

Rozmowa z Ewą Sobkiewicz, prezesem stowarzyszenia Inicjatywa Firm Rodzinnych oraz firmy Salve Medica.



Zbudowała Pani z mężem grupę medyczną Salve Medica, działającą w różnych obszarach medycyny. To między innymi jeden z większych szpitali prywatnych w Polsce. Co Pani zdaniem w największym stopniu przyczyniło się do tego sukcesu: innowacyjność działania, wykorzystanie nowych technologii, współpraca ze światem nauki, a może fakt, że Grupa Salve Medica jest firmą rodzinną?

Budowanie Salve Medica zaczęło się od pomysłu dwóch kolegów-lekarzy, pracowników jednej z łódzkich klinik, którzy pomyśleli o rozpoczęciu wspólnej działalności gospodarczej.

To był mój mąż i jego przyjaciel. Będąc lekarzami wiedzieli, w jakim kierunku warto rozwijać działalność, czy powinna to być ginekologia czy może inna specjalizacja. W ten sposób, własną pracą i uporem, zbudowali rozpoznawalną w Łodzi firmę. Ja prowadziłam wówczas przedsiębiorstwo działające w branży odzieżowej, którą w tamtych czasach (lata 90-te) zaczął dotykać kryzys. Podjęłam więc decyzję o przebranżowieniu i zainteresowałam się tematyką mammografii. Wtedy był to dopiero początek rozwoju firm mammobusowych. To był 2001 rok. Dalszy rozwój grupy doprowadził w 2007 roku do zbudowania pierwszego wtedy w Łodzi i jednego z nielicznych w Polsce prywatnych szpitali szeroko profilowych. Pomysły w głowach właścicieli firm rodzinnych powstają cały czas, czego wynikiem jest ustawiczny rozwój. W ten sposób stworzyliśmy uznaną w kraju klinikę leczenia niepłodności. W pewnym momencie zaryzykowałam i jako pierwsza w Polsce wprowadziłam ucyfrowioną mammografię. Później zaczęły wprowadzać to kolejne firmy. Dało to możliwość zapisu danych na nośnikach cyfrowych. Dzięki temu można porównywać wyniki kolejnych badań. W firmach rodzinnych decyzje zapadają szybko, ponieważ podejmuje je sam właściciel. Dzięki temu można je wdrażać równie szybko. Ja, zaczynając od jednego mammografu, z którym jeździłam po okolicznych miejscowościach, doszłam do 8 nowoczesnych mammobusów i 12 stacjonarnych pracowni. Dzięki temu obecny zasięg terytorialny naszej firmy obejmuje już niemal całą Polskę.

Firmy rodzinne są coraz ważniejszym segmentem w polskiej gospodarce. Mówi się o nich, że są bardzo dobrze zarządzane, że panuje tam dobra atmosfera. Czym się wyróżnia się firma rodzinna od tej “nierodzinnej”?

Zarządzanie własną firmą ma swoją specyfikę. To przede wszystkim pasja i determinacja założycieli, połączona z olbrzymią odpowiedzialnością i stale pojawiającymi się wyzwaniami, ale również ogromną satysfakcją, gdy osiąga się zamierzony cel. Jeśli zbudujemy dobry zespół, który wnosi innowacyjność i wiarę w to, co robimy wspólnie oraz

chęć do działania, to w efekcie motywacja w zespole jest nieporównywalnie większa, a sukcesy pojawiają się na każdym kroku. Wspólna praca, radość z osiągniętych celów, cieszenie się z małych rzeczy powoduje, że udaje się realizować coraz ambitniejsze założenia. Ludzie bardziej utożsamiają się z firmą i identyfikują się ze wspólnymi sukcesami. Moją rolą jako lidera jest to, aby pracownicy czuli się w firmie jak u siebie. Ważne jest to, aby ludziom chciało się przychodzić do pracy i osobiście bardzo się w to angażować. W taki sposób rozumiem przewagę firmy rodzinnej nad innymi. Pasja staje się zaraźliwa.

