

Więcej niż Firma

Obok akcjonariuszy są solą Grupy. Razem z kupcami i producentami współdecydują o sile największej sieci handlu materiałami budowlanymi w Polsce. Pracownicy Grupy PSB S.A. z Wełcza mówią o swojej firmie, że to... więcej niż firma.

Poniżej wypowiadają się:

Nina Chwalińska - kierownik ds. sprzedaży

Jarosław Dobrogoszcz - dyrektor ds. sieci sprzedaży detalicznej

Anna Gawlik - kierownik sekcji ds. ewidencji sprzedaży

Bożena Kmieć-Sąsiadek - pełnomocnik zarządu

Iwona Kowal - asystent zarządu ds. kontroli finansowej

Bogusław Kucharski - kierownik zespołu magazynów

Dorota Kwiecień - z-ca głównego księgowego

Joanna Pasek - kierownik ds. kadr

Waldemar Podsiadło - główny informatyk

Iwona Prędką - główny koordynator ds. inwestycji zewnętrznych

Dorota Rzepa - kierownik ds. sprzedaży

Jarosław Zaborowski - z-ca dyrektora ds. marketingu

Gdy zsumujemy lata pracy przedstawionych osób w PSB, okaże się, że znają swoją firmę od ponad stu lat...

Przy pytaniu o początki pracy w centrali PSB można sięgnąć do korzeni Grupy.



Bożena Kmieć-Sąsiadek, 10 lat temu przedstawiciel Nidy Gips na Górnym Śląsku, obecnie pełnomocnik Grupy PSB na Górnym Śląsku i w Małopolsce, tak zapamiętała motywy swojej najważniejszej decyzji z tamtego okresu. – *Obserwowałam, jak małe hurtownie, które uwierzyły Bogdanowi Panhirszowi, że płyta gipsowo-kartonowa oferowana przez Nidę Gips może stać się szlagierem rynkowym, wyrosły w krótkim czasie na poważne, prężne firmy. Wiedzieliśmy, że w każdej działalności liczą się przede wszystkim ludzie. Skoro zespół stworzony przez Panhirsza w Nidzie potrafił wykreować rynek płyty g-k w Polsce, byłam pewna, że dołączając do niego, kiedy odchodził z Nidy, po to by stworzyć nową firmę, robię dobrze i że na tym wygram.*

Propozycję pracy w nowej firmie kierowanej przez Bogdana Panhirsza i Mirosława Lubarskiego otrzymało kilkadziesiąt osób, wywodzących się z Nidy Gips.

Dorotę Rzepę najbardziej przekonywała do Bogdana Panhirsza, i nadal przekonuje, jego zdolność tworzenia czegoś z niczego. – *Tak stworzył zespół sprzedaży i marketingu w Nidzie Gips. Zараżał ludzi chęcią pracy.*

Dorota Rzepa i jej mąż Sławomir nie wahali się, gdy Panhirsz zapytał, czy ojadą z Nidy i pójdą z nim do nowej firmy. Pracowała w dziale handlu, z czasem awansowała na kierownika działu sprzedaży w centrali Grupy. Same początki PSB wspomina jako bardzo trudne. – *Nawał pracy. Nie liczyliśmy godzin, weekendów, niedziel, czasami nocy przepracowanych w firmie. Wytrwaliśmy, bo wszyscy byliśmy jak rodzina mająca wspólny cel.*

„Korzenie” w Nidzie Gips mają także: **Anna Gawlik, Dorota Kwiecień, Waldemar Podsiadło i Jarosław Zaborowski.**

Anna Gawlik jest jednym z 40 pracowników, którzy od samego początku organizowali swoje stanowiska pracy. Czuje się przez to bardzo związana z Grupą.

Dla Doroty Kwiecień, przy podejmowaniu decyzji, że odchodzi z Nidy Gips, by zatrudnić się w zupełnie nowej firmie, ważne było to, że znalazła bardzo dobre osoby, z którymi wcześniej pracowała i miała nadal pracować.

