

Biznes Raport

NR 12 (49) | 31 GRUDNIA 2009 | WWW.BIZNESRAPORT.COM


inventory solutions
 POLSKA

>> 2

INVESTIN

>> 5



>> 6



POKONALIŚMY KRYZYS

reklama

COEMI



Szczęśliwego Nowego Roku 2010

Minął kolejny rok.
Odchodzący 2009 wieszczony był jako kryzysowy.
Czy rzeczywiście tak go oceniamy? Wierzę, że nie.
Że więcej było w nim zwycięstw i sukcesów
niż porażek, więcej radości niż smutku.

Wszystkim naszym Czytelnikom i Partnerom,
Klientom i Pracownikom życzę, by nadchodzący
Nowy Rok był jeszcze lepszy niż mijający.
Niech będzie czasem rozwoju, wyznaczania i osiągania
ambitnych celów, niech zapisze się w naszej pamięci na długo.

Krzysztof Stadler
Redaktor wydania

OUTSOURCING INWENTARYZACJI | SPÓŁKA INVENTORY SOLUTIONS POLSKA
NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Inwentaryzację powierz specjalistom

Inventory Solutions Polska należy do ścisłej czołówki branży outsourcingu inwentaryzacji, oferując innowacyjne usługi charakteryzujące się wydajnością, sprawnością i szybkością. Nowoczesne technologie, wykwalifikowana kadra oraz odpowiednie zasoby zapewniają bezbłędną, bezstronną oraz organizacyjnie komfortową inwentaryzację.

Firma powstała w odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie rynku na outsourcing w dziedzinie inwentaryzacji, stając się na przestrzeni ostatnich lat rzetelnym i stabilnym partnerem dla największych sieci handlu detalicznego i hurtowego, a także dla firm przemysłowych.

Usługi Inventory Solutions Polska przynoszą szereg korzyści. Wśród korzyści jakościowych należy wymienić: gwarantowaną dokładność liczenia, neutralność – brak ryzyka „dopasowywania” liczb do stanu w systemie, efektywność i szybkość procesu, elastyczność czasową i organizacyjną oraz raporty inwentaryzacyjne dostosowane do potrzeb klienta. Główne korzyści ekonomiczne to: brak kosztów

niezrealizowanej sprzedaży – inwentaryzacja dokonywana w trakcie jednej nocy, brak kosztów utrzymania sprzętu elektronicznego i oprogramowania, szkolenia personelu, podróży i noclegów dla personelu oraz rozwoju oprogramowania.

Podsumowując, liczne niedogodności, wynikające z procesu wewnętrznej inwentaryzacji, są całkowicie eliminowane – zasoby klienta zostają uwolnione i w pełni koncentruje się on na swojej głównej działalności.

Inventory Solutions Polska działa na terenie całej Polski, świadcząc pełne spektrum usług inwentaryzacyjnych oraz usługi dodatkowe, takie jak weryfikacja zgodności dostaw czy rozmieszczenia produktów według planogramu. – Stale wdrażamy udoskonalenia procesu. Każdy pracownik jest zorientowany na zwiększanie innowacyjności firmy. Na przestrzeni ostatnich lat znacznie zwiększyliśmy funkcjonalność procesu inwentaryzacji, skracając jego czas do minimum, a zarazem rozbudowując część raportową – dostarczamy najbardziej interesujące informacje dla



klienta, na podstawie których optymalizuje on własną działalność – mówi Michał Matłoka, prezes Inventory Solutions Polska – Trafność strategii ciągłego doskonalenia obrazuje nasza dynamika rozwoju – licząc rok do roku odnotowaliśmy trzyfoldowy wzrost – dodaje.

Do rozwoju firmy przyczyniają się projekty realizowane z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka Działanie 8.2. Obecnie wdrażany jest innowacyjny system do przeprowadzania i rozliczania inwentaryzacji na mobilnych kolektorach danych. Wkrótce spółka uruchomi spersonalizowany system CRM, dostarczający kompleksowe usługi online, takie jak archiwizacja danych czy pełny dostęp do raportów, zestawień i statystyk inwentaryzacyjnych.

Andrzej Majewski
Więcej na
www.inventorysolutions.pl

Czy warto wybierać okna energooszczędne?

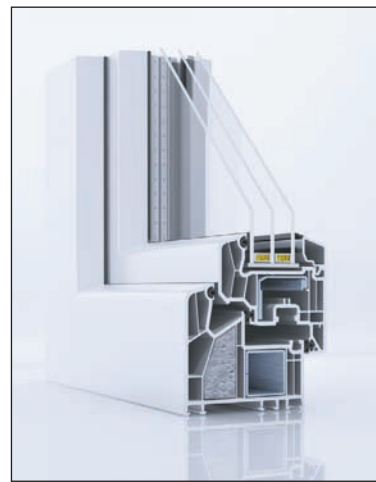
Energooszczędność to dziś bardzo ważny temat w dyskusjach na najwyższych szczeblach. W kolejnych krajach Unii Europejskiej wprowadzane są dyrektywy mające na celu zmniejszenie zużycia energii. Również w Polsce w ostatnim czasie wprowadzono paszport energetyczny dla nowo wybudowanych obiektów.

Zalety materiałów ciepłochronnych możemy rozpatrywać w oparciu o budowę domu energooszczędnego, który musi spełniać wiele warunków, aby można było przypisać mu ów tytuł. Bardzo ważnym elementem takiego budynku są okna, ze względu na to, że zajmują wyjątkowo dużą jego powierzchnię. Wykonanie otworów okiennych i drzwiowych przerywa ciągłość przegrody, a szyba w oknie zawsze będzie zimniejsza niż ściana. Ważne więc jest, aby dokonać zakupu okien i drzwi o dobrych parametrach termicznych – czyli energooszczędnych. Ze względu na wysoką cenę nośników energii wskazane jest, aby stosować najlepsze rozwiązania zmniejszające zużycie energii. Stosowanie do produkcji stolarki okiennej szerokich, dodatkowo izolowanych profili PVC oraz dwukomorowych zespołów szklanych pozwala na obniżenie współczynnika Uw (całego okna)

i pozwala nam zbliżyć się do współczynnika U ściany. Daje to wymierne korzyści ekonomiczne – mniejsze straty ciepła w pomieszczeniu, to mniej energii potrzebnej do ogrzania pomieszczenia, a więc oszczędność w budżecie domowym. Dodatkowo energooszczędne okna wraz z właściwym monta-



Energooszczędne okna Vetrex Alphaline 90 Plus, wykonane z 6-komorowego profilu Veka to najlepszy produkt oferowany na rynku, spełniający najostrzejsze architektoniczne wymagania. Wyposażone



Profil okienny Vetrex

zem zawierającym dodatkowe ocieplenie całego obwodu okna, redukują nam mostki termiczne, przez które szybko tracimy ciepło, a często są one przyczyną powstawania grzybów i pleśni wewnątrz pomieszczenia.