Czy i w jakie obszary działalności społecznej jest Pani zaangażowana?

Profil działalności mojej firmy jest ściśle związany z profilaktyką raka piersi. To bardzo ważny temat społeczny, na który posiadamy ugruntowaną wiedzę. Naszą misją jest uświadamianie kobietom, jak ważne dla ich zdrowia, a wręcz życia, jest korzystanie z badania mammograficznego jako profilaktyki przed rakiem piersi. W tym obszarze propagujemy zachowania prozdrowotne, uświadamiamy, jak ważne są badania mammograficzne w profilaktyce pierwotnej. Naszym nadrzędnym celem jest zwiększenie frekwencji wśród kobiet objętych programem profilaktyki raka piersi, czyli tych w przedziale wiekowym 50-69 lat raz na 24 miesiące. W Polsce nadal niewielki odsetek kobiet poddaje się badaniom, bo zaledwie ok. 40%, podczas gdy w rozwiniętych gospodarkach europejskich odsetek ten sięga 98%. Skalę problemu najbardziej chyba uświadamiają statystyki: około 14 tysięcy kobiet rocznie dowiaduje się, że ma raka piersi, a aż 5 tysięcy z nich umiera! Dlatego tak ważna jest edukacja. Tym, co najbardziej paraliżuje kobietę i sprawia, że nie zgłasza się na badanie, jest strach. Naszym zadaniem jest pokonać go i zaszczepić zdrowy nawyk dbania i troski o siebie. Nie ma skuteczniejszego sposobu na wczesne wykrywanie raka piersi niż mammografia.

Co Pani sądzi o rozwoju samorządności gospodarczej

w Polsce? Czy zgadza się Pan ze stwierdzeniem, że zwłaszcza młodsze pokolenie przedsiębiorców jest coraz mniej przekonane do konieczności rozwoju tej samorządności? Jeżeli tak, to co należałoby zrobić, żeby to zmienić?

W każdym społeczeństwie jest pewna grupa osób, która chce coś zrobić wspólnie i niestety znacznie większa, która nie widzi korzyści w kooperacji. Nie ma tu znaczenia wiek. Historia naszego kraju nie nauczyła nas jak budować kapitał społeczny, oparty na współpracy i zaufaniu. Przedsiębiorcy wolą nie obnosić się z sukcesami, jakie osiągają, aby nie wywoływać zazdrości. Nasze stowarzyszenie zrzesza osoby, które żywią przekonanie, że współdziałanie jest bardzo ważne. Dopiero będąc w grupie, która doświadcza podobnych wyzwań, mamy możliwość wspierania się, dyskusowania i wymiany doświadczeń, co pozwala sprawniej pokonywać codzienne trudności. Łącząc się w strukturach lokalnych przedsiębiorców rodzinnych budujemy własne środowisko, grupę, która nabiera znaczenia i jest dostrzegana przez władze lokalne. Zauważamy, że sprzyja to rozwojowi przedsiębiorczości w Polsce. Wspólne działania powodują, że powstają dobre pomysły, oparte na bogatym doświadczeniu wielu ludzi. Integrujemy się i budujemy kapitał społeczny przedsiębiorców – tak bardzo potrzebny w naszym społeczeństwie. Wzajemne wspieranie polega również na edukacji, m.in. w obszarze sukcesji, zarządzania zasobami ludzkimi, finansów i sprzedaży czy budowania wizerunku. To także spotkania z przedstawicielami instytucji państwowych, spotkania mentoringowe z właścicielami firm, które osiągnęły sukces rynkowy. Wiemy już, że razem możemy osiągnąć więcej. Korzyść z funkcjonowania w grupie zauważyło już ponad 500 przedsiębiorców rodzinnych w Polsce, których zrzeszamy w Inicjatywie Firm Rodzinnych i gorąco zapraszamy kolejne firmy, by do nas dołączyły.