Jarosław Zaborowski pamięta rozmowę z Bogdanem Panhirszem pod koniec marca 1998 r. – *Bogdan zapytał, czy mógłbym przygotować projekt budżetu marketingowego nowej firmy. Wiedzieliśmy, że zamierza odejść z Nidy Gips i że wraz z nim może odejść wielu innych pracowników. Przygotowałem taki projekt, oczywiście pracując nad nim po godzinach. Potem złożyłem wypowiedzenie w Nidzie, a od czerwca 1998 r. pracuję dla PSB.*

Waldemarowi Podsiadło pracę w nowej firmie zaproponował Bogdan Panhirsz. – *Odpowiedziałem, że jestem zainteresowany. Dlaczego? – Bogdan był gwarantem takiej organizacji i relacji wewnątrz firmy, które będą oparte na zdrowych i uczciwych zasadach, a rozwój pracowników będzie inwestycją firmy, a nie kulą u nogi.*

Joanna Pasek i Jarosław Dobrogoszcz pracują w PSB wprawdzie od czerwca 1998 r., ale do Grupy nie trafili „po Nidzie”, lecz zwyczajnie dlatego, że nowa firma potrzebowała pracowników, a ekipa Nidy znana była w okolicy, jako zespół sukcesu. Pozytywna fama kazała zwrócić na PSB uwagę także **Ninie Chwalińskiej** – zaczęła w Wełczu pracę od kwietnia 2000 r., a rozmowę kwalifikacyjną z Mirosławem Lubarskim zapamiętała jako bardzo miłą.



Joanna Pasek wspomina – miałam wtedy 25 lat, rok wcześniej broniłam magisterium z prawa, wierzyłam w siebie. Od razu zorientowałam się, że praca w nowopowstającej firmie jest niepowtarzalną szansą na zdobycie doświadczenia oraz, że otwierają się przede mną perspektywy rozwoju kariery zawodowej. Zarząd spółki obdarzył mnie ogromnym kredytem zaufania, mogłam tworzyć dział kadr od podstaw. Dostałam wolną rękę, a że nie boję się wyzwiań i chętnie podejmuję ryzyko - spróbowałam. Dziś mam satysfakcję i poczucie, że moja praca jest potrzebna i doceniana.



Bogdan Kucharski, podejmując w styczniu 2001 r. pracę w PSB często nucił znany przebój: - „Tu na razie jest ściernisko, ale będzie San Francisco”.... - Bo tak wtedy było. Wokoło pola. Krajobraz typowo wiejski. Siedziba centrali mieściła się w niedużym, wynajmowanym budynku. O standardzie obiektów magazynowych trudno było cokolwiek dobrego powiedzieć. To mnie nie zniechęcało. Pracując wcześniej niemal 20 lat w różnych magazynach, wiedziałem, że najważniejsze jest jak do zagadnień logistyki podchodzi kierownictwo firmy. Zarząd PSB miał orientację co znaczy dobra, albo zła gospodarka magazynowa.

Za co cenię PSB? Co można/należałoby w spółce zmienić?



Iwona Kowal pracę w PSB nazywa przygodą, ...która trwa już dziewięć lat. Co najbardziej ceni geograf z wykształcenia w firmie związane ściślej z budownictwem? – Możliwość rozwoju, dobre kontakty z szefostwem, otwartość na problemy pracowników, bardzo dobrą organizację pracy. Tutaj cały czas coś się dzieje, nigdy nie stoimy w miejscu. W PSB każdy zna zarówno swoje obowiązki jak i prawa. Podoba mi się wprowadzenie kategoryzacji stanowisk oraz motywacyjnego systemu oceny pracowników.

Studiowanie geografii, którą ukończyłam dobrych parę lat przed podjęciem pracy w Wełeczu, otwiera horyzonty, uczy widzenia różnych zagadnień w szerokim kontekście. Geografowi łatwiej zrozumieć skomplikowane nieraz powiązania, jakie występują w gospodarce i w ogóle w życiu społecznym.

