



*Gdzie
diabeł nie
może, tam
babę pośle
- mówi
ludowe
porzekadło.
Polek do
biznesu/
żaden
diabeł
posyłać
nie musi.
Same idą.*

51

ety m eseem

Paweł Rożyński

montowych po jakimś czasie znika więc z rynku. Albo bierze facetów. Kucharczyk na początku zatrudniała dziewięć pań, teraz bazuje na mężczyznach. Nie ma innego wyjścia.

W szpilkach po plaży

Ostatni hit to prowadzone przez kobiety biura detektywistyczne. „Obok pięcioletniego doświadczenia i profesjonalnego sprzętu fotograficznego nasze atuty to kobiecy spryt i intuicja” - tak zachwala swe usługi warszawskie Biuro Detektywistyczne Femina, powstałe w 2010 roku. Wśród usług: ustalanie miejsca pobytu dłużnika, prześwietlanie kontrahenta czy sprawdzanie nieuczciwych pracowników. I specjalność firmy: zbieranie dowodów na zdradę. „Dziękuję za zdjęcia. W sądzie mój mąż bardzo się zdziwi” - brzmi jedna z referencji.

Jej głównymi klientkami są - jakżeby inaczej - kobiety. - To dla nich stworzyłam biuro, choć na początku działalności zgłaszali się do mnie głównie panowie, co wydawało mi się bardzo dziwne - opowiada Monika Matyszczak, właścicielka Feminy. Ale wśród siedmiorga jej pracowników są także mężczyźni. - To konieczne, żebyśmy mogli dobrze wykonywać usługi. Przykładowo działania na wyjazdach, w hotelach, ośrodkach wypoczynkowych. Układ kobieta-mężczyzna sprawdza się fenomenalnie, dużo lepiej niż np. dwóch starszych panów detektywów. Można choćby bez problemu udawać parę - tłumaczy Matyszczak.

Konkurencyjne (również stołeczne) biuro Kobieta Detektyw, założone w 2001 roku i szczytujące się mianem pierwszego żeńskiego na rynku, ma nawet szerszy zakres usług. Nie tylko wykrywa aktualne zdrady mężczyzn, ale i prześwietla ich przeszłość i testuje wierność. „Chcesz wejść z kimś w związek? Sprawdź, czy jest to odpowiedzialna osoba i czy wspólna przyszłość nie zaczyna się od kłamstw i niedomówień”.

- Czy kobiety są w tej pracy dobre? Przede wszystkim trzeba mieć stalowe nerwy, zdolności aktorskie i bardzo szybko logicznie myśleć. Do tego ważna jest umiejętność robienia zdjęć, zwłaszcza w trudnych warunkach. Pamiętam, że musiałam siedzieć w kontenerze na śmieci albo biegać po plaży z kilkukilogramowym aparatem i w szpilkach, bo moim obserwowanym zachciało się nagle spaceru - opowiada Matyszczak. Zdarzają się kąśliwości, ale to najczęściej w internecie. - Bywa też tak, że po rozprawie czerwony ze złości mąż klientki powie parę nieprzyjemnych słów. Wiem wtedy, że dobrze wykonałam swoją robotę - uśmiecha się.

Jak wynaleźć koło

W niektórych dziedzinach kobiety wręcz zdominowały rynek. Należy do nich trzy czwarte firm związanych z usługami fryzjerskimi czy pralniąmi, większość skle-

pów z artykułami odzieżowymi i dziecięcymi, pensjonatów, restauracji, przedszkoli czy firm zajmujących się edukacją. Ostatnio jak grzyby po deszczu wyrastają kawiarnie z miejscami do zabawy dla dzieci. Z zasady prowadzą je kobiety. Pijesz kawę, czytasz gazetę, a dziecko układa zamek z klocków.

Polki okazały się mistrzyniami w zagospodarowywaniu nisz. Trudno pobić na rynku biżuterii wielkie sieci Wojciecha Kruka czy Apart Adama i Piotra Rączyńskich. Dlatego Lilou Magdaleny Mousson Lestang oferuje personalizowaną biżuterię - naszyjniki i bransoletki z ręcznym grawerowaniem. Z kolei firma Brokat, własność Romy Skuzy i Bogny Pogańskiej, wyrabia biżuterię na bazie węgla.

