

Jak są postrzegane panie w biznesie?

Sposób, w jaki panie są postrzegane w biznesie, jest pochodną generalnego obrazu kobiety w społecznej świadomości. Wizerunek współczesnej kobiety kształtowany jest przez wielowiekowe, zbiorowe doświadczenie, na które wpływały i nadal wpływają tradycja, religia, sztuka i prawo.

Anna Fibak

Chciałoby się, aby większe znaczenie dla kształtu tego wizerunku miały indywidualne, pozytywne doświadczenia niż obiegowe, często bezkrytycznie powtarzane opinie. Niestety, nie sprzyja temu również zakodowany w języku sposób myślenia o kobiecie, który odnajdujemy na przykład w przysłowia i popularnych powiedzonkach, choćby w słynnym Mickiewiczowskim: „Kobieto! puchu marny! ty wietrzna istoto! Postaci twojej zazdroszą anieli, a duszę gorszą masz, gorszą niżeli!”.

Coraz wyższe kwalifikacje

O tym, że Polki są przedsiębiorcze i mają zmysł do interesów świadczą statystyki. Z badań wynika, że kobiety są właścicielkami 37 proc. firm, przy czym prowadzą 2/3 małych biznesów. Jesteśmy też dobrze wyedukowane – ponad 94 proc. młodych Polek ma co najmniej wykształcenie średnie. Chętniej też podnosimy swoje kwalifikacje.

Kobieta łagodzi obyczaje

Jako zalety kobiet w biznesie psychologowie podkreślają większą odporność na stres, umiejętność działania pod presją, wielozadaniowość, lepszą organizację pracy i umiejętności współpracy zespołowej. Coraz częściej, zarówno przez ekspertów, jak i przez partnerów biznesowych, współpracowników czy pracowników, doceniane jesteśmy za tzw. umiejętności werbalne. Dzięki temu łatwiej przychodzi nam komunikacja z zespołem. Angażujemy w nią nie tylko intelekt, lecz także uczucia i emocje, przez co staje się skuteczniejsza. Dzięki otwartości i empatii otwieramy się na problemy – szybciej je dostrzegamy i przez to szybciej możemy na nie reagować. Nie bez powodu mówi się, że kobieta łagodzi obyczaje. Częściej niż panowie się uśmiechamy, jesteśmy mniej apodyktyczne, rzadziej też bywamy wulgarnie. To wszystko sprzyja budowaniu dobrych biznesowych relacji. Mówi się, że kobiety częściej przewodzą, a mężczyźni częściej zarządzają. W znakomitej większości preferujemy w przewodzeniu zachowania demokratyczne, podczas gdy mężczyznom odpowiada bardziej styl autokratyczny. Kobiety postrzegane są w biznesie jako mniej skłonne do podejmowania ryzyka. Staranniej je ważymy. Jesteśmy też cierpliwe – a to cecha nie do przecenienia, kiedy mówimy o realizacji długofalowych strategii.

Media stronią od kobiet?

Skoro – wydawać by się mogło – jest tak dobrze, dlaczego tak powoli przekłada się to na powszechne pozytywne postrzeganie kobiet,



np. w roli ekspertów. Duży wpływ mają na to między innymi media. W opublikowanym w tym roku przez firmę Press Service – Monitoring Mediów raporcie czytamy, że w głównych telewizyjnych programach informacyjnych zdecydowanie częściej wybierano wypowiedź mężczyzny niż kobiety. Wśród wszystkich opinii, które pojawiły się w styczniu 2013 r., aż 76,41 proc. to głosy męskie. Obecność kobiet w badanym okresie to zaledwie 23,59 proc. Do myślenia daje też zakres tematyczny tych wypowiedzi. Kobiety najczęściej proszone są o zabieranie głosu na tematy społeczne i obyczajowe oraz związane ze zdrowiem. Twórcy serwisów informacyj-

nych, prosząc o opinię kobietę, najczęściej nie podawali jej nazwiska, funkcji, zawodu. Zwykle wypowiadamy się więc w mediach jako anonimowe mieszkanki danej miejscowości lub w rolach rodzinnych – jako matki, żony, siostry, córki lub babcie. Zdecydowanie rzadziej jako dyrektorki i kierowniczki, a jeszcze rzadziej jako specjalistki w jakiejś dziedzinie. Kropla draży jednak skalę i – jak twierdził pół żartem, pół serio Henryk Sienkiewicz: „kobiety przy bliższym poznaniu w ogóle zyskują, mężczyźni w ogóle tracą”.

Autorka jest wiceprezeską zarządu Polskiego Stowarzyszenia Kobiet Biznesu, partnerką zarządzającą Words & Co

RECEPTA NA SUKCES NIE ISTNIEJE

Rozmowa z Kingą Hanną Stachowiak, prezes zarządu spółek z branży medialnej i nieruchomości

Jakimi cechami powinna wyróżniać się współczesna kobieta, która chce osiągnąć sukces zawodowy? Jak go osiągnąć?

