniki, ze względu na liczbę mieszkańców, są wysokie – taka jest statystyka. Nie ma w Polsce województwa, które nie poniosło żadnych strat. Największy problem był na początku, np. ze środkami ochrony osobistej, których wtedy po prostu brakowało. Problemy ze sprzętem dla szpitali udało się nam rozwiązać, ponieważ dostaliśmy dofinansowanie z Unii Europejskiej – ok. pół miliarda złotych. Dużym problemem nadal jest brak kadry medycznej i wypalenie zawodowe lekarzy. Pandemia mocno uderzyła także w branżę turystyczną. Ze względu na nasze centralne położenie i mocno rozwiniętą sferę gospodarczą przed pandemią odwiedzało nas wielu turystów biznesowych. Sfera restauracyjna i gastronomiczna również poniosły olbrzymie straty i, niestety, nadal je ponoszą. Na pewno ucierpiało też młode pokolenie – dzieci i młodzież uczące się zdalnie. Staramy się pomagać szkołom – kupujemy niezbędny sprzęt do nauczania zdalnego, zarówno dla kadry nauczycielskiej, jak i dla uczniów.

Teraz postaramy się spojrzeć w przyszłość. Proszę powiedzieć, jaki powinien być lider przyszłości?

Gotów do podejmowania wyzwań i otwarty na zmiany. Przed pandemią nam się zawsze wydawało, że świat będzie się rozwijał. Jednak przeszłość pokazuje, że istnieje wiele zagrożeń. Przykładem może być światowy kryzys ekonomiczny z 2008 roku, który w 2010 roku przełożył się na Polskę i Mazowsze. Teraz mamy pandemię, która pokazuje, że dotychczasowe zasady funkcjonowania trzeba zmienić. Tak więc lider przyszłości powinien być

przezorny, bo nikt z nas nie jest w stanie przewidzieć przyszłości i tego, jak ona będzie wyglądała. Człowiek, który chce pełnić funkcję lidera, musi być elastyczny. Musi reagować na zjawiska zachodzące w makroekonomii czy ekologii, np. kryzys klimatyczny. Musi więc myśleć w kategoriach globalnych i przewidywać, jakie skutki przyniesie jego działanie. Otwartość na nowinki technologiczne, dobra praca z komputerem, a także otwartość na nowe sposoby komunikowania to kolejne pożądane cechy lidera przyszłości. Niezwykle ważne też jest zachowanie równowagi pomiędzy nowoczesnością a tradycją.

Jak budować firmę opartą na wartościach rodzinnych?

Najważniejsze są wzajemne zaufanie i ustalenie wspólnego kierunku. To daje poczucie bezpieczeństwa. Wyobraźmy sobie, że brakuje jednego z tych faktorów. Z automatu zaczyna się równia pochyła wywołująca podejrzliwość, maniakalną kontrolę, przeciąganie liny i walkę o rację. To z kolei hamuje rozwój. Odbiera tlen i wyczerpuje energię, którą można ulokować w nowy ciekawy proces.



Myśli pani, że łatwiej jest prowadzić firmę osobno czy rodzinnie? Jakie są plusy i minusy prowadzenia firmy rodzinnej?

Nie wyobrażam sobie innego modelu niż ten, który wypracowaliśmy z moim najstarszym synem Aleksandrem. Dzisiaj to on odpowiada za całą strategię biznesową w La Manii, dzięki czemu ja mogę zająć się stroną kreatywną, czyli tym, co najprzyjemniejsze. Ponadto dostałam przestrzeń do działalności społecznej i założyłam Erę Nowych Kobiet. Nie mogłam wymarzyć sobie lepszego partnera. Czuję się podwójnie wygrana. Jako mama i jako bizneswomen.

W naszym przypadku firma rodzinna to najlepsze, co mogło mi się przytrafić. Oboje nie żałujemy, że zdecydowaliśmy się na ten krok. Ustaliliśmy na początku, że dajemy sobie rok próby. Nie chciałam, żeby Aleksander czuł przymus albo obowiązek. Szybko zobaczyłam, jak świetnie spełnia się w swojej roli. Nie ma większej satysfakcji dla mamy niż moment, w którym uświadamia sobie, że dziecko staje się lepsze niż ona sama, wie i widzi więcej.

Jak przygotowała pani syna na sukcesję?

Często sukcesja w biznesie porównywana jest do skomplikowanej operacji. Wszystko może pójść nie tak. Nagle okazuje się, że ludzie nie są na to mentalnie gotowi. Nieomyślność rodzica staje w kontrze z „wiem lepiej” dziecka. Bez wątpienia nam udało się ta operacja i była w zasadzie czymś, co wydarzyło się naturalnie. To mój syn 7 lat temu przyszedł do mnie z tą propozycją i powiedział, że widzi, jak dużo pracuję i chce mi pomóc. Poczułam ogromną wdzięczność, to było wsparcie na wagę złota. Nie oczekiwałam tego od Aleksandra, chociaż rzeczywiście bardzo potrzebowałam pomocy, poczułam więc ogromną ulgę. Co więcej – widziałam w tym szansę na jeszcze większy rozwój marki. Nie bez znaczenia jest fakt, że w naszym domu temat pracy i rodzinnego biznesu był zawsze obecny. Moi synowie bez wysiłku uczyli się pewnych mechanizmów, oswajali się z wyzwaniami. To za procentowało w ich dorosłym życiu.

Czy zdarza się, że nie zgadzają się państwo w pewnych kwestiach? Kto wtedy ma decydujący głos, a może idziecie na kompromis?

Oboje z synem mamy dobrą intuicję i podobnie patrzymy na wiele spraw, również biznesowo. Nie zdarzają się nam skrajne, konfliktowe sytuacje, kiedy musimy wyszarpywać sobie zielone światło na konkretny krok. Jeśli mamy inny pomysł albo odmienne zdanie, zawsze merytorycznie rozmawiamy. Wygrywają fakty i argumenty, bez odwoływania się do pozycji matka – syn.

Czego uczy wspólne prowadzenie firmy?

Wiem, że mogę liczyć na mojego syna w każdej sytuacji. Jest moim wsparciem, przyjacielem, dumą. Widzę w nim niezwykłą kreatywność, a w połączeniu z pracowitością to duet idealny. Dzięki Aleksandrowi La Mania nabrała młodzieńczej lekkości i wigoru – mówi językiem dzisiejszego świata, jest nowoczesna. Mój syn nie boi się podejmować dynamicznych decyzji, na które ja wołałabym mieć trochę więcej czasu, a ten nie zawsze jest. Przykład: pandemia, kiedy wiele firm przespało moment, który dla innych był gwarancją sukcesu. My natychmiast dostosowaliśmy się do

nowych realiów. To był pomysł syna, a ja zaufałam mu całkowicie. Często mówię o zaufaniu, ale bez niego wszystko co razem robimy biznesowo, byłoby niemożliwe.

Czy prowadząc firmę rodzinną możliwe jest zachowanie odpowiedniego balansu między życiem prywatnym a zawodowym? Wyznaczają państwo taką granicę?

Przede wszystkim jesteśmy rodziną, tego nic nie zmieni. Przy okazji prowadzimy wspólne biznesy, które, co warto podkreślić, wynikają z naszych pasji. Nie musimy tego oddzielać. Nie czujemy takiej potrzeby. Oboje tym wszystkim żyjemy. Wspólna praca sprawia nam radość i daje satysfakcję. To nie jest przymus, tylko coś, co nas łączy.

Jakimi radami podzielicie się państwo z osobami prowadzącymi biznes rodzinny?

Każdy powinien na sto procent czuć, że jest gotowy na taką relację. To wymaga dużo dyscypliny i ogromnej dojrzałości. Zwłaszcza w sytuacjach, kiedy pojawia się trudność. W biznesie, jak w życiu, obecne są emocje. Jeśli te prywatne są dobrze zorganizowane i dają nam to, co najlepsze, nie będziemy mieć paraliżujących bezdechów w relacjach zawodowych. Świadomość, że cokolwiek się wydarzy, a my zawsze będziemy wspierać się i dotrzymywać sobie kroku, to baza. Reszta powstaje w oparciu o to, czego potrzebujemy i oczekujemy. Ważne tylko, żeby zarówno te potrzeby, jak i oczekiwania, miały wspólny mianownik. Kolejna kwestia to klarowny podział obowiązków i zaufanie, że każdy daje z siebie wystarczająco dużo.

Właściciel akademii tańca

EGURROLA
DANCE STUDIO

Agustin Egurrola

Czego może nas nauczyć taniec?

Taniec uczy przede wszystkim ciężkiej pracy, konsekwencji i systematyczności. Tu nie ma żadnej drogi na skróty – tylko regularne treningi i pokora mogą przynieść oczekiwany efekt, bo sukces to 10% talentu i 90% pracy. Udział w zajęciach tanecznych uczy też pracy w grupie i budowania relacji z innymi ludźmi. Właśnie dlatego taniec to doskonały fundament na przyszłość – czym wcześniej dziecko pojawi się na zajęciach, tym szybciej nabierze siły, pewności siebie i dzięki temu na pewno sobie w życiu poradzi.



Czy tańczyć może każdy?

Tańczyć może absolutnie każdy! Oczywiście nie każdy będzie mistrzem Polski czy świata. Ale ci, którzy mają w sobie chęć i odrobinę determinacji, mogą nauczyć się tańczyć na tyle, by czerpać z tańca dużo przyjemności.

Co jest najtrudniejsze w zarządzaniu siecią szkół tańca?

Tak samo jak w każdym biznesie, dużym wyzwaniem jest zbudowanie odpowiedniej struktury, która pozwala zarządzać siecią i kontrolować ją na każdym etapie. Najważniejsze jest jednak znalezienie odpowiednich ludzi, których zatrudnisz w tej strukturze i wyraźne sprecyzowanie zakresu ich obowiązków. Myślę, że otworzyć szkołę tańca może każdy, ale prowadzenie jej w dłuższej perspektywie wymaga ogromnych nakładów pracy, zaangażowania i znalezienia odpowiednich osób. To właśnie jest podstawa sprawnego funkcjonowania sieci Egurrola Dance Studio – ludzie, ludzie i jeszcze raz ludzie, a do tego oczywiście dobra struktura!

Jak widzi pan sieć swoich szkół za kilka lat? Jakie są pana marzenia?

Marzę, żeby Egurrola Dance Studio było w każdym większym mieście w Polsce, a potem może przyjdzie czas ekspansji za granicą. Chcę tworzyć miejsca dla młodych ludzi, w których będą mogli rozwijać swoją pasję do tańca pod okiem profesjonalnych nauczycieli, którzy zajmą się ich edukacją, zainspirują i pomogą rozwinąć talent. Wiem, że uda mi się te marzenia zrealizować, jednak przede mną i moim zespołem wciąż dużo pracy i nauki, bo zarządzanie tak rozbudowaną siecią szkół wymaga precyzyjnego opracowania strategii, nad czym stale pracuję.

Kim dla pana jest lider przyszłości?

Lider przyszłości to człowiek, który nie boi się marzyć, wybiegać w przód i stawiać sobie ambitne cele. Lider potrafi też w tym zmieniającym się świecie inspirować ludzi, wychodząc naprzeciw ich pragnieniom. To człowiek, który jest w stanie pociągnąć za sobą innych – nie tylko tym, co „tu i teraz”, ale też swoją wizją przyszłości. Prawdziwy lider daje otaczającym go ludziom poczucie, że warto za nim iść, bo to wielka szansa na rozwój i osiągnięcie sukcesu.

Jak prawdziwy lider powinien radzić sobie w sytuacjach kryzysowych?

Każdy kryzys to egzamin dla lidera i trzeba być na niego przygotowanym. Ważna jest świadomość, że kryzys może nadejść prędzej czy później, i nie można być nim zaskoczonym. Będąc liderem musisz mieć w sobie spokój i siłę, aby pokazać ludziom, że warto przy tobie trwać, bo razem jesteście w stanie pokonać każdą przeszkodę.

Liderem się rodzi czy można się wyuczyć pewnych cech przywódczych?

Z byciem liderem jest tak jak z tańcem – musisz ciężko pracować i mieć talent. Ważne, żeby lider miał w sobie siłę, energię i charyzmę prawdziwego przywódcy, ale z drugiej strony musi być też człowiekiem ciężkiej pracy i pełnym pokory, wtedy tak naprawdę może nazwać się liderem. Czy trzeba się z tym urodzić? Myślę, że niektóre cechy niezbędne do bycia liderem można wypracować, ale wrodzona siła czy predyspozycje pomagają nim być.

Skąd pomysł na markę Medican Campus i dlaczego właśnie olejki CBD?

Instytut Medican Campus został stworzony z pasji do konopi i jest firmą, która produkuje olejki konopne CBD. Działalność zakiełkowała kilkanaście lat temu w Holandii. Mój partner życiowy, który jest również współnikiem biznesowym, wiele lat temu postanowił zmienić postrzeganie medycznej marihuany w Holandii i zaczął badać medyczne zastosowanie konopi. W Holandii konopiami zajmowaliśmy się od 2011 roku. Zespół, który tam powstał, składa się z osób posiadających wiedzę i doświadczenie z zakresu upraw, produkcji i przetwarzania konopi. Swoje doświadczenia nabywałam na wolontariacie pomagając pacjentom, przez co miałam bezpośredni kontakt z osobami, którzy stosowali terapię konopną. Jako farmaceutka o szerokiej wiedzy medycznej i na temat konopi, wykorzystuję ją w rzetelnej pomocy oraz konsultacji z pacjentami. Cały czas rozwijam się i jestem w stałym kontakcie z naszymi partnerami z Holandii. Medican Campus jest również instytucją szkoleniową, która prowadzi certyfikowane szkolenia skierowane do osób z personelu medycznego, farmaceutów, osób prywatnych, zajmujących się sprzedażą tych produktów, a także do szerszej grupy producentów działających na tym rynku. Jak sama nazwa wskazuje „Campus” – to określenie terenu szkoły, dlatego współpracujemy na wielu poziomach, angażując się równocześnie we współpracę z profesorami na uczelniach, ponieważ efektywne działanie pomiędzy różnymi podmiotami zapewnia sukces w ochronie zdrowia społecznego.



Dlaczego CBD? Ponieważ przekonałam się o świetnych właściwościach terapeutycznych związków z konopi, a CBD ma szeroki potencjał i rewelacyjne działanie, jest bezpiecznym związkiem i całkowicie legalnym. Nasza marka zajmuje się nie tylko CBD, poszerzamy działania produkcyjne również o uprawy, bo konopie dają nam wiele możliwości. Wciąż wiele przed nami, odpowiednią wiedzę należy systematycznie wykorzystywać i wprowadzać etapami.

Jak właściwie dobrać olejki CBD dla siebie i czy jest to trudne?

Medican Campus oferuje produkty o różnym stężeniu, ale również o różnym działaniu ze względu na zawartość konkretnych związków z konopi. Mamy szeroką ofertę, która jest tworzona na miarę indywidualnych potrzeb klientów. Procent stężenia jest informacją o jego skoncentrowaniu w opakowaniu. W przypadku marki, którą stworzyłam, wspomniana procentowa zawartość jest również odpowiednikiem gramatury. Na przykład olejek CBD 10% w butelce o pojemności 10 ml zawiera 1000 mg CBD, a dodatkowo też inne fitokannabinoidy. Aby dobrać produkt do indywidualnych potrzeb klienta i perfekcyjnie trafić z jego działaniem, trzeba być najlepszym specjalistą w swojej dziedzinie. Nie każdy produkt sprawdzi się idealnie u wszystkich. Tworząc receptury produktów bardzo precyzyjnie dobierałam w szczególności te związki, które są w znikomych ilościach, ponieważ często to właśnie one są uzupełnieniem komplementarnego działania lub nawet odczucia skutków ubocznych. Konopie są roślinami z ogromnym potencjałem medycznym, mają ok. 500 różnych związków, w tym ok. 120 samych kannabinoidów, więc możliwości manewrowania oraz komponowania produktów na miarę potrzeb klienta są przeogromne.

Czy olejki powinniśmy traktować jak suplementację?

To zależy, o jakich olejkach mówimy. Obecnie na rynku znajduje się bardzo dużo produktów, które niestety nie spełniają podstawowych wymagań spożywczych i klienci nie powinni narażać zdrowia stosując je. Produkt może być bardzo wątpliwej jakości w sytuacji, gdy sam producent nie bierze odpowiedzialności za jego spożycie. Sytuacja przedstawia

się inaczej, kiedy produkty są kontrolowane oraz weryfikowane, a producent nie boi się odpowiedzialności. Taka jest moja marka oraz produkty tworzone według autorskiej receptury, od podstaw opracowane przeze mnie na bazie doświadczeń z kilkudziesięcioma tysiącami pacjentów. Jako producent olejków CBD używamy najwyższej jakości certyfikowanych produktów pochodzących z Holandii i zdobyliśmy uznanie w ponad 42 krajach na świecie.

Czy możemy przedawkować używanie olejków?

Oczywiście, jak ze wszystkim w życiu, jednak bez ryzyka skutków śmiertelnych. Mogą pojawić się drobne skutki uboczne typu senność, ospałość, nieprzyjemne dolegliwości układu pokarmowego, ale to wszystko dość szybko mija. Osoby z problemami zdrowotnymi, które zażywają na stałe dużo leków, muszą szczególnie uważać stosując olejki, gdyż nieodpowiednio dobrany olejek lub jego dawka mogą wpłynąć na zaburzenie działania tych leków.

Jakie olejki najczęściej wybierają klienci?

Trudno jest odpowiedzieć jednoznacznie, ponieważ wszystkie olejki cieszą się tak samo dużym zainteresowaniem. To indywidualny wybór kupującego, zależny od wielu czynników, np. problemów ze snem, gdy nastąpił spadek energii w ciągu dnia, choroby autoimmunologiczne, nerwica, a nawet depresja. Trafiamy do szerokiej grupy odbiorców o zróżnicowanych potrzebach, a nasze produkty są dostępne w aptekach i hurtowniach farmaceutycznych.

Co było dla pani najtrudniejsze w dążeniu do sukcesu?

Przyznam szczerze, że nie było łatwo. Rynek konopny w Polsce był i nadal jest bardzo specyficzny, więc stworzenie firmy, bez posiadania dużego zaplecza finansowego, nie było łatwe, w szczególności, że ostatnie lata mieszkaliśmy na stałe w Holandii, a przeprowadzka i nowe perspektywy biznesowe rozpoczynałam z 3-miesięczną córeczką i 2-letnim synem. Obowiązki i brak solidnej organizacji często mnie przerastały, ale zawsze byłam przekonana, że dobre intencje i uczciwość obronią się w tym

bardzo kontrowersyjnym temacie. To były ciągle wyjazdy Polska – Holandia, spotkania dotyczące planów i realizacji oraz kierunków działania Medican Campus. Nadal rynek konopny w Polsce jest postrzegany przeze mnie niczym w kalejdoskopie. Zmiana świadomości społeczeństwa nie jest łatwym zadaniem i nie trwa rok czy dwa, taki proces wymaga wielu lat i etapów, które w dalszym ciągu są niestety najbardziej czasochłonne.

Dlaczego nigdy nie warto się poddawać?

