

JUBILEUSZ

30 lat minęło...

O historii firmy, trudnych początkach i planach na przyszłość rozmawiamy z Andrzejem Senkowskim, założycielem firmy Polcar.

M. B.: W 1986 roku uruchomił Pan firmę w mieszkaniu w bloku. Co było motywem do rozpoczęcia akurat takiej działalności?

A. S.: Brak pracy... Po półrocznym okresie bezrobocia uległem w końcu namowom dwóch Belgów – mikroprzedsiębiorców – którzy oferowali dostawy części nowych i używanych do aut osobowych i dostawczych.

M. B.: Jakie części były tymi pierwszymi w ofercie Polcaru?

A. S.: Drzwi (używane), szyby, skrzynie biegów i silniki (używane), elementy oświetlenia, wykładziny wnętrza pojazdów, zawieszania, części do napraw głównych silników, itd.

M. B.: Gdzie i w jaki sposób odbywał się handel tymi częściami?

A. S.: Do roku 1991 sprowadzaliśmy wyłącznie części na zamówienia, a nasi klienci sami musieli za nie płacić, wysyłając przelewy dewizowe za granicę. Początkowo odbierałem części (z reguły raz na miesiąc) na granicy Polski i NRD osobiście, a potem robili to już moi pracownicy. Nota bene, pracują oni w Polcarze do dnia dzisiejszego, będąc podporą firmy.

Z rozrzewnieniem wspominam ówczesną niebywałą tolerancję klientów dla naszych błędów, gdyż akceptowali oni z uśmiechem często kolejny miesiąc oczekiwania spowodowany naszymi pomyłkami.

M. B.: Jak na przestrzeni lat zmieniło się zapotrzebowanie na części zamien-

ne? Czy może Pan wymienić jakieś główne punkty w czasie, kiedy następowały gwałtowne zmiany w popycie i w dostępnym u państwa asortymencie?

A. S.: Na osi czasu wyglądało to tak:

1986–1993 – pełny asortyment części sprowadzanych jednak wyłącznie na zamówienia klientów, głównie nowe, ale pewne z nich (np. drzwi czy skrzynie biegów) sprowadzane były jako używane

1991 – pierwszy kontener 20-stopowy z blachami z hiszpańskiej firmy RUBI

1991–92 – pierwszy 20-stopowy kontener z Tajwanu z częściami nadwozia i lampami

1993 – pierwszy kontener chłodnic z Portugalii (nadal 20-stopowy, gdyż nasz ówczesny magazyn mieścił się w prywatnym garażu jednego z pracowników, a długi kontener nie byłby w stanie tam dojechać)

1993–94 – zakończenie sprowadzania części na zamówienia i ograniczenie oferty wyłącznie do części, które posiadaliśmy już w magazynie

1993–95 – rozpoczęcie współpracy z wieloma nowymi dostawcami zarówno zagranicznymi, jak i tymi, którzy właśnie otwierali swe oddziały w Polsce, jak Valeo, Hella, Magneti Marelli itd.

1996 – wprowadzenie do oferty – po nadwoziu, oświetleniu i chłodnicach – części zawieszania itd...

M. B.: Czy rynek części zamiennych wygląda dzisiaj tak jak wyobrażał go so-



fot. Polcar

bie Pan 30 lat temu? Czy zdarzyło się coś nieoczekiwanego, co Pana zaskoczyło?

A. S.: Szczepnie mówiąc, rozpoczynając pracę w tej branży 30 lat temu, nie miałem ani wiedzy, ani wyobrażenia o rynku części zamiennych. Byliśmy „kopciuszkiem” zależnym od zachodnich hurtowni, które były na początku naszymi dostawcami. Co ciekawe, wszystkie te zachodnie firmy, które nadal istnieją, kupują dziś w Polcarze. I to właśnie najbardziej mnie zaskoczyło, że firmy te mogły w latach 90. całkowicie zmonopolizować polski rynek, a jednak pozwoliły nam się rozwinąć i stały się naszymi odbiorcami.

M. B.: Pozycja Polcaru na rynku części blacharskich i naprawczych do nadwozia jest już ugruntowana. Co przyczyniło się do sukcesu firmy w czasach, kiedy wiele firm sobie nie poradziło?

A. S.: Lojalność, szacunek i uczciwe traktowanie dostawców, odbiorców i oczywiście pracowników. Polcar może pochwalić się tym, że wszyscy strategiczni pracownicy nadal tu pracują. A staż wielu z nich przekracza 20 lat.

M. B.: Jakie są plany Polcaru na kolejne 30 lat? Czy ma Pan jakieś oczekiwania od rynku, na którym firma funkcjonuje?

A. S.: Skoro w Europie jest ponad 300 mln samochodów, a w Polsce ok. 16 mln, to naszym oczywistym celem jest zwiększanie eksportu. Sprzedajemy za granicę wyłącznie dużym odbiorcom, którzy często rezygnują z zakupów u producentów na rzecz regularnego zaopatrywania się u nas.

Nie oczekujemy niczego od rynku – to my musimy się dostosować do wymagań na poszczególnych rynkach oraz przekonać odbiorców do naszej tzw. filozofii uczciwego wyboru, która jest naszą unikatową strategią. Po szczegóły zapraszam na www.polcar.com.

Rozmawiał: Maciej Blum



fot. Polcar