Jeśli istnieje jakaś złota recepta na sukces, to, niestety, nie miałam jeszcze okazji jej poznać. Wszystko osiągnęłam wyłącznie ciężką pracą, nauką na własnych błędach, szukaniem właściwych okazji i podejmowaniem ryzyka. Każde przedsięwzięcie, którym zarządzałam powstawało od podstaw i bez jakiegokolwiek zewnętrznego wsparcia finansowego. Każde z nich musiało być rentowne już od pierwszego miesiąca działalności i wszystkie pozostają rentowne nieprzerwanie aż do chwili obecnej. Codziennie zadaję sobie pytanie, co mogę zrobić w ciągu najbliższych 24 godzin, aby przyczyniło się to do rozwoju firm, którymi zarządzam i codziennie rozliczam się z tego, co zrobiłam. Dzięki takiemu podejściu w ciągu czterech lat zmieniliśmy Portal Skarbiec.biz z niewielkiej, jednoosobowej firmy w duże przedsięwzięcie medialne, które aktualnie szykuje się do debiutu giełdowego jako Portal Skarbiec.biz S.A.

Bycie Perłą Polskiego Biznesu to trudna sztuka? Z jakimi problemami spotykają się kobiety w biznesie? Jak powinny pokonywać trudności?

Przeciwstawianie kobiet i mężczyzn mogło być dla kobiet bardzo motywujące kilka pokoleń temu, kiedy panie na kierowniczych stanowiskach były rzadkością. Bez

względu na płeć menedżerowie dzielą się na takich, którzy generują zyski i na takich, którzy przynoszą straty i to jest jedyny podział, który ma realne znaczenie merytoryczne.

Jak wspomina Pani swoją drogę kariery zawodowej?

Gdyby każdy kolec, który napotkałam na drodze mojej kariery zawodowej miał różę, to mogłabym powiedzieć, że moja ścieżka kariery była usłana różami. Talent to tylko promil sukcesu, do wszystkiego dochodzi się ciężką pracą.

Jakie są plany rozwoju spółek, którymi Pani zarządza?

W ramach spółek nieruchomościowych, którymi zarządzam dla Oppenheimer & Rochefoucauld Real Estate LLP oraz Taurus Development Limited, tylko w 2014 r. będziemy rozpoczynać kilka nowych inwestycji. W przyszłym roku przewidujemy skoncentrować się na dopinaniu planowanej inwestycji ekologicznego osiedla kameralnych rezydencji Willa Arcadia w Żabiej Woli pod Warszawą, którą zrealizuje konsorcjum brytyjskiego dewelopera Taurus Development Limited i fundusz private equity – Oppenheimer & Rochefoucauld Real Estate LLP. Projekt szacowany jest na blisko 40 mln zł. Planujemy budowę 62 luksusowych domów z poddaszem o powierzchni do 200 m², ulokowanych na działkach o wielkości od 1 000 do 5 000 m² na terenie prawie 16 hektarów w malowniczej scenerii terenów leśnych. Osiedle zaprojektowane zostało w stylu dworskim,



a jego architektura bogata jest w elementy i detale z drewna oraz kamienia lokalnego wkomponowanych w teren, które podkreślają harmonizowanie osiedla z naturą. Ze względu na położenie inwestycji, przy budowie zostaną wykorzystane ekologiczne technologie i materiały, np. domy zasilane będą energią słoneczną, która zminimalizuje jej zużycie w trakcie eksploatacji. Rozpoczynamy również budowę niewielkiej, bo o kubaturze niespełna 2 500 m³, aczkolwiek wartej uwagi realizacji w postaci kameralnego budynku biurowego w Dzielnicy Włochy w Warszawie. Budynek będzie charakteryzował bardzo wysoki standard wykończeń i wyposażenia. Wnętrza zostały zaprojektowane w stylu Boullé'a – jednego z najsłynniejszych francuskich ebenistów. Ponadto realizowany obiekt będzie spełniał najwyższe standardy w zakresie za-

bezpieczeń budynków biurowych, np. w pomieszczeniach o szczególnym znaczeniu zastosowano podwójny system zabezpieczeń. W przyszłym roku będziemy również intensyfikować przygotowania do inwestycji polegającej na budowie sześciokondygnacyjnego osiedla mieszkaniowego z parkingami, o łącznej powierzchni prawie 20 000 m², usytuowanego w promieniu tylko pięciu kilometrów od ścisłego centrum Warszawy. Według naszych wstępnych analiz preferencji kupujących, większość mieszkań będą stanowiły kawalerki oraz mieszkania dwupokojowe, a metraż mieszkań nie przekroczy 55 m². Różnorodne rozkłady mieszkań, duże balkony i komórki lokatorskie, będą dodatkowymi zaletami osiedla.