

Z Maciejem Wójcikiem, wiceprezesem zarządu ZPC Śnieżka S.A. w Świebodzicach, dyrektorem ds. Kanału Tradycyjnego rozmawia Ryszard Żabiński.



ZPC Śnieżka jest firmą rodzinną z kapitałem polskim. Jakie są atuty takiej struktury właścicielskiej? Czy firmie rodzinnej łatwiej jest konkurować na trudnym rynku cukierniczym? Jak wygląda problem doboru menedżerów na kluczowe stanowiska i kontroli ich działania?

Głównym atutem struktury firmy rodzinnej jest ścieżka komunikacji, która w mojej ocenie

jest łatwiejsza i bardziej bezpośrednia, co przyczynia się do krótszej drogi w podejmowaniu decyzji – zwłaszcza tych kluczowych. Ogromne znaczenie ma również zaufanie jakim siebie obdarzamy, a przede wszystkim wspólne priorytety, obrane cele i mocne zaangażowanie. Nie twierdzę, że w innych spółkach takie wartości nie występują jednak sądzę, że to wyróżnia firmy rodzinne na tle innych. Branża cukiernicza wymaga włożenia mnóstwa pracy i energii, aby nadążyć za nowymi trendami i zmieniającymi się preferencjami klientów, więc być może codzienne obowiązki i zaangażowanie ma tutaj większe znaczenie. Muszę zaznaczyć, że dobrych specjalistów na rynku pracy nie brakuje, natomiast istotną kwestią jest, aby te osoby mocno weszły w struktury firmy, przyświecały im te same wartości. Najważniejsze, aby kierunek rozwoju firmy był tożsamy dla wszystkich. Obecnie, część kadry menadżerskiej to członkowie rodziny, zapewne nie zawsze gwarantuje to pełne zaangażowanie i odniesienie sukcesu, ale w naszej firmie zdecydowanie tak.

Jakie są największe wyzwania stojące przed firmą, zwłaszcza w zakresie innowacji i internacjonalizacji?

Do kluczowych wyzwań jakie stoją przed nami zaliczyć trzeba odpowiednie wyczucie rynku i odpowiedź na jego potrzeby. Wprowadzenie do sprzedaży produktu innowacyjnego, nie powielonego. Konkurencja jest duża, dobre pomysły wymagają szybkiej realizacji i wcielenia w życie. ZPC Śnieżka S.A. bardzo dynamicznie rozwija się w ostatnich latach, mówiąc o rozwoju mam na myśli nie tylko zwiększenie produkcji, sprzedaży, zatrudnienia, ale także poszerzanie asortymentu i unowocześnienie parku maszynowego. Obecnie cały czas rozbudowujemy linie produkcyjne do naszych flagowych produktów jakimi są „michałki®” i „michałki z HANKI®” – jedne z najbardziej popularnych słodczy w Polsce. Ostatnia inwestycja to wprowadzenie do sprzedaży batonów pod tymi brandami, jak również kilka nowych projektów które niebawem zostaną zakończone. Proces internacjonalizacji w Śnieżce rozpoczął się, na dużą skalę, kilka lat temu. Działania eksportowe, chęć zaistnienia na obcych rynkach wymagają dużego zaangażowania oraz

Zaufanie i zaangażowanie, czyli atuty rodzinnej firmy

nakładów finansowych, a co ważniejsze potrzeby świadomości pracy od podstaw. Jesteśmy obecni na wszystkich znaczących międzynarodowych targach, oraz bierzemy udział w misjach handlowych w kierunkach jakie obraliśmy jako cel. Pomimo tak krótkiego czasu, już teraz nasze produkty są mocno ulokowane na rynkach min. w Niemczech, Rumunii, Słowacji, USA, Chinach.