

SUKCE SOR KI

POCZĄTKOWO
MIAŁY NAWET
INNE PLANY. CHCIAŁY
MALOWAĆ, TRENOWAĆ
PEYWANIE, ZWIEDZAĆ ŚWIAT.

ALE BIZNES RODZINNY MA SWOJE PRAWA.
KIEDYŚ, GDY PRZYCHODZIŁ W FIRMIE CZAS NA
ZMIANĘ WARTY, SCHEDE PO OJCU DZIEDZICZYŁ SYN,
CZASEM ZIEĆ. DZIŚ WŁADZA CORAZ CZEŚCIEJ WEDRUJE DO KOBIET.
OTO TO SUKCESOREK, KTÓRE MUSIAŁY ZMIERZYĆ SIĘ Z PRZECIWNOCIAMI
LOSU, WŁASNYMI SŁABOŚCIAMI, KŁOPOTAMI W FIRMIE. I WYGRAŁY.

→ *Ania Kruk, Agata Felczyńska, Aleksandra Jasińska-Kłoska,
Agnieszka Łapaj, Anna Holz, Agata Rutkowska-Piszczczyńska,
Karolina Sobolewska, Barbara Rożek, Anna Gwizdalska,
Magdalena Pazgan-Wacławek*

TEKST: BARBARA ACHER-CHANDA

ZDJĘCIA: 123RF



NIETAKA MALOWANA LALA

ANIA KRUK

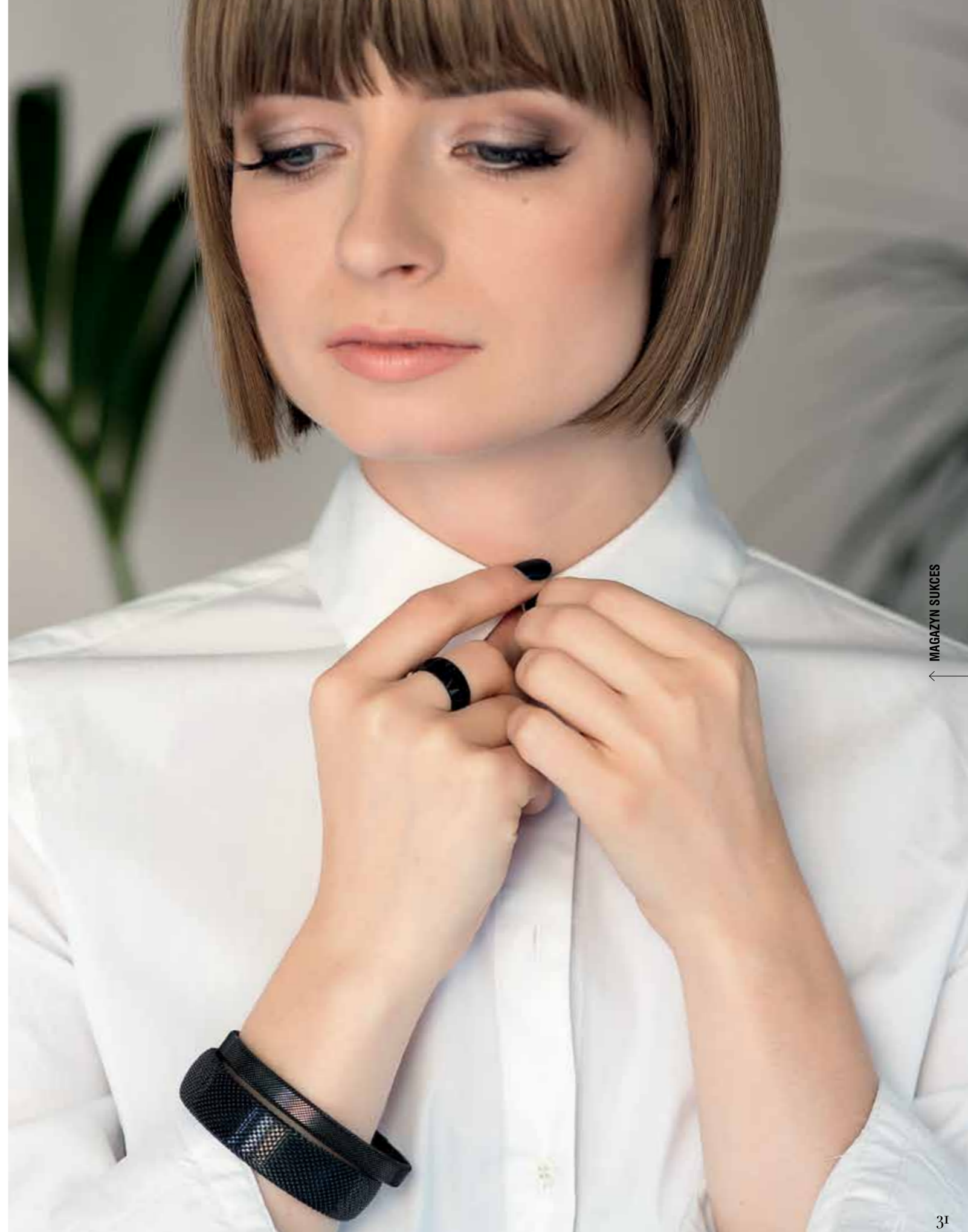
DYREKTOR KREATYWNA MARKI ANIA KRUK



B

Reagowała alergicznie za każdym razem, kiedy jej ojciec Wojciech Kruk przedstawiał ją jako artystkę. Miła, ładna, utalentowana, mogła korzystać z życia tak, jak chciała. Nikt nie robił jej przeszkód, kiedy zdecydowała się studiować na Akademii Sztuk Pięknych. Potem przeniosła się do Hiszpanii, gdzie na zlecenie Google'a opracowywała wzory nowych fontów. To jej brat Wojtek miał przejąć stery w firmie. Tej, dodajmy, która przez ponad półtora wieku zarządzana była twardą męską ręką. Szykowany od najmłodszych lat do tej roli po kolei przechodził przez wszystkie szczeble rodzinnej firmy. – Ja natomiast byłam takim satelitą na orbicie. Owszem, w liceum zgodnie z tradycją na święta stanęłam ze dwa razy za ladą w naszych salonach. Natomiast Wojtek angażował się co roku – wspomina Ania Kruk. Nawet na

ZDJĘCIA: MONIKA LISIECKA, MAT. PRASOWE



studiach, kiedy w wakacje szła na praktyki do różnych firm, tylko raz wybrała biznes taty. – Nie miałam jasno wytyczonej drogi, ale – prawdę mówiąc – nie miałam też takiej potrzeby. Wolałam sama decydować o swoim losie.