Reasumując: energooszczędna stolarka okienna to zysk zarówno dla kieszeni, ale także dla naszego zdrowia.

w dwukomorowy zestaw szyb z ciepłochronną, stalową ramką i okucia z ukrytą stroną zawiasową firmy Roto typ Designo – to gwarancja trwałości i wygody użytkownika. Oprócz standardowych rozwiązań, okno wyposażone jest w klamkę Secustik, dwa zaczepy antywyważeniowe, stopniowanie uchylu lub blokadę błędnego położenia klamki. Bogata kolorystyka profili i okle-

in drewnopodobnych, pozwala dopasować ich wygląd do każdego wnętrza. Decyzją Kapituły Biznes Raportu wspólnie z Polskim Centrum Badań i Certyfikacji okna Vetrex Alphaline 90 Plus otrzymały tytuł JAKOŚĆ ROKU 2008 w kategorii produkt. Dodatkowo za unikalne cechy produktu firma otrzymała tytuł Lidera Polskiego Sukcesu.

Ewa Szweda

BUDOWNICTWO | FIRMA EXCELLENT NOMINOWANA DO TYTUŁU
JAKOŚĆ ROKU 2009

Po prostu Excellent!



Rozmowa z Krzysztofem Rogodą, wiceprezesem zarządu firmy Excellent SA

■ Już od 19 lat Państwa firma zapewnia swoim klientom wiele doskonałych produktów. Jaki jest dokładny zakres działalności spółki Excellent?

- Rozwijamy działalność w kilku dziedzinach związanych z branżą budowlaną. Jesteśmy producentem oraz dystrybutorem elementów wyposażenia wnętrz, szkła budowlanego, stolarki drewnianej oraz chemii budowlanej. Zajmujemy się także kompleksową obsługą inwestycji. Posiadamy 2 salony firmowe i ogólnopolską sieć ponad tysiąca partnerów handlowych. Produkty Excellent są również eksportowane do 12 państw europejskich.

■ Kim są adresaci Państwa oferty?

- To przede wszystkim osoby, które chcą niebanalnie, funkcjonalnie i estetycznie zaaranżować wnętrza w swoich domach. Klienci poszukujący rozwiązań o wysokiej jakości oraz uznanej marce. Kolejna grupa to inwestorzy instytucjonalni, dla których regularnie realizujemy duże zlecenia. Przewagą konkurencyjną firmy Excellent polega na tym, że proponujemy rozwiązania, w których jakość idzie w parze z rozsądną ceną. Właśnie dzięki tym czynnikom nasi klienci wracają usatysfak-

cjonowani po kolejnych naszych produktach.

■ Niezawodna jakość, która towarzyszy Państwa działalności doprowadziła w tym roku firmę Excellent do ogromnego sukcesu – nominacji do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009. W jaki sposób udało

się uzyskać uznanie kapituły konkursu?

- Firma od początku swojej działalności stawia na rzetelność i kompleksową obsługę klienta. W ramach działań odpowiedzialnych za poszczególne obszary działalności firmy, szczegó-

zo z hydromasażem Excellent HYDRO-SYSTEM wyposażone w system podwodnego oświetlenia diodami PowerLED, systemy desek elewacyjnych, okna pasywne, czy szkło satynowane Decormat.

■ Jakże są plany spółki na najbliższe lata?

- Staramy się nieustannie zaspokajać potrzeby rynku, oferując ciekawe, innowacyjne rozwiązania. W każdym obszarze naszej działalności, projektujemy i wdrażamy produkty z myślą o ich przyszłych użytkownikach, starając się uwzględnić ergonomię oraz najnowsze trendy w technologii i wzornictwie.



Łow

o i solidnie

podchodzimy do każdego zadania. Excellent to przede wszystkim ludzie, bez ich zaangażowania i kompetencji realizacja naszej misji nie byłaby możliwa. Stawiamy na perfekcję na każdym etapie produkcji i tworzymy innowacyjne rozwiązania. Przykładem są wanny

Wanna Glamour

Dbając o każdy aspekt naszej działalności i stały rozwój produktów to podstawowy plan na każdy kolejny rok naszej działalności. Dążymy do tego, aby wszystko, co robimy i tworzymy, było excellent – czyli doskonałe.

■ Dziękuję za rozmowę.
Natalia Zarzeka

reklama

INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

INVESTIN

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

Platforma HI-TECH. System Identyfikowania
i Wspierania Inwestycji
w Zaawansowane Technologie

INVESTIN Sp. z o.o.

Wartość projektu: 1 393 155,04 zł

www.investin.pl

dla rozwoju innowacyjnej gospodarki

WYKOŃCZENIA WNĘTRZ | CERAMIKA PARADYŻ ODNAWIA ŻŁOTY LOGOTYP JAKOŚĆ ROKU NA ROK 2010

Zainspirowani marzeniami

Rozmowa z **Piotrem Tokarskim**, prezesem zarządu Ceramiki Paradyż Sp. z o.o.

■ **Rok 2009 to dla Ceramiki Paradyż czas wielu zmian.**

- Rzeczywiście, ale to nie pierwszy i nie ostatni taki okres w historii spółki. Wyznajemy zasadę, że jedyną stałą rzeczą w naszej firmie są ciągle zmiany. Ta idea pozwala nam się ciągle zmieniać, doskonalić, dopasowywać do rynku i rosnących potrzeb klienta.

W mijającym roku zmiany dotyczyły w dużej mierze ruchów personalnych. W lipcu został powołany nowy, sześciuosobowy zarząd. Mnie przypadła funkcja prezesa, powołanych zostało też trzech wiceprezesów odpowiedzialnych za produkcję, finanse i handel. Zarząd uzupełniają właściciele, założyciele spółki. To pozwala nam czerpać z ich bogatego doświadczenia, wizji i wsparcia merytorycznego.

■ **Czym te zmiany były podyktowane?**

- Dotychczasowi prezesi, założyciele firmy postanowili spojrzeć na firmę z nieco innej perspektywy. Chcą odejść od bieżącego zarządzania i przekazać prowadzenie firmy w inne ręce.

■ **Czy celowo nie użył Pan określenia „obce”?**

- Tak. Rękę nowego zarządu nie są do końca obce. Członkowie zarządu to dłużej pracownicy firmy. Pełnili samodzielnie wiele odpowiedzialnych funkcji na różnych szczeblach organizacyjnych spółki. Utożsamiają się z firmą i w pełni jej oddają. Takie nastawienie ułatwiło właścicielom podjęcie trudnej decyzji o delegowaniu uprawnień.

■ **Nowy zarząd, nowy prezes to nowa wizja funkcjonowania przedsiębiorstwa. Proszę ją przedstawić?**



- Chcę postawić na dwa zagadnienia: inwestycje i zwiększenie naszej aktywności jako pracodawcy. Będziemy realizować nasze szeroko zakrojone plany inwestycyjne. Zwiększymy moce produkcyjne, pod-

niesiemy atrakcyjność naszych produktów zarówno pod względem wzorniczym, jakościowym, jak i technologicznego zaawansowania. Na unowocześnienie linii produkcyjnych przeznaczymy 180 mln złotych.

■ **Unowocześnienie - to znaczy?**

- W 100-procentach przebudujemy nasz zakład w Wielkiej Woli. Jest to pierwszy, najstarszy obiekt grupy Paradyż, dlatego wymaga modernizacji i wdrożenia nowych rozwiązań produkcyjnych. W efekcie moce wytwórcze wzrosną aż o 300%. Dalsze plany zakładają rozwój fabryk w Opocznie i Tomaszowie. W ten sposób ugruntujemy naszą pozycję jednego z czołowych producentów płytek w tej części Europy.