Ponieważ nie wiemy jak blisko jesteśmy celu, do którego podążamy. Myślę, że trzeba obserwować siebie i sytuację lub komplikacje, które pojawiły się w chwili zwątpienia. Problemy dnia dzisiejszego nabierają całkowicie innego obrazu już jutro, więc decyzja o poddaniu się musi być „biznesowo rozegrana”, czynniki *za* i *przeciw* obrazują to najlepiej, ale... Nie zapominajmy o marzeniach i o tym, że aby je zrealizować, należy najpierw uwierzyć, że są w zasięgu naszych rąk i to od nas zależy, jak i kiedy po nie sięgniemy. Musimy być świadomi, że nikt nie jest perfekcyjny, że zawsze będą zdarzać się ludzie, którzy będą lepiej zorganizowani, będą mieć lepszą prezencję, będą lepszym mówcą, ale one nie zrealizują naszych marzeń dla nas. Sami musimy uwierzyć w siebie i swoje możliwości. Nie jestem osobą, która się szybko poddaje, więc nie jestem w stanie powiedzieć, kiedy można się poddać i zacząć coś od nowa. Żaden sukces nie przychodzi łatwo i nie o to chodzi w życiu, aby iść z prądem, ale by iść pod prąd z uśmiechem, bo uśmiech i pogodność przyciąga innych. Osoby widzące ciebie idącą pod prąd z uśmiechem, zatrzymają się na chwilę i zastanowią, a gdy wyciągniesz do nich rękę, to może ją złapią i będą iść z tobą. Tak właśnie stajesz się liderem!

Kim dla pani jest lider?

Prawdziwy lider posiada wizję, potrafi się nią dzielić oraz zarazić innych do realizacji tej wizji. Potrafi wyznaczyć kierunek i cel, dąży do niego w etyczny sposób. W branży, której działamy, niestety etyki jest mało, ale cały czas mam nadzieję, że to wynik tego, iż rynek nadal się kształtuje i wiedza jest jeszcze na zbyt niskim poziomie. Jak wszędzie jesteśmy

wstanie zaobserwować firmy, które mają świetne produkty, działają etycznie, dbają o swoich klientów, a mimo to nie są rozpoznawalni. Znajdziemy również firmy, które nie działają etycznie i ogóle nie troszczą się o swojego klienta, tylko robią tani, dobrze wyglądający produkt przy nakładzie niskich kosztów, ale z dobrym marketingiem – i one przy dobrym liderze będą porywać tłumy za sobą. Każdy pracując na własną markę wkłada wiele wysiłku. Czasami jest to praca, którą kochamy i nie odczuwamy, że jest to bardzo duży wysiłek, ale zawsze jest to ogrom pracy, czasu i poświęceń. Osoby, które przeszły tę ścieżkę, mają świadomość, jak dużo solidnej pracy kosztowało je stawanie się liderem na rynku.

Moim celem przyświeca zawsze etyka i szczerość, a swoich klientów, w większości pacjentów, traktuję tak, jak sama chciałabym być traktowana lub jak by byli członkami rodziny. Poświęcam im indywidualnie czas, przekazuję swoją wiedzę, którą zdobywałam latami. Stworzyłam receptury produktów z konopi, które są w stanie sprostać nawet najbardziej wrażliwym osobom. Sądzę nawet, że to „konkurencja” może uczyć się ode mnie, a z niektórymi chętnie nawiązuję współpracę tylko po to, by mogli rzetelnie pomagać swoim klientom, jak również dostarczać produkty odpowiedniej jakości.

Jeszcze kilka lat temu mówiłam głośno w Polsce, że powinniśmy dbać o produkty najwyższej jakości. Wówczas wszyscy na rynku konopnym dziwili się, o jakiej jakości mówię, co mam namyśli wspominając o certyfikatach, a teraz jest to wymogiem. To właśnie liderzy wytyczają kierunki działań innym firmom, ponieważ pozostali tylko podążają wydeptaną ścieżką. Jednak zawsze najpierw musiał zaistnieć lider, który tę ścieżkę wytyczył.

Jakim liderem jest pani?

Jestem przekonana, że właśnie takim, jak opisałam wcześniej. Większość firm myśli, że jest to sprint, jednak aby stać się liderem na rynku, nie biegamy szybko i krótko, a raczej pokonujemy maraton z przeszkodami. Przy odpowiednim tempie przez określony długi czas trzeba podołać wszelkim wyzwaniom i nadal utrzymywać prowadzenie. Skopiować i naśladować kogoś, jest łatwo, ale samemu wypracowywać kierunki, schematy pracy i działań produkcji w całkowicie nowym odłamie rynkowym, nie może być sprintem, ponieważ na bardzo krótki dystans wystarczy nam siła, a nam potrzeba

jej więcej. W Polsce w tym maratonie bierzemy udział już od 5 lat, rynek cały czas się rozwija, my systematycznie wykonujemy sumiennie swoją pracę, która owocuje w stałych lojalnych i zadowolonych klientach oraz partnerach biznesowych. Obecnie zmieniają się kierunki pracy i świadomości społecznej, stajemy się bardziej wymagający i oczekujący od siebie i innych, dlatego kompleksowo oferujemy wszystkim swoim klientom edukację, pomoc, szkolenia i konsultacje. Trafiający do nas jednostkowo zawsze mają poczucie, że przyszedli do najlepszego specjalisty w dziedzinie terapii kannabinoidami. W Polsce nie ma drugiej takiej firmy, która mogłaby pochwalić się szkoleniami dla przeszło 6 tysięcy farmaceutów, dla personelu medycznego, lekarzy i pacjentów. Obecnie liderzy muszą troszczyć się o społeczeństwo i odpowiednio zaopiekować się nim, potrafić rozwiązywać problemy i szukać nowych rozwiązań. Musimy szanować siebie, jak również każdą osobę, i mieć świadomość, że wyniki są bardzo ważne, ale by one były najlepsze, niezbędny jest zmotywowany i świetnie uzupełniający się zespół ludzi, którym przyświeca cel, którym oczywiście jest zarabianie pieniędzy. Jednak dzięki pracy, która niesie dobro innym i pomaga dbać o zdrowie, wiemy, że powraca ono do nas ze zdwojoną siłą, dając oprócz zarobków satysfakcję, że nasza pomoc przyniosła komuś znacznie więcej, poprawiła np.: jakość snu, zdrowia, samopoczucia, a za tym i życia.

Jak zarządzacie państwo firmą w czasie kryzysu?

Oczywiście w czasach kryzysu pojawiają się sytuacje, na które nie mamy wpływu i praca bywa utrudniona. Ale nie zawsze musi to oznaczać wstrzymanie działań i wycofanie się. Właśnie w trudnych czasach powinniśmy zatroszczyć się i zaopiekować sobą, jak również ludźmi wokół nas. W czasach kryzysu konopie sprawdzają się najefektywniej, ponieważ jesteśmy w stanie dostrzec ich terapeutyczne działanie. Społeczność poszukuje alternatywnych rozwiązań, które poprawią sen, zmniejszą zmęczenie, pozwolą wyjść z depresji lub PTSD, złagodzą nerwicę lub ataki paniki czy lęki. Wszyscy musimy podolać obowiązkom i planom firmowym, dlatego powinniśmy brać czynny udział na panelach szkoleniowych i rozwijać się. Cały czas firma skutecznie realizuje wyznaczone cele i nie mogę pozwolić na to, aby kryzys wpływał na pracę. Codziennie osobiście stosuję olejek CBD, daję go rodzinie, dzieciom, i zachęcam do

tego współpracowników. Nawet własnemu zwierzakowi dawkuje odpowiednią miarkę. Oczywiście największe znaczenie w kryzysie ma podejmowanie trafnych decyzji, prowadzenie odpowiednich strategii, dlatego poszerzamy swoją ofertę – współpracujemy z innymi producentami. Kryzys w Polsce trwa już 2 lata, dlatego wszyscy zdążyliśmy się dostosować do pewnych realiów, które stały się codziennością. Teraz nastąpił jeszcze gorszy czas, ale czy musi się okazać kryzysem? Być może będzie to dla nas właśnie szansa na szybszy rozwój. Wszystko zależy od naszego postrzegania oraz miejsca, w którym jesteśmy. Należy jednak pamiętać, że pozycję i sposób patrzenia na daną sytuację zawsze możemy zmienić, gdyż tylko my posiadamy tę indywidualną moc.



Katarzyna Osipowicz Piotr Turkowski

Mamy coraz więcej klinik medycyny estetycznej. Czym OT.CO Clinic wyróżnia się na tle konkurencji?

Katarzyna Osipowicz. To prawda, kliniki medycyny estetycznej wyrastają jak grzyby po deszczu. Mówi się, że to dobry sposób na biznes i coraz częściej widzimy na rynku, że to nie lekarze zakładają takie miejsca, a po prostu ktoś bez wykształcenia medycznego. Na pewno, jeżeli zadba o dobrych specjalistów, będzie inwestował w szkolenia i rozwój zatrudnionych lekarzy, to się uda. Dla nas medycyna estetyczna to nie tylko pomysł na biznes – to pasja, zainteresowania i codziennie nowe wyzwania. To spełnienie naszych marzeń. Zakładając OT.CO Clinic chcieliśmy stworzyć nowoczesną, holistyczną klinikę, w której granice między medycyną estetyczną, chirurgią plastyczną i kosmetologią są bardzo płynne. Zbudować zespół specjalistów, a jednocześnie przyjaciół i ekspertów z różnych dziedzin. Tylko praca zespołowa i wymiana doświadczeń na poziomie eksperckim pozwala osiągać spektakularne efekty terapeutyczne. Chcemy, aby nasi pacjenci czuli się zaopiekowani na każdym etapie leczenia, niezależnie od zabiegu który robimy. Chcemy być powiernikiem i doradcą, tak aby każdy z naszych pacjentów wiedział, że może podzielić się z nami najbardziej skrywanymi marzeniami związanymi z ich wyglądem. Proszę mi uwierzyć, że moje pacjentki to głównie „zwykłe” kobiety. Wbrew panującej opinii, dbanie o swój wygląd i zarządzanie procesami starzenia się to temat dla wszystkich a nie tylko dla influencerów, ludzi telewizji czy modelek. Cieszę się, że udało nam się zbudować zaufanie na polskim rynku.



Najbardziej cieszą polecenia naszej kliniki przez zadowolonych z efektów pacjentów – to najcenniejsza rekomendacja.

Piotr Turkowski Wyróżnia nas przede wszystkim najnowocześniejsze technologie, zarówno w medycynie estetycznej, chirurgii plastycznej, kosmetologii, jak i trychologii. Dodatkowo zatrudniamy ginekologów, urologów i laryngologów. Śledzimy światowe nowości, odkrycia naukowe, uczestniczymy w kursach i szkoleniach, często po drugiej stronie świata, aby zapewnić naszym pacjentom najlepsze możliwe efekty. Nie spoczywamy na laurach, a naszą ambicją jest leczenie pacjentów w oparciu o nieustające pogłębianie wiedzy i poszerzanie kompetencji – głównie u ekspertów światowej klasy. Wyjazdy do innych klinik pozwalają wyznaczać nowe trendy na polskim rynku. Cieszy nas, gdy to właśnie nasi pacjenci mówią, że robili już podobny zabieg w innej klinice i dopiero po zabiegu u nas widzą tak spektakularne efekty. W Internecie można znaleźć filmy influencerów porównujących efekty zabiegów u nas i u konkurencji, na przykład w obszarze szczególnie nas interesującym, czyli trychologii. Filmy te powstały dlatego, że pacjenci są zadowoleni z efektów naszego leczenia, a nie są to płatne współprace. Takie sytuacje dają nam paliwo do dalszej cięższej pracy, do rozwijania się i wiary w to, że warto. Uczymy też młodszych kolegów, dajemy im to, co my dostaliśmy od światowych ekspertów.

Skąd u państwa wzięło się zamiłowanie do medycyny estetycznej i trychologii? Która dziedzina jest główną specjalizacją kliniki?

P.T.: Mamy wybitnych specjalistów w wielu dziedzinach. OT.CO Clinic to nie tylko medycyna estetyczna, chirurgia plastyczna czy kosmetologia. Nie przesadzę, jak powiem, że leczą u nas najlepsi w Polsce, a nawet w Europie specjaliści wielu dziedzin: dermatologia, ginekologia, laryngologia, urologia, flebologia, okulistyka, dietetyka czy fizjoterapia. Jednak trychologia zajmuje specjalne miejsce w moim sercu i chyba tą pasją zaraziłem również Kasię. Ona nauczyła mnie diagnostyki, leczenia problemów owłosionej skóry głowy. Ja pokazałem i nauczyłem ją przeszczepów techniką FUE, teraz dzielę się wiedzą z młodszym kolegą po fachu. Nasze wspólne efekty są spektakularne, zwłaszcza gdy pacjent cierpiący na brak włosów, z czasem może pochwalić się bujną czupryną. Do zabiegów związanych z łysieniem trzeba podchodzić z dużą pokorą – to często długotrwała kuracja, w której

ważna jest systematyczność, cierpliwość, spokój i dobra współpraca na linii lekarz – pacjent, ale naprawdę warto. Zapraszam na instagramowy profil kliniki, gdzie pokazujemy, jak nasi pacjenci wyglądają po zakończonej kuracji i przeszczepie. To, co przekonuje mnie do wysiłku i cierpliwości, to olbrzymia satysfakcja z poprawy komfortu życia moich pacjentów.

Dlaczego trychologia jest tak ważna?

P.T.: Do włosów przywiązujemy kulturowo dużą wagę, stanowią atrybut urody, ważny zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn. Niestety, jakość życia i stres powodują, że coraz młodszy pacjenci mają problemy z łysieniem i przereźdzeniem. Ważne, aby na wczesnym etapie zgłosili się do specjalisty dermatologa, skorzystali z porady trychologa. Zabieg przeszczepu włosów to ostateczność, na którą trzeba się zdecydować, gdy mamy do czynienia z łysieniem androgenowym – włosy utracone w tym schorzeniu nie odrastają. Natomiast na wczesnym etapie łysienia możemy skutecznie przeciwdziałać, używając leków i poddając się terapiom trychologicznym. Naprawdę nie każdy pacjent, który przyszedł konsultować przeszczep włosów, jest kwalifikowany do zabiegu. Jeżeli widzimy choć cień szansy na wyleczenie, to przeszczep odkładamy w czasie, próbując leczenia farmakologicznego. Dlatego zachęcam wszystkich, a szczególnie panów, do inwestycji 30 minut na konsultację, aby sprawdzić, w jakim stanie są ich włosy i co ich czeka w przyszłości.

Z jakich swoich dokonań są państwo szczególnie dumni?

K.O.: Jeszcze niedawno wymienilibyśmy tu skończone szkoły, kursy, szczególnie trudne do wyleczenia przypadki czy samo stworzenie sieci klinik OT.CO. Jednak ostatnie dwa miesiące zmieniły wszystko, gdyż powyższe dokonania są niczym w porównaniu do Marysi, naszej córeczki. Bycie rodzicem, lekarzem, wykładowcą i właścicielem sieci klinik – a wszystko na pełen etat – to naprawdę rollercoaster. W związku z dużą liczbą zajęć i obowiązków często w domu rozmawiamy o pracy, tego się po prostu nie da uniknąć, więc śmiejemy się, że pierwszym słowem, jakie Marysia powie, nie będzie *mama* ani *tata*, tylko *klinika* albo *pacjent*.

P.T.: Tak, rzeczywiście córeczka wkroczyła z przytupem w nasz świat, jest tak samo głodna życia jak my i codziennie daje – szczególnie Kasi – to

odczuć. Podziwiam, jak Kasia radzi sobie z połączeniem wszystkich obowiązków. Jest dla mnie wzorem, ponieważ nie tylko jest wspaniałą mamą, wybitnym lekarzem, wykładowcą, ale to głównie ona zarządza naszą firmą. To dzięki niej mamy świetnie działające trzy oddziały – dwie kliniki i szpital na warszawskich Bielanach.

K.O.: Ja nie stworzyłabym tego bez Piotra oraz ludzi, których spotkaliśmy na swojej drodze. Jedni przyszedli na chwilę, inni są od początku, ale każdy nas czegoś nauczył. Zostali najlepsi i tworzymy zespół, ot co. A to nie jest proste, bo my mamy ogromne wymagania wobec siebie oraz ludzi. Wracając do osiągnięć, na pewno jeszcze wszystko przed nami, oboje jesteśmy dopiero na początku drogi zawodowej i wierzę, że ta przygoda z medycyną estetyczną dopiero się zaczyna. Chciałabym, abyśmy zawsze utrzymywali się w czołówce najlepszych klinik w Polsce, aby jakość naszych usług, a przede wszystkim zadowolenie naszych pacjentów, tylko rosły. Dziś posiadamy dwie kliniki medycyny estetycznej na ul. Bartyckiej 24b i ul. Popularnej, czyli Mokotów i Włochy, i szpital na ul. A.K. Żmija 12 na Bielanach. Kiedy spotkamy się za 10 lat, to podamy nie tylko adresy w Polsce, gdyż naszym planem jest sieć klinik w całej Europie i w Stanach Zjednoczonych.

OT.CO Clinic to zespół starannie dobranych specjalistów. Jak budować dobry, zgrany zespół?

K.O.: Każdego dnia się tego uczymy. W krótkim czasie, bo niespełna dwóch lat, otworzyliśmy dwie kliniki i szpital, stworzyliśmy kilkadziesiąt miejsc pracy, a to nie lada wyzwanie. Praca z ludźmi, zarządzanie nimi, motywowanie ich, to chyba trudniejsze niż medycyna. Naprawdę. Każdy dzień udowadnia, że to żywy organizm i wszystko może się zdarzyć. Mamy szczęście do ludzi i pracujemy z naprawdę fantastycznymi lekarzami, specjalistami, managerami – to zespół z pasją, który tak jak my wierzy w misję firmy i pomaga każdego dnia w jej realizacji. W ostatnim czasie nauczyłam się, jak ważne jest zaufanie do wiedzy i kompetencji, i że warto zatrudnić specjalistów, np. dobrych managerów, którzy znają się na zarządzaniu zespołami. Długo staraliśmy się to robić sami, czyli „po godzinach” zarządzać ludźmi, szkolić ich i rekrutować, jednak w pewnym momencie skala nas przerosła. Podjęliśmy decyzję, że musimy sobie pomóc, że przede wszystkim jesteśmy lekarzami i to powinno być głównym naszym zajęciem. Szczególnie ważne

było to ze względu na Piotra, ponieważ zabiegi często zaczynają się o 6 rano, więc Piotr wstaje o 4, a do późnego wieczora przeglądaliśmy CV czy planowaliśmy działania marketingowe. To było wyczerpujące dla nas wszystkich. Stąd decyzja o porządkowaniu struktury firmy, o wprowadzeniu ścieżki karier, awansów oraz o zatrudnieniu managerów, którzy odpowiadają za rozwój podległych im klinik.

P.T.: Dokładnie, pewnego dnia odkryliśmy, że jednocześnie zarządzanie firmą, rozwój pracowników, tworzenie nowych produktów i praca na pełen etat jako lekarz to za dużo. Dziś skupiamy się na stworzeniu ekipy specjalistów, którzy realizują naszą wizję rozwoju firmy. Mamy apetyt na więcej!

Jak dobrze kierować zespołem i jak być dobrym liderem?

K.O.: Nie przeszkadzać. A poważnie, to należy szukać i cenić w ludziach talent i kompetencje. Nie ma sensu na siłę zmuszać do zadań, których nie potrafią i nie chcą robić, bo to po prostu nie działa. Staram się być uważna, obserwować podległe zespoły i rozszerzać zakres zadań i obowiązków właśnie w oparciu o naturalne talenty poszczególnych pracowników. Widzę, jak ważny jest lider w zespole – dobry ma bezpośredni wpływ na atmosferę i osiągnięte cele, dzięki niemu zespół jest zgrany i nie ma dla niego rzeczy niemożliwych do osiągnięcia. Uważam, że każdy zarządzający firmą powinien dawać przykład. Chociażby ja i Piotr – skupiamy się na ciągłym rozwoju jako lekarze, uczestniczymy w szkoleniach, nie zatrzymujemy się ani na chwilę – i widzę, że to motywuje nasze zespoły do rozwoju. Lekarze często podsuwają nam nowe szkolenia, w których chcą uczestniczyć, organizujemy je też w naszej klinice – w oddziale na ul. Popularnej mamy dużą nowoczesną salę szkoleniową, właśnie dlatego, że podnoszenie kompetencji jest dla nas naturalnym stanem. Tak samo kosmetołóżki czy rehabilitanci – stale szukamy możliwości doskonalenia. Cieszy mnie, gdy dziewczyny, które są asystą lekarską, decydują się na studia medyczne czy kosmetyczne. Wspieramy pracowników, którzy chcą się uczyć, bo wzajemne wsparcie i pomoc, połączone z docenieniem osiągnięć sprawiają, że każdy członek tego zgranego zespołu czuje się integralną częścią sukcesu.