Jednak kilka lat temu to firma sama przyszła do projektantki. Po pomoc. – Miałam ułożone już życie za granicą, kiedy doszło do wrogiego przejścia firmy. Marka stała się elementem w portfelu korporacji, straciłmy wpływ na decyzje operacyjne w W.Kruk. Tradycja, w której wyrastałam, wobec której mogłam się buntować, miała się skończyć? O nie! Obudziła się we mnie wola walki – wspomina. Rodzina zaczęła myśleć o założeniu nowej firmy, która pozwoliłaby im się realizować i zachować tradycję.

– Nie mogła być ani powieleniem W.Kruka, ani jego konkurencją, bo nadal mieliśmy pewien pakiet akcji – tłumaczy Ania Kruk. Analizując sytuację, Krukowie wrócili do pomysłu, który pojawił się dziesięć lat wcześniej: stworzenia „młodszeo”, bardziej przystępnego cenowo brandu, na którego czele miałby stać Wojtek Kruk junior z siostrą. Szkopuł w tym, że młoda kobieta miała firmować projekt własną twarzą. – Nie chciałam rezygnować ze swojej prywatności. Doskonale pamiętałam, jak nie lubiłam sesji zdjęciowych i wywiadów w czasach, gdy tata był senatorem. Ale to było rozwiązanie. Wszystkie elementy zbyt dobrze do siebie pasowały, żeby z niego nie skorzystać – opowiada.

Ania postawiła warunek. Nie zostanie malowaną lalą, na którą będzie pracował sztab specjalistów. Żeby poznać lepiej branżę, zapisała się do szkoły jubilerskiej w Hiszpanii. Jak może, unika też zaszkladkowania jej jako artystki. – Moją najważniejszą rolą jest prowadzenie firmy, w sensie biznesowym. Tym bardziej że nie jestem artystką, ale projektantką. Myślenie projektowe jest bardzo bliskie myśleniu biznesowemu. Dziś zajmuję się całością: od produktu aż po e-commerce, komunikację i marketing. Dbam o to, by te wszystkie rzeczy były spójne. To mnie kręci, w tym się realizuję – podkreśla. Efekt dotychczasowych działań młodych Kruków to sieć butików w Polsce i... placówka w Katarze. **S**