■ **Reasumując, inwestycje mają charakter pro-produktowy.**

- Tak. Docieramy z naszymi wyrobami do różnych klientów. Mamy pełne spektrum ofertowe. Każdy znajdzie coś dla siebie. Każdy otrzyma też produkt najwyższej jakości, bez względu na cenę. Marka Ceramika Paradyż znana jest na rynku z bardzo dobrej jakości, nie tylko wynikającej z technicznej poprawności wykonania, ale także odzwierciedlającej się w dopasowaniu produktów do oczekiwań klientów.

■ **A w jaki sposób zamierzacie Państwo zwiększyć swoją aktywność jako pracodawca?**



Płytki z kolekcji Hanabi

- Zaczę od tego, że mamy bardzo dobrą załogę, chętną i otwartą do podnoszenia swoich kwalifikacji, do rozwoju. Ze swojej strony robimy wszystko, by zaspokoić te potrzeby naszych pracowników. Traktujemy ich jako wewnętrznych partnerów biznesowych. Tym samym idziemy w kierunku upodmiotowienia zatrudnionych osób. Dążymy do tego, by nasi pracownicy mieli świadomość i poczucie, że ich zdanie i pomysły mają wpływ na rozwój firmy, na kierunek, w którym zmierza. Stale szkolimy załogę, organizujemy panelowe spotkania dyskusyjne, za pośrednictwem Ethernetu na bieżąco przekazujemy informacje dotyczące życia spółki. To pokazuje, jak ważny jest dla nas każdy z 1600-osobowej załogi.

■ **Proszę o podsumowanie bieżącego roku - czy odczuliście Państwo kryzys na rynku a jeśli tak, jakie stosowaliście środki zaradcze?**

- Nie określiłbym roku 2009 jako kryzysowego. Z pewnością był inny od poprzednich, trudniejszy. Z wyprzedzeniem przygotowaliśmy się

jednak na takie zjawisko. Zaplanowaliśmy warianty alternatywnych działań, ale okazało się, że większości z nich nie musieliśmy wprowadzać w życie. Rok zamknęliśmy 3-procentowym wzrostem sprzedaży i utrzymaniem najważniejszych rynków zbytu zarówno w kraju jak i poza jego granicami. Wymagało to wiele pracy, dodatkowych nakładów ale było warto - odnieśliśmy sukces.

■ **Potwierdzenie jakości swoich produktów, np. za pośrednictwem tytułu JAKOŚĆ ROKU, traktujecie Państwo jako bardzo istotne. Dlaczego?**

- Najważniejszym potwierdzeniem jakości naszej pracy jest zadowolenie powracającego do nas klienta. Kiedy decyduje się na zakup naszych produktów, chce wiedzieć, że jego wybór jest trafny. Widząc na opakowaniu czy folderze reklamowym złote logo JAKOŚĆ ROKU wie, że płytki Ceramiki Paradyż zostały sprawdzone i uznane przez niezależne gremium jako wyrób godny zaufania. Dlatego chwalimy się zdobytą w Państwa konkursie nagrodą. Traktu-

jemy ją jako powód do dumy i dużej satysfakcji całego zespołu firmy. Ze swojej strony możemy obiecać, że nie spoczniemy na laurach i nadal będziemy się doskonalić w jakości na każdym poziomie funkcjonowania.

■ **Ciągle zaskakujecie Państwo rynek nowatorskimi rozwiązaniami wzorniczymi i technologicznymi. Co nowego Ceramika Paradyż przygotowała na rok 2010?**

- Zgadza się. Od zawsze byliśmy w czołówce Europejskich firm wprowadzających najnowsze rozwiązania technologiczne a przez to nowatorskie produkty. Nasz rozwój w tym zakresie plasuje się na poziomie światowych liderów branży z Włoch i Hiszpanii. Dla przykładu jako pierwsi w Polsce produkowaliśmy płytki ścienne w monopo- rozcie, w formacie 297 na 997 milimetrów czy fantazyjne

produkty wytwarzane w technologii Durst. A nasi technolodzy szczytą się takim poziomem zaawansowania, że ich włoscy koledzy przyjeżdżają do naszych zakładów, by czegoś się nauczyć i podpatrzeć, jakie są możliwości produkcyjne w branży.

Na początku przyszłego roku wprowadzimy na rynek szereg nowych produktów. Odsłaniając rąbek tajemnicy mogę powiedzieć, że będą to między innymi wielkoformatowe płytki podłogowe. Robimy to wszystko po to, by realizować misję firmy.

■ **Jak ona brzmi?**

- Inspirują nas twoje marzenia. Interpretujemy ją na wiele różnych sposobów i na wiele różnych sposobów realizujemy. Przede wszystkim w odniesieniu do klienta. Ceramika Paradyż i pracujące w niej osoby są po to, by realizować marzenia ludzi pragnących dokonać zmian w swoich domach, mieszkaniach. Jesteśmy po to, by ściany i podłogi łazienek i kuchni naszych odbiorców stały się dla nich powodem do dumy, by wyróżniały ich indywidualizm. Druga interpretacja misji stosowana jest do wewnątrz organizacji. Uważamy, że Ceramika Paradyż ma dawać swoim pracownikom szansę do realizacji swoich marzeń związanych z pracą, z auto-rozwojem. Firma identyfikuje się z celami indywidualnymi pracownika i pozwala mu je realizować na rzecz ogólnego dobra firmy.

■ **Myślę, że to doskonała puenta naszej rozmowy. Dziękuję za rozmowę.**

Krzysztof Stadler

Wszystkim klientom i kontrahentom, pracownikom i współpracownikom Zarząd Ceramiki Paradyż Sp. z o.o. składa najlepsze życzenia noworoczne. Niech będzie to czas pełen wielu inspiracji zawodowych i osobistych. Niech dopisuje w nim zdrowie, nie brakuje zapasu do ciągłego rozwoju i osiągnięcia coraz ambitniejszych celów. Do Siego Roku!

ANWIS | LIDER SKUTECZNIE WALCZY Z KRYZYSEM

W recesji inwestujemy

Rozmowa z **Jarosławem Markowskim**, dyrektorem zarządzającym ANWIS A.G. Wiśniewscy Sp.j.

■ **Kryzys wybrał sobie najgorszy z możliwych momentów na atak. Tuż przed wybuchem Anwis rozpoczął działania związane z wprowadzeniem nowego wizerunku firmy. Czy to zaszkodziło spółce?**

- W dniu, w którym wybuchł kryzys, zdecydowaliśmy o zwiększeniu środków na promocję i marketing nowego wizerunku. Tylko tak mogliśmy wygrać. Pojawiła się nowa strona www, nowe katalogi, nowe produkty. W tych działaniach wsparł nas nowy kierownik marketingu Pani Agnieszka Gołębiowska. Specjalistka z dużym doświadczeniem w tej dziedzinie. Wprowadzenie nowej strategii marketingowej i nowoczesnego wizerunku spółki jest o tyle trudne, że obok siebie w tym samym czasie funkcjonują dwa logotypy. Tradycyjne czerwono-niebieskie, do którego przez 30 lat przyzwyczailiśmy klientów

i nowe złoto-pomarańczowe, które wprowadza nas w XXI wiek. Wymaga to od nas szczególnej staranności i ostrożności.

