

Prezentacje i wywiady

2021-12-17

Przed nami fascynujący czas rozwoju i rozpowszechniania nowych technologii w zakresie produkcji energii i mobilności, warto być częścią tych zmian. - rozmowa z Barbarą Wiązewską, Dyrektorem Generalnym Działu Retail bp w Polsce.



Co zadecydowało o tym, że rozpoczęła Pani pracę w branży paliwowej?

Bez wątpienia był to wizerunek firmy bp na rynku polskim. Rozpoczęłam pracę w 1999 r., czyli 4 lata po otwarciu pierwszej stacji bp w Polsce. Wówczas standardem rynkowym były stacje posiadające dystrybutor, lub kilka dystrybutorów i kiosk, gdzie można było ewentualnie kupić olej silnikowy i podstawowe akcesoria samochodowe. Pojawienie się stacji bp z nowoczesnym designem, bogatą ofertą sklepową, a później także kawiarnią WBC, było zupełnie nową jakością, dla mnie wręcz symbolem, że otwiera się nowa era. Bardzo chciałam być częścią takiej firmy i uczestniczyć w dokonującej się transformacji polskiego rynku. Bp oferowało możliwość pracy w międzynarodowym zespole, możliwość rozwoju, dostęp do nowych technologii, a nade wszystko kapitalną atmosferę i inspirujące środowisko pracy. To było dla mnie i całego Zespołu bardzo energetyzujące. Skala firmy też nie była bez znaczenia. Poczucie, że jest się częścią firmy, która działa od ponad 100 lat, jest obecna na wszystkich kontynentach i ma znaczenie dla globalnej gospodarki, robiło wrażenie.

Czy trudno jest kobiecie zarządzać w „męskiej” branży, a za taką uważana jest branża paliwowa? Z jakimi trudnościami musiała się Pani zmierzyć?

Myślę, że zasadniczą sprawą nie jest sama branża, ale kultura organizacyjna firmy. Bp, od kiedy pamiętam, świadomie i konsekwentnie budowało środowisko, w którym kluczowe są kompetencje, gdzie znaczenie ma potencjał i zaangażowanie, a nie to kim jesteśmy. Nigdy, naprawdę nigdy nie miałam poczucia, że to, że jestem kobietą ogranicza mnie zawodowo, ma wpływ na to, jak oceniana jest moja praca, lub wpływa na moją skuteczność wewnątrz firmy czy w relacjach zewnętrznych. Myślę, że jeżeli mamy takie autentyczne i naturalne przekonanie, to zgodnie z nim działamy i tak jesteśmy postrzegane. Prawdziwym wyzwaniem, z jakim musiałam się zmierzyć i z jakim – myślę – mierzą się kobiety, które realizują karierę zawodową, jest pogodzenie roli matki, „obecnej matki”, z intensywną, angażującą pracą zawodową. To są trudne i ważne wybory.

Za jaki zespół jest Pani odpowiedzialna na co dzień?

Zarządzam bezpośrednio działem operacyjnym i odpowiadam za realizację strategii i wynik finansowy bp Retail w Polsce.

Jakim jest Pani szefem? Jaką liderką?

Myślę o sobie, że jestem osobą elastyczną, w tym znaczeniu, że potrafię dostosować swój styl zarządzania do okoliczności, zadania i Zespołu, z którym pracuję. Naturalnie jestem osobą wspierającą, otwartą w komunikacji, darzę ludzi zaufaniem i pozostawiam przestrzeń do działania. Natomiast, jeżeli sytuacja tego wymaga, bywam dyrektywna, podejmuję trudne decyzje lub nie cofam się przed konfrontacją, jeżeli mam przekonanie, że jest to ważne dla dobra firmy.

Jak zmienia się rola kobiet w biznesie i we współczesnym zarządzaniu?

Widzimy coraz więcej kobiet na stanowiskach kierowniczych, w zarządach firm, czy w roli konsultantów. W mojej opinii świadczy to o tym, że uwalniamy się od stereotypów i otwieramy się na wykorzystywanie dostępnych talentów. Jest to bez wątpienia dobre dla biznesu, ponieważ kobiety tak samo jak mężczyźni są świetnie wykształcone, kompetentne, strategicznie myślące i odpowiedzialne. Ponadto, bardziej niż kiedykolwiek, potrzebujemy różnorodności w zespołach zarządzających firmami, ponieważ świat i wyzwania, z jakimi się mierzymy, są coraz bardziej złożone i dynamiczne. Odmienne perspektywy, wrażliwość czy model działania sprzyjają elastyczności i twórczym rozwiązaniom.