ŚW. AGATA OD DZWONÓW

AGATA FELCZYŃSKA

LUDWISARNIA FELCZYŃSKICH, TACISZÓW

– W Unii Europejskiej 65 proc. firm to firmy rodzinne. W Polsce jest ich pewnie nieco mniej. W większości na ich czele stoją mężczyźni – mówi prof. Jan Klimek z SGH zajmujący się badaniem przedsiębiorczości. Dlaczego? Przede wszystkim ze względu na tradycje kulturowe, które to rolę lidera w rodzinnym biznesie wiążą z pierwiastkiem męskim. Ale według profesora to niejedyny powód. – Na prowadzonych przeze mnie zajęciach dla przedstawicieli firm rodzinnych zadałem pytanie pułapkę: kto lepiej zarządza, kobieta czy mężczyzna? Dodam, że na sali siedziały głównie kobiety. Większość wskazała na mężczyzn – wspomina. Dopytywane panie tłumaczyły, że domowe obowiązki nie pozwalają im wystarczająco skoncentrować się na firmie. – Nie ma żadnych badań, które wskazywałyby na lepsze umiejętności menedżerskie jednej z płci – podkreśla Jan Klimek. I dodaje, że na szczęście to przekonanie o męskim primacie w biznesie powoli się zmienia. Zwłaszcza jeśli to właśnie córka przebija bystrością czy intelektem resztę rodzeństwa. – To się dzieje na całym świecie. Po 46 pokoleniach męskich zarządów najdłużej prowadzona firma na świecie, tradycyjny japoński hotel, przeszła w zeszłym roku w ręce kobiety – dodaje.

Zresztą i nad Wisłą wkrótce dojdzie do takiej historycznej sukcesji: gdy Zbigniew Felczyński z żoną Bogumiłą przejdą na emeryturę, historię sięgającego ponad 200 lat przedsiębiorstwa kontynuować będzie ich córka Agata. Jak twierdzi, rodzice nigdy jej nie zachęcali do związania się z produkcją dzwonów, choć nadali jej imię po patronce ludwisarzy, św. Agacie. Przyszła sukcesorka od dzieciństwa spędzała czas na zabawach w odlewni. Huśtała się na suwnicy, malowała dzwony gliną i podglądała mamę wykonującą zdobienia. Koniec końców dzwony i tak na nią „spadły”. – Już od czasu studiów pracuję w naszym zakładzie. Wykonuję wszystkie prace, choć tych technicznych ciągle się uczę, obserwując naszych pracowników. Po studiach na AWF-ie poszłam na drugi kierunek – historię sztuki na Uniwersytecie Jagiellońskim – opowiada. Szlak przetrwała jej mama, która nie bała się towarzyszyć mężowi na hali. – To był i jest bardzo męski świat. Ale mama przełamała opór pracowników, że przychodzi jakaś baba i ciągle od nich czegoś chce. Mnie jest już łatwiej – dodaje. Felczyńscy rocznie odlewają ok. 100 dzwonów. Trafiają one potem nie tylko do kościołów, ale też na misje prowadzone przez polskich duchownych. Do tego dochodzi jeszcze konserwacja zabytkowych egzemplarzy. I w tym właśnie specjalizuje się młoda ludwisarka. Jej dodatkową pasją jest dokumentowanie dziejów ludwisarni. – Moi przodkowie byli rzemieślnikami. Odbieramy zamówienie, robimy, wieszamy, dzwoniemy. I tak od zlecenia do zlecenia. A ja chcę na to spojrzeć historycznie – przekonuje. To dlatego obowiązki związane z prowadzeniem firmy, w której pracuje wraz z rodzicami, łączy z pisaniem pracy doktorskiej. O dzwonach oczywiście. **S**

ZDJEĆCIA: MAT. PRASOWE, JAN WITKOWSKI





NA JEJ ZASADACH

ALEKSANDRA JASIŃSKA-KŁOSKA

WSPÓŁWŁAŚCICIELKA,
PROKURENT W BYDGOSKIEJ FIRMIE DARPOL
PRODUKUJĄCEJ CZĘŚCI ZAMIENNE DO TABORU KOLEJOWEGO

W męskiej branży musiała odnaleźć się również Aleksandra Jasińska-Kłoska. Do bydgoskiego Darpolu specjalizującego się w dostarczaniu części dla taboru kolejowego i w usługach obróbki blach dołączyła niby tylko na chwilę, żeby wesprzeć tatę. – Firma się rozwijała. Ojciec ciężko pracował, a do pomocy miał tylko sekretarkę i kilku pracowników. Widziałam, że się nie wyrabia – tyle było pracy. Postanowiłam pomóc. Choć nie było do końca lekko. Nasza firma to technika, która za bardzo mnie nie interesowała. Ale prowadzenie biznesu – już tak. Staralam się nie myśleć, że branża kolejowa jest taka brudna, że nie znam się na mechanice – wylicza. Dodatkowo męczyła się okrutnie, siedząc wciśnięta w biurko w mikropomieszczeniach warsztatów znajdujących się... w ogródku babci. – Pomyślałam, że nie wytrzymam tego dłużej. Nie po to kończyłam dwa kierunki studiów, żeby się nie rozwijać – opowiada. Ale ta sytuacja miała też swoje plusy. Elastyczny czas pracy pozwalał jej na realizację pasji, w tym na dojazdy z Bydgoszczy do Poznania, gdzie była solistką w jednym z najlepszych chórów w Polsce. – W jakiej innej firmie by mi na to pozwolili?

Po pewnym czasie doszła do wniosku, że skoro ona się nie zmieni, to zmienić się musi rodzinny zakład. Wzięła się więc intensywnie

nie do pracy. – Dzięki temu znaleźliśmy nowy lokal, wystąpiliśmy o dotację z Unii i zaczęliśmy działać – wylicza.

Zastrzyk unijnych pieniędzy pozwolił na rozbudowę przedsiębiorstwa i rozszerzenie oferty. Pojawiły się też kolejne sukcesy, m.in. zlecenie na sygnalizatory siatkarskie na olimpiadę w Londynie. Z techniką, która na początku była wyzwaniem, też sobie poradziła. – Musiałam odkurzyć sobie fizykę z liceum. Poza tym na pamięć już znam sposób działania szybkościomierzy kolejowych – śmieje się. Po chwili jednak poważnieje. – Z czasem zrozumiałam, że to, co robimy, jest bardzo ważne. Pomagamy przewoźnikom kolejowym. Dzięki temu ludzie i towary przemieszczają się bezpiecznie z miejsca na miejsce i docierają na czas do celu.

Dziś do jej głównych zadań należą kontrola finansów, marketing, wdrażanie usprawnień organizacyjnych, dotacje UE, nadzór nad handlem i administracją. Do niedawna zajmowała się też eksportem, m.in. do krajów arabskich. – To zresztą jedyne miejsca, do których z uwagi na inną pozycję kobiet musiałam jeździć z tatą – mówi. – Kiedyś myślałam, że moja przygoda z rodzinną firmą potrwa pięć lat, a potem będę działać już na własną rękę. Ale przedsiębiorstwo zupełnie mnie pochłonęło i tak już zostałam. ■

ZDJĘCIA: MAT. PRASOWE



KROK PO KROKU, SZCZEBEL PO SZCZEBLU

AGNIESZKA ŁAPAJ

PROKURENT W GRUPIE ŁAPAJ



– Nie jest tak, jak się wydaje innym. Że skoro mam dwa hotele, to jestem ciągle na wakacjach. W takich przypadkach odpowiadam: zamiennie się ze mną, zobacz, jakie to wakacje – uśmiecha się Agnieszka Łapaj. Czasem się zastanawia, jak to by było mieć przewidywalną pracę, z regularnymi godzinami powrotów do domu. Jednak szybko odrzuca te myśli, bo narzekanie nie leży w jej naturze. Już jako nastolatka pomagała rodzicom Krystynie i Janowi Łapajom, którzy zaczęli od sklepu obuwniczego. – Obowiązki dzieliłiśmy między siebie. Do mnie należało rozpakowywanie pudełek i pomoc w sprzedaży – wspomina. Na przełomie lat 80. i 90. prowadzenie działalności gospodarczej wymagało odwagi, oznaczało podjęcie ryzyka w tamtym ustroju politycznym. Jednak niewielka konkurencja w mieście i olbrzymie zapotrzebowanie na towar lepszej jakości szybko zaowocowały. Jej ojciec uruchomił hurtownię, a potem fabrykę produkującą spody do obuwia. Niestety, dobra passa skończyła się wraz z zalewem butów chińskiej produkcji. Wtedy w rodzinnym biznesie nastąpił przełom. Agnieszka kończyła właśnie studia z bankowości. Zamiast szukać dla siebie pracy w zawodzie, spędzała czas z architektami, projektując hotel. Potem robiła zakupy i dowoziła drobne materiały budowlane. Żeby zdobyć brakujące doświadczenie w branży hotelarskiej, skończyła podyplomowe studia z turystyki i hotelarstwa, jeździła na konferencje i szkolenia branżowe. Po uruchomieniu hotelu (dzisiejszy Villa Verde Congress & SPA) na własną prośbę przeszła w nim przyspieszony kurs. A konkretnie? – Pracowałam w marketingu i sprzedaży, sprzątałam pokoje, przyjmowałam gości w recepcji. Chciałam poznać obowiązki, czas pracy. I zasmakować wysiłku, jaki trzeba włożyć, by potem dobrze zarządzać zespołem – mówi. Ta wiedza przydaje się jej nie tylko w branży hotelowej. Po sukcesie hotelu w Zawierciu i postawieniu kolejnego, w Kudowie-Zdroju, Łapajowie zdecydowali się na jeszcze jedną inwestycję: Rzemieślniczy Browar Jana. Ten rozdział w historii rodzinnego biznesu Jan Łapaj oddał w ręce córki. ■