■ **Działania zakończyły się sukcesem?**

- Pokonujemy recesję wszechstronnością, elastycznością, jakością i serwisem. Realizujemy produkty i usługi na indywidualne zamówienie. Dla naszych klientów i partnerów jest ważne, że mogą liczyć na naszą pomoc i doradztwo techniczne. Ponadto ścisła współpraca oraz zintensyfikowanie działań w zakresie szkoleń handlowych i asortymentowych przyniosą efekty. Nie bez znaczenia jest również doskonała opinia o jakości naszych produktów.

■ **Czy pomogło centrum szkoleniowe?**

- Oczywiście. Nowoczesny, na absolutnie europejskim poziomie i jedyny, zbudowany z takim rozmachem w Polsce

show room pozwala na organizowanie profesjonalnych szkoleń produktowych i sprzedażowych dla naszych dealerów. Szkolenia z wykorzystaniem nowoczesnych metod dydaktycznych oraz multimedialnego sprzętu, prowadzone są przez trenerów mających wieloletnie doświadczenie w realizacji dużych projektów szkoleniowo-doradczych. Celem szkoleń jest podniesienie sprawności i konkurencyjności firm partnerskich na rynku, poprzez pokazywanie, w jaki sposób rozpoznać potrzeby klientów, jak doradzać, jak prawidłowo montować systemy żaluzji-roletowe oraz jak zwiększać sprzedaż. W show roomie zgromadziliśmy cały asortyment naszych produktów i komponentów. Wszystko można obejrzeć i wszystkiego można dotknąć. Doskonale służy to do promocji wizerunku. Jest to początek szkoleń tech-

nicznych i marketingowych dla całej branży, być może jest to załóżek przyszłej szkoły montażu. Spotkania te dają nam także możliwość zbierania informacji zwrotnych z rynku, a to z kolei pozwala błyskawicznie reagować na jego potrzeby.

■ **Czy działania antykryzysowe ograniczyły się tylko do edukacji?**

- Postanowiliśmy inwestować. Wykorzystaliśmy do tego środki z Unii Europejskiej. 4 mln zł przyznanej dotacji posłuży nam do budowy nowej hali wraz z technologią produkcji osłon zewnętrznych. Technologia bezodpadowa, którą zamierzamy wdrożyć pozwoli na dalsze podnoszenie jakości i zwiększenie konkurencyjności oraz znacznie obniży koszty produkcji. Nowa hala umożliwi nam także kompleksową obsługę logistyczną zamówień. Inwestycja jest w trakcie realizacji.



anwis



Showroom produktów Anwis

Zakończymy ją na początku 2011 roku. W tym roku wprowadziliśmy system zasłon przesuwanych Panel Track. Nowoczesny i wygodny sposób na dzielenie, przesłanianie i dekorowanie wnętrz. Nie zaprzestaliśmy rozwoju produktów. Dla potwierdzenia, nasz system hamujący do żaluzji poziomej Venus oraz 25x25 zdobył podczas Targów Techniki - Zagrzeb 2009 prestiżowy Brązowy Medal. To tym cenniejsze wyróżnienie, że przyznane przez niezależnych ekspertów technicznych z całej Europy.

■ **Na koniec jeszcze pytanie o to, czy recesja wpłynęła na przyszłoroczne plany Anwisu?**

- W 2010 roku dla naszych klientów przygotowaliśmy zupełnie nową rolę materiałową, nowy typ żaluzji fasadowej, promocję zasłon panelowych oraz bardziej kompleksową produkcję zasłon rzymskich. Mimo trwającego kryzysu zdobywamy nowych partnerów handlowych, w bieżącym roku nasze produkty trafiły m.in. do Libanu, Korei oraz Maroko. Generalnie w roku 2010 chcemy dalej intensywnie się rozwijać. Naszą dewizą jest - w kryzysie inwestuję a w dobrej koniunkturze sprzedaję.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Marcin Kałużny

HIGIENA ZWIERZĄT | UDANY ROK KANDYDATA DO ZŁOTEJ NAGRODY JAKOŚĆ ROKU

20% wzrostu. I to mimo kryzysu!

Rozmowa z **Jerzym Motyką**, współwłaścicielem Przedsiębiorstwa Techniczno – Handlowego CERTECH Sp. j.

■ **Okres świąteczny – noworoczny to czas refleksji i podsumowań. Jaki był rok 2009 dla firmy Certech?**

- Bardzo dobry, zapisze się pozytywnie w historii firmy.

■ **Rok zapowiadany jako kryzysowy nazywa Pan udanym?**

- Tak, ponieważ kryzysu nie odczuliśmy. Jedynie w pierwszym kwartale zaobserwowaliśmy pewną nerwowość. Później jednak konsumenci przestali się bać i rozpoczęli zakupy, co napędziło branżę na nowo. Dzięki temu minione 12 miesięcy zamykamy z 20-procentowym wzrostem obrotów. Zatem, pomimo wyższych kosztów energii i utrzymania poziomu cen naszych produktów, możemy pochwalić się niezłym dodatnim wynikiem finansowym.

■ **Czy można więc powiedzieć, że polska gospodarka na nowo nabiera tempa?**

- Myślę, że tak. Potwierdza to rosnące z kwartału na kwartał PKB ale także obserwacja zachowań naszych odbiorców. Są to głównie klienci biznesowi, dystrybuujący produkty firmy CERTECH. Dzięki nim nasze wyroby włączane są do krwioobiegu rynku i wykorzystywane w handlu oraz przy tworzeniu nowych produktów.

■ **W którym z obszarów działalności firmy CERTECH odnotowa-**



no największą dynamikę popytu?

- Zdecydowanie największym zainteresowaniem cieszyły się nasze produkty dedykowane branży zoologicznej. Zapewne dlatego, że jest ona najmniej wyczulona na zjawiska kryzysowe – zwierzęta nie słuchały mediów. W tym sektorze gospodarki CERTECH ma mocną i ugruntowaną pozycję. I to nie tylko w Polsce, ale także za granicą. Taki poziom wypracowaliśmy dzięki stałemu wdrażaniu nowych produktów.

■ **W jakich krajach znane są produkty firmy CERTECH?**

- Nasze stałe kierunki eksportowe to rynki wschodnie: Białoruś i Rosja, Czechy, Słowacja czy kraje Europy Zachodniej. Ostatnio możemy również poszczycić się zainteresowaniem na odległym i nieco egzotycznym rynku Korei Południowej. Wierzymy, że i tam uda nam się zadowolić z naszymi wyrobami.

■ **Powiedzmy zatem, jakie to produkty.**

- Jest ich cała gama, tak bogata, że nie sposób opisać wszystkich. Warto natomiast wspomnieć o nowościach w ofercie. W pierwszej kolejności godnym zainteresowania jest żwirek drzewny zbrylający nazywany kruszon. Dzięki swym



cechom absorpcji wilgoci i zapachów znakomicie sprawdza się w utrzymaniu czystości i higieny zwierząt amatorskich. Dodatkowo wprowadziliśmy na rynek produkty antybakteryjne i tzw. galanterię zoologiczną.