Kim jest według państwa lider przyszłości?

K.O.: Lider przyszłości to człowiek, który nie tylko obserwuje trendy rynkowe, ale je wyprzedza, a nawet kreuje, wyznaczając nowe kierunki rozwoju dla zarządzanej przez niego firmy. Na pewno jednym z większych egzaminów w ostatnim czasie dla liderów była pandemia. Kompletnie nowe, inne warunki pracy, stale zmieniające się wytyczne, nie tylko dla firm medycznych, były ogromnym wyzwaniem. Należało nie tylko reagować na bieżąco, ale przewidywać kolejne działania w oparciu o nowe warunki. W czasie pandemii otworzyliśmy szpital na warszawskich Bielanych, nie przestaliśmy ani na jeden dzień konsultować i operować naszych pacjentów. Pozwolę sobie na stwierdzenie, że mamy dobre zadatki na lidera przyszłości na polskim rynku medycyny estetycznej.

P.T.: Z medycznego punktu widzenia lider przyszłości to dla mnie lekarz, który nie tylko stale się rozwija i szkoli, ale jest specjalistą w wielu dziedzinach. Medycyna holistyczna to już standard. To nie zawsze jest tak, że pacjent, który przyszedł na konsultację dotyczącą przeszczepu włosów, wyjdzie z gabinetu z datą przeszczepu. Moim zadaniem jest odnaleźć przyczyny choroby, zaplanować wspólnie z pacjentem działania oraz profilaktykę do ustania problemu. W niektórych przypadkach trzeba poprosić o rozszerzenie diagnostyki, konsultację innego kolegi. Nie ma jednej osoby, która zna się na wszystkim, ale trzeba wiedzieć i mieć w załodze wszystkie ogniwa, aby finalnie postawić właściwą diagnozę i włączyć skuteczne leczenie. Dzisiaj warto rozważyć, czy łysienie androgenowe to choroba czy fizjologia, kiedy 50% mężczyzn po 50. roku życia jest już łysych. Dlatego ciągle podkreślam, jak ważna jest profilaktyka i wyprzedzenie o krok tego, co w wielu przypadkach za sprawą właśnie genów i stylu życia jest przesądzone. Uważam, że takie spojrzenie trzy kroki do przodu pozwoli zostać liderem.

**Właściciel marek
Infini Premium Filler i Dives Med**

INFINI®
PREMIUM FILLER

DIVES®
MED

Rafał Afanasjef

**Skąd u pana pasja do piękna
i do medycyny estetycznej?**

Moją życiową pasją jest nieustanny rozwój i udoskonalanie biznesu, który prowadzę. Budowanie i rozwijanie własnych, wartościowych marek pozwala mi się spełniać zawodowo. Oczywiście piękno doceniałem od zawsze, a branżą beauty nie tylko w kraju, ale też za granicami, interesowałem się przez długie lata. Pierwszą klinikę medycyny estetycznej otworzyłem w Londynie już dwanaście lat temu. Cały czas uważnie obserwowałem rynek, jego potrzeby i możliwości. Ta czujność pozwalała mi tworzyć i realizować kolejne pomysły. Otwierałem więc kliniki w Polsce. Równolegle zająłem się produkcją najwyższej jakości wyrobów medycznych i kosmetyków, które dostarczamy dla klinik. Korzystają z nich lekarze oraz kosmetolodzy już w 30 krajach. Do biznesu zawsze podchodzę bardzo kompleksowo i holistycznie. Obecnie zatrudniam w Polsce 65 osób, a za granicą 12.



**Kim według pana powinien być lider przyszłości,
szczególnie w tak trudnych czasach pandemii i wojny w Ukrainie?**

W trudnych czasach lider powinien mieć przede wszystkim oszczędności. Wszyscy obserwujemy od dwóch lat upadki firm, widzimy, jak wciąż zmienia się gospodarka. Zarówno pandemia Covid-19, wojna w Ukrainie, jak i inflacja – to wszystko wpływa na firmę, którą prowadzimy. Lider przyszłości powinien mieć zawsze głowę na karku. Oczywiście, podczas pandemii dostaliśmy od państwa środki z tzw. tarczy finansowej. Jednak gdybym nie miał oszczędności, to nie wiem czy dzisiaj rozmawialibyśmy na ten temat.

Podczas pandemii nikogo nie zwolniłem, wręcz przeciwnie – zatrudniłem jeszcze kilka osób. Uważam, że ważna jest ciągła obserwacja rynku i umiejętność szybkiej reakcji na zmieniające się potrzeby.

Jakie cechy powinien mieć obecnie przywódca, czy podzieli się pan swoim doświadczeniem?

Mam dużo szczęścia i intuicję do ludzi. Wiele osób pracuje ze mną już dekadę, tworzą wspólnie firmę i godnie ją reprezentują. Ich działania powodują, że rozwój moich marek to nasz wspólny cel. Lider musi być przede wszystkim dla ludzi – powinien stanowić dla nich przykład swoją postawą. Musi ich zarażać zaangażowaniem, imponować przedsiębiorczością i pomysłowością.

Liderem się jest czy się nim staje?

Uważam, że liderem się jest. Od dziecka nigdy nie chciałem być sławny, jednak chciałem być biznesmenem. Myślę, że pewne cechy i predyspozycje do bycia liderem też dziedziczymy. Oprócz umiejętności przywódczych trzeba mieć w sobie również cechy marketingowca, przedsiębiorcy i być empatycznym. Liczy się również odwaga oraz intuicja do biznesu i do ludzi.

Jak motywować ludzi w tak trudnych czasach?

Trudno odpowiedzieć na to pytanie jednoznacznie, dlatego powiem co się sprawdza w moim przypadku. Ponieważ mam intuicję i szczęście do ludzi, udało mi się stworzyć naprawdę świetny zespół. A to już połowa sukcesu, bo takich ludzi motywują przynależność do firmy, poczucie wpływu i sprawczości. Zawsze konsultuję się ze swoimi pracownikami i liczę się z ich zdaniem. Szanuję ich i traktuję jak partnerów, a nade wszystko uważam, że należy ich dobrze wynagradzać. Współpracownik dzięki temu ma poczucie, że wie za co pracuje i że tworzy tę firmę razem ze mną.

Moim zdaniem firma, która jest właściwie prowadzona, będzie rozwijała się wraz z upływem czasu. Funkcjonuję w branży, która zawsze się obroni. Większość kobiet będzie wolała zaoszczędzić nawet na ubraniach i jedzeniu, byle tylko wyglądać młodo i pięknie i tu przychodzi z pomocą

medycyna estetyczna. W czasie gdy zaczynałem pięć lat temu, na rynku było może pięćdziesiąt firm, obecnie jest ich dwieście pięćdziesiąt. To mi pokazuje, że nasza branża jest rozwojowa, i mimo tych wszystkich przeciwności idziemy do przodu, robimy, co do nas należy. Negatywne skutki pandemii najbardziej odczuła gastronomia i hotelarstwo. Zabiegi kosmetyczne i medycyny estetycznej były wykonywane nawet przy tzw. zamkniętych drzwiach. Pierwsza fala pandemii dała się odczuć przez pierwsze trzy miesiące, druga fala nie przyniosła negatywnych skutków.

Jakie ma pan plany na kolejne 5 lat związane z firmą?

Przede wszystkim dalszy rozwój. Jednym z planów na przyszłość jest zwiększanie sprzedaży na rynkach zagranicznych. W pierwszej kolejności jest marka Infini Premium Filler, która jest produkowana wyłącznie we Włoszech. Aktualnie obecna w 30. krajach, a w ciągu dwóch lat chcemy, by zaistniała w 45. lub nawet 50. państwach. Chcę też rozwijać swoją drugą markę – Dives Med. Produkty Dives należą do segmentu premium, bardzo dobrze sprzedają się w Polsce, posiadają bogate portfolio. Poza tym mam wciąż głowę pełną pomysłów. Jednak ostatecznie to sytuacja rynkowa i popyt zdecydują, które z nich zrealizuję. Na pewno gdy zauważę jakąś niszę w branży, postaram się na nią odpowiednio szybko i sprawnie zareagować.

Jakich liderów osobiście pan podziwia?

Podziwiam liderów zagranicznych, którzy są moją konkurencją. To czołowe, globalne nazwiska. Wiadomo, że posiadają fundusze inwestycyjne. Ja buduję swoje działania wyłącznie własnymi siłami. Nie mam za sobą funduszy ani wspólników, sam zbudowałem wszystko od podstaw, wraz z zespołem. Otrzymuję oczywiście oferty od funduszy inwestycyjnych, także zagranicznych i być może się skuszę, bo to by przyspieszyło nasze działania. Podziwiam też moich konkurentów na rynku polskim, zwłaszcza dwie firmy.

To bardzo się ceni, bo bywa, że konkurencja nie zawsze gra fair?

Zdarzają się takie sytuacje. Uważam jednak, że tzw. zagrania nie fair, to numer na raz. W ogólnym rozrachunku zupełnie się nie opłacają. Ja mam to szczęście, że ludzie, których znam, są uczciwi i grają w miarę uczciwie.

Co by pan przekazał młodym przedsiębiorcom?

Urodziłem się z żyłką przedsiębiorczości i u mnie droga od pomysłu do realizacji jest bardzo krótka. Gdy tylko wpadam na jakiś nowy pomysł, siadamy z moimi współpracownikami i nad nim pracujemy. Radziłbym, by młodzi ludzie obserwowali konkurencję i rynek, wyciągali wnioski z cudzych błędów i sukcesów, a te ostatnie warto też dogłębnie analizować. Jeśli chcą stworzyć np. sklep online z butami, to niech sprawdzą, jak idzie konkurencji. Trzeba zestawiać fakty, statystyki oraz sumiennie je weryfikować.

Jak zbudować dobrą markę?

Nie sztuką jest wyprodukować, lecz sztuką jest sprzedać! By wypromować własne marki w Polsce czy na świecie należy w nie inwestować. Nigdy nie oszczędzałem na jakości materiałów, dbałem o budżet na reklamę i komunikację. Dzięki tym zabiegom dziś wiele moich produktów to „must have” w medycynie estetycznej i kosmetologii. Często też uczestniczyłem w targach, podpatrywałem działania konkurencji. Stworzyłem własne marki z jakością na światowym poziomie. Produkcja Infini Premium Filler i Dives Med nie odbywa się w Polsce, ponieważ nie ma tu fabryki, która produkuje wypełniacze. To między innymi dzięki temu nasze produkty posiadają najwyższą jakość, certyfikaty i tak dobrze sobie radzą na rynkach zagranicznych.

Jakie jest pana motto życiowe?

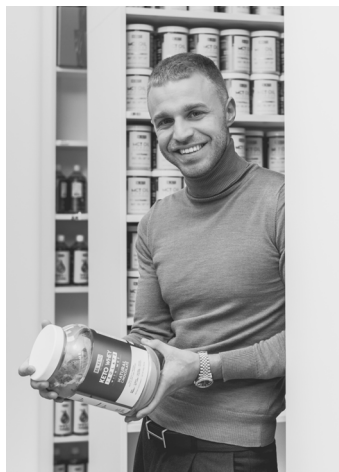
Nie rób drugiemu co tobie niemiłe! Kto nie ryzykuje, nie pije szampana.



Jan K. Górczyński

BeKeto to firma skupiająca się na diecie ketogenicznej i niskowęglowodanowej. Jakie były początki firmy?

Pierwsza myśl o firmie z produktami keto & low-carb pojawiła się w 2017 roku podczas lunchu (zdecydowanie nie keto). Serdeczny znajomy opowiadał o swoich początkach na diecie ketogenicznej – mówił o tym, że „gdy jest na keto”, ma więcej energii, jest bardziej skoncentrowany, a dodatkowo osiąga lepsze wyniki sportowe. Widziałem te zmiany, bo wspólnie trenowaliśmy crossfit. Jednak, co dla mnie najważniejsze, był bardziej efektywny w pracy. Po tym spotkaniu i zgłębieniu tematu diety ketogenicznej szybko odkryłem, że ani w Anglii, ani w Polsce nie ma odpowiednich dedykowanych produktów, wspierających low-carb i keto lifestyle.



Obecnie dostępnych jest wiele diet, dlaczego więc skupił się pan na diecie keto?

Generalnie w biznesie należy odnaleźć swoją niszę, która oczywiście musi mieć odpowiedni rozmiar, by była dochodowa. W tym przypadku mówimy o 12-14 mld USD globalnie, więc wydaje mi się, że jest to nisza wystarczająco „duża”. Przede wszystkim jednak to naprawdę świetny i zdrowy styl życia.

Jaka jest misja firmy?

BeKeto™ to pierwsza marka w Wielkiej Brytanii i Europie w pełni poświęcona diecie ketogenicznej i niskowęglowodanowej (low-carb). Naszą misją jest pomoc jak największej liczbie osób w osiągnięciu stanu ketozy i optymalnego zdrowia poprzez stosowanie najzdrowszego, niskowęglowodanowego stylu życia. Nasze wartości to: clean-label, organiczne składniki gdy to tylko możliwe, 100% dedykacja keto i low-carb oraz jedna rzecz... wszystkie produkty muszą być po prostu – sexy.

Gdzie widzi pan firmę za kilka lat?

Nasz cel jest jasny od samego początku – być numerem jeden wśród firm keto i niskowęglowodanowych w Wielkiej Brytanii, Europie i Stanach Zjednoczonych. Do tego nieustannie dążymy – każdego dnia podnosimy poprzeczkę i wdramy nasze motto w życie: „prawdopodobnie najlepsze produkty keto na świecie. BeKeto™”.

Kim według pana jest lider przyszłości i jakie cechy posiada?

Lider przyszłości jest osobą zorganizowaną, ma otwartą głowę i chęć podejmowania ryzyka praktycznie każdego dnia. Musi też umieć to ryzyko ograniczać i kalkulować. Lider powinien się wyróżniać, mieć charyzmę, odpowiednią wiedzę i stale się rozwijać. W biznesie, a szczególnie w dzisiejszych czasach, jedyną stałą jest zmienność.

Jaka jest najważniejsza cecha dobrego lidera?

Najważniejszy zestaw cech lidera to: charyzma – umiejętność pociągania tłumów, odpowiedzialność – czyli branie na swoje barki ryzyka oraz kreatywność – bo to ona pozwala na rozwój, na który tak bardzo stawiamy w naszych firmach. Na koniec dodałbym jeszcze jedno – umiejętność słuchania i rozumienia potrzeb innych, to naprawdę kluczowe.

Jakie najważniejsze wyzwania stoją obecnie przed liderami?

Nigdy nie wiemy, czego możemy się spodziewać. Obecne czasy i to, co się dzieje na świecie, jest dla mnie bardzo szokujące, a przyszłość jest totalnie nieprzewidywalna. Najważniejszym, a zarazem najtrudniejszym,

wyzwaniem wszystkich liderów jest umiejętność dopasowywania się i znalezienia odpowiedniego miejsca w każdej sytuacji. Nigdy nie wiemy, co wydarzy się za tydzień, miesiąc czy rok.

Czy liderem można się stać, czy trzeba się nim urodzić?

Liderem można się urodzić, ale uważam, że są również pewne cechy, które da się nauczyć lub wyćwiczyć i wtedy również świetnie sprawdzić się jako lider grupy czy projektu. Ćwicząc, skupiając się i powtarzając niektóre czynności, możemy dojść w nich do perfekcji. Wiedzę możemy zdobywać całe życie, wystarczy tylko chęć poznawania nowych rzeczy i ciekawość świata.

Właściciele firmy VIPoL



Vadym Kravchenko

Iryna Miłkowska

Jak budować dobrą firmę rodzinną? Jaka jest misja marki VIPoL?

Na początku pragnę podkreślić, że jesteśmy nie tylko firmą rodzinną, ale także ukraińską firmą rodzinną w Polsce. Relacje są bardzo ważne, a nasze ukraińskie środowi-



sko w Warszawie prężnie się rozwija, dzięki czemu zyskujemy nowe kontakty, zarówno biznesowe, jak i towarzyskie. Mamy coraz więcej pól do działania, bo rozwijamy się wraz z ukraińską diasporą w Polsce. Kiedy rozpoczynałem w 2011 r. z VIPoL-em, wszystko było inaczej: żeby zbudować wokół siebie środowisko biznesowe, trzeba było wejść do polskich kół, dobrze rozumieć Polaków, znać specyfikę rynku. W Ukrainie i w Polsce mamy podobne modele działania, jednak są przypadki, kiedy się różnimy. Dziś na tle innych ukraińskich firm w Polsce, jesteśmy „mastodontami”, czujemy się mostkiem dla innych. Od początku działalności zapewniliśmy pracę dziesiątkom tysięcy pracowników. Nasz zespół to młodzi profesjonaliści zapewniający klientom najwyższą jakość obsługi. Ciągłe rozwijamy się i znamy się na najnowszych trendach, jesteśmy fachowcami w dziedzinach HR, zarządzania biznesowego, prawa dotyczącego zatrudnienia i legalizacji pobytu obcokrajowców.

Jak przygotował Pan córkę na przejęcie firmy?

Nie musiałem. Moja córka, Iryna Miłkowska, jest świetna w nawiązywaniu kontaktów, wychowywała się w Polsce, znakomicie połączyła styl ukraińskiej bizneswoman ze swoją elegancją komunikacyjną. Wybór Iryny na stanowisko prezesa zarządu VIPoL Group był naturalnym wyborem. Ona ma wrodzone cechy liderki. Poza tym jest matką dwojga dzieci, co też świadczy o jej wprawie.

Jaki jest podział obowiązków w firmie?

Iryna odpowiada za pozyskiwanie nowych kontraktów i komunikację z klientem. Jej działanie podoba się, szybko rozwiązuje problemy i reaguje na wyzwania, przede wszystkim jest skuteczna. Klienci ufają Irynie, lubią jej otwartość i ukraiński urok.

Jak widzą Państwo swoją współpracę w przyszłości?

Nie zdradzę całości planu, ale mam gigantyczny i widoczny w skali Warszawy pomysł inwestycyjny, który chciałbym zrealizować. Mogę tylko powiedzieć, że będzie to projekt na pokolenia. Obecnie jesteśmy na etapie ustaleń, ale Iryna jest zaangażowana w proces i chciałbym, by później przyjęła tę ogromną inwestycję.

Według państwa łatwiej jest prowadzić biznes rodzinny, czy jednak lepiej rozdzielić sferę rodzinną od zawodowej?

Ten podział nie jest prosty, czynników jest znacznie więcej niż te dotyczące relacji rodzinnych i biznesowych. Miałem szczęście, że w mojej rodzinie są ludzie utalentowani, mający różnorodne doświadczenie, dzięki któremu rozwija się nasz wspólny biznes.

Jakie plusy ma prowadzenie firmy rodzinnej?

W przypadku rodziny zazwyczaj dobrze znasz człowieka, nawet kilka pokoleń wstecz. Czasem obserwujesz pewne zachowania córki czy syna, wiesz też, że to jest ciocia Nastia z Odessy, a tu odezwał się wujek Wasyl ze Lwowa. Masz wiedzę, nad czym pracować, bo znasz przyczynę strat i zysków cioci czy wujka. Inny plus, z którego jestem dumny — udało się nam przenieść

atmosferę domu także do biura. Czujemy się nie tylko zespołem, ale również rodziną. Wiem, że to jest banalne, bo każda firma tak o sobie mówi, ale w naszym przypadku to nie są tylko puste hasła. Nasi pracownicy to przeważnie imigranci, część z nich pozostawiła rodziny w Ukrainie, Białorusi czy Mołdawii. Naturalnie firma dla takiego człowieka częściowo zastępuje rodzinę. To jest ogromny obowiązek dla kierownictwa.

Czy firmy rodzinne cieszą się większym zaufaniem od innych?

Ma znaczenie kontekst, w którym te plusy są używane. Każdy plus i każdy minus da się przekuć na rzeczy dobre i nie bardzo. Nie myślę w takich kategoriach, jeśli chodzi o zaufanie, ono albo jest, albo go nie ma.

Jak radzą sobie państwo z kryzysami w firmie?

Doceniamy podmiotowość każdego członka naszej rodziny, a kryzys, który przeszliśmy razem, dodał nam siły. Dlatego „wyzwanie” — bo tak wolimy nazywać kryzysy w VIPoL-u — odbieramy jako ważną część drogi biznesowej, która wzmacnia naszą relację i więź.



Czym zajmuje się Pracownia Finansowa?

To jedna z największych firm umożliwiających inwestowanie grupowe w Polsce. Pomnażamy kapitały inwestorów indywidualnych, głównie przedsiębiorców, poprzez inwestowanie w elektrownie wiatrowe, słoneczne i projekty deweloperskie. Do naszej oferty trafiają również projekty start-upowe lub po prostu ciekawe przedsięwzięcia biznesowe, wykorzystujące aktualne trendy na rynku. Jako certyfikowany doradca finansowy z międzynarodowym certyfikatem European Financial Guide, posiadam ponad 20-letnie doświadczenie w inwestowaniu. W Pracowni Finansowej odpowiadam za działania związane z tworzeniem oraz realizacją strategii pozyskiwania kapitału dla projektów inwestycyjnych i zarządzaniem relacjami inwestorskimi.



Jaka jest misja firmy?

Dostarczanie możliwości pomnażania kapitału w etycznych i społecznie pożytecznych przedsięwzięciach biznesowych, grupie inwestorów z segmentu HNWI, w celu zbudowania dochodu pasywnego i zabezpieczenia majątku.

Czy jest jakaś inwestycja, z której jest pan najbardziej dumny?

Inwestycja w elektrownię wiatrową 15, do której pozyskiwaliśmy kapitał w czasach najtrudniejszych dla branży. Elektrownia składa się z dwóch 105-metrowych maszyn Vestas V90 o mocy 2 MW każda. Spółka otrzymała 14 mln dotacji i 6 mln kredytu w czasach, kiedy były one jeszcze

przyznawane dla OZE, i korzysta z systemu wsparcia w formie Zielonych Certyfikatów. Elektrownia produkuje ok. 11 000 MWh zielonej energii rocznie, zasilając 6 286 gospodarstw domowych. Elektrownie pozwalają zapobiec emisji 3 ton dwutlenku azotu, 4 ton dwutlenku siarki, 35 ton pyłów i 500 ton dwutlenku węgla.

Czy ludzie obecnie chętnie inwestują w elektrownie?

Gigantyczne wzrosty cen energii powodują, że te dość bezpieczne inwestycje osiągają ponadprzeciętne zyski. To skłania inwestorów do lokowania w nich swoich nadwyżek finansowych. Inwestycje w elektrownie wiatrowe i słoneczne pozwalają ponadto chronić kapitał przed inflacją, bo ceny energii są jednym z głównych składników koszyka inflacyjnego. Ich wzrost napędza wzrost cen w gospodarce. Najchętniej i najwięcej inwestuje się obecnie w projekty deweloperskie, bo nieruchomości utożsamiane są z bezpieczeństwem. Te przedsięwzięcia mają określony, w miarę krótki horyzont inwestycyjny, co w niepewnych czasach daje poczucie kontroli nad kapitałem i komfort decyzji co do dalszych kroków po zakończeniu projektu.

Dlaczego warto zaufać Pracowni Finansowej?

Pracownia Finansowa istnieje już 8 lat. W tym czasie wiele podobnych firm przestało działać w wyniku niepowodzenia projektów albo przez brak umiejętności czy determinacji do wyjścia z problemów, stojących na drodze każdej młodej firmy. Ponadto portfolio zrealizowanych projektów wiele nauczyło grupę kapitałową INWE w zakresie doboru i weryfikacji zadań dopuszczanych do realizacji. Obecne procedury sprawiają, że przytłaczająca większość pomysłów, trafiających do oceny, jest odrzucana. Weryfikacji tej nie przeszłyby również niektóre z projektów już zrealizowanych. Należy też pamiętać, że INWE jest współnikiem Inwestorów w każdym przedsięwzięciu, co sprawia, że dba o ich interesy jak o swoje.

Jaka jest wizja firmy, gdzie będzie za 5 lat?

Za 5 lat suma sfinansowanych projektów powinna osiągnąć 1 mld złotych. Myślę, że średnia stopa zwrotu będzie się obniżać wraz ze wzrostem bezpieczeństwa poszczególnych projektów, form inwestowania oraz płynności

posiadanych aktywów. Nadal jednak będziemy starali się zachować kame-
ralny charakter niektórych projektów oraz współpracy, jednocześnie roz-
wijając narzędzia informatyczne, pozwalające inwestorom analizować
swoją portfel inwestycji.

Kim jest lider przyszłości i jakie są najważniejsze jego cechy?

Według mnie to ktoś, kto twardo stąpa po ziemi, buduje silne podstawy do
przetrwania w przyszłości, mimo zmieniających się warunków. Główna
cecha lidera przyszłości to umiejętność zachowania zimnej krwi i spojrze-
nie z szerszej perspektywy. Lider potrafi dobrać do zespołu właściwych
ludzi, a następnie ufa ich umiejętnościom, oddając część decyzyjności.
Motywuje załogę, ale także sam czerpie motywację z zespołu w trudnych
chwilach.

Jakie są największe wyzwania, które stoją przed liderem przyszłości?

Coraz mniejsza przewidywalność przyszłości powoduje, że trzeba myśleć
jeszcze bardziej nieszablonowo i brać pod uwagę większe spektrum czynni-
ków, które wpływają na organizację. Umiejętność chłonięcia i analizowania
coraz większej liczby informacji, a także ocena ich wiarygodności, będą
kluczowe, podobnie jak wypracowanie dostępu do wiarygodnych źródeł.



Dawid Leśniakiewicz Radosław Kulesza

Prowadzicie panowie projekt Giganci Programowania. Powiedzcie proszę więcej o sobie.

Dawid Leśniakiewicz: Z Radkiem znamy się od pierwszej klasy szkoły podstawowej. Potem wybraliśmy to samo gimnazjum, liceum i studia. W trakcie studiów uczestniczyliśmy w różnych projektach biznesowych. Prowadziliśmy własny software house, programowaliśmy aplikacje mobilne. Jednak przyszedł czas, kiedy tych projektów nieco zabrakło. Razem z nami programowali Sebastian i Piotrek – wówczas dwaj koledzy, a teraz wspólnicy. Zastanawialiśmy się nad rozwiązaniem, nad własnym produktem, a pomysłów było wiele, np. aplikacja przeznaczona do siłowni czy restauracji.

Radosław Kulesza: Doprecyzujmy, że jednak były to koncepcje aplikacji, którą moglibyśmy wypromować i która byłaby odpowiedzią na rzeczywiste zapotrzebowanie rynku. Takie były pierwsze nasze plany.



Od lewej: Dawid Leśniakiewicz, Sebastian Langa, Piotr Pełka, Radosław Kulesza

Skąd zatem pomysł na szkołę – na Gigantów Programowania?

D.L.: Obserwowaliśmy ruchy na rynku edukacji cyfrowej dla dzieci i młodzieży. Wtedy, czyli niemal 6 lat temu, takich rozwiązań praktycznie nie było. Pokazało to niszę, którą postanowiliśmy wypełnić. Świadomość potrzeby nauki programowania od najmłodszych lat wciąż rosła, a my na tej wznoszącej fali wdrażaliśmy nasz pomysł.

Jesteście panowie zawodowymi programistami, czy to również miało wpływ na rozwój biznesu?

R.K.: Zdecydowanie tak, bo dzięki naszemu wykształceniu wiedzieliśmy, jak ugryźć temat od technicznej strony. Teraz musimy się bardziej zajmować zarządzaniem naszą spółką i zespołem.

D.L.: Gdy sami nauczyliśmy się programowania jako nastolatki, mieliśmy problem z dostępem do wiedzy. Brakowało lektur dla młodych ludzi, a w Internecie równie ciężko było dotrzeć do kursów dla początkujących. Większość źródeł przeznaczona była dla tych, którzy już programowali.

R.K.: I jeszcze jedna kwestia: nie wszyscy potrafią się samodzielnie uczyć. Dla początkującego programisty lub laika w tym temacie, a w szczególności dla dziecka, jest to znacząca bariera, którą trzeba pokonać. Zatem daliśmy młodym właśnie te możliwości – stworzyliśmy szkołę programowania!

Jakie były początki działalności GP?

D.L.: Złożyliśmy się na wspólny biznes: materiały marketingowe, sprzęt, oprogramowanie. Wiele robiliśmy sami, np. przygotowywaliśmy materiały i nauczyliśmy kursantów. 6 lat temu wystartowaliśmy od placówki w Warszawie, a z roku na rok staramy się rozwijać szkołę o nowe miejsca. Dzisiaj mamy ich ponad 120 w całej Polsce. Kolejne kroki to wyjście z projektem za granicę – na początek Hiszpania, następnie Meksyk, Chile, Słowacja, Chorwacja oraz Bośnia i Hercegowina. Od nowego roku pojawiliśmy się też w Singapurze, Australii i Niemczech.

Na jakich zasadach działacie za granicą?

R.K.: Ponad 60 placówek w Polsce to nasze własne. Pozostałe to placówki franczyzowe. Zagraniczne jednostki, jak w Hiszpanii, Meksyku i Chile, pracujące w formule online, należą do nas, natomiast pozostałe funkcjonują na zasadach masterfranczyzy.

Jak dzielicie się panowie zadaniami? Czy jest to trudne?

D.L.: Każdy z nas, wykorzystując swoje zdolności, zajął się odpowiednimi gałęziami działalności. Ja na przykład odpowiadam w spółce za marketing, PR, sprzedaż i obsługę klienta. Do Radosława należą zadania związane

z franczyzą i prowadzeniem firmy od strony administracyjno-finansowej. Piotrek odpowiada za część programistyczną i materiały edukacyjne, a do zadań Sebastiana należy część sprzętowa oraz pozyskiwanie, kształcenie i kontrola trenerów. A jest co robić, bo mamy ich około 300! Kluczowe decyzje podejmujemy wspólnie.

W jakim przedziale wiekowym można uczestniczyć w Gigantach?

R.K.: Startujemy od 7-latków, chcemy uczyć dzieci, które potrafią czytać i pisać. Poziom nie musi być zaawansowany, ale tego wymaga oprogramowanie, na którym działamy, jak np. Scratch, Minecraft Education Edition.

D.L.: Uczymy do 19. roku życia, potem wysyłamy na studia, bo tak naprawdę, gdy młody człowiek przejdzie naszą zaawansowaną ścieżkę edukacyjną, to jest gotowy, by pracować jako stażysta i tworzyć własne projekty. Programy układamy tak, aby kilkuletnie dziecko, które dopiero zaczyna, dobrze bawiło się uczestnicząc w zajęciach, uczyło się podstaw i stopniowo wchodziło w świat programowania. Natomiast gdy startuje nastolatek, mamy dla niego odpowiednio zaadoptowane do wieku zajęcia. Młodzież uczymy już profesjonalnego podejścia do programowania.

Tytuł Liderzy Przyszłości zobowiązuje.

Jakimi zatem cechami powinien wyróżniać się lider?

D.L.: Przychodzi mi do głowy jedna główna cecha: interdyscyplinarność. Lider powinien umieć doradzić i wskazać właściwy kierunek na wielu różnych płaszczyznach, czy to wiedza marketingowa czy HR-owa. Powinien mieć ogólną wiedzę z każdej dziedziny, by pomóc w każdej sytuacji. Tego zdecydowanie brakuje w polskiej edukacji, uczymy się w bardzo wąskich specjalizacjach. My jesteśmy absolwentami Politechniki Warszawskiej, gdzie szkoli się bardzo dobrych pracowników końcowych, którzy bez problemu napiszą świetny kod, stworzą mikrokontroler, ale nie mają ogólnej wiedzy biznesowej. To duży błąd w specyfice nauczania.

R.K.: Zgadzam się, na studiach nie wskazuje się na przedsiębiorczość i komunikację. Jeśli jest się programistą, można bez większego kłopotu napisać aplikację, ale czy bez wiedzy biznesowej się ją sprzeda? Tego nam brakowało, więc doksztalaliśmy się samodzielnie. Dobrym

przykładem są uczelnie w Stanach Zjednoczonych, gdzie – prócz kształcenia zawodowego – dba się o praktyczne podejście do biznesu.

Czy więcej byłoby takich startupów jak Giganci Programowania, gdyby szersza była wiedza inżynierów na temat wprowadzania produktu na rynek czy prowadzenia biznesu?

D.L.: Zdecydowanie tak, dlatego próbujemy zaszczyć w naszych uczniach dążenie chociażby do własnego start-upu, pokazując im, jak wiele korzyści może to przynieść, gdy ma się odpowiednią wiedzę. Oczywiście tłumaczymy również, jak wielu wymaga to wyrzeczeń i ciągłego kształcenia.

Wróćmy do cech lidera....

D.L.: Lider ponad wszystko powinien mieć zdolność samokrytyki oraz dążyć do rozwoju własnego, swojej firmy i start-upu. Pamiętajmy, że kiedy my działamy, pojawiają się coraz to nowsze firmy i kolejne projekty, zatem gdy staniemy... zostaniemy w tyle.

R.K.: Lider powinien być autentyczny, godny zaufania i cieszyć się autorytetem w zespole. Staram się nad tym pracować, gdyż chcę, aby zespół widział we mnie „właściwą osobę na właściwym miejscu”.

Czy pandemia przyniosła kłopoty państwa firmie?

D.L.: Pandemia była dla nas szansą i ją doskonale wykorzystaliśmy. Wymusiła na nas decyzję przyspieszenia procesów i wejście do nauczania online. Udało nam się sprawnie przejść przez te zmiany, między innymi dzięki temu, że mamy bardzo dobre zaplecze techniczne. Stworzyliśmy platformę, która umożliwia dołączanie do zajęć zdalnych. Przystosowaliśmy ścieżkę szkolenia do trybu online i muszę się pochwalić, że po tej zmianie trybu zajęć nikt z uczniów nie zrezygnował. Zarówno dzieciaki, jak i rodzice nadal są zadowoleni z uczestnictwa w projekcie. A domyślałam się, że w wielu firmach był to problem. Tryb online to właściwie rozwój, bo w ten sposób objęliśmy naszym zasięgiem całą Polskę i zdobyliśmy nowych zagranicznych uczestników, np. z Ameryki Łacińskiej. Wykorzystując nasze hiszpańskie zespoły podjęliśmy działania marketingowe na tym terenie i pozyskailiśmy klientów na rynkach w Chile i Meksyku.

Czy dostrzegając problemy w edukacji o przedsiębiorczości, planujecie sami takie działania? Inaczej mówiąc: stworzyłem aplikację i jak się z nią przebić na rynku?

D.L.: To bardzo istotna kwestia i wciąż problem. Na zajęciach mamy za zadanie uczyć dzieciaki kreatywności i umiejętności tworzenia własnej aplikacji. Potem ich zadaniem jest pokazanie praktycznego zastosowania tego oprogramowania. Na przykład aplikacja naszego ucznia, która po krzyknięciu „Pomocy” wysyła współrzędne geograficzne do wybranej osoby.

R.K.: To był projekt realizowany na naszym obozie. Zrobiliśmy taki concept piczowania między zespołem a inwestorami: uczestnik musiał przedstawić i zareklamować (sprzedać) swoją koncepcję nam, potencjalnym inwestorom. Kreatywność uczniów przerosła najśmielsze oczekiwania.

D.L.: W procesie rekrutacji trenerów stawiamy bardzo mocno na to, by nie tylko uczyli, ale i opowiadali, dzieląc się pasją do programowania. Szkolimy ich w zakresie nauczania, ale zdecydowanie muszą być to przede wszystkim programiści umiejący odpowiedzieć na każde programistyczne pytanie.

Gdzie widzicie siebie za kilka lat?

R.K.: Planujemy umocnić markę na rynku hiszpańskim, chilijskim i meksykańskim. W kwestii franczyzy jesteśmy otwarci na cały świat i różne narodowości. Przez cały czas w naszych rekrutacjach przewijają się ludzie z różnych zakątków, nawet egzotycznych, więc jeśli tylko dojdziemy do wniosku, że kandydat jest właściwy, jesteśmy gotowi przyjąć go do zespołu. Przykładem jest Australia, gdzie z początku nie kierowaliśmy swoich biznesowych kroków, ale pojawił się bardzo dobry kandydat właśnie stamtąd, więc jesteśmy gotowi wystartować. Chcielibyśmy wejść na rynek brytyjski, francuski, włoski, a także do Stanów Zjednoczonych i Wietnamu. Te rynki mamy też w planach w ramach projektu dla MŚP, który złożyliśmy do PARP-u i otrzymaliśmy dofinansowanie.

D.L.: Chcemy być największą i najbardziej rozpoznawalną firmą na świecie, uczącą programowania młodych ludzi. Pragniemy, by edukacja

cyfrowa docierała do każdego zakątka świata i kojarzyła się z potrzebą. Kiedy mały człowiek zechce rozpocząć przygodę z programowaniem, pojawi się w jego głowie jedna myśl: „Giganci Programowania”. Przecież startowaliśmy z niewielkim budżetem, jedynie własną wiedzą, umiejętnościami i przypomnę – jedną placówką. A teraz po 6 latach jesteśmy poza granicami Polski, myślę więc, że nasze marzenia są do osiągnięcia.

R.K.: Robimy to tu i teraz, póki rynek jest jeszcze nieustabilizowany. Wiele firm stawia na ekspansję, ale zdecydowana większość rynków nie ma jednoznacznego lidera i wiele jest miejsc, do których można dotrzeć. Moim zdaniem może się to udać tylko w kilku najbliższych latach.

**Prezes Przedsiębiorstwa
Wielobranżowego Mat-Bud**



Jacek Rutkowski

**Przedsiębiorstwo Wielobranżowe Mat-Bud
to firma z wieloletnim doświadczeniem.
Jak wyglądały początki działalności?**

Jesteśmy firmą rodzinną, proinwestycyjną, ukierunkowaną na wspieranie i rozwój polskiej gospodarki. Zostało założone w podtoruńskich Rozgartach przez małżeństwo Bogdana i Elżbietę Pietrasów w maju 1998 r. na terenie ich byłej fermy lisów i kur. Decyzja była wyjątkowo trafna, bo ta lokalizacja stała się centralnym punktem rozwoju powiatu toruńskiego. Zaczynaliśmy od jednej hurtowni materiałów budowlanych w samym „sercu” budownictwa mieszkaniowego. Na początku działalności firma liczyła 5 osób. Państwo Pietras wraz z córką Joanną Pietras-Kuczawską dynamicznie rozwijali „Mat-Bud” i firma systematycznie zwiększała obszar działania oraz potencjał ludzki i materiałowy. Według naszych standardów hurtownia nie mogła być już tylko magazynem produktów, powinna być źródłem inspiracji. P.W. Mat-Bud od 1998 roku skutecznie udowadnia, że Polska jest dobrym krajem do inwestowania, lecz musi temu towarzyszyć dobra atmosfera i wspólnota celów nie tylko całej załogi, ale również dostawców i odbiorców. Specjalizując się w produkcji betonu towarowego, prefabrykacji, sprzedaży hurtowej i detalicznej materiałów budowlanych oraz kruszyw z własnej kopalni, firma dostosowuje ofertę do rosnących oczekiwań klientów. Mat-Bud zajmuje się materiałami budowlanymi najlepszych producentów w dobrych cenach na kieszeń każdego klienta oraz inwestora.



Firma jest laureatem wielu nagród, co jest jej mocną stroną?

Mocną stroną firmy jest kapitał ludzki, najważniejszy klucz do sukcesu. Stawiamy na dobre doradztwo i efektywną logistykę, dlatego inwestujemy w szkolenia pracowników, którzy zdobywają fachową wiedzę na temat produktów i technologii budowlanych. Dysponujemy własnym licznym transportem, w tym HDS, dlatego gwarantujemy sprawną i szybką dostawę zamówionych produktów na plac budowlany. Naszą pracę charakteryzuje indywidualne podejście do problemów klienta oraz profesjonalne doradztwo doświadczonych przedstawicieli handlowych. Jesteśmy firmą elastyczną finansowo, której nieobca jest społeczna odpowiedzialność biznesu – realizujemy ją przez liczne akcje charytatywne, kulinarne, oświatowe i sportowe, a także udzielamy się aktywnie w wielu organizacjach biznesowych przedsiębiorców. W 2006 r. powstał pierwszy zakład prefabrykacji betonów, w 2008 r. kopalnia kruszyw, a następnie oddział handlowy w Bydgoszczy, Grudziądzu, betoniarnia w Bydgoszczy oraz oddziały handlowe w Kowalach k. Gdańska, Gdyni, Łodzi i Włocławku. Obecnie P.W. „Mat-Bud” zatrudnia na stałe 160 pracowników i drugie tyle działa zewnętrznym w ramach firm obsługujących transport, informatykę, logistykę i marketing. To że firma dostała wiele wyróżnień, niewątpliwie utwierdza nas w przekonaniu o prawidłowym kierunku działalności. Najważniejsze nagrody za wyniki ekonomiczne to: Złota Statuetka Lidera Polskiego Biznesu BBC także z Diamentem, Skrzydła Lafarge, wielokrotnie przyznane Brylanty i Gepardy Biznesu Instytutu Europejskiego Biznesu, Diamenty i Orły Polskiej Gospodarki.

P. W. Mat-Bud angażuje się w wiele akcji, skąd ta chęć pomagania?

Priorytetem firmy jest dobra współpraca z otoczeniem. Pragnąc podzielić się zyskiem i wspomóc potrzebujących nawiązuję współpracę z różnymi stowarzyszeniami, klubami sportowymi i organizacjami biznesowymi. Wyznaczam sobie za cel również krzewienie kultury fizycznej, poczucia narodowego i regionalnego wśród dzieci i młodzieży. Poza sportowcami (piłkarze, karatecy, koszykarze, szachiści, hokeiści, zapaśnicy, niepełnosprawny strongman), aktywnie wspieram OSP, domy dziecka,

fundacje, szkoły, KGW, imprezy lokalne i charytatywne. Dodatkowo firma przekazuje materiały budowlane osobom najbardziej potrzebującym i poszkodowanym przez kataklizmy. Aktualnie pomagamy ofiarom wojny w Ukrainie.

Jaka jest wizja firmy za kilka lat?

Wspólnicy i załoga są nastawieni na rozwój i zdobywanie nowych rynków, jednakże dzisiaj starają się zadbać o dobrą sytuację ekonomiczną i bezpieczeństwo zdrowotne. Rok 2022 będzie okresem dalszego rozwoju firmy w najważniejszych ośrodkach w kraju. Z przyczyn pandemii nie zwolniliśmy nikogo, ale postawiliśmy na zwiększenie ochrony zdrowia pracowników. Po zakończeniu pandemii będziemy myśleć o nowych oddziałach firmy oraz wzroście zatrudnienia, bo budownictwo jest siłą napędową gospodarki, branżą niezbędną do rozwoju każdego państwa. Aby to wszystko zrealizować, konieczny jest korzystny wizerunek firmy, dobrze zarabiająca załoga i właściciele. Trzeba systematycznie dbać o dobry płacowy i pozapłacowy system motywacji, odpowiednie środki na inwestycje, relacje międzyludzkie i atmosferę w pracy, gdyż to również przejawy sukcesu w biznesie.

Kim jest lider przyszłości i czy pan się nim czuje?

Dobry manager to przywódca, który potrafi porwać za sobą ludzi. W moim życiu edukacja i wszystko co z nią związane była najlepszym kluczem do sukcesu. Także dobre dzieciństwo, prawdziwy dom rodzinny, nauka i aktywność społeczna od najmłodszych lat, pomogły mi w rozwoju osobistym. Polskie tradycje, szczególnie uznawane na wsi, Kościół i organizacje szkolne oraz obywatelska postawa kształtują solidne fundamenty do bycia liderem. Dla managera najważniejsze w zarządzaniu jest poznanie rynku, realiów, psychologii handlu i człowieka oraz podejmowanie trafnych decyzji. Żeby coś zbudować, trzeba wierzyć w sukces. Równie ważne jest posiadanie dobrego mentora, promotora. Moim był założyciel P.W. Mat-Bud Bogdan Pietras. Jeżeli ma się radość z tego, co się robi, łatwiej jest poświęcić się pracy, przekonać do siebie ludzi, nawiązać wieloletnią współpracę biznesową. Właśnie wtedy osiąga się sukces.

Czy ma pan autorytet, który jest dla pana inspiracją biznesową?

Historycznie wzorem jest Aleksander Wielki, który jednak miał też słabe punkty. Współcześnie są to ludzie z najbliższego otoczenia. Inspiruję się w biznesie systemem rządzenia autorytarno-demokratycznym. W znacznej części wzoruję się na Bogdanie Pietrasie, który ma głowę do interesów, natomiast w aspektach prawno-ekonomiczno-dyplomatycznych na doktorze ekonomii Stanisławie Rakowiczu, byłym wojewodzie, prezesie Zarządu IPH w Toruniu, wiceprzewodniczącym Rady Krajowej Izby Gospodarczej, prezesie Zarządu Głównego TNOiK, konsulu honorowym Peru.

Jakie cechy powinien posiadać lider przyszłości?

Lider przyszłości powinien być dobrym, pracowitym i uczciwym człowiekiem, umiejącym podzielić się z potrzebującymi wypracowanym dobrem, ale także potrafiącym pracować w zespole. Inteligencja, dobre wykształcenie i kultura, delegowanie uprawnień, uczciwy podział zysków, umiejętność doboru odpowiednich partnerów to są kolejne cechy lidera przyszłości. Temu wszystkiemu powinna towarzyszyć umiejętność dostosowania się do otaczającej rzeczywistości i szybkiego korygowania błędów. Lider przyszłości musi też wierzyć w sukces, a współpracownicy powinni tę wiarę dostrzegać. Niezbędne do osiągnięcia sukcesu w pracy z zespołem są empatia oraz umiejętność wykorzystywania w najlepszy sposób wiedzy i predyspozycji innych.

Czy liderem się jest od urodzenia, a może te cechy się nabywa?

Według mnie liderem trzeba się urodzić, mieć cechy przywódcy, a rozwijać je przez właściwą drogę życia i działania w dobrym otoczeniu. Od najmłodszych lat jestem liderem i sam otaczam się młodymi kreatywnymi ludźmi, pełnymi pasji i chęci rozwoju, otwartymi na dobre relacje w zespole i uczciwymi. Niezależnie od wieku, trzeba być na czasie, uczyć się od młodych, wsłuchiwać się w ich potrzeby, bo tylko tak można budować przyszłość. Wiek w biznesie nie jest ważnym kryterium, lecz predysponuje do stanowisk np. dyrektora, prezesa, przewodniczącego rady nadzorczej, inwestora, stosownie do wiedzy i możliwości. Te stwierdzenia pokazują, jak w naturalny sposób należy wdrażać młodsze pokolenia i oddawać im kolejne pola w hierarchii dużej organizacji gospodarczej.



Roman Tabaka

Pozyskiwania energii elektrycznej ze słońca jest obecnie popularne. Dlaczego poleca pan takie rozwiązanie?

Instalacja fotowoltaiczna jest źródłem OZE, więc montując ją dla swojego gospodarstwa domowego, nie tylko przyczyniamy się do ograniczenia emisji CO₂ do środowiska, lecz również zyskujemy korzyści ekonomiczne. Przy odpowiednim zarządzaniu zużyciem energetycznym domu jesteśmy w stanie znaczną część wyprodukowanej energii zużyć na bieżąco, korzystając w ciągu dnia ze zmywarki, pralki i innych urządzeń. Jeżeli zastosujemy instalacje pozwalające na ogrzewanie budynku prądem, to nasza opłacalność jest jeszcze większa. Słońce jest źródłem niewyczerpalnym, a panele fotowoltaiczne będą produkowały energię ze spadkiem mocy nie większym niż 20% po 25 latach użytkowania. Surowce do produkcji elementów fotowoltaicznych aktualnie drożeją i zapewne się to już nie zmieni, dlatego warto zastanowić się nad montażem instalacji już dziś. Wkrótce w sprzedaży będziemy mieli najnowocześniejsze urządzenia do magazynowania energii w przystępnej cenie. Z takimi rozwiązaniami zapewniamy sobie bezpieczeństwo energetyczne w przypadku wyłączeń prądu. A wszyscy lubią być niezależni.



Czy każdy może założyć panele fotowoltaiczne?

Tak, każdy właściciel domu wolnostojącego, który posiada dach ukierunkowany najlepiej na południe (wschód i/lub zachód to produkcja pomniejszona o około 20% nominalnej mocy). Instalacje można też montować na

gruncie, jednak w tym przypadku należy zwrócić uwagę, czy w pobliżu nie występują elementy mogące zacieniać panele fotowoltaiczne. Kategorycznie unikamy montażu w miejscach stale zacienionych, a jeżeli występuje zacienienie okresowe, możemy zastosować optymalizatory mocy, które pozwolą na indywidualną pracę każdego panelu. W innym przypadku panele będą pracowały wspólnie z mocą najsłabszego. Zgodnie z ustawą OZE prosumentami, czyli jednostkami zużywającymi i wytwarzającymi energię elektryczną, mogą być nie tylko osoby fizyczne czy firmy, ale także spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe. Dzięki temu domy wielorodzinne mogą również pozyskiwać czystą energię elektryczną ze słońca. Panele fotowoltaiczne w Polsce generują coraz więcej energii, głównie dzięki małym instalacjom dachowym, moc fotowoltaiki wzrosła w porównaniu z rokiem ubiegłym o 156%. Na pewno popularności mikroinstalacji przysporzył program „Mój Prąd”, dzięki któremu możliwe jest uzyskanie dofinansowania na instalacje fotowoltaiczne. Skorzystać mogą z niego osoby fizyczne wytwarzające energię elektryczną na własne potrzeby.

Dlaczego warto inwestować w fotowoltaikę?

Warto to robić szczególnie na potrzeby przedsiębiorstw, których profile działalności funkcjonują w godzinach szczytu produkcji prądu z paneli, co spowoduje znaczne lub całkowite zaspokojenie zapotrzebowania energetycznego w czasie bieżącym. To nasze 100% oszczędności. Dotychczas zakłady energetyczne były naszymi „magazynami energii”, którą mogliśmy odebrać, kiedy instalacja nie produkowała prądu. Dzięki najniższym jak dotąd cenom systemów fotowoltaicznych, a także wsparciu rządowego programu „Mój Prąd”, fotowoltaika stała się bardzo popularna. W wielu krajach (m.in. we Włoszech, Portugalii, Meksyku, Indonezji i USA) funkcjonuje system net-billingu, który także w Polsce wchodzi w życie 1 kwietnia bieżącego roku. System będzie polegał na rozliczaniu wartościowym nadwyżek energii, co w praktyce spowoduje, że będziemy sprzedawać nadwyżki wyprodukowanego prądu oraz kupować go, kiedy mamy niedobór lub gdy instalacja nie pracuje, np. nocą. Wielu ekspertów wypowiada się, że instalacje przestaną się opłacać, jednak ja uważam, że nawet jeżeli okres zwrotu inwestycji się wydłuży, warto inwestować w stabilne i trwałe źródła energii odnawialnej, biorąc pod uwagę również stały wzrost ceny energii.

Instalacje na użytek własny to jedna sprawa. Prawdziwe wyzwanie zaczyna się przy rozwiązaniach komercyjnych, gdy w grę wchodzi inwestycja w celach zarobkowych. Budowa dużej farmy fotowoltaicznej, czyli główny profil naszej firmy, to już wydatek rzędu milionów złotych. Na odpowiednim gruncie (od 1,5 ha do praktycznie nieograniczonej powierzchni) możemy rozpocząć całą procedurę, która kończy się podłączeniem elektrowni fotowoltaicznej do sieci i sprzedażą energii do operatora. Zwrot kosztów takiej inwestycji następuje do około 10 lat od uruchomienia. Jest to jednak niewątpliwie działanie dla świadomych i cierpliwych inwestorów.

Fotowoltaika to przyszłość?

Na kolejne lata przewidujemy wzrost popularności rozwiązań opartych na magazynowaniu wyprodukowanej energii, co przekłada się bezpośrednio na zwiększaniu autokonsumpcji energii u prosumentów. Z drugiej strony spodziewamy się dalszego rosnącego zainteresowania instalacjami fotowoltaicznymi przez przedsiębiorstwa, jak również dynamicznego wzrostu liczby stawianych dużych farm fotowoltaicznych. Dodatkowo eksperci z Międzynarodowej Agencji Energetycznej stwierdzili wprost, że fotowoltaika jest już najtańszym źródłem energii elektrycznej w historii, a przyszłość jej opisali bardzo jasnymi kolorami. Przedstawiciele MAE szacują, że w latach 2020-2030 globalna moc fotowoltaiczna będzie rosła średnio o 13% rocznie. Pozostaje tylko czekać i mieć nadzieję, że dynamiczny rozwój fotowoltaiki na świecie i w Polsce przełoży się na poprawę warunków środowiska naturalnego i znaczne oszczędności w budżetach domowych Polaków.

Kim pana zdaniem jest lider przyszłości i jakie ma cechy?

Jest to osoba, która łączy różne modele zarządzania. Kiedy trzeba, rozmawia i słucha, zbiera informacje zwrotne, ale kiedy wymaga tego sytuacja, jest w stanie błyskawicznie podjąć trudną, a czasem także ryzykowną decyzję. Jest otwarta na różne punkty widzenia – w różnorodnych opiniach i poglądach widzi potencjał a nie zagrożenie. Lidera cechuje szacunek do ludzi, otwartość i elastyczność, wielozadaniowość, stałe podnoszenie kwalifikacji i umiejętności, mądre tworzenie i scalenie zespołu, dbałość o rozwój, dobre reprezentowanie organizacji, umiejętne delegowanie zadań, łatwość nawiązywania kontaktów, charyzma, cierpliwość oraz pewność

siebie. Aby dostrzec panujące trendy lider przyszłości musi uważnie obserwować rzeczywistość, widzieć zmiany, a także potrafić je wyprzedzić, tworząc w ten sposób przewagę na rynku. W świecie, w którym zmiany zachodzą tak szybko i często, liderem zostanie osoba, która będzie potrafiła najlepiej zarządzać zmianą.

Czym lider i lider przyszłości różnią się między sobą?

Trudno jest w jednym zdaniu określić, kim jest lider, ponieważ każda dziedzina zawodowa ma inne wymagania dotyczące osób na stanowiskach kierowniczych. Lider to człowiek, który potrafi w odpowiedni sposób zarządzać zespołem, organizować i wskazywać słuszny kierunek, a także brać odpowiedzialność za swoje decyzje. Jednym słowem: lider to dobry szef, kierownik, prezes itp. Lider przyszłości natomiast, to osoba, która z pełnym przekonaniem pracuje na rzecz innych. Robi to nie dlatego, że musi albo że tak wypada, lecz dlatego, że to jest sens jej życia. Uważam, że bycie liderem przyszłości to nie jest umiejętność czy funkcja, ale naturalne powołanie i talent, wyprzedzanie obecnych trendów, wizjonerskie spojrzenie w przyszłość, umiejętność motywowania zespołu do działań niestandardowych. Mogę powiedzieć z perspektywy minionych lat, że moje działania w rozwijaniu dziedziny szeroko pojętej fotowoltaiki, były właśnie czymś takim. Prawie wszystkie osoby, z którymi się spotykałem, nie wierzyły, że już za 10 lat fotowoltaika będzie dostępna i tak popularna.

Właścicielka Motivation Academy



Kamila Żak

Czym zajmuje się Motivation Academy? Jaka jest historia firmy?

Nasza działalność jest związana z obszarem edukacji. Promujemy brytyjskie uniwersytety, a tym samym motywujemy innych do zmiany obranej drogi życiowej, by ludzie w procesie kształcenia znaleźli szansę na lepsze jutro. Od 2016 roku skupiamy się głównie na Polonii mieszkającej w Anglii i pomagamy zrozumieć rodakom, że stać ich na coś więcej niż praca za najniższą stawkę. Pokazujemy, że ich miejsce jest tam, gdzie mogą zdobyć wiedzę i pracować na dobrze płatnych stanowiskach. Od początku działalności ponad 1980 studentów polskich mieszkających w UK otrzymało za naszym pośrednictwem miejsca na brytyjskich uczelniach.



Jakie są plany na przyszłość firmy?

Ze względu na popularność naszej działalności wśród Brytyjczyków, rozwinęliśmy działania poza język polski. Mamy konsultantów z Rumunii i Hiszpanii oraz nowego pracownika z Nigerii. Szukamy też osoby mówiącej w języku arabskim, czyli dodajemy więcej narodowości do swojego portfolio. W 2022 roku będziemy skupiać się na nowych kontraktach z uczelniami poza Anglią. Jako pierwszą będziemy promować jedną z uczelni z San Francisco. W kwietniu otwieramy swoje 120-metrowe co-working space w Leicester.

Czy obecna sytuacja Wielkiej Brytanii wpłynęła na firmę?

Jeżeli mówimy o Brexicie, to studenci z EU są już traktowani w Anglii jako international students, więc nie mają dofinansowań rządowych. Natomiast ze względu na fakt, że zawsze promowaliśmy edukację wśród Polonii już przebywającej na wyspach, dla nas Brexit dużo nie zmienił.

Kim według pani jest lider?

To osoba, która przez swoje zachowanie, podejście i słowa potrafi zainspirować innych do działań, oraz zna drogę do sukcesu i szczęścia. Lider pokazuje tę drogę innym i sam nią podąża. To również urodzony przywódca, który w naturalny i niewymuszony sposób prowadzi ludzi.

Jakie zadania stoją przed liderem przyszłości?

Ze względu na zmiany sposobu pracy po pandemii oraz szybki postęp technologiczny lider przyszłości musi nadążać za dynamicznością świata. W Wielkiej Brytanii lider przyszłości to człowiek, który sprawnie porusza się między różnymi kulturami i potrafi pogodzić pracę z osobami wielu narodowości. Teraz już wiem, dlaczego na studiach w Anglii stawia się na przedmiot "culture management". Lider przyszłości musi dostrzegać zmiany demograficzne ostatnich lat i pracować z ludźmi, którzy wiodą życie singla, jak i tymi, którzy wyznają silne wartości rodzinne. Stereotyp osoby, która zakłada rodzinę, już się skończył, choć praca z singlem a osobą posiadającą rodzinę – to dwa inne światy. Nowe oczekiwania pracowników i sposób pracy z obiema grupami jest różny. Lider przyszłości potrafi też zarządzać ludźmi na odległość, głównie poprzez swój wpływ na nich. Musi też mieć siłę, która będzie prowadzić ludzi na sama myśl o nim – wirtualny respect to zdecydowanie nowa cecha lidera przyszłości. Sądzę, że każda osoba, która utrzymała i rozwinęła swoją firmę w ostatnich dwóch latach, automatycznie stała się liderem przyszłości.

Czy uważa pani, że w obecnych czasach ciężiej jest być liderem niż jeszcze kilka lat temu?

Moim zdaniem jest łatwiej, gdyż teraz dużo osób jest pogubionych, więc łatwiej jest być przywódcą. Czas pandemii doprowadził do tego, że ludzie

szukają lidera, inspiracji. Osoby silne wyniosły dużo korzyści z pandemii, a te słabsze jednostki oczekują podpory. Wcześniej świat pędził bez brutalnego STOP, pandemia wszystko zmieniła. Pozamykała nas w domach i zabrała dochód, a wtedy ludzie chcą słuchać tych, którzy wskazują jakieś rozwiązania, zmiany i drogę do nich. W takich czasach łatwiej jest dowodzić. Być może moje słowa są przykre, jednak prawdziwe. W pogubionym świecie dowodzi się łatwiej.

Czy można nabrać cech lidera, czy człowiek się z nimi rodzi?

Można obserwować liderów i czerpać z nich inspirację, ale prawdziwym liderem trzeba się urodzić. Należy posiadać “flow”, dzięki któremu ludzie chcą go słuchać i naśladować. Liderzy posiadają naturalną siłę, a posiadanie cech lidera to dar.

Właścicielka marki MonsMare



Edyta Watkowska

Skąd pomysł na firmę odzieżową? Czy to pasja, a może tradycja?

Historia jest banalna. Przez lata byłam świadkiem procesu konstrukcji i szycia odzieży od podstaw, bo w domu rodzinnym zawsze było pełno wykrojów, materiałów czy trudnych do zdobycia dodatków. Były to czasy komuny, a moja babcia Bronisława pracowała jako krawcowa w legnickim przedsiębiorstwie odzieżowym ELPO. Wtedy za tymi ubraniami szalała cała Polska. Przeszło dwie dekady później, po skończonych prawniczych studiach doktoranckich, ponad 10-letniej pracy w branży finansowej w Warszawie, ciągłym biegu, nastąpiła pandemia. Wówczas uświadomiliśmy sobie, w jak dużym stopniu uczestniczymy w tym pędzie. Zaczął nas męczyć konsumpcjonizm, ilość rzeczy, życie w ciągłym trybie „fast”, poczuliśmy gigantyczną zadyszkę i powiedzieliśmy „dość”. I wtedy właśnie zrodził się MonsMare – z miłości do gór i morza. Poczuliśmy potrzebę zaangażowania się w odpowiedzialny biznes, któremu nie jest obojętna kondycja naszej planety i otaczający świat. Tworzymy markę, dla której corem działania będzie jakość, która nie podda się temu, co łatwe i szybkie do wyprodukowania, a przede wszystkim skupiamy się na wspieraniu zrównoważonej produkcji. Wszystko to z dbałością i wiedzą o pracownikach i inwestowaniu w rodzimych, lokalnych producentów rzemieślników.



Skąd miłość do morza i sportów wodnych?

Została zaszczerpiona podczas wyjazdów kitesurfingowych na Półwysep Helski. Jest to miłość do możliwości cieszenia się życiem, do uczucia wolności płynącej w żyłach, odwagi i pasji do świata pachnącego słońcem, wiatrem i wodą. A przede wszystkim do ludzi! Otwartych, żyjących blisko siebie i swoich potrzeb. Tam nie ma miejsca na składowanie tysiąca takich samych rzeczy, jedna porządna wystarczy.

Na czym polega wyjątkowość MonsMare i czym wyróżnia się na tle innych firm odzieżowych, których obecnie wiele na rynku?

Chcemy dać alternatywę wszystkim, którzy zaczęli myśleć tak jak my, walczyć z modą fast fashion, niekończącą się produkcją w skali masowej, bez zastanowienia nad wpływem na środowisko. Dlatego przygotowania do produkcji w 2022 trwały ponad rok. I był to rok szalenie ciężki – weryfikacji rzetelności i prawdomówności partnerów, których chcemy zaprosić do współpracy w ramach swoich kolekcji. Okazało się, że pozyskanie najlepszych rozwiązań proekologicznych, np. przy produkcji dzianiny, wdrożenie etycznych zachowań w biznesie czy zapewnienie dbałości o każdy szczegół, zabiera więcej czasu niż planowaliśmy. Przywiązujemy również bardzo dużą wagę do surowców. Dzięki temu wypracowaliśmy dla MonsMare łańcuch lokalnych producentów tkanin, rodzinnych szwalni, hafciarni czy konstruktorek odzieży. Skróciliśmy łańcuch dostaw, kupowaliśmy bezpośrednio od wytwórców, posiadających oficjalne certyfikacje ekologiczne dla swoich przędzy. Również do współpracy w obszarze nadruków zaprosiliśmy taką firmę, która gwarantuje stosowanie zielonych technologii nadruku o nieznacznym zużyciu wody, energii i substancji chemicznych. Dodatkowo nadzorujemy i uczestniczymy w każdym etapie produkcji naszych produktów, wszędzie nas pełno. I to jest nasza wyjątkowość, dążymy do tego, aby być marką slow fashion, którą kupuje się uważnie i czyta to, co jest napisane na metce. Nie bez znaczenia jest również fakt współpracy z młodymi zdolnymi polskimi grafikami. To ich chcemy promować i wspierać.

Kiedy oficjalnie rusza sprzedaż i jakie będą cechy produktów?

Ruszamy od czerwca 2022 r. MonsMare skupia wokół siebie ludzi utożsamiających się z aktywnym stylem życia, ceniących wygodę, swobodny charakter, spontaniczność, wysoką jakość produktów i nietuzinkowe detale, dlatego cała kolekcja to bawełna najwyższej jakości, certyfikowanej O-EKO TEX, czyli przyjaznej dla skóry i środowiska. Noszenie ich to sama przyjemność. MonsMare to niezależność i odważne projektowanie graficzne, nad czym pracują osoby silnie związane z kitesurfingiem i snowboardingiem. Nie stroniliśmy od ryzykowanych decyzji i wizjonerskich pomysłów, inspirując się ludźmi ze świata nadmorskiej i górskiej bohemy.

Jak widzi pani firmę w przyszłości? Gdzie będzie za 5 lat?

Na to pytanie nie można odpowiedzieć jednoznacznie, ale naszym celem jest dotarcie do jak największej liczby osób świadomie podchodzących do kwestii produkcji i zakupu ubrań, kładących nacisk na jakość i jednocześnie kochających sporty zimowe i letnie. Będzie to marka z impaktem na otaczający świat, która w sposób zdeterminowany i odważny będzie wdrażać cyrkularne modele biznesowe, oparte na włóknach pochodzących z recyklingu i szerokiej współpracy nauki i biznesu.

Kim według pani jest lider przyszłości i jakie cechy posiada?

W obecnych realiach nie wystarczy mieć nadaną odgórnie władzę leaderską, by przeprowadzić zespół i firmę przez turbulencje czy zmiany. Ostatnie lata pokazały, jak nisko mogą upaść ci liderzy, którzy nie zrozumieli zmian. Przyszło nam żyć w czasach, gdzie każdy musi zakasać rękawy i szukać rozwiązań dostosowanych do nowych realiów. Dlatego lider przyszłości to osoba darzona szacunkiem i posiadająca autentyczny autorytet wśród swoich pracowników, której się ufa i podąża się za nią, która ma wizję, kompetencje i jest sobą. A żeby móc sobie na to pozwolić trzeba być autentycznym. I jeszcze jedno – lider / liderka musi być boski / boska i obdarzyć swój zespół wolną wolą. Wtedy rodzą się najpiękniejsze rzeczy i idee!

Z jakich swoich cech jako lidera jest pani najbardziej dumna?

Z determinacji, odwagi i wytrwałości w osiąganiu celu. Czasem sama się zastanawiam, skąd we mnie tak dużo pokładów tych cech. Myślę, że to również zasługa otaczających mnie osób, mam szczęście, że są ze mną. I jeszcze jedno – szybko wstaję, gdy upadnę. Strząsam pył, kurz i mocniejsza idę dalej. Szybciej lub wolniej, ale naprzód.

Czy ma pani swój wzorzec lidera przyszłości?

„Takim jesteś liderem, jakim człowiekiem” – to słowa Roba Kaisera. Krótkie i zwięzłe, ale bogate i wystarczające w swojej treści. Jak jesteś osobą pełną pasji i determinacji, ludzie widząc twoje autentyczne zaangażowanie i wiarę, będą za tobą podążać.

Liderem trzeba się urodzić czy można się wyuczyć pewnych cech przywódczych?

Prawdziwym liderem się jest bądź nie. Można się wyuczyć, podszkolić w pewnych aspektach, ale nie da się stworzyć go od podstaw. Jedno jest pewne – każdemu liderowi przyszło działać w nowych, nieprzewidywalnych warunkach, a pojęcie „wyuczenia” nabiera nowego wymiaru. Słowa prof. Janusza Grzelaka sprawdzą się tu odpowiednio: „Tylko jedno jest dziś pewne – stare mapy są nieaktualne”.

Właścicielka marki odzieżowej

KARKO

Joanna Karkowska

Skąd pomysł na stworzenie marki odzieżowej Karko?

Pomysł tak naprawdę zrodził się w wyniku chęci zaspokojenia własnej potrzeby. Moja figura po ciąży zmieniła się, a moje postrzeganie siebie nie. Marki odzieżowe oferujące produkty na rynku zazwyczaj nie projektują ubrań dla figur nieidealnych i w rozmiarze większym niż 42, oraz modnych i niepowtarzalnych. W związku z tym postanowiłam, że założę taką markę, aby kobiety, które nie mają doskonałej figury, też czuły się atrakcyjnie i modnie. Te panie, które postrzegają swoją figurę jako nieidealną, mogą wybrać odpowiedni fason oraz model z projektowanych przez nas ubrań i wyglądać oraz czuć się zniewalająco.



Świetna jakość, eleganckie kroje i mnogość rozmiarów pozwalają na dotarcie do wielu potencjalnych klientów.

Czym jeszcze wyróżnia się Karko?

Marka wyróżnia się tym, iż w 100% jesteśmy polskim producentem – zaczynając od projektu poprzez produkcję aż po dystrybucję. Nasze ubrania są przede wszystkim dla kobiet, które nie posiadają idealnej figury oraz standardowego rozmiaru, a mimo to są szczęśliwe i chcą ubierać się stylowo. W procesie projektowania wszystkie tkaniny oraz dodatki wybierane są przez nas z ogromną precyzją oraz starannością tak, aby nadawały modelowi piękna, ale też spełniały odpowiednio swoją funkcję. Inaczej analizujemy skład tkaniny w przypadku sukienki wieczorowej, którą zakładamy przede wszystkim po to, aby wyglądać efektownie, a inaczej ubrań do pracy, które mają być stylowe, ale również wygodne i funkcjonalne. W związku z tym tkaniny, z których szyczymy naszą odzież, muszą być dobrej jakości

oraz w jak najwyższym stopniu pochodzenia naturalnego. Nasze kolekcje projektowane są z dużą starannością oraz dbałością o najdrobniejsze detale. Każda kobieta powinna mieć w swojej szafie stylizacje, w których będzie wyglądać olśniewająco, ale oprócz tego będzie mogła cieszyć się nimi długi czas. Nasze modele są tak bardzo różnorodne z tego względu, że figura każdej kobiety jest niepowtarzalna. Dużą część pań ubieranych przez nas cechuje inny rozmiar górnej niż dolnej części garderoby. Zależy nam, by klientki mogły wybrać z naszych kolekcji modele, w których będą wyglądały atrakcyjnie, niepowtarzalnie, a oprócz tego będzie to stylizacja zgodna z aktualnymi trendami i w ulubionej barwie. Z tego właśnie powodu wszystkie sprzedawane przez nas ubrania szyte są w szerokiej gamie kolorystycznej.

Jakie cechy według pani powinien posiadać lider przyszłości?

Szczegółowe cechy zależą od tego, o jakim rodzaju lidera mówimy, tzn. czy jest to przywódca oraz motywator danej organizacji, czy może to przedsiębiorca kreujący trendy w określonej społeczności lokalnej, krajowej czy światowej. Według mnie wspólna cecha wszystkich liderów to dbałość o zasady etyczne oraz dobro jak największej liczby osób. Dla lidera priorytetem nie może być jego własne szczęście. Prawdziwy lider przyszłości powinien w szczególności dbać o osoby znajdujące się w jego otoczeniu, o misję, wizję i wykonywaną pracę. Moim celem i misją zawsze było życie w taki sposób, by zostawić po sobie coś ważnego i by jak najwięcej osób napotkanych na mojej drodze uszczęśliwić i zmotywować do dobrego życia.

Czy długie doświadczenie na polskim rynku odzieżowym sprawiło, że poznali państwo wady i zalety prowadzenia działalności?

Biznes na polskim rynku prowadzimy już 12 lat. Trudno jest nam mówić ogólnie o wadach czy zaletach, ponieważ wszystko zależy od punktu widzenia oraz charakteru i wymagań ludzi. To, co dla jednych jest wadą, dla innych jest zaletą i odwrotnie. Na przykład dla tych, którzy nie lubią ryzyka i chcą mieć jak najwięcej wolnego czasu, prowadzenie własnej działalności gospodarczej będzie męczące. Natomiast ludziom, którym nie przeszkadza ryzyko i nie lubią być ograniczani pracą na etacie, będzie przynosić

satysfakcję. Niezaprzeczalnie, prowadzenie biznesu nie jest proste i wiąże się z wieloma wymaganiami i wyrzeczeniami, nie jest to praca w określonych godzinach i określonym czasie, a nawet miejscu. To często praca od wczesnego ranka do późnego wieczora. Nawet budząc się w nocy, zamiast zasnąć ponownie, myślimy i analizujemy jakieś problemy lub wyzwania. Trzeba mieć świadomość, że będzie trzeba poświęcić dużo wolnego czasu, często kosztem własnego zdrowia i relacji rodzinnych. Ważne jest podejście do tych problemów. Należy rozumieć, że problem czy porażka jest to coś, z czego musimy wyciągnąć wnioski i naukę – one nie powinny nas dołować. Natomiast sukcesy powinniśmy traktować ze skromnością.

Czyli własna duża firma to dużo wyrzeczeń?

Oczywiście, bywa przecież, że pracujemy w święta, a nawet wtedy, gdy jesteśmy chorzy. Musimy liczyć się również z tym, że nie zawsze inni będą nas rozumieć i wspierać, i dotyczy to też najbliższej rodziny czy przyjaciół, którzy będą mieli prawo czuć się przez nas zaniedbywani i odrzuceni. Zdarsza się też, że nasi kontrahenci, mimo zaufania, oszukają nas, a pracownicy, o których podwyżki walczymy, będą nas mieć za wyzyskiwaczy. Jednak – mimo wszystkich wad – są też zalety, więc jeśli jesteś pracowity, ambitny, wytrwały i masz określone cele, a nawet misję, to szansa, że osiągniesz sukces, jest bardzo duża. Prowadząc własną działalność masz większe możliwości wdrażania do organizacji swoich pomysłów niż pracując u kogoś. Będąc dobrym liderem mamy wielką szansę otaczać się ludźmi z pasją, którzy będą rozwijać się razem z naszą organizacją, będą szczęśliwi i zaangażowani. A rodzina, patrząc jakim kosztem osiągnąłeś sukces, będzie z ciebie dumna.

Co możemy życzyć marce Karko w 2022 roku?

Jak najwięcej zadowolonych klientek oraz tego, żeby kobiety w naszych ubraniach były szczęśliwe, pewne siebie i czuły się atrakcyjnie bez względu na wiek i figurę. Ponadto chcemy dotrzeć do jak największej liczby takich kobiet, które nam ufają i utożsamiają się z naszymi celami. Moim marzeniem jest, aby marka Karko była też rozpoznawalna poza granicami Polski i stanowiła jak najlepszą wizytówkę naszego kraju.



Czym Jeziorska & Godlewska Aesthetic Academy wyróżnia się na tle innych klinik medycyny estetycznej?

Nasza marka to nowoczesna sieć gabinetów medycyny estetycznej i trychologii, mieszczących się w dużych miastach: Łodzi, Warszawie, Gdańsku i Wrocławiu. Jednak przede wszystkim jesteśmy prężnie rozwijającą się placówką szkoleniową. Prowadzimy w całej Polsce profesjonalne szkolenia przeznaczone dla kosmetologów, pielęgniarek i położnych. Realizujemy je opierając się na najnowszych osiągnięciach w medycynie estetycznej i regeneracyjnej. Na naszych szkoleniach kursanci zdobywają wiedzę na najwyższym poziomie, w atmosferze pełnego zaufania i szacunku, pod okiem jednego lub dwóch certyfikowanych szkoleniowców. Każdy uczestnik zdobywa naukę praktyczną podawania preparatów na modelkach, a produkty zawsze są atestowane i certyfikowane.



Czy zawsze pasjonowałyście się panie medycyną estetyczną?

Olga: Jestem dyplomowanym laborantem sekcyjnym i tajniki ludzkiego ciała poznawałam w prosektorium. Fakt, że jestem szczupłą i leworęczną, niejednokrotnie wzbudzał w obserwatorach zdziwienie, czy sobie poradzę np. ze 120-kilogramowym ciałem. Tak, daję radę i jestem w tym dobra, gdyż gruntowna znajomość ciała ludzkiego w praktyce, a nie tylko z książek, daje

mi ogromną przewagę. Medycyna estetyczna chyba przyszła do mnie razem z tańcem towarzyskim i potrzebą utrzymania swojego ciała w atrakcyjnym stanie. Kiedy patrzę na klienta, to widzę go od środka, jakbym miała w oczach rentgen i przenikała wzrokiem. Skrupulatnie oceniam jakość skóry, jej grubość, zwiotczenie, zabarwienie i już wiem, jaki wybrać najlepszy zabieg dla danej osoby, aby efekty były spektakularne.

Magdalena: Jestem dyplomowaną od 16 lat magister pielęgniarstwa, należę również do Polskiego Stowarzyszenia Trychologicznego. Medycyną pasjonowałam się od zawsze, natomiast zainteresowanie medycyną estetyczną przyszło do mnie trochę później. W pewnym momencie większość z nas uświadamia sobie, że jego dotychczasowe życie nie było takie, jak sobie wymarzył..., gdzieś po drodze zgubiła się wytyczona droga. Przecież nigdy nie wiemy, stojąc na początku, dokąd dojdziemy i czy kiedyś zrezygnujemy z planów. Dlatego wróciłam na ścieżkę, którą zawsze chciałam podążać. Teraz studia lekarskie otwierają przede mną tajniki ludzkiego ciała, jego tajemnice, przestrzeń i ograniczenia. To niesamowita sprawa. To powołanie.

Który dział dotyczący dbania o siebie i urodę jest dla pań najbardziej interesujący i dlaczego?

Trudno się skupić na jednym. Tak się nie da. Pacjentka prosi o poprawę owalu twarzy, a my widzimy, że również szyja lub dekolt wymaga delikatnej korekty. Patrzysz na dłonie, a ich pomarszczoną skórą nie wygląda najlepiej w porównaniu z już skorygowaną twarzą czy zadbaną szyją. Dlatego nie można patrzeć na wycinek. Zwracamy uwagę na całokształt problemu i mówimy o tym pacjentowi. Uczciwość działania i traktowanie pacjenta profesjonalnie oraz odpowiedzialnie zawsze dają najlepsze efekty. Szukamy sposobu, by nasze działania przynosiły pacjentowi jak największe zadowolenie i szczęście. Potrafimy także powiedzieć „nie”, ale uzasadnienie naszej decyzji jest merytoryczne a nie emocjonalne.

Czy spełniacie się panie w swojej pracy?

Spełniamy i uzupełniamy w 100%. Tworzymy pracowity duet dążący do tego, by nasi klienci byli bardzo zadowoleni z efektów i z chęcią do nas wracali po więcej. Czujemy się świetnie w pracy, którą bardzo szanujemy.

I najważniejsze – kochamy to, co robimy. Jak mówią nasze klientki: „upiększamy nie tylko ciało, ale i duszę”, i tego się trzymamy.

Kim jest lider przyszłości, jakie ma cechy?

„Jeżeli chcesz zarządzać ludźmi, to spraw, by chętnie podążali za tobą, zamiast na siłę pchać ich przed sobą”. W tym powiedzeniu mieści się wszystko: wiedza, charyzma, profesjonalizm, umiejętność łatwego nawiązywania kontaktu, ale i stanowczość, asertywność, wierność swoim zasadom i poglądom, argumentacja merytoryczna, umiejętna reakcja na sytuacje stresowe i wyjście z konfliktu. To wzrok utkwiony w celu a nie na drobiazgach. Lider musi mieć wizję i potrafi je uzasadnić, a w dodatku umiejętnie dąży do ich realizacji, pociągając za sobą innych.

Czy uważacie się panie za liderów przyszłości?

Olga: Widzę swoją przyszłość i wiem, co tam robię. Tak, postawiłam sobie wysokie wymagania, ale one są realne i da się to zrobić. Wymaga to jednak determinacji, nastawienia na cel, umiejętności pokonywania przeszkód. Sądzę, że mogę stanąć w jednym szeregu z liderami przyszłości, nie będę się czuła zagubiona. Pociągnę tam za sobą córkę, niech się rozwija i spełnia swe marzenia.

Magdalena: Tak, mam cechy pracowolichki i perfekcjonistki. Jestem osobą, która bardzo kocha i wierzy w ludzi. Nie należę do tych, co po trupach dochodzą do celu, a sprawy innych nie są mi obojętne. Pragnę naprawiać świat i czynić go lepszym. Tak, na pewno jestem wizjonerką, ale potrafię również podejmować odważne decyzje. Pragnę inspirować innych i motywować do dalszego rozwoju. Jestem kobietą bardzo wytrwałą, ale z ogromną pokorą, otwartością i wiarą w sercu.

Na stronie *MultiMedica* zapewnia, że jest „najlepszą kliniką”. Dlaczego tak jest i czym się wyróżnia?

MultiMedica to najlepsza klinika, miejsce stworzone w 1996 roku przez mojego śp. męża Marka Beldę, wspaniałego człowieka i bardzo zdolnego lekarza urologa. Byliśmy jednym z pierwszych prywatnych szpitali. Mieliliśmy 2 łóżka pobytowe, dwa pokoje, jeden z łazienką, więc pacjenci mogli zostawać na noc po zabiegach operacyjnych. Nasz mały domowy szpital mieścił się w sercu wrocławskich Karłowic, w jednorodziennym domu, który wynajmowaliśmy. Był znany w środowisku taksówkarzy jako „dom pod zielonym kogutem”.



Z czego jest pani najbardziej dumna prowadząc klinikę?

Od pierwszego zabiegu we wrześniu 1996 roku chcieliśmy, aby pacjent czuł się u nas jak w domu. Pokoje nazywane były kolorami, a posiłki podawaliśmy na życzenie. Nawet pobliscy oo. franciszkanie zaglądali do nas z koleją. Tak jest do dziś, znamy swoich pacjentów, ich rodziny i relacje.

Stawiacie pacjenta na pierwszym miejscu. Dlaczego jest to tak ważne?

Pacjent był, jest i będzie najważniejszy. To od początku nasza wizja, a nie strategia marketingowa lub PR. Po prostu życie, gdyż zadowolony, zdrowy pacjent przyprowadza kolejnego. I tak powstaje mieszanka doświadczenia, wiedzy i budowanie miejsca przyjaznego dla pacjenta. Miejsca, gdzie będzie czuł się bezpieczny i poczuje, że trafił w dobre ręce. Może to brzmi staroświecko, może należy to obecnie nazwać marketingiem relacji, jednak uważam, że nigdy nie powinno się dopuścić do utraty zaufania pacjenta, który

oddał się nam w opiekę. Nie wyobrażam sobie, aby pacjent został zdegradowany do roli przypadku medycznego. Tym bardziej, że płaci za usługę.

Jakie zabiegi ma w ofercie klinika?

W *multiMedica* wykonujemy zabiegi z zakresu chirurgii jednego dnia. Konsultują u nas specjaliści chirurdzy, ortopedzi, ginekolodzy, pediatra, neurochirurg, nefrolog, kardiolog i dermatolog. Odbývają się tu szkolenia z zakresu medycyny estetycznej, prowadzone przez Inez Bejnar. Nagrywane są też odcinki popularnych filmów. Działa u nas ośrodek badań klinicznych z zakresu dermatologii, wykonujemy leczenia skolioz metodą ISST Schroth oraz fizjoterapię ginekologiczną kobiet.

Czy któraś dziedzina medyczna jest pani ulubioną?

Jestem pielęgniarzką i uwielbiam swoją pracę. Od zawsze podobał mi się czepek pielęgniarzski jako symbol zawodu. Fascynował mnie świat szpitala, ceremonia wizyt, magia sali operacyjnej, która nie bez powodu nazywana jest „operation theatre”. W obecnej chwili zajmuję się głównie papierami, ale chętnie pojawia się na sali operacyjnej, by leczyć botoksem migreny czy nadpotliwość, wykonywać zabiegi „turbospalania”, szycić nićmi PDO i wykonywać wlewy witaminowe. Te tzw. wlewy młodości bardzo pomagają w regeneracji organizmu, leczą zmęczenia, depresję oraz osłabienie pokowidowe.

Jaka przyszłość czeka *multiMedicę*, gdzie będzie za kilka lat?

W tej chwili rzeczywistość pokowidowa nie jest łatwa, ale wierzę, że kolejne lata przed nami. Nasza córka chce być lekarzem, więc będzie kontynuować dzieło Marka. Klinika na 25-lecie otrzymała nazwę im. Marka Beldy. Mój mąż zawsze był całą dobę dostępny dla pacjenta, nigdy nie miał czasu na zadbanie o siebie, zmarł na nowotwór. Skończyło się tak, jak powiedział Dalajlama: „Człowiek poświęca swoje zdrowie, by zarobić pieniądze, następnie poświęca pieniądze, by odzyskać zdrowie”. Dlatego zamierzam dbać o swój komfort – pomagać innym, ale nie swoim kosztem.

Kim jest według pani lider przyszłości?

Lider przyszłości to osoba, która potrafi wysyłać do swojego zespołu sygnały przynależności: *jesteś jednym z nas, jesteśmy podobni, mamy dobre intencje i cele, mamy wspólną przyszłość*. Lider doceni, odda autonomię, przyznaje się do błędów, pyta, buduje sojusz. Rola lidera to angażować, brać odpowiedzialność, wspierać, organizować pracę, delegować zadania oraz inspirować.

Jak na przestrzeni lat zmieniała się rola lidera?

Uważam, że kiedyś lider czy kierownik starał się być twardym szefem. Wysoki status, dyrektywy, niedostępność. Za Machiavellim: „Lepiej, by się ciebie bano niż byś był kochany”, tak kiedyś było. W tej chwili, też za Machiavellim: „Zachowanie lidera powinno zależeć od jego natury i rodzaju wyzwań, przed którymi stoi...”

Jakie cechy są najważniejsze w byciu dobrym liderem?

Czy liderem się staje czy trzeba się nim urodzić?

Najważniejsza cecha to umiejętność zapewniania współpracownikom psychologicznego bezpieczeństwa. Zespół powinien mieć świadomość, że nikt nie zostanie ukarany czy upokorzony za dzielenie się pomysłami, pytaniami, obowiązkami lub za przyznanie się do błędu. Sądzę, że liderem trzeba się urodzić. Nauczyć się można tego, jak wkładać idealną energię w komunikację.

Skąd marka Desigual wzięła się w pani życiu i dlaczego jest tak wyjątkowa?

Zawsze byłam osobą ambitną i chętną do rozwoju osobistego oraz biznesowego. Własną firmę prowadzę od ponad 20 lat i w trakcie tego czasu działałam w różnych branżach, stale poszukując takiej, która najlepiej spełni moje aspiracje i przyniesie prawdziwą satysfakcję. Okazała się nią być branża mody, a Desigual pojawiła się przy okazji podróży po różnych miejscach świata, gdzie wszędzie natrafiałam na sklepy tej marki. Zainteresowały i zaintrygowały mnie zarówno ze względu na unikatowy wystrój wnętrza, jak i kolekcje, zachwycające bogactwem wzorów i kolorów. Desigual zdecydowanie wyróżnia się stylem od pozostałych – poprzez różnorodność i wielobarwność swoich projektów, ubrań i akcesoriów pozwala wyrazić najlepszą wersję siebie, i tym właśnie mnie urzekła. Wyjątkowość Desigual zachęca do tworzenia niebanalnych stylizacji, co daje możliwość znalezienia indywidualnego stylu w wyrażaniu siebie, jednocześnie nie rujnując budżetu.



**Otwarcie sklepu w Szczecinie było wielkim wydarzeniem.
Jak wyglądały przygotowania i co działo się w tym ważnym dniu?**

Poszukiwanie biznesu zgodnego z moimi aspiracjami doprowadziło mnie do uzyskania statusu autoryzowanego dealera Desigual i otwarcia sklepu stacjonarnego tej marki w moim rodzinnym Szczecinie. W 2018 roku rozpoczęłam niezbędne rozmowy z przedstawicielami tej hiszpańskiej firmy. Ponadto zbierałam informacje w zakresie rozeznania lokalnego rynku oraz podjęłam działania mające na celu pozyskanie środków finansowych na tę

inwestycję. Nie było to łatwym zadaniem, gdyż warunków i wytycznych do spełnienia, zgodnych z najwyższymi standardami firmy, było wiele. Ostatecznie udało mi się stanąć na wysokości zadania. W międzyczasie prowadziłam rekrutację odpowiedniego zespołu sprzedażowego. Zależało mi na osobach o wysokich kompetencjach i z determinacją angażujących się w osiągnięcie wyznaczonych celów. Finałem moich działań było otwarcie w 2019 roku salonu z odzieżą i akcesoriami dla kobiet jako autoryzowany dealer Desigual w największej galerii handlowej w samym sercu miasta. Ten dzień był finałem realizacji mojego największego i najbardziej wyciekowanego marzenia o sprowadzeniu do Szczecina marki odzieżowej o międzynarodowej sławie, nietuzinkowej, pozwalającej poprzez swoje ubrania, obuwie i akcesoria wyrażać siebie w każdym możliwym aspekcie, a jednocześnie pozostawać bardzo indywidualnym. Było to wydarzenie zaplanowane z najmniejszymi szczegółami – lokal przygotowywany był od podstaw i dostosowany pod względem budowlanym, dekoracyjnym, jak i całej aranżacji, do wymogów Desigual. Dzień przed otwarciem ja i cały zespół pracowaliśmy do późnych godzin nocnych, aby sklep na przywitanie klientów wyglądał wzorowo. Ponadto inauguracja poprzedzona była artykułem na ten temat w lokalnej prasie oraz reklamą w stacjach radiowych. W dniu otwarcia byli z nami hiszpańscy i polscy przedstawiciele marki, a na terenie galerii prowadzona była akcja marketingowa na nasz temat. Odwiedziło nas wielu klientów, od których usłyszeliśmy niezliczoną ilość słów zachwytu, dotyczących wystroju, towarów oraz jakości obsługi.

Jaka jest misja firmy?

Marzeniem twórcy Desigual, Thomasa Meyera, było „ubierać ludzi w inny sposób”. Esencję marki określa się przez jej indywidualność oraz unikalny charakter ubrań, który ma na celu nadanie autentyczności ludziom chcącym wyrazić poprzez ubrania najlepszą wersję siebie. Misją przewodnią marki jest tworzenie produktów, które są łatwo dostępne i generują pozytywne emocje. Kolor, tolerancja, zabawa, dobra energia – to hasła przewodnie kolekcji Desigual.

Czy sklepy stacjonarne mają swoją przyszłość, gdy wszystko przenosi się do e-sklepów? Jakie trendy pani zauważa?

Okres pandemii niestety postawił przyszłość sklepów stacjonarnych pod znakiem zapytania. W wyniku zastosowanych obostrzeń konsumenci przenieśli swoje nawyki zakupowe do internetu. Zdecydowanie częściej wybierają teraz ten obszar do zakupów w wielu branżach, w tym również mody. Docenili w e-commerce wygodę i oszczędność czasu. Istotna jest też dla klientów elastyczność tego sposobu zakupów – mogą kupować w e-sklepach bez względu na stan zdrowia czy porę dnia. Do tego w handlu elektronicznym mają do dyspozycji w zasadzie nieograniczony wybór produktów i to z każdego miejsca na Ziemi. Ponadto rzeczy kupione przez internet są zazwyczaj tańsze od tych w sklepach stacjonarnych, gdyż drugie generują większe koszty utrzymania. Klient ma możliwość skorzystania z licznych internetowych porównywarek cenowych, co daje mu gwarancję optymalnego wyboru miejsca zakupu. W wyniku tego sklepy stacjonarne notują trend przekształcania się w swojego rodzaju showroomy, czyli miejsca, do których klienci przychodzą po to, aby pooglądać „na żywo” i ewentualnie poprzymierzać towar, a zakupu ostatecznie i tak dokonują drogą on-line. W związku z tą tendencją zdecydowałam się otworzyć elektroniczną platformę zakupową asortymentu mojego sklepu, czyli stronę internetową www.Mozzaika.eu.

Kim według pani jest lider przyszłości?

W obecnych czasach, gdzie zmiany są bardzo nieprzewidywalne i zachodzą niezwykle szybko, lider powinien być osobą, której myślą przewodnią jest zdanie: „jedyną stałą rzeczą w naszym świecie jest zmiana”, i będzie potrafił tymi zmianami skutecznie zarządzać. Lider przyszłości to przede wszystkim ktoś, kto potrafi zmianę, a nawet już jej zapowiedź, odpowiednio wcześniej dostrzegać i efektywnie wyprzedzać, tworząc tym przewagę w otaczającym go środowisku na rynku.

Czas pandemii był trudny dla wszystkich. Czy wpłynął na sposób pracy lidera?

Ten czas zmienił wiele w otaczającym nas świecie, funkcjonowaniu firm oraz zwyczajach zwykłych ludzi. Tym bardziej więc aktualna rzeczywistość wymusza zmiany w sposobie pracy lidera. Musi on, oprócz szybkiego reagowania na zmiany, bardzo dobrze orientować się w technologii cyfrowej i nadszalać za nią, pozostając dobrym strategiem i przywódcą innowacyjnym, otwartym na różnorodne kontakty w komunikacji z innymi.

Czy z cechami lidera trzeba się urodzić, czy da się je nabyć?

Lider to specyficzna i niezwykle odpowiedzialna rola, wymagająca szczególnych cech i umiejętności, przede wszystkim przywódczych. To osoba zaangażowana, zdeterminowana do działania i z jasno określoną wizją, a przy tym godna zaufania, słowna, odpowiedzialna, dobrze wywiązująca się z powierzonych zadań. Sposób działania lidera powinien być przejrzysty i precyzyjny, napotkane przeszkody powinny mobilizować go do szukania możliwie skutecznych rozwiązań. Wymaga to dużej siły woli i motywacji, więc w obliczu trudności lider musi umieć zapanować nad emocjami, zachowywać pewność siebie i potrafić zarządzać, kierując się rzetelną analizą zaistniałej sytuacji. Lider zawsze powinien dawać dobry przykład, zarówno kulturą osobistą, jak i sposobem działania, wykazywać się dobrą intuicją oraz inteligencją emocjonalną, aby wiele istotnych kwestii „wyczuwać” i umieć wyciągać słuszne wnioski. Niezbędne umiejętności lidera to także umiejętność przewidywania, w jakim kierunku się rozwijać. W związku z powyższym uważam, że rola lidera nie jest dla każdego. Do pełnienia tej funkcji należy posiadać wiele specjalistycznych kompetencji oraz szlachetnych cech, których oczywiście możemy się nauczyć lub wyćwiczyć w procesie edukacji, lecz z pewnymi trzeba się po prostu urodzić lub nabyć je w trakcie dorostania, dzięki odpowiedniemu wychowaniu.



Od kilku lat prowadzi pani placówkę bankową, jaka była pani droga zawodowa i czy zawsze związana była z bankowością?

Jak każde dziecko, miałam wiele planów na swój przyszły zawód. Był czas, kiedy tak zainteresowała mnie biologia i chemia, że w szkole podstawowej marzyłam, by być lekarzem. Natomiast w szkole średniej marzyłam o psychologii, ale gdy przyszło do złożenia dokumentów na studia, wybrałam kierunek finanse i rachunkowość. Wtedy nie do końca jeszcze wiedziałam, czym będę się w życiu zajmować, jednak na studiach zdecydowanie bardziej interesowały mnie kierunki finansowe, więc podjęłam decyzję, że chcę pracować w banku. Droga do własnej placówki franczyzowej była bardzo ciekawa – przez moment byłam doradcą finansowym w jednej ze szczecińskich firm, później telemarketerem w placówce bankowej, ale to zniechęciło mnie do pracy. Wróciłam więc w rodzinne strony i rozpoczynając zaoczne studia z zarządzania, szukałam zatrudnienia. Trafiłam na ogłoszenie jako doradca klienta w banku i wysłałam CV. Postanowiłam dać sobie jeszcze jedną szansę w bankowości i jak widać, podjęłam najlepszą w życiu decyzję. Przyznam się, że w pierwszych miesiącach mojej pracy byłam przerażona ilością procedur, które muszę znać, zasadami bezpieczeństwa i standardami obsługi. Jednak powzięłam sobie za cel, że będę najlepszym doradcą bankowym w okolicy. Takim, do którego ludzie chcą wracać, a przede wszystkim



takim, z jakim sama jako klient chciałabym współpracować. Sądzę, że dlatego właśnie dostałam propozycję przejęcia placówki bankowej, w której pracowałam. Jednak gdyby nie pomoc moich bliskich, nie udało by się przejść procesu przejęcia. Od tego dnia mija właśnie 7 lat.

Czym kieruje się pani w życiu zawodowym i co jest najważniejsze?

W życiu zawodowym i nie tylko kieruję się takimi zasadami i wartościami, jakich sama oczekuję od ludzi – przede wszystkim uczciwością, szczerością i rzetelnością. Ponadto, co zawsze powtarzam, jestem doradcą, a nie sprzedawcą. Często słyszę pytanie, na czym polega różnica. Dla mnie różnica jest diametralna. W bankowości „sprzedawca” wciska klientowi produkty, których ten często nie potrzebuje, z których nie może w pełni korzystać albo na które go po prostu nie stać. Natomiast bycie doradcą to tworzenie więzi, budowanie zaufania, poznanie na tyle swojego klienta, aby dopasować odpowiednie rozwiązania do jego potrzeb. Dla doradcy nie każda wizyta musi kończyć się sprzedażą. Uwielbiam, jak dzwonią do mnie klienci z podziękowaniami, że na przykład karta kredytowa, która była na „czarną godzinę”, pomogła w zakupie nowej pralki, bo poprzednia odmówiła posłuszeństwa. Cenię to, że ludzie ufają mi na tyle, że powierzają mi najbardziej osobiste przeżycia. To udowadnia, że sposób mojej pracy oraz jaką jestem osobą, zostaje doceniane przez wielu ludzi.