MAGAZYN SUKCES

(NIE) W TATY STYLU

ANNA HOLZ

PREZES FIRMY BIURFOL,
PRODUCENTA ARTYKUŁÓW BIUROWYCH I SZKOLNYCH



Moment, w którym Anna Holz zorientowała się, że musi przejąć rodzinny interes, pamięta do dziś. – Siedziałam na łóżku w dziewiątym miesiącu ciąży i starałam się uspokoić oddech. Wiedziałam, że nie mogę urodzić. Jeszcze nie teraz. Potrzebuję czasu, żeby pozalatawać wszystkie sprawy, które na mnie nagle spadły po tym, gdy tata miał zawał – wspomina. – Chciałam poprosić klientów o wyrozumiałość, żeby nas nie opuszczali. Musiałam skontaktować się z bankami, prawnikiem.

Na szczęście nie doszło do najgorszego. Tata przeżył, choć był w ciężkim stanie. A ona urodziła tydzień później, kiedy sytuacja była w miarę opanowana. Następne miesiące, już jako współwłaściciel i dyrektor zarządzający, spędziła, wisząc na telefonie. I regularnie, co tydzień, jeździła do rodzinnego zakładu.

Jak tłumaczy, przejście sterów było dla niej wyzwaniem. Wcześniej w ogóle o tym nie myślała, choć z przedsiębiorstwem związana jest od lat 90. – Zaczynałam jako pracownik na produkcji, podczas wakacji. Potem przeszłam do administracji, a następnie na kilka lat do działu sprzedaży i marketingu. Szczerze mówiąc, myślałam, że to wszystko, co mogę tam osiągnąć. Tata był bardzo silną osobowością, zarządzał jednoosobowo 200 pracownikami. Do pomocy miał tylko dyrektora do spraw produkcji i finansów.

Ugaszenie pierwszego pożaru okazało się dopiero początkiem wyzwań dla „33-letniej blondynki, która dopiero co urodziła dziecko”. – Nabierałam wprawy w kierowaniu firmą. Musiałam wyrobić sobie autorytet wśród ludzi, bo kiedy przejęłam zarządzanie z dnia na dzień, w świecie biznesu byłam traktowana jak córeczka tatusia – przyznaje.

W pewnym momencie zorientowała się jednak, że coś ciągle jest nie tak. – Zauważyłam wreszcie, że powielanie sposobu zarządzania mojego taty nie jest właściwym kierunkiem. Półtora roku pracowałam ze specjalistami od coachingu nad tym, by lepiej kierować ludźmi, bardziej miękko – wspomina.

Oddanie części władzy osobom z większymi kompetencjami pozwoliło Annie Holz wyprowadzić przedsiębiorstwo na prostą. Dziś zakład produkcyjny nie tylko wytwarza artykuły biurowe na potrzeby krajowe, ale też otwiera się na eksport. – Właśnie nawiązaliśmy strategiczną współpracę z dużym niemieckim koncernem, z którym wdramy nową technologię, rozszerzamy park maszynowy i rozwijamy sprzedaż w całej Europie – mówi z nieskrywaną dumą. **S**

ZDJĘCIA: MAT. PRASOWE, MACIEJ DRELAŁ



WYCHOWANA DO ŻYCIA W FIRMIE

AGATA RUTKOWSKA- PISZCZYŃSKA

PREZES ZARZĄDU DINGO
– AKCESORIA DLA PSÓW I KOTÓW

Z trójki rodzeństwa (ma jeszcze dwóch braci) to właśnie ona została wytypowana na prezesa zarządu przedsiębiorstwa, którą jej rodzice Waldemar i Elżbieta Rutkowscy zaczęli rozwijać w latach 80. Zaczynali od warsztatu kaletniczego. – Tata opowiadał, że już w liceum zauważył we mnie odpowiednie cechy charakteru. Biznes pociągał mnie od zawsze – mówi. – Bo z jednej strony wiąże się z dużą odpowiedzialnością, z drugiej – daje swobodę podejmowania decyzji.

Do klanowego zespołu dołączyła jednak jako ostatnia, w 2008 r. Od razu została rzucona na głęboką wodę. Na początku był marketing, potem przyszedł czas na stanowisko wiceprezesa, a od trzech lat piastuje funkcję prezesa. Jak tłumaczy, nie miała nawet czasu pomyśleć, czy powinna się bać nowej roli. Po prostu robiła swoje.

– Wiadomo, początki nie były łatwe. Zwłaszcza gdy musiałam jeździć na spotkania z mężczyznami w wieku mojego ojca i jak równy z równym rozmawiać o interesach – mówi. Przekonuje, że nie jest typem rewolucjonisty. Ale nawet z takim podejściem nie zawsze udawało się prowadzić sprawy firmy bezkonfliktowo. – Trudno ogarnąć w ciągu chwili coś, co poprzednicy budowali latami, cegła po cegle. W rodzinnych firmach potrzeba sporo kompromisów i pokory, aby nie stracić doświadczenia poprzedników, a równocześnie wprowadzać swoje pomysły i reguły – podsumowuje. Innymi słowami: nie jest łatwo. Nigdy jednak nie żałowała raz obranej drogi. – Nie pracuję „od-do”, tak zostałam wychowana. Firma jest moim drugim domem. **S**



VA BANQUE? CZEMU NIE!

KAROLINA SOBOLEWSKA

WSPÓŁWŁAŚCICIELKA FIRMY JUBILERSKIEJ
ZŁOTO ORLA SOBOLEWSKI

Choć od dziecka z zachwytem przeglądała albumy z biżuterią, jakie przynosił do domu Maciej Sobolewski, założyciel warszawskiej firmy jubilerskiej Złoto Orła, Karolina, jego córka, początkowo wołała spędzać czas na podróżach, pracując jako pilot wycieczek. Pracownicę i sklep na Orlej odwiedzała, kiedy rodzice wyjeżdżali. Wówczas wracała do kraju, żeby ich zastąpić. – To była dla mnie część życia: rozmowy z klientami, wyceny biżuterii, formalności. Miałam wówczas dwadzieścia lat i nie zastanawiałam się, czy jest to dla mnie trudne czy nie. Wchodziłam w ten świat na całego. Potem rodzice wracali, a ja znów pracowałam za granicą. To było atrakcyjne rozwiązanie, ale tylko do pewnego momentu – wspomina. Punktem zwrotnym była chwila, w której poznała przyszłego męża. – Patrzyłam na mamę i tatę, którzy przez lata budowali tak wspaniałe związki, i wiedziałam, ile to wymaga pracy. A podróżując, skazujemy się na życie w światach równoległych. Postanowiłam więc związać się z Orlą na stałe – tłumaczy. To, czego nie zdążyła się nauczyć, dyżurując za ladą, szybko uzupełniała na licznych kursach. – Chciałam wejść w to nowe życie z ostrogami. Dlatego nie mogłam ograniczać

się tylko do tego, co stworzyli rodzice. Miałam potrzeby zmiany, rozwijania firmy. Tymczasem ciągle czułam zmęczenie i opór materii z ich strony. Ale znalazłam na to prosty sposób: czekałam, aż wyjadą, i działałam – kwituje Karolina Sobolewska. Mimo zaangażowania w rodzinny biznes aż do zeszłego roku nie myślała o przejęciu interesów. – Dopiero podczas spotkań sukcesyjnych organizowanych przez Stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych dotarło do mnie, że to, co robię, sprawia mi ogromną frajdę, mam wiedzę i chcę się w pełni zaangażować – mówi.