■ **To znaczy?**

- Mam tu na myśli wyroby uzupełniające naszą ofertę, z przeznaczeniem dla higieny zwierząt. Do tej grupy zaliczamy szampony dla zwierząt. Są to preparaty suche, przyjazne dla skóry i sierści zwierząt, a przez to bardzo ekologiczne. To produkty zniechęcające zwierzęta do miejsc, neutralizatory środków czyszczenia kuwet, wyposażenie akwarium itp.

■ **Ofertą firmy CERTECH powinien jednak zainteresować się także posiadacz ptaków.**

- Zgadza się. Dla nich przygotowaliśmy karmy dla ptaków, szczególnie kanarków i papug. Byliśmy obecni na kilku wystawach ornitologicznych w różnych miastach Polski. Zyskaliśmy pozytywną opinię hodowców, którzy oceniali nasze produkty jako bardzo dobre. Docelowo chcemy również zagospodarować szeroki rynek, jakim jest branża gołębiarska. Musimy jednak dobrze się do tego przygotować i zaoferować całe spektrum produktów. W ofercie są również karmy dla gryzoni.

■ **Jakie znaczenie ma w Państwa działalności ekologia?**

- Staramy się być blisko natury. To dzięki zamięłowaniu do niej działamy właśnie w takiej branży. Tworząc nasze produkty, zdecydowanie unikamy

ich chemizacji i staramy się, by były naturalne, ekologiczne. Bo przecież po zastosowaniu, w wyniku rozproszenia, ponownie wrócą do środowiska. Nie możemy pozwolić na to, by je zatruwały.

■ **Ubiegacie się Państwo o Złotą Nagrodę JAKOŚĆ ROKU. W jaki sposób realizowana jest w spółce polityka jakości?**

- Posiadamy w firmie specjalny dział odpowiedzialny za kontrolę i zapewnienie jakości. Tworzą go kontrolerzy, specjaliści chemicy pracujący w firmie w zespołach badawczych oraz rozwojowych, kontrolują więc to co sami kiedyś opracowywali. Mam tu na myśli laboratorium, które bada, kontroluje i opracowuje formuły produktów. Dzięki ich zaangażowaniu,



Wszystkim klientom, kontrahentom, pracownikom i współpracownikom firma CERTECH składa najlepsze życzenie noworoczne. Niech będzie to dla Was czas samych sukcesów, rozwoju, zarówno osobistego, jak i na płaszczyźnie zawodowej.

skrupulatności i dokładności mamy znikomy ułamek reklamacji, wynikający zazwyczaj z niewłaściwego transportu czy przechowywania produktów w hurtowniach, w liczbach to niecałe 0,01%. Dla jakości produktów najważniejszą rolę odgrywa wysoka świadomość pracowników bezpośrednio pracujących przy maszynach, tej pierwszej linii, im szczególnie należy się uznanie za trzymanie formy.

■ **Czy procesy wewnętrzne regulowane są przez jakiś wdrożony system?**

- Pracujemy w oparciu o normę ISO 9001 a dodatkowo jesteśmy obecnie na etapie wdrażania systemu HACCP. Prowadzimy autentyczne audyty wewnętrzne. Audyt zewnętrzny tego certyfikatu planujemy na kwiecień 2010 roku.

■ **Jakie jeszcze plany stawia Pan firmie na Nowy Rok?**

- Plan są bardzo ambitne. Przede wszystkim zwiększymy moce produkcyjne, poprzez rozbudowę zakładu. Ze względu na rosnący popyt konieczne jest uruchomienie kolejnej, trzeciej już linii produkcyjnej. Chcemy także wdrożyć bardzo nowoczesny system pakowania naszych produktów. Ponadto, bardzo mocno będziemy pracować nad rozwojem produkcji karm dla ptaków i gryzoni. Musimy także rozbudować zaplecze magazynowe zarówno dla surowców do produkcji, jak i wyrobów gotowych.

■ **Rzeczywiście, to szeroko zakrojone plany. Życzę, aby wszystkie udało się zrealizować i dziękuję za rozmowę.**

Rzysztof Stadler

CIEPŁOWNICTWO | **RADPEC SA** W GRONIE FIRM PRETENDUJĄCYCH DO SREBRNEJ NAGRODY JAKOŚĆ ROKU

Najlepsze standardy ciepła



Radomskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej stawia na jakość. Od ponad 40 lat dostarcza ciepło mieszkańcom miasta i jego okolic w sposób niezawodny, bezpieczny, przyjazny środowisku oraz w konkurencyjnej cenie.



Zmodernizowany zakład RADPEC

Aby to osiągnąć, spółka intensywnie inwestuje. Tylko w tym roku zakończyła realizację dotowanego przez Unię Europejską projektu, mającego na celu obniżenie emisji pyłów, poprzez modernizację kotłów oraz magistralnych odcinków sieci ciepłowniczej. Równocześnie RADPEC rozpoczął przedsięwzięcie służące ograniczeniu bardzo uciążliwej dla mieszkańców śródmieścia Radomia niskiej emisji zanieczyszczeń. Firma doprowadziła sieć ciepłowniczą do najstarszej części miasta - zwanej Miastem Kazimierzowskim, co w rezultacie umożliwi stopniowe zastępowanie ogrzewania piecowego nowoczesnym, komfortowym i bezpiecznym ogrzewaniem sieciowym. Aktualnie spółka rozpoczyna realizację projektu dotyczącego ograniczenia emisji zanieczyszczeń gazowych i pyłowych, jak również przygotowuje się do budowy kogeneracyjnego źródła ener-

gii, wykorzystującego energię z odpadów komunalnych. - Staramy się, aby nasze działania były korzystne nie tylko dla klientów i pracowników, ale i dla całej lokalnej społeczności. Stąd nasza duża aktywność w dziedzinie ochrony środowiska. Pozyskujemy na ten cel środki unijne i robimy dla ekologii znacznie więcej, niż wymagają od nas normy środowiskowe – mówi **Jan Mazurkiewicz**, prezes zarządu RADPEC SA.

RADPEC funkcjonuje w oparciu o międzynarodowe normy ISO 9001, ISO 14001 oraz krajową normę PN-N 18001.

Spółka jest laureatem wielu prestiżowych nagród. Znajdziemy wśród nich takie tytuły jak Teraz Polska przyznany za usługę dostawy Ciepła Systemowego w postaci centralnego ogrzewania i ciepłej wody.

Tegoroczna nominacja do Srebrnej Nagrody JAKOŚĆ ROKU jest potwierdzeniem

konsekwentnie prowadzonej przez spółkę polityki projaściowej. - Znaczącym dla nas efektem funkcjonowania w firmie Zintegrowanego Systemu Zarządzania opartego o normy ISO jest systematyczna poprawa skuteczności komunikacji z klientami. Coraz sprawniej reagujemy na zmieniające się wymagania odbiorców ciepła, co powoduje, że we wzajemnych relacjach eliminowane są spory, natomiast pojawia się większe wzajemne zrozumienie i zaufanie, a także chęć do współpracy. Wypracowaliśmy dobrą opinię u obecnych odbiorców i dzięki temu łatwiej nam pozyskiwać nowych. To pozytywnie oddziałuje także na naszą załogę, która dostrzega, że systematyczne doskonalenie działania po jakimś czasie w końcu przynosi efekty dające satysfakcję z wykonywanej pracy – podsumowuje Jan Mazurkiewicz.