Gdzie widzi się pani za kilka lat i jakie są pani plany biznesowe?

Planów mam bardzo wiele, czasem się zastanawiam, czy na ich realizację wystarczy mi życia. Nadal olbrzymią energię będę wkładać w ciągłą edukację siebie, swoich pracowników, społeczności, ale nie tylko lokalnej. Odkryłam, jak wielką radość sprawia mi możliwość dzielenia się swoją wiedzą z innymi poprzez profile Twoja Pani z Banku, Twój Specjalista Finansowy czy Kurs Małego Bankiera. Wiem, że to będzie kierunek, w którym chcę podążać. Jednak na przestrzeni najbliższych lat chciałabym zdecydowanie więcej czasu poświęcić rodzinie, skupić się na własnym zdrowiu, ale przede wszystkim pomóc jeszcze wielu ludziom. Obecnie mierzymy się z sytuacją, której w XXI wieku nikt się nie spodziewał. Ten czas pokazał

mi, że muszę się na chwilę zatrzymać, skorygować niektóre działania i plany, na nowo ustalić priorytety w życiu. Bez względu na to, co wydarzy się na świecie czy w Polsce, nie widzę się w żadnej innej pracy, jak tylko w takiej, która pozwoli mi na kontakt z ludźmi.

Jest pani przedstawicielką stowarzyszenia KobiECE Oblicze Biznesu. Proszę powiedzieć kilka słów o jego działalności.

Stowarzyszenie KobiECE Oblicze Biznesu to spełnienie mojego marzenia o tym, aby kobiety ze sobą współpracowały, pomagały sobie i innym, ale również znalazły miejsce, w którym mogą rozwijać swoje umiejętności oraz zdobywać nowe doświadczenia. Jednak, by to marzenie mogło się spełnić, musiały znaleźć się równie zdeterminowane i szalone dziewczyny. To akurat nie było problemem, bo z członkiniami Stowarzyszenia znamy się już długo i wiem, że w każdej z nich kiełkowała taka inicjatywa. Wystarczyło jedno nasze spotkanie pod koniec roku, abyśmy zaczęły działać. W styczniu nasze stowarzyszenie było już zarejestrowane w Starostwie Powiatowym. W swoich szeregach mamy wspaniałe kobiety, które wyróżniają się olbrzymią pasją, zaangażowaniem, niesieniem pomocy innym – prawdziwe liderki. W tym roku planujemy zorganizować spotkania otwarte ze specjalistami z różnych branż, dlatego skrupulatnie pracujemy nad pozyskaniem zarówno partnerów, jak i sponsorów dla działań w przyszłości. Chcemy, aby swoje miejsce znalazły u nas równie ambitne i kreatywne kobiety. Zapraszam do obserwowania profilu stowarzyszenia na Facebooku, ponieważ tam na bieżąco publikujemy to, czym będziemy się zajmowały.

**Czy kobiety są dobrymi liderkami?
Jakie stoją wyzwania przed kobietą liderką?**

Kobiety są wspaniałymi liderkami, ponieważ potrafią się dobrze zorganizować, mają głowy pełne pomysłów, są zaangażowane, a przede wszystkim troskliwe. Jednak największym wyzwaniem dla kobiety lidera jest jej walka z samą sobą, z własnymi emocjami. W biznesie powinniśmy być bardziej stanowcze, czasem bezwzględne, ambitne, ale są sytuacje, które mogą nas złamać i ujawnić nasze typowo kobiece cechy,

takie jak delikatność i wrażliwość. Sprawiają one, że podjęte przez nas decyzje czasem są niewytłumaczalne biznesowo. To oczywiście nie jest złe, ponieważ my jako kobiety jesteśmy w stanie poradzić sobie w każdej sytuacji, przecież na co dzień zajmujemy się domem i biznesem jednocześnie. To w kobietach uwielbiam i podziwiam za to, że są tak zorganizowane i potrafią łączyć w sobie wiele ról bez uszczerbku na każdej z nich. Jedynie martwi mnie wszechobecna krytyka i hejt, z jakim muszą mierzyć się kobiety liderki. Sama niejednokrotnie tego doświadczyłam i wiem, jak trudno jest się pozbierać po czymś takim.

Kim według pani jest lider przyszłości, jakie ma cechy?

Lider przyszłości według mnie to osoba, która w zmieniającej się rzeczywistości jest na tyle elastyczna, że potrafi dopasować się do każdej sytuacji, przede wszystkim działać w różnych aspektach, poszerzać ofertę swojej firmy, jednak pozostając przy tym wierna swoim zasadom, na których budowała działalność. Lider to osoba która jest zarówno mentorem, trenerem i coachem. Bycie liderem w obecnych czasach to odwaga, na którą stać nielicznych. Wspomniałam już o krytyce, z którą należy się mierzyć, jednak nie możemy pozwolić, aby to ona powstrzymała nas przed realizacją działań, planów, spełnianiem marzeń. Lider przyszłości to człowiek, który swoją charyzmą porywa za sobą tłumy. Jednak porywa je nie dla swojej sławy, bogactwa, ale wykorzystuje do celów, które niosą pomoc potrzebującym.

Czy lider rodzi się z pewnymi cechami przywódczymi, czy też można się ich wyuczyć?

Moim zdaniem w każdym z nas drzemią cechy przywódcze i to zależy w dużej mierze od nas samych, czy damy im szansę się ujawnić. Wiem na swoim przykładzie, że gdyby nie szansa, którą kiedyś mi dano, nie byłabym dzisiaj w miejscu, w którym jestem. Podjęłam ogromne ryzyko i nauczyłam się wiele przez wszystkie lata. Każdy włożony w tę pracę wysiłek był wart wszystkiego. Jednak cech przywódczych trzeba się też uczyć, a przede wszystkim korygować swoje zachowanie. W biznesie

należy uważać na każdy podjęty krok, ponieważ ten niewłaściwy może doprowadzić naszą firmę do upadku. Dobry przywódca powinien się ciągle rozwijać, szczególnie w kwestiach motywacji pracowników, bo to szalenie istotne w dzisiejszych czasach. To, czy jesteśmy dobrymi liderami, nie podlega naszej ocenie, bo przecież „ważne jest to, co mówią o tobie, gdy wyjdiesz z pokoju”.

Właścicielka Ever & Co Jewellery

Ever & Co.

Edyta Wieczorek

Co wyróżnia na rynku firmę Ever & Co Jewellery?

Moją firmę wyróżnia przede wszystkim wyjątkowa jakość i stosowanie w biżuterii wyłącznie kamieni szlachetnych pochodzenia naturalnego. Są to kamienie rzadkie, trudno dostępne, o dużej wartości inwestycyjnej i kolekcjonerskiej. Używamy tylko tradycyjnych technik złotniczych – każdy element wykonywany jest ręcznie, nie są to odlewy, które stanowią teraz podstawową metodę w masowej produkcji biżuterii. Nie stosujemy kamieni syntetycznych, powstających w laboratoriach, które nie posiadają żadnej wartości oprócz walorów ozdobnych. Odkrywamy na nowo magiczną i uzdrawiającą moc kamieni pochodzących z wnętrza Ziemi. Łączymy naturalne piękno ze złotem (18-karatowym) lub platyną o najwyższej jakości. Nie prowadzimy sprzedaży internetowej ani sklepów stacjonarnych, traktujemy nasze produkty jak dzieła sztuki, dlatego są dostępne tylko na zamówienie. Jest to biżuteria jednostkowa i niepowtarzalna. W naszych projektach łączymy klasykę z elementami nowoczesnymi w taki sposób, że może być ona noszona zarówno na co dzień, jak i na wielkie gale. Są to projekty odważne i nietuzinkowe, dla wymagających i miłujących piękno. Nasza firma jest nastawiona na zachowanie wyjątkowości i wytwarzanie produktów najwyższej jakości oraz wprowadzanie nowych trendów inwestycyjnych do tej pory niedocenianych w Polsce.



Skąd pomysł na branżę jubilerską?

Pomysł na markę powstał z pasji do tworzenia przedmiotów pięknych i wyjątkowych oraz obcowania z nimi na co dzień. Branża jubilerska tego typu

jest niedoceniana w Polsce i jest to działalność niszowa, ale coraz więcej osób przekonuje się do kupna tego rodzaju biżuterii głównie jako inwestycji w niepewnych finansowo czasach. Obserwujemy również zainteresowanie biżuterią ślubną i zaręczynową, odejście od klasycznego pierścionka z małym diamentem i zastąpienie go kolorowym kamieniem szlachetnym, takim jak szmaragd, szafir, rubin, tanzanit, cytryn czy ametyst. Są to też kamienie zodiakalne i mogą być wspaniałym amuletem na całe życie, przynosząc zdrowie, szczęście, miłość i sukcesy. Bardzo duże zainteresowanie stanowi też zakuwanie kamieni w obrączkach ślubnych u obu małżonków.

Jakie są najważniejsze zalety prowadzenia Ever & Co Jewellery?

Cieszę się, że mogę spełniać swoje marzenia i dzielić się pięknem z innymi. Praca z kamieniami i projektowanie dają mi dużo zadowolenia i satysfakcji, a wydobywanie z nich piękna poprzez odpowiednią oprawę jest bardzo ekscytujące. Oprócz kamieni szlachetnych stosujemy w biżuterii również kamienie półszlachetne, takie jak: turkus, chryzopraz, agat, jadeit, malachit, jaspis czy koral. Ponadto oprócz projektowania i sprzedaży biżuterii świadczymy usługi w zakresie doradztwa przy zakupie kamieni w celach inwestycyjnych oraz pośredniczymy w ich sprowadzeniu do Polski.

Liderem trzeba się urodzić czy można się wyuczyć pewnych cech przywódczych?

Liderem można się stać w każdym wieku, niektórzy są nimi szybciej, mając już w dzieciństwie sprzyjające warunki, lub dorastając w rodzinie liderów, gdzie otrzymują pewne wzorce. Ci, którzy nie mają tyle szczęścia, muszą wypracować w sobie niezbędne cechy, a to może trwać czasami wiele lat.

Kim według pani jest lider przyszłości i jakie cechy posiada?

Liderzy przyszłości według mnie powinni być bardzo odważni, powinni przełamywać stereotypy i prowadzić firmy z pasji a nie tylko z chęci zysku. Muszą wprowadzać nowe trendy i innowacje z poszanowaniem środowiska i w taki sposób, by dbać o pracowników, stwarzając bezpieczne miejsca pracy i płacąc godziwe wynagrodzenie. Powinni też sięgać do segmentów niszowych, niedocenionych, które zostały wyparte przez masową produkcję z zaniżoną jakością w walce o konkurencyjne ceny.



Jaka jest historia firmy „Krawiec Wiśniewski”?

Nasza firma krawiecka dział już od czterech pokoleń i nieustannie państwu służy, zapewniając niepowtarzalność poprzez modny krój, perfekcję wykonania – to styl i elegancja. Wszyscy wiedzą, że „Wiśniewski” to doskonała marka! Początek to lata dwudzieste XX wieku, od których liczymy lata krawieckich poczynań kolejnych pokoleń. Fakt ten dokumentują dwie zachowane jakimś cudem reklamy, mówiące o zaistnieniu „Wiśniewskich” na terenie tworzącej się z nadmorskich piasków Gdyni. Najstarsza z nich w „Dzienniku Gdyńskim” nosi datę 16.12.1936 r. Naszymi klientami są prezydenci, politycy, właściciele wielkich przedsiębiorstw, jak i ludzie, którzy cenią sobie doskonały elegancki wygląd na co dzień. Sporą część klientów stanowią też ci „okazyjni” na śluby, studniówki. Każdy z nich wyraża wdzięczność przede wszystkim swoim wyglądem, jak i szczerym zadowoleniem, o czym świadczą opinie i podziękowania.



Co daje mężczyźnie garnitur?

Dobrze skrojony garnitur koryguje wady sylwetki, i podkreśla zalety. Jest naszym gorsetem, a umiejętność znalezienia proporcji przy długich nogach, krótkich rękach, pochyłych ramionach, brzuszku czy atletycznej sylwetce, to najważniejsze, choć nie jedyne cechy garnituru szytego na miarę. Postrzeganie mody, zmieniających się trendów, fasonów, kroju, wycucie

stylu, smaku oraz dbałość o detale wykończenia – tego wszystkiego powinniśmy oczekiwać od krawca. Dobrego krawca.

Przysłowia mówią, że najważniejsze jest pierwsze wrażenie, oraz jak cię widzą, tak cię piszą. Dlaczego ubiór jest taki ważny?

Ubiór jest pierwszym i najważniejszym elementem klasyfikacji i wyróżnienia. Czy jesteś z wyższej klasy stylu, czy też aspirujesz do bycia taką osobą, twój garnitur to powie, ponieważ całym sobą reprezentujesz styl życia. Pamiętaj, że ubiorem wyrażasz szacunek do innych, a zarazem tworzysz wrażenie, jak jesteś postrzegany. Sprawiaj, żeby świat wokół ciebie stawał się piękniejszy!

Jakie cechy powinien według pana posiadać lider przyszłości?

Lider przyszłości to postać, która kieruje się ideą – to od niej rodzi się poczucie misji, działania, całe otoczenie. Zdecydowanie wie, czego chce i działa w zgodzie ze sobą, wyróżnia go prawdziwa charyzma i autentyczność. Lider dba o ludzi i potrafi swoim przykładem inspirować. Przy pojawiających się trudnościach szuka rozwiązań, zamiast chować głowę w piasek. Siła osobista lidera jest zapisana tak głęboko, że przewycięża ludzką słabość.

Czy uważa pan, że branża fashion w Polsce ucierpiała przez pandemię i wojnę w Ukrainie?

Doceniam umiejętność zarabiania pieniędzy przez ekspertów w branży, są to prawdziwi biznesmeni. Być może ostatnie wydarzenia odsuną ludzi od bezmyślnego nabywania drogich rzeczy. Być może, przez trudne czasy jesteśmy bliżej skoku świadomości. Osobiście zupełnie nie utożsamiam się z branżą. Tworzę klasykę, która jest zawsze modna i nie ma dużo wspólnego z branżą fashion.

Czym zajmuje się firma Souczek Detailing i jak długo jest na polskim rynku?

Souczek Detailing to w skrócie salon pielęgnacji i personalizacji aut, w którym odbywają się największe metamorfozy aut w Polsce! Zajmujemy się zabezpieczaniem lakierów za pomocą powłok ceramicznych i folii ochronnych, ich wizualną przemianą poprzez zmianę koloru foliami, a także innymi usługami, takimi jak przyciemnianie szyb czy korekty lakieru. Prowadzimy też myjnię w galerii handlowej.



Dlaczego wybrał pan branżę dotyczącą pielęgnacji aut?

Każdy w swoim życiu ma pasję, coś co lubi robić, co go napędza. Dla mnie pasją jest moja firma, a usługi pielęgnacji aut od zawsze mi towarzyszyły. Jak każdy właściciel firmy jestem czasem zmęczony, nerwowy, ale mimo tego uważam, że to co robię, nie jest moją pracą. Przecież mówi się, że jeśli lubisz to, co robisz, to nie przepracujesz ani jednego dnia w życiu. Uwielbiam auta, warkot silników, zapach spalin. Uwielbiam, kiedy auto się wyróżnia, kiedy lakier jest w idealnym stanie. Lubię wykonywać indywidualne projekty dzięki folii do zmiany koloru. Jednak najbardziej cieszy mnie, że tym co robię, uszczęśliwiam innych miłośników samochodów.

Co wyróżnia firmę Souczek Detailing na tle innych firm?

Od zawsze staraliśmy się wyjść z tłumu. Ponad wszystko stawialiśmy na jakość i do tej pory jest ona dla nas najważniejsza. Dobra praca sama się obroni. Używamy tylko najlepszych materiałów od sprawdzonych producentów. Od zawsze stawiamy też na silny marketing, w obecnych czasach tylko w ten sposób można się wybić. Jednak myślę, że przede wszystkim

wyróżnia nas to, że po prostu jesteśmy dla klienta. To klient jest dla nas najważniejszy i staramy się sprostać jego wszystkim oczekiwaniom. Cały czas poszerzamy usługi po to, aby w jednym miejscu profesjonalnie i kompleksowo zaopiekować się każdym autem.

Jakie cechy powinien posiadać lider przyszłości?

I czym jest tytuł lidera przyszłości dla państwa?

Lider przyszłości naszym zdaniem powinien wyróżniać się wśród innych firm ze swojej branży. Powinien wyznaczać trendy i tworzyć swego rodzaju styl, którym inni chcą podążać. Wyróżnienie tytułem "lidera przyszłości" jest dla nas pewnego rodzaju zapłatą za to, co robimy, za nasze starania, lata ciężkiej pracy i dążenie do perfekcji. Cieszymy się, że ludzie widzą w nas przyszłość tej branży, to bardzo miłe być tak wyróżnionym zespołem.

Liderzy przyszłości zaprezentowani w publikacji:

Adam Struzik.....	5
Joanna Przetakiewicz-Rooijens.....	9
Agustin Egurrola.....	13
Marzena Łasińska.....	15
Katarzyna Osipowicz, Piotr Turkowski.....	23
Rafał Afanasjef.....	29
Jan K. Górczyński.....	33
Vadym Kravchenko, Iryna Miłkowska.....	37
Tomasz Wiśniewski.....	41
Dawid Leśniakiewicz, Radosław Kulesza.....	45
Jacek Rutkowski.....	51
Roman Tabaka.....	55
Kamila Żak.....	59
Edyta Watkowska.....	63
Joanna Karkowska.....	67
Magdalena Godlewska, Olga Jeziorska.....	71
Anna Belda.....	75
Aleksandra Gajdzis.....	79
Ewelina Czaplińska.....	83
Edyta Wieczorek.....	89
Tomasz Wiśniewski.....	91
Maciej Souczek.....	93

Zapraszamy na naszą stronę

<http://forumbiznesu.waw.pl/>

BusinessForum



DR MILENA GOŁDA to organizatorka konferencji i doradczyni rządów jako ekspert od budowy marki i inwestycji zagranicznych. Pracując na zlecenia Forbes, Fortune, Foreign Policy, organizowała konferencje inwestycyjne w Nowym Jorku i Londynie m.in. w Council of Foreign Relations, a od 3 lat działa w Polsce. Przeprowadziła tysiące wywiadów z prezydentami, premierami, ministrami, miliarderami i milionerami, prezesami światowych firm. Pracowała w ponad 30. krajach na 5. kontynentach. Od 15 lat jest współwłaścicielką magazynu on-line CEOWorld Magazine. Jest wielokrotną stypendystką – w tym rządu hiszpańskiego na studiach doktoranckich w Madrycie na Uniwersytecie Complutense de Madrid, Akademii Dyplomatycznej w Madrycie i ONZ, Uniwersytecie Warszawskim. Odebrała studia na Akademii Dyplomatycznej w Wiedniu w połączeniu z MA z John Hopkins University. Ukończyła MBA i Doctor of Business Administration Collegium Humanum. Pasjonatka rozwoju osobistego i duchowego praktykująca od lat Hunę i Ho'oponopono.

W publikacji „Liderzy Przyszłości” czeka na Ciebie szereg historii wspaniale prosperujących firm, które mamy nadzieję staną się inspiracją do kreowania nowych pomysłów, wprowadzania innowacji i przeprojektowania własnych biznesów oraz impulsem do doskonalenia własnych umiejętności. Liderzy, bohaterzy tej książki, to niepoprawni optymiści, profesjonalni w działaniu i zdeterminowani na sukces. Pokonują wiele przeciwności, a porażki przekuwają w sukces.



TOP POLISH BRANDS

PARTNERZY

CEOWORLD MAGAZINE

BusinessForum

Mazowsze.
serce Polski

Forbes

PATRONAT MEDIALNY

www.forumbiznesu.waw.pl