Wiedziała, jak ma wyglądać rodzinny biznes w jej wydaniu. Potrzebowała pewności, że nikt nie będzie jej korygował. – Nawet chwilę przed przekazaniem firmy gotowa byłam wszystko rzucić. Chciałam mieć swój zespół i na moich warunkach – mówi. Twardo postawiła sprawę i wygrała. Od stycznia odpowiada za nowy etap w życiu rodzinnego przedsiębiorstwa. O swoich planach mówi krótko: – Ze wsparciem młodszej siostry Marty chcę stworzyć firmę na tyle atrakcyjną, żeby nasze dzieci też chciały się z nią kiedyś zmierzyć. **S**

ZDJĘCIA: BARTOSZ JAKUBOWSKI, PAWEŁ PIEKLIK

MATKA POLKA PRACUJĄCA

BARBARA ROŻEK

WSPÓŁWŁAŚCICIELKA KANCELARIJ BROKERSKIEJ
ROŻEK BROKERS GROUP, CZŁONEK ZARZĄDU



Dopuszczenie córki do działań w rodzinnym biznesie to jedno, ale synowej? Barbara i Bernard Rożek mieli to szczęście, że wzajemnie sobie zaufali. – Tak się złożyło, że nie miałam dokąd wracać po urlopie macierzyńskim, bo w firmie, w której wcześniej pracowałam, zaczęło się dziać bardzo źle. Zastanawiałam się, co dalej. Miałam dużą ochotę zacząć coś własnego. Obserwowałam też, co robi mój teść, który zaczął mnie namawiać na egzaminy brokerskie – opowiada Barbara Rożek, która od kilkunastu lat jest prawą ręką w Rożek Brokers Group. – To było kuszące, bo nie wymagało zaangażowania kapitału. Jedyne, co miałam wnieść, to uczciwość i zaufanie. Wcześniej nie miałam do czynienia z ubezpieczeniami. Tata powiedział: jak nie zdasz, to trudno. A jak zdasz i nie będziesz chciała tego robić, to będziesz chociaż miała papier.

Zostawiła więc półrocznego syna z pokarmem w zamrażalniku i z laktatorem w ręku wyjechała do Warszawy na kurs. Zdała i dzięki temu mogła rozpocząć działalność w ramach rodzinnej grupy. O to, że ludzie wezmą ją na języki, że wżeniła się w biznes Rożka, nie myślała nawet przez chwilę. Nie miała na to czasu, musiała się dużo nauczyć. Jej zadaniem było rozkręcenie oddziału w Tychach. – Oczywiście, miałam potężny atut w postaci marki i zaufania wypracowanego przez tatę. Ale to też było wyzwanie. Gdybym nawaliła, zszargałabym jego nazwisko. Miałam świadomość, że kancelaria brokerska jest projektem planowanym na wiele pokoleń – wspomina. Kancelaria w Tychach ruszyła w 2001 r. Zadaniem Barbary było przede wszystkim pozyskiwanie nowych klientów. Z czasem jej umiejętności spowodowały, że firma zaczęła się rozrastać, zatrudniała sukcesywnie nowych pracowników. Kolejnym zwrotem było dołączenie do grupy męża Barbary. – Wcześniej zdobywał doświadczenie w międzynarodowych korporacjach, gdzie był bardzo ceniony, tym trudniej było go stamtąd wydostać – śmieje się Barbara. Wszyscy byli jednak przekonani, że ten moment kiedyś nadejdzie. – Michał jest już z nami prawie trzy lata. Jego obecność dała firmie kolejny zastrzyk energii i nowych pomysłów.

W efekcie na koniec 2014 r. zanotowali wzrost obrotów o 40 proc. Nikt nie ma wątpliwości: udało się w dużej mierze dzięki niej. Matce Polce pracującej, a na dodatek z ambicjami. – Dziś kobiety nabierają coraz większej wiary w siebie. To powoduje, że potrafią robić rzeczy, które do tej pory były dla nich niedostępne. I robią to znakomicie – ucina prof. Jan Klimek. **S**

NA POCZĄTKU DROGI

ANNA GWIZDALSKA

KIEROWNIK DZIAŁU MARKETINGU W FIRMIE JARS

– Długo się wahałam, czy angażować się w rodzinny interes. Po prostu się bałam, że nie sprostam nowym wyzwaniom. Szczególnie że rodzice pozwalali mi zajmować się tym, co sprawiało mi przyjemność – opowiada Anna Gwizdalska. – Studiowałam na Akademii Wychowania Fizycznego, a potem pracowałam jako trener pływania.

Opowiada, że pomysł na biznes zrodził się w jej rodzinnym domu. Dosłownie. Bo tam też na początku firma miała swoją siedzibę. – Naturalne więc było, że ciągle slyszalam, co się w niej dzieje. Widziałam, jak rodzice ciężko pracują. Dlatego z czasem zaczęłam się zastanawiać, czy im nie pomóc – mówi. Właśnie z tego powodu zdecydowała się na drugi fakultet na Uniwersytecie Łódzkim. Postawiła na ochronę środowiska, czyli jeden z obszarów, w których działa Jars.