Ewa Swzeda

ROLNICTWO | **HR STRZELCE** NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Rośniemy w siłę

Rozmowa z **Wojciechem Błaszczakiem**, prezesem zarządu Hodowli Roślin Strzelce Sp. z o.o. - Grupa IHAR

■ **Hodowla Roślin w Strzelcach powstała z zakładów doświadczalnych Instytutu Hodowli i Aklimatyzacji Roślin (IHAR). Od blisko 10 lat zapewnia rolnikom dostęp do najwyższej jakości materiału siewnego. W jakich odmianach się Państwo specjalizują?**

- Jesteśmy właścicielem 82 odmian w najważniejszych gatunkach roślin rolniczych: pszenicy, rzepaku, jęczmieniu, pszenżywie, owsie, bobiku, maku i lnie. Firmy nasienne nabywają od nas materiał bazowy, a następnie w oparciu o umowę licencyjną reprodukcją go i sprzedają producentom rolnym. Analizując ich potrzeby, hodujemy odmiany spełniające wszystkie ich wymagania. Ścisłe współpracujemy z wieloma hodowlami z całego świata - Niemcy, Wielka Brytania, Litwa, Estonia, Białoruś, Czechy, Słowacja, USA, Kanada - na zasadzie umów licencyjnych na rozmnażanie i sprzedaż naszych odmian. Dzięki konsekwentnej polityce skoncentrowanej na wysokiej jakości produktów marka HR STRZELCE jest bardzo dobrze znana i pozytywnie kojarzona.

■ **Na czym opiera się jakość oferowanego przez Państwa materiału siewnego?**

- Jakość opiera się na systemie kontroli na każdym etapie produkcji. Od pola, poprzez zbiór, czyszczenie, magazynowanie i sprzedaż. Ścisłe przestrzegamy procedur regulujących proces wytwarzania materiału siewnego. Naszym celem jest osiągnięcie jak najlepszej jakości. Dzięki rozbudowie infrastruktury nasiennej materiał siewny przygotowujemy przy użyciu nowoczesniejszych urządzeń. Jako pierwsi w branży uruchomiliśmy w zeszłym roku w pełni automatyczną linię technologiczną do przygotowywania, workowania i paletyzowania nasion z automatycznym aplikatorem etykiet urzędowych.

■ **Odmiany HR STRZELCE regularnie znajdują się w grupie najlepszych w doświadczeniach porajestrowych. Co to oznacza?**

- Nasze odmiany są doskonale przystosowane do uprawy w polskich warunkach klimatycz-

nym. Ponadto charakteryzują się wysokim potencjałem plonowania oraz korzystnymi cechami gospodarczymi, np. wysoka jakość wypiekowa odmian pszenicy, wysoka zawartość tłuszczu odmian rzepaku, odporność na choroby grzybowe, itp.

■ **Rozumiem, że nominacja do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009 nie jest więc dla Państwa zaskoczeniem?**

- Jest dla nas przede wszystkim dużym wyróżnieniem. Potwierdza, że jesteśmy jedną z czołowych firm krajowego rynku nasiennego zbóż. Nasze odmiany zostały nagrodzone również Złotymi Medalami Polagra, nagrodami Ministra Rolnictwa, Wielkim Złotym Medalem Polagra, godłem „Teraz Polska”, a ostatnio Nagrodą Gospodarczą Wojewody Łódzkiego za wybitne osiągnięcia w produkcji materiału siewnego.

■ **Życzę dalszych sukcesów, dziękuję za rozmowę.**

Marta Prusek – Galińska



SYSTEMY BANKOWE | SoftNet W GRONIE KANDYDATÓW DO SREBRNEJ NAGRODY JAKOŚĆ ROKU

Strażnik bankowych kont

Rozmowa ze **Zbigniewem Kwaterem**, prezesem zarządu SoftNet Sp. z o.o.

**■ Pańskie wykształcenie i doświadczenie zawodowe zdetemino-
nowało karierę zawo-
dową. Od dwóch dekad
zajmuje się Pan w pro-
wadzonej przez siebie
firmie elektronicznymi
systemami. Dlaczego?**

- Może dlatego, że ktoś musi to robić i padło właśnie na mnie. Część informatyki zajmująca się przetwarzaniem danych jest niezwykle ważna. SoftNet tworzy narzędzia niezbędne do prowadzenia takich procesów w bankach. Klient podchodzący do okienka bankowego lub logujący się do systemu za pośrednictwem Internetu często nie zdaje sobie sprawy, że jest sprawnie obsługiwany właśnie dzięki wsparciu softwarowemu, prowadzącemu wszelkie procesy bankowe.

■ Czym dokładnie zajmuje się SoftNet?

- Produkcją systemów bankowych. Nie należy ich jednak utożsamiać z jednym programem komputerowym. Nasze systemy tworzą cały pakiet produktów regulujących wiele różnych procesów zachodzących w instytucjach finansowych. Dzięki temu, integrując poszczególne systemy w jedną całość, w stu procentach zaspokajamy potrzeby banku w obszarze softwarowym. Nabyte przez lata doświadczenie pozwoliło nam



znacznie się rozwijać, co głównie wyraża się w bogatej ofercie. Obecnie nie tylko dostarczamy systemy, ale również je integrujemy, konfigurujemy oraz zapewniamy niezbędny sprzęt i środowisko ich pracy m.in. w postaci baz danych.

■ Branża informatyczna stale się rozwija, unowocześnia. Czy to zjawisko ma przełożenie na sektor bankowy?

- Oczywiście. Bankowość elektroniczna, czyli obsługa kont przez użytkownika za pośrednictwem Internetu, SMS banking, tele-serwis, odrębna bankowość dla korporacji i osób fizycznych, to przykłady zmian zachodzących w sektorze bankowym. Jak nietrudno się domyślić wymuszają one na nas tworzenie nowych, dopasowanych rozwiązań informatycznych. Bardzo mocno rozwijamy również produkty do wykorzystania wewnątrz banku, czyli takie aplikacje jak: CRM czyli system zarządzania relacjami z klientami, narzędzia do przeprowadzania analiz wewnętrznych czy sprawozdawczości.

■ Kim są klienci firmy SoftNet?

- Pracujemy na rzecz polskich banków spółdzielczych.

■ Czy ten sektor w mijającym roku został dotknięty przez kryzys?

- Nie zauważyłem, by nasi klienci odnotowali kryzys. Są-

dząc po ilości zleceń wnioskuję, że w tym sektorze polskiej bankowości w ogóle go nie było. Naszym problemem jest obecnie nadmiar pracy. Nieustannie się zastanawiamy, jak nadażyć ze zrealizowaniem wszystkich projektów i zaspokoić stale rosnące zapotrzebowanie rynku na nasze produkty.

■ Silna pozycja na rynku oraz dbałość o jakość zostały docenione przez Kapitułę Konkursu JAKOŚĆ ROKU już drugi rok z rzędu. Proszę przyjąć moje gratulacje.