Szanse rozwoju stwarzane każdemu przez kierownictwo PSB bardzo ceni również **Iwona Prędką**. Dziewięć lat temu zaczynała pracę w Wełeczu jako referent w dziale sprzedaży. To nie był szczyt możliwości i ambicji kogoś, kto miał w dorobku studia magisterskie w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku finanse i bankowość. Iwona Prędką od 2002 r. pełni obowiązki kierownika działu sprzedaży jednej z grup asortymentowych, a trzy lata później zaczęła także koordynować obsługę dostaw materiałów budowlanych dla generalnych wykonawców typu Budimex Dromex, Skanska, Hochtief. Potwierdzenia dowodu, że Grupa chce, żeby pracownicy się rozwijali, Iwona Prędką nie musi długo szukać. – W lipcu 1999 r. zrealizowałam swój cel, zdobyłam legalną pracę, w pełnym wymiarze godzin, z pakietem socjalnym... Ważniejsze jest jednak to, co otrzymałam jako „pakiet dodatkowy” - przez cały czas mogłam poszerzać wiedzę z zakresu finansów i rachunkowości, zarządzania firmą i personelem, prowadzenia negocjacji handlowych. Idąc po kolejnych szczeblach kariery, nabyłam umiejętności pozwalające mi zajmować samodzielne stanowisko kierownicze.

Dorota Rzepa ceni przełożonych, że w tak dużej organizacji potrafią jasno wyznaczać cele i pomagać w ich osiągnięciu.

Waldemar Podsiadło zwraca uwagę, że - w PSB nie ma „trudnych” tematów, każdy może śmiało wypowiadać swoje zdanie na każdy temat.

Nina Chwalińska ceni to wszystko, co już udało się całej Grupie osiągnąć, czyli konsolidację rynku. Szczególnie przy tym docenia akcjonariuszy, którzy tworząc PSB dowiedli, że potrafią myśleć długofalowo.



Aнна Gawlik ocenę Grupy formułuje tak - Cenię PSB za nowe wyzwania, jakie wciąż stawia przed sobą, za to, że nie zadowala się sukcesami już osiągniętymi, ale wciąż wyżej podnosi poprzeczkę. Wraz z rozwojem Grupy rozwijają się pracownicy. Różnorodność podejmowanych przez PSB przedsięwzięć sprawia, że praca jest ciekawa i mobilizuje do ciągłego podnoszenia kwalifikacji. Pracując w PSB ukończyłam studia w Wyższej Szkole Ekonomii i Administracji w Kielcach (magisterium z rachunkowości) i roczne studia podyplomowe na UMCS w Lublinie (też z zakresu rachunkowości). Uczestniczyłam również w wielu szkoleniach, m.in. kończąc roczny kurs w Stowarzyszeniu Księgowych Polskich. Praca, nauka i pogłębianie wiedzy podczas szkoleń, wszystko to pozwoliło mi rozwijać własne umiejętności i kompetencje.

Jarosław Dobrogoszcz najbardziej ceni PSB za to, że – spółka potrafiła skupić ludzi, którzy widzą i potrafią docenić zaangażowanie każdego pracownika w rozwój firmy. Dzięki pracy w PSB rozwijam się zawodowo. Od najniższego szczebla w dziale handlowym, następnie kierownika jednego z działów awansowałam na szefa działu Mrówek, najprężniej rozwijającego się w spółce. Mój rozwój w PSB był cały czas wspierany poprzez szkolenia, elastyczne podejście do czasu pracy podczas studiów czy możliwość uczestnictwa w kursach językowych. Skoro za to wszystko cenię PSB, staram się tak samo postępować z koleżankami i kolegami z zespołu, którym kieruję. Jednym z głównych celów w mojej pracy jest motywowanie ich tak, aby chcieli być coraz lepsi i stwarzanie warunków do osiągnięcia tego.

Pytanie: Co można/należałoby w spółce zmienić? – jest trudniejsze.

Bożena Kmieć-Sqsiadek, uważa, że – raczej nic nie trzeba zmieniać, a wręcz „tak trzymać”. Strategia Grupy jest jasna i generalnie polega na nadążaniu, a czasem nawet wyprzedzaniu ogólnych trendów panujących na rynku budowlanym, wprowadzaniu nowych działań handlowych i marketingowych, które inne, konkurencyjne firmy bardzo często później naśladowują. W handlu tak jest, że „lepszy ten kto pierwszy, a nie ten co lepszy”.



Iwona Prędką ocenia, że – potrzebne są zmiany w zakresie wewnętrznych relacji w sieci na linii akcjonariusze – centrala PSB – dostawcy. Należałoby wprowadzić zasadę obligatoryjnego przejścia na fakturowanie „centralne” wszystkich zakupów realizowanych z listy dostawców PSB, w momencie podpisa-

nia przez hurtownię umowy przystąpienia do Grupy. W przypadku producentów, z którymi dana hurtownia miała umowy bonusowe, mógłby warunkowo obowiązywać okres przejściowy do zakończenia roku obrotowego (by nowy akcjonariusz i producent mogli dokonać wzajemnych rozliczeń wynikających z wcześniejszych kontraktów bezpośrednich). Z chwilą rozpoczęcia nowego okresu rozliczeniowego zakupy powinny być automatycznie realizowane tylko poprzez centralę PSB.

Iwona Prędką wyraźnie zastrzega, że to jest wyłącznie jej opinia.

Potrzebę zmian w otoczeniu, w jakim funkcjonuje PSB dostrzega **Dorota Kwiecień**. Konkretnie – niejednokrotnie ograniczają aktywność gospodarczą przepisy prawne, często nie mające wiele wspólnego z rzeczywistością. Chodzi zwłaszcza o obowiązywanie niektórych przepisów wobec małych i średnich przedsiębiorstw.

Relacje w pracy: z kolegami, z szefami, z akcjonariuszami PSB i z dostawcami Grupy – jakie są?

Anna Gawlik - Koleżeńska atmosfera i satysfakcjonująca mnie praca powodują, iż poniedziałki w firmie nie są takie trudne. Tworzymy zgrany zespół, w którym wzajemnie się wspomagamy – żaden problem nie jest wtedy problemem.



Dorota Rzepa – Mam dobre relacje z przełożonymi i z kolegami. Podobnie z akcjonariuszami i z dostawcami. Dużo zawdzięczamy organizowanym przez PSB szkoleniom w regionach, prowadzonym przez producentów dla należących do Grupy kupców. Pracownicy centrali w Wełcza, jak tylko czas pozwala, chętnie w nich uczestniczą. To pomaga budować relacje długoterwale. Poznajemy się bliżej także na forum towarzyskim - nieodzowne są przecież wieczorne rodaków rozmowy, swoiste podsumowanie zajęć seminaryjnych. Dzięki takim wydarzeniom służbowy kontakt telefoniczny czy mailowy dopełniany jest bardzo ważnym w pracy spotkaniem, które literatura określa jako face to face. Wiemy lepiej jaki kto jest. Łatwiej nam potem ze sobą współpracować.

Joanna Pasek podkreśla ogromne zaangażowanie pracowników i utożsamianie ich celów osobistych z celami spółki, zwłaszcza podczas realizowania wspólnych projektów. - Od wielu lat prowadzona jest polityka personalna zwiększająca stopień motywacji oraz identyfikacji pracowników z PSB. Poza atrakcyjnym wynagrodzeniem można liczyć na premie, dopłaty do ubezpieczeń, dopłaty do posiłków, dofinansowanie kształcenia, wypoczynku, rekreacji.

Ważne są również czynniki niematerialne: przyjemna atmosfera pracy, wyjazdy integracyjne, możliwości rozwoju oraz awansu (pionowego jak i poziomego), prestiż Grupy, optymalne warunki pracy, w których potencjał każdego jest jak najlepiej wykorzystany, pewność zatrudnienia, prowadzona przez spółkę polityka prorodzinna.

Ale tym, co Joanna Pasek ceni w PSB najbardziej jest ciągle rozwój Grupy. - Nieustannie stawiane są przed nami nowe wyzwania. Nie można popaść w rutynę. Większość z realizowanych zadań wymusza stosowanie nowatorskich rozwiązań. Ogromna dynamika pracy powoduje, że niezbędne jest nabywanie nowych umiejętności, podnoszenie swoich kwalifikacji. Mnie, podobnie jak wielu koleżankom i kolegom, tworzenie czegoś nowego sprawia przyjemność.

Iwona Kowal wie, że - bez dobrych kontaktów z akcjonariuszami i dostawcami PSB nie mogłabym dobrze wykonywać swoich obowiązków. Rozmowy o finansach, jakie muszą prowadzić, niekiedy są bardzo trudne. Dlatego bardzo cenię atmosferę szacunku, od zawsze obowiązującą w Grupie wobec partnerów i pracowników.

- Dziesięć lat pracy w PSB – mówi **Bożena Kmieć-Sqsiadek** - spowodowało, że znamy się z szefami, dużą częścią kolegów, także z wieloma akcjonariuszami bardzo dobrze i wiemy czego od kogo można oczekiwać. Ogromną wartością – porównując pracę przedstawicieli regionalnych innych firm – jest możliwość podejmowania szybkich decyzji wobec każdego problem pojawiającego się na rynku. W wielu firmach, np. producentów – drabinka podejmowania jakichkolwiek decyzji jest tak skomplikowana, że czeka się „na odzew” 2-3 dni. U nas - po konsultacji z szefami – w większości przypadków problemy rozwiązywane są w przeciągu godziny. I oby tak zostało.



Jarosław Zaborowski twierdzi, że - powiedzenie „Firma to ludzie” w przypadku PSB nabiera wyjątkowego znaczenia. Jest tak, że chce się codziennie przyjeżdżać do Wełcza do pracy – zapewnia Jarosław Zaborowski. - Praca, którą wykonuję jest wyjątkowa – opowiada. – W marketingu trzeba re-

alizować samego siebie. Nie otrzymuję np. żadnych gotowych formularzy. Mam jedynie zadanie i muszę dobrze się zastanowić, co i jak zrobić, żeby je wykonać. Obserwuję innych, z naszej branży, z branż pokrewnych, albo całkiem odmiennych, wyląwiam najciekawsze pomysły, ale sprawdzonych wzorów nie ma. Nawet jeśli coś daje się adaptować, to tylko we fragmentach. Nigdy nie obyło się bez nasycenia nowego produktu marketingowego PSB oryginalnymi pomysłami naszego działu marketingu.

Dodatkowe utrudnienie polega na tym, że będąc firmą handlową musimy pokazywać produkty, które zarazem mieszczą się w ofercie dostawców PSB. Niezbędne jest więc wspólne zaangażowanie, np. w kampanie reklamowe w telewizji. Tyle, że zawsze w takich sytuacjach nie ma się pełnej swobody, zawsze trzeba uwzględnić rozmaite uwarunkowania partnerów – ktoś zużył cały limit środków na inne przedsięwzięcia, kto inny nigdy wcześniej nie uczestniczył w akcjach o tak szerokiej skali. Przekonywanie jest nierzadko zajęciem żmudnym, tym bardziej, że jak przedstawić coś, czego jeszcze nie ma, co jest dopiero w mojej głowie. Ja już to widzę, wiem że pomysł wypali, ale wypali tylko wtedy, kiedy dołożą się partnerzy.

- Od kilku lat wielkim atutem w takich sytuacjach jest argument, że komunikacja marketingowa PSB ma przełożenie na wzrost

świadomości marki i wzrost sprzedaży. Pomysły PSB i współpraca dostawców z Grupą procentują. Kampanie reklamowe prowadzone centralnie przynoszą wymierne efekty sprzedażowe akcjonariuszom.



Nina Chwalińska wie, że przyjazną atmosferę panującą w ekipie pracowników w Wełczu dobrze postrzegają kontrahenci, nawet przy rozmowach telefonicznych. Opowiadają jej o tym ci, z którymi ma szczególnie dobre relacje, a stara się, żeby współpraca była rzeczowa i sympatyczna w każdym przypadku. – Niestety, część akcjonariuszy potrafi długo kupować towar wyłącznie bezpośrednio u dostawcy, przypominając sobie o swojej przynależności do Grupy dopiero wtedy, kiedy tego towaru brakuje na rynku, a dostawca dla nich już go nie ma. Są żale, czasami pretensje, tymczasem ocena sytuacji musi być jednoznaczna, choć wcale nie koniecznie prowadzić się do powiedzenia „jak Kuba Bogu, tak Bóg Kubie”. Po prostu – siłę Grupy wzmacnia lojalność i kupców, i dostawców. Kto buduje z Grupą długofalowe relacje, zawsze może liczyć na pomoc, gdy sytuacja na rynku robi się trudna.

Jakie plany/zadania zawodowe zostały przez Panią/Pana już zrealizowane? Jakie chce Pani/Pan zrealizować?

Bogdan Kucharski – Moje plany zawodowe od wielu lat wiążą się z pracą w magazynach, bo to jest moja pasja – zarządzanie magazynami i planowanie nowych powierzchni magazynowych. Magazyny to jeden z trzech głównych działów pionu logistyki w każdej sieciowej firmie. PSB ma już nowoczesny magazyn, ale rewolucja w organizacji gospodarki magazynowej jeszcze przed nami. Obecnie, w ścisłej współpracy z informatykami, z pionem sprzedaży, a na zewnątrz - z dostawcami Grupy, pracujemy nad systemem kodów kreskowych. Każdy towar będzie miał swój kod i będzie po tym kodzie „prowadzony” (zczytywany, ewidencjonowany), co niezwykle usprawni dysponowanie nim stosownie do potrzeb obrotu. Rzecz znana, ale trzeba uwzględnić, że chodzi o dziesiątki tysięcy kategorii asortymentowych. O materiały budowlane i wyroby do wykończenia wewnątrz ulokowane na powierzchniach wielu tysięcy metrów kwadratowych. Oczywiście, komputery stosujemy w codziennej pracy od lat, ale szkolenia, jakie przechodzimy na najlepszych wzorach, pozwalają myśleć o kolejnym, znacznie wyższym poziomie organizacji pracy naszego działu.



Waldemar Podsiadło zapewnia, że jeszcze nie zrealizował wszystkich planów związanych ze swoim rozwojem zawodowym. Odpowiedź na pytanie zawiera się w przypomnieniu, że - praca informatyka wymaga ciągłego śledzenia zmian w branży. Ciągłe szkolenie i nauka są

wpisane w mój zawód. Obejmują i zabezpieczenia, i sprzęt, i zmiany w oprogramowaniu. PSB jest fenomenem na rynku. Godnym najwyższego uznania. Ale ja mam problem, bo szukanie chociażby w miarę podobnej organizacji, czy branży nie daje efektów. Informatycy w Wełczu, wraz z gronem współpracowników, muszą być pionierami. To inni opierają się na naszych doświadczeniach, starają się nas śledzić, by coś ściągnąć dla siebie.

Planując kolejne wdrożenia programów czy sprzętowe musimy zawsze pamiętać, że nowości nie mogą utrudniać prowadzenia biznesu w firmach kupieckich, często bardzo małych. Barię kwalifikacji personelu tych firm też trzeba brać pod uwagę. Lista moich lektur i szkolenia muszą więc również uwzględniać najnowsze trendy w organizacji biznesu.

Stanowisko pracy **Iwony Kowal** wymaga stałego poszerzania wiedzy. Chcąc skutecznie dbać o należności spółki, Iwona Kowal podjęła studia podyplomowe (właśnie je kończy) z controllingu i finansów przedsiębiorstw, które są bardzo pomocne w jej pracy.

Bożena Kmieć-Sqsiadek uczestniczyła już w ogromnej ilości szkoleń z różnych dziedzin, ale nowe wyzwania marketingowe i handlowe powodują, że ciągle się trzeba czegoś uczyć. – Mnie ten twórczy styl pracy bardzo odpowiada – zapewnia. – Oczywiście, chcę iść jeszcze dalej. Teraz przede mną i innymi przedstawicielami zarządu Grupy w regionach wyzwanie stworzenia sieci Mrówek – będzie wymagało to dużo pracy, ale mam nadzieję da również dużo satysfakcji zawodowej.



Dorota Kwiecień swoje plany zawodowe ulokowała w księgowości. Dział, którym kieruje porównuje przy tym do fabryki – tak wielki jest „przerób” faktur, wypada 2,5 do 3-ech tysięcy miesięcznie na jednego pracownika. – Księgowość w spółce to kontakty ze wszystkimi działami centrali i z akcj-

nariuszami. Faktury kosztowe i umowy. Import, ubezpieczenia i obligacje. Współpraca z bankami. Kredyty, faktoring i paylink. Opanowanie tak szerokiej sfery działalności to właśnie zrealizowane z sukcesem plany zawodowe. Bez ścisłej współpracy z działem informatyki przy wdrażaniu programu finansowo-księgowego oraz programu sprzedaży firmy Kolporter Info nie byłoby to możliwe. Tylko automatyzacja prac mogła zagwarantować wysoki poziom funkcjonowania naszego działu.

Perspektywy PSB – jakie są?

Iwona Prędką jest optymistką. - Grupa, a przede wszystkim tworzący ją akcjonariusze, mają ogromną szansę na dalszy rozwój - wystarczy by w pełni korzystali z przewagi konkurencyjnej, jaką daje przynależność do PSB. Potrzebne jest dalsze zacieśnienie wzajemnej współpracy pomiędzy akcjonariuszami i centralą Grupy. W ciągu 10 lat obecności na rynku wypracowano i sprawdzono liczne dobre rozwiązania, wystarczy otwartość i chęć ich wdrażania. Konieczna jest zarazem eliminacja podmiotów nie angażujących się w budowanie silnej i jednolitej sieci PSB.

Grupa nadal będzie rozwijać się w obszarze rynku hurtowego. Nie musi to jednak być równoznaczne z dużym przyrostem w gronie akcjonariuszy nowych kupców. Do akcjonariatu PSB będą częściej pozyskiwani odpowiedzialni producenci. Natomiast najbardziej dynamicznie rozwijającym się segmentem handlowym będzie sieć sklepów detalicznych Mrówka – tutaj kupcy, akcjonariusze mogą korzystać z potencjału PSB podwójnie – i jako typowi hurtownicy oferujący materiały budowlane, i występując w roli detalistów - sprzedawców wszystkiego co jest potrzebne dla wyposażenia i upiększenia mieszkań.

Optymizm gości w sercu i umyśle **Niny Chwalińskiej**. - Mam nadzieję, że Grupa będzie nadal się dynamicznie rozwijać i w następnej dekadzie pozyska 25% rynku budowlanego - przecież nas na to stać.

Nieco inaczej ocenia sytuację **Waldemar Podsiadło**, zaczynając od zdecydowanego stwierdzenia, że - Konsolidacja nie jest pustym słowem – tylko silna i dobrze zarządzana organizacja

może być odpowiedzią dla sieci zagranicznych. Nie ma już czasu, aby przekonywać niezdecydowanych do budowy Mrówek. Tylko podjęcie szybkich i konkretnych działań może zadecydować, czy za kilka lat Grupa PSB będzie nadal liderem na rynku czy jedynie „kolejnym dobrym pomysłem”.



Jarosław Dobrogoszcz do optymizmu obliguje stanowisko – skoro odpowiada przed zarządkiem spółki za sieć sprzedaży detalicznej, czyli za Mrówki, musi zrobić wszystko, żeby takie sklepy szybko powstały w całej Polsce. Jak tego dokonać nie będąc optymistą?...

Jarosław Dobrogoszcz podkreśla, że siłę czerpie z 10-letniej pracy w PSB. - Kiedy widzi się, że z małej firmy, a taką byliśmy w 1998 r., powstaje lider rynkowy, to człowiek jest dumny, że tu pracuje i chociaż cząstka sukcesu jest jego wkładem.

Przechodząc do konkretów mówi wprost – do 2012 r. sieć Mrówek w Polsce będzie liczyć 150 sklepów.

Na uwagę, że jest dopiero 20, reaguje spokojnie. – Nie dopiero, lecz już! Doświadczenie zdobyte przy ich tworzeniu i prowadzeniu, będzie wielkim kapitałem tych, którzy wezmą udział w całym wielkim przedsięwzięciu budowy w Polsce powiatowej dobrze postrzeganej przez klientów sieci Mrówek.

Jarosław Zaborowski dodaje, że - z budową sieci detalicznej PSB Mrówka trzeba zdążyć przed konkurencją.

A teraz ostatnie pytanie, może nieco przydługie, ale chyba ważne: czy z taką ekipą w Wełczu i z tak przebojowymi kupcami z całej Polski, ze sprawdzoną szeroką reprezentacją największych i najlepszych producentów materiałów budowlanych, z wypróbowanymi dostawcami usług - czy w ramach dobrze przemyślanego partnerstwa Bogdan Panhirs i Mirosław Lubarski mają prawo wątpić w sens dalszego rozwoju Grupy PSB?...

Najważniejsze jest to, że mocno wierzą w ten rozwój.