Czym jest dla Pani konkurencja?

Konkurencja jest niewątpliwie jednym z najważniejszych czynników stymulujących rozwój i inspirujących do działania, zarówno w zakresie rozwoju nowych produktów i usług, jak i poprawy jakości czy optymalizacji procesów. Tak jesteśmy uwarunkowani mentalnie i kulturowo, że potrzebujemy punktu odniesienia i elementu rywalizacji. To wyzwala energię. Ponadto rynek polski jest na tle Europy wyjątkowo konkurencyjny i wymagający. Jest to podyktowane zarówno wysokimi oczekiwaniami klientów, jak i atrakcyjnością dynamicznie rozwijającego się rynku. Ma to odzwierciedlenie w standardzie operacyjnym stacji, produktywności i jakości oferty, która przewyższa jakością poziom, jaki możemy zaobserwować w innych krajach.

W jaki sposób zmieniała się Pani praca przez ostatni rok? Jakie wyzwania stoją przed kierowanym przez Panią działem bp Retail w najbliższym czasie?

Trzy zjawiska zdeterminowały ostatni rok, a w zasadzie ostatnie dwa lata:

- COVID-19 i podyktowane pandemią zmiany w sposobie organizacji pracy.
- Transformacja energetyczna i zmiany w modelu mobilności, które w Polsce dopiero się rozpoczynają, ale które w najbliższych kilkunastu latach najprawdopodobniej zmienią model zasilania samochodów, a zatem i koncepcję stacji retail. Oczywiście jest to przedmiotem opracowywanej strategii działania bp globalnie i na rynku polskim.
- Duże zmiany organizacyjne dokonujące się na wszystkich szczeblach struktury bp, które mają na celu przemodelowanie firmy z koncernu paliwowego w firmę oferującą zintegrowane rozwiązania energetyczne, produkcję energii niskoemisyjnej, elektromobilność oraz technologię wodorową.

Jakie jest największe osiągnięcie bp Retail w ostatnim roku, biorąc pod uwagę wyjątkowość tego roku?

- Zwinne dostosowanie modelu pracy do nowych realiów, w jakich działamy w okresie pandemii i efektywne prowadzenie biznesu w burzliwym okresie.
- Dynamiczny rozwój oferty pozapaliwowej, zarówno oferty kawiarni WBC, jak i wdrożenie nowego konceptu sklepu convenience w partnerstwie z firmą Auchan.
- Rozwój sieci stacji, nowe obiekty przy autostradach i nowe stacje miejskie. Znaczącym wydarzeniem dla bp w Polsce – chociaż nie w zakresie samego Retaila – było wejście do Polski spółki Lightsource bp, która rozpoczęła inwestycję w budowę największych w Polsce farm fotowoltaicznych. Docelowo będzie realizowane 9 projektów mających dostarczać 757 megawatów energii. To ważne wydarzenie nie tylko dla bp, ale także dla transformacji energetycznej w Polsce.

Co radziłaby Pani kobietom, które chciałyby zrobić karierę w branży paliwowej?

Branża paliwowa, a szerzej branża energetyczna, to fascynująca dziedzina gospodarki, fundament współczesnej cywilizacji. Praca w takim obszarze jest ekscytująca, daje poczucie, uczestniczenia w sprawach istotnych, zwłaszcza w rozpoczynającym się czasie dynamicznej transformacji energetycznej – to będzie jeden z ważniejszych procesów zmian dokonujących się w najbliższych latach. Przed nami fascynujący czas rozwoju i rozpowszechniania nowych technologii w zakresie produkcji energii i mobilności – warto być częścią tych zmian.

Wywiad ukazał się w wydaniu 10,11,12/2021 magazynu "Paliwa Płynne"

Źródło:

<https://www.paliwa.pl/paliwa-plynne/czytelnia/prezentacje-i-wywiady/przed-nami-fascynujacy-czas-rozwoju-i-rozpowszechniania-nowych-technologii-w-zakresie-produkcji-energii-i-mobilnosci-warto-byc-c>