Pierwszymi klientami są zwykle znajomi. Często pomysł podpowiada życie, np. gdy trzeba kupić jakiś produkt, a na rynku go brakuje. Tak było wielokrotnie w przypadku Motherhood Justyny Garsteckiej - najpierw poduszki ciężowe (których w Polsce nie było), potem przewijak lżejszy i mniejszy niż dostępne w sklepach (bo musiała dostosować go do potrzeb swojego niepełnosprawnego Franka). Ręczniki pojawiły się w jej ofercie, kiedy mąż, kąpiąc dziecko, nie wytrzymał: - Szyjesz tyle rzeczy, a w domu nie mamy nawet porządnego ręcznika, który wchłaniałby wodę. - Taki mądry jesteś? To zaprojektuj, a ja go wprowadzę na rynek - odparła. I zaprojektowała.

Podobnie było z Katarzyną Watkowską, która porzuciła pracę w firmie ubezpieczeniowej i założyła sklep Chusty.com.pl. Pomysł narodził się, gdy chustę do noszenia dziecka musiała kupować aż na niemieckim serwisie aukcyjnym eBay. Pomyślała: czemu nie ma czegoś takiego w Polsce?

Joanna Krajewska-Godziek rozważała założenie salonu fryzjerskiego dla psów. Ale pewnego dnia mąż uparł się, by kupić specjalną chusteczkę, którą zauważył u kogoś w kieszeni marynarki. Po prze-

W Polsce faceci czasem wywalają gały. Ale na Zachodzie nikogo nie zaskakuje kobieta, która para się takim zajęciem.

*zestawienie
Pracownia 67 (Głogów)*
Koleżanki Sylwii Kucharczyk zrobiły jej żart - zamieściły lipne ogłoszenie „kobiecej ekipy budowlanej” z jej numerem komórki. Telefon zaczął się urywać. I firma faktycznie powstała.

kopaniu internetu okazało się, że chodzi o tzw. poszetkę. Ponieważ taki gadżet nie był nigdzie dostępny, Joanna sama uszyła chustkę mężowi na maszynie. Kilka podobnych wrzuciła też z ciekawości na Allegro. Chusteczki rozeszły się na pniu. Takie były korzenie jej sklepu internetowego Poszetka.com, który działa od półtora roku, ale już po trzech miesiącach zaczął przynosić zyski.

Pomysłem może być nawet ozdobne malowanie ścian w biurach i domach. Od 2009 roku robi to Karolina Mrowiec i jej firma Bajart. Chodzi nie tylko o pokoje dziecięce pokryte wizerunkami bohaterów kreskówek. Można sobie zamówić także np. kopie dzieł mistrzów holenderskich w skali 1:1. Mrowiec tworzy teraz dla swych usług... sieć franczyzową.

Sylwia Kucharczyk, absolwentka resocjalizacji, nim została szefową ekipy remontowej, pracowała m.in. w Monarze. Czuli się wyczerpana. Firmę założyła, gdy koleżanki zrobiły jej żart. Na kobiecym portalu zamieściły rzekome ogłoszenie kobiecej firmy budowlanej. Telefon się urywał. Kucharczyk - która zawsze lubiła majsterkować i pomagała znajomym w remontach - uznała, że skoro jest taki popyt, to trzeba spróbować. Z kolei jej konkurentka Greta Parobczyk z firmy Gloria Remonty wzięła się za nowe zajęcie, gdy musiała poprawiać w mieszkaniu partactwa po „normalnej” męskiej ekipie. Najpierw pomagała znajomym, w końcu stała się fachowcem.

Monika Matyszczak (zgodnie z nomenklaturą ministru Muchy należałoby powiedzieć: detektywka) przez kilka lat pracowała w jednym z dużych biur detektywistycznych. Miała tam częsty kontakt ze zdrażanymi kobietami. To one namówiły ją na założenie własnej działalności.

Z reguły koła nie trzeba wynajdywać. Biznes można podpatrzeć w innych krajach i zagospodarować puste miejsce na rynku, zanim zajmie je ktoś inny. Wiele produktów odnosi sukces, bo są zwyczajnie tańsze niż zagraniczne, a jakością im nie ustępują.