Pracę w spółce zaczęła od poznawania jej organizacji oraz zakresu działania. – Praktykowałam we wszystkich działach. Widziałam, że ludzie mnie obserwują. Wia-



domo – córka szefowej. Dlatego dużo od siebie wymagałam i cały czas się uczyłam.

Pierwszy okres, trwający około dwóch lat, nie należał do łatwych. – Podporządkowałam mu całe swoje życie prywatne. Chciałam osiągnąć umiejętności, które pozwoliły mi na zajęcie obecnego stanowiska – mówi. I zaraz dodaje, że ma też za sobą trudną lekcję pokory. Zdaje sobie sprawę, że jest na początku drogi do ewentualnej sukcesji i że musi się jeszcze dużo nauczyć, by w przyszłości nadzorować organy spółki odpowiedzialne za jej zarządzanie.

– Na razie presja i stres związane z tym, co robię, są duże. Spółka działa na terenie całego kraju. Oprócz badań laboratoryjnych świadczy usługi w zakresie audytów, ekspertyz, konsultacji i szkoleń. Zatrudnia ok. 200 osób i na wszystko, co robi, posiada certyfikaty instytucji państwowych. Jako jedyna w Polsce prywatna firma ma uprawnienia do badania racji żywnościowych dla wojska. Tutaj nie można się pomylić. **S**

ZDJĘCIA: MAT. PRASOWE



CÓRKA ZAŁADĄ

MAGDALENA PAZGAN-WACŁAWEK

PRZEWODNICZĄCA RADY NADZORCZEJ, GRUPA KONSPOL

– Posadzono mnie naprzeciwko wiekowego Japończyka, właściciela sieci 50 restauracji, do których dostarczamy skrzydełka kurczaka – bardzo wymagający klient. Przez dwie godziny patrzył na mnie z niedowierzaniem. Bo nie dość, że do reprezentowania polskiej firmy przysłali kobietę, to w dodatku tak młodą. Musiał wypić trzy buteleczki sake, zanim był w stanie ze mną w ogóle rozmawiać. Na szczęście w Polsce czy Europie nie miałam nigdy takich sytuacji – śmieje się Magdalena Pazgan-Wacławek, wspominając jeden ze swoich wyjazdów, na który pojechała już samodzielnie reprezentować firmę Grupy Konspol. O to, żeby mogła być traktowana poważnie, zadbał jej ojciec Kazimierz Pazgan, założyciel przedsiębiorstwa specjalizującego się w produkcji i przetwórstwie drobiu, jednego z największych w Europie. Od początku przekonywał syna i córkę, że w przyszłości to oni, ramię w ramię, będą dbać o dalszy rozwój biznesu, i pilnował przygotowania dzieci do późniejszych zadań. Na teorii się nie skończyło. Młoda kobieta do dziś wspomina wakacje w liceum, podczas których terminowała na poszczególnych odcinkach przedsiębiorstwa, łącznie z produkcją. Do firmy nie chciała jednak przejść od razu. Zanim związała się na dobre z zakładami w Nowym Sa-

czu, postanowiła skończyć w Warszawie studia prawnicze i aplikację adwokacką. Dziś ocenia, że było to doskonałe posunięcie. – Duża część załogi pracuje z nami od 30 lat. Ludzie znają mnie i mojego brata od dziecka. Dzięki temu, że dołączyłam już jako profesjonalistka, nie patrzą na mnie tylko jak na córeczkę tatusia – przekonuje. Dziś dalej dba o to, by oceniano ją nie ze względu na miejsce w rodzinie, ale umiejętności. Dlatego skupia się na zdobywaniu doświadczenia w zarządzaniu. Karierę w Konspolu zaczęła w 2003 r. od asystentki prezesa, z czasem podejmując się coraz bardziej odpowiedzialnych zadań. – Pierwszym projektem, jaki objęłam samodzielnie po przyjeździe do firmy, była współpraca z siecią Lotos, na różnych płaszczyznach – zakupu paliw, stacji franczyzowej i współpracy flotowej – wspomina.

Kiedy wpadła na pomysł stworzenia sieci sklepów Kurnik, brat nie zostawił na nim suchej nitki. – Był przeciwnikiem tego projektu, od nazwy po ideę i produkty. Tata również nie był do końca przekonany, ale w końcu zgodzili się na mój eksperyment – mówi. Żeby się upewnić, że pomysł wypali, osobiście stała przez dwa tygodnie za ladą i pilnowała kasy. – To było świetne doświadczenie, które dużo mnie nauczyło. **S**