- Bardzo dziękuję. Cieszę się, że to, co robimy, jest dostrzegane i zyskuje uznanie niezależnych instytucji, tym bardziej, że naszym celem nie jest zdobywanie kolejnych nagród. Tym niemniej satysfakcjonuje nas nie tylko nominacja do organizowanego przez Państwa Redakcję konkursu ale również inne zdobyte nagrody: Solidna Firma, Gepard Biznesu, 24. miejsce wśród Diamentów Forbesa, oraz 2. w rankingu dla firm informatycznych IT@BANK.

■ Jak SoftNet dba o jakość swoich produktów?

- Stawiamy na ciągłość i niezawodność działania oraz bezpieczeństwo. W dobie bankowości elektronicznej bank jest czynny przez 24 godziny

nomę banków, które wykorzystują nasze systemy.

■ Czy system bankowy w Polsce jest bezpieczny?

- Zdecydowanie tak. Ze swojej strony robimy wszystko, by ten poziom bezpieczeństwa jeszcze zwiększyć. Codziennie monitorujemy to, co się dzieje u naszych klientów, wyłapujemy, rozpoznajemy i neutralizujemy ataki hakerskie. Potwierdzeniem

- Wszystkie rozwiązania przechodzą wewnętrzne testy przeprowadzane w naszym laboratorium. Naszą dewizą jest, aby żaden z produktów przygotowanych dla klienta nie miał wad i błędów. A nawet jeżeli dane rozwiązanie nie do końca satysfakcjonuje użytkownika, szybko je modyfikujemy i dostosowujemy do jego wymagań. Dodatkowo, całość procesów zachodzących w firmie reguluje zintegrowany system zarządzania jakością i bezpieczeństwem informacji oraz procedury zgodne z normami ISO. Jesteśmy w przededniu auditu certyfikującego, który pozwoli nam potwierdzić zgodność ZSJ z dwiema normami: ISO 9001 i 27001. Będziemy jedną z niewielu firm w Polsce posiadających certyfikat, który jednocześnie reguluje zarządzanie jakością i bezpieczeństwem informacji.

■ Na koniec naszej rozmowy proszę zdradzić Państwa plany na najbliższą przyszłość.

- Nadal będziemy pracować w wybranej przez nas niszy rynkowej i dostarczać oprogramowanie do sektora banków spółdzielczych. Chcemy zwiększyć nasz udział w tym rynku. Zadbamy także o rozwój produktów. Przygotujemy nową wersję naszego core'owego systemu bankowego. Zrealizowanie tego przedsięwzięcia będzie możliwe po zwiększeniu zatrudnienia, które planujemy już na początek 2010 roku. A w Nowy Rok wchodzimy z dużym optymizmem i zapałem do pracy.

■ Życząc tego również naszym czytelnikom, dziękuję za rozmowę.

Krzysztof Stadler

CrmNet

Moduł operacyjny

- bezpśrednie wsparcie: sprzedaży, działań marketingowych, budowanie przewagi konkurencyjnej Banku, ocena efektywności działań i bieżącej obsługi klienta, historia kontaktów z klientem/swobodne przeglądanie

Moduł komunikacyjny

- bezpśrednia komunikacja z klientem

Moduł analityczny

- element strategii korporacyjnej
- swobodna segmentacja klienta
- ocena kampanii reklamowej
- analiza informacji o kliencie

SoftNet[®] Sp. z o.o.

SYSTEMY BANKOWE

ul. Pana Tadeusza 8, 30-727 Kraków
tel. (12) 68 37 300, faks. (12) 68 37 311
biuro@softnet.pl, www.softnet.com.pl

Zdobywanie klientów i umacnianie relacji z nimi przy wykorzystaniu systemu SoftNet CrmNet jako elementu strategii banku

na dobę. Bez względu na porę dnia systemy bankowe muszą działać sprawnie, muszą być w stałym ruchu. Nasze produkty, dzięki swej niezawodności pozwalają użytkownikom na bieżąco śledzić historię konta oraz dokonywać w jego obrębie żądanych zmian. Tym samym budujemy prestiż i re-

jakości naszego oprogramowania jest szóste miejsce w rankingu systemów zapewniających internetowy dostęp do konta bankowego, ogłoszonego w październiku 2009 roku na portalu finansowym Bankier.pl.

■ Czy stosujecie Państwo dodatkowe zabezpieczenia dla swoich systemów?

Platforma HI-TECH

INVESTIN realizuje projekt „Platforma HI-TECH – System Identyfikowania i Wspierania Inwestycji w Zaawansowane Technologie”. Rozwiązanie to zostało nominowane do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2010.

Platforma HI-TECH jest dedykowana inwestorom zainteresowanym inwestycjami w komercjalizację wysoce innowacyjnych rozwiązań technicznych. Tworzy efektywną płaszczyznę współpracy i wymiany informacji między takimi inwestorami a spółkami HI-TECH i wynalazcami poszukującymi finansowania.

INVESTIN Sp. z o.o. jest wyspecjalizowanym promotorem przedsięwzięć HI-TECH w Polsce. Rozwijamy i komercjalizujemy rozwiązania HI-TECH, czyli: najnowocześniejsze, najbardziej rozwinięte technologie w danej dziedzinie techniki, w tym szczególnie takie, których zaawansowanie istotnie wyprzedza aktualny stan wiedzy.

Obecnie dosyć powszechnie i mylnie, określa się w Polsce, mianem firm za-

INVESTIN

awansowanych technologii spółki, które są w istocie przedsiębiorstwami technologicznymi – oferującymi rozwiązania innowacyjne, nie będące jednak rozwiązaniami zaawansowanych technologii. Z reguły świadczą one usługi w oparciu o znane, dostępne na rynku technologie i powszechnie stosowane rozwiązania techniczne.

INVESTIN koncentruje się na komercjalizacji nowych i unikalnych na skalę światową technologii, przede wszystkim w obszarze nauk przyrodniczych (life sciences) i ochrony środowiska (cleantech), technologii materiałowych i mechaniki oraz technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT). W celu selekcji najciekawszych rozwiązań ściśle współpracujemy z kilkudziesięcioma uczelniami i instytucjami badawczymi w Polsce i na świecie.

Magdalena Jackowska
Więcej na www.investin.pl



IT | ELEKTRA POTWIERDZA ZŁOTĄ NAGRODĘ JAKOŚĆ ROKU

Jakość to nasze hobby...

Systemy informatyczne do zarządzania przedsiębiorstwem, dające możliwość szybkiego dostępu do informacji, analizy i wyciągnięcia szybkich wniosków to jeden z istotnych i kluczowych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej w dzisiejszej rzeczywistości. Spółka Elektra z siedzibą w Rzeszowie oraz dwoma oddziałami w Lublinie i Katowicach to integrator systemów informatycznych, który działa od 1998 roku w sektorze przedsiębiorstw specjalizując się w indywidualnym i personalizowanym podejściu do każdego klienta.

Obecnie spółka to jeden z największych dostawców oprogramowania firmy Comarch SA – największego polskiego producenta oprogramowania dla sektora przedsiębiorstw – posiadająca status Platynowego Partnera Comarch. To uznanie ze strony producenta oprogramowania firmy Comarch SA, określające najwyższe kwalifikacje potwierdzone również nagrodą ZŁOTA JAKOŚĆ ROKU przyznawaną spółce za wysoką jakość wykonywanych usług wdrożeń oprogramowania ERP.

Spółka w okresie 10 lat działalności dostarczyła rozwiązania do ponad 120 przedsiębiorstw dużych i średnich oraz ponad 500 małych. Podstawowy oferowany produkt to systemy: Comarch CDN_XL oraz Comarch Optima oraz najnowszy produkt Comarch ALTUM, uzupełnione rozwiązaniami branżowymi



Prezes Wacław Szary na ubiegłorocznej gali JAKOŚĆ ROKU

mi CDN_Budowa (dedykowane rozwiązania dla przedsiębiorstw budowlanych) CDN ICenter (system sprzedaży i zamówień internetowych), CDN Magazynier (dedykowany system do zarządzania magazynem pracujący online z systemem ERP) oraz system obiegu dokumentów – CDN Sprawne Biuro. Spółka jako jeden z nielicznych polskich integratorów IT ma na swoim koncie także wdrożenia rozwiązań informatycznych w Niemczech, na Ukrainie i Słowacji.

Spółka dynamicznie się rozwija – w okresie ostatniego roku zwiększyła zatrudnienie o 25 osób (do 70) i wyspecjalizowała się w kierunku produkcji własnego oprogramowania oraz w ofercie usług doradczych i konsultingowych dla klientów końcowych.

Usługi doradcze to trzon i przyszłość naszego biznesu. Podchodzimy do klienta jak do delikatnego organizmu, który wymaga nie usunięcia skutku, ale określenia przyczyny niewłaściwie lub niewydajnie działającego przedsiębiorstwa oraz naprawy tego stanu rze-

czy – mówi Wacław Szary, prezes zarządu Elektra Sp. z o.o.

Strategia i polityka firmy opiera się na nieustannym doskonaleniu jakości świadczonych usług. Wizja firmy to utrzymanie pozycji lidera rynku polskiego (w zakresie dostawy rozwiązań klasy ERP firmy Comarch SA) oraz rozwój własnych produktów uzupełniających ofertę. Tę politykę docenili niezależni eksperci. Już po raz drugi z rzędu Elektra zdobyła tytuł Gazeli Biznesu.

Standardy pracy spółki Elektra również wysoko oceniają przedsiębiorcy. Firma jest tegorocznym laureatem Podkarpackiej Nagrody Gospodarczej. W ostatnim czasie firma podpisała umowy na realizację projektów informatycznych m.in. w: JB Multimedia, Rembud Sp. z o.o., Polmark Tarnów, B&M Optik, Eksim Sp. z o.o., Zakładach Tuszczowych w Bodacowie czy Platinium Oil - Lubelskie Centrum Sprzedaży Sp. z o.o. – spółce zależnej Orlenu.

Tworzymy zespół specjalistów posiadających wiedzę i doświadczenie potwierdzone licznymi certyfikatami oraz

referencjami, który z powodzeniem realizuje misję, którą jest zapewnienie naszym klientom możliwości załatwienia wszystkich potrzeb związanych z technologią informatyczną i informacyjną w jednym miejscu, na najwyższym poziomie obsługi. Zależy nam aby nasi klienci świadomie podejmowali dobre i właściwe dla siebie decyzje – dodaje prezes Wacław Szary.

Aktualnie firma realizuje projekt „Badania nad produktem informatycznym opartym na innowacyjnych rozwiązaniach komunikacji radiowej.” Projekt realizowany jest w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka w zakresie Działania 1.4-4.1.

Innowacyjne działania podjęte w projekcie Elektry związane są z techniką RFID. Jednym z celów projektu jest zastąpienie tradycyjnych kodów kreskowych znacznikami odczytywanymi radiowo. Dzięki temu, pracownicy magazynów lub supermarketów nie będą musieli czytać pojedynczo kodów z każdego opakowania, co ma istotne znaczenie w przypadku opakowań zbiorczych i znacznie usprawnia obsługę sprzedaży oraz zarządzania magazynami. Ten rodzaj działania jest znany na świecie, lecz w Polsce wciąż niestandardowy i niestosowany. Liczymy, że dzięki wsparciu w POIG naszego projektu zostanie on powszechnie w Polsce – mówi prezes Szary.

Marcin Kałużny
www.elektra.un.pl

Jakość gwarancją urodzaju



Małopolska Hodowla Roślin - HBP jest jedną z największych firm hodowlano-nasiennych w kraju. To spółka z renomą i tradycją - początki jej działalności sięgają drugiej połowy XIX wieku. Jest pięciokrotnym zdobywcą złotych medali na targach POLAGRA. Rok 2009 przyniósł jej nominację do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009.

Spółka zajmuje się hodowlą roślin rolniczych, produkcją roślinną i nasioną oraz obrotem materiałem siewnym. Specjalnością tej małopolskiej firmy jest ukształtowania od lat hodowla buraka pastewnego wielo- i jednokielkowego. Nasiona buraków stanowią wiodący produkt eksportowy spółki. Ponadto firma jest właścicielem 6 odmian kukurydzy, hodowanej i reprodukowanej z przeznaczeniem na paszę i nasiona.

W swojej ofercie firma posiada 91 odmian, 18 gatunków roślin rolniczych, tj. zbóż - pszenice ozime, jęczmień jary, owies, trawy łąkowe, a także rośliny motylkowe drobnonasienne. Prowadzi również hodowlę traw gazonowych, które cieszą się dużym zainteresowaniem w kraju i za granicą.

Oferowany przez spółkę materiał spełnia wyso-

kie standardy jakościowe. - Wszystkie nasze nasiona są kwalifikowane przez odpowiedni system kwalifikacji roślin ISTA, na poziomie hodowli i reprodukcji a po zbiorach - poddane ocenie laboratoryjnej, ostatecznej, prowadzonej przez Stację Oceny Roślin - mówi **Andrzej Gil**, prezes Małopolskiej Hodowli Nasion - HBP Sp. z o.o. - Doskonałą jakość materiału siewnego gwarantuje także dobrze zorganizowany system kooperacji i kontraktacji z innymi firmami i rolnikami w zakresie produkcji nasion oraz nowoczesna technika ich obróbki a także wyspecjalizowani fachowcy, jakich nasza firma zatrudnia - dodaje **Jerzy Malec**, wiceprezes zarządu.

Duża część produkcji małopolskiej spółki przeznaczona jest na eksport, głównie na Ukrainę, Białoruś, Litwę, Łotwę, Estonię, Słowację, Rumunię oraz do Czech, Niemiec, Włoch, Francji i Hiszpanii. Firma stale wzmacnia swoją pozycję, oferując rolnikom nowe odmiany o doskonałej wartości produkcyjnej i użytkowej.

Marta Prusek - Galińska

BRANŻA POŃCZOSZNICZA | FIORE CHCE SIĘGAĆ PO SREBRNĄ NAGRODĘ JAKOŚĆ ROKU

Czas oczyszczenia i stabilizacji

Rozmowa z **Konradem Gernandem**, dyrektorem finansowym Fiore Sp.j.

■ Czy z perspektywy firmy FIORE kończący się dziś rok 2009 był czasem trudnym, kryzysowym?

- Nie da się jednoznacznie odpowiedzieć na tak postawione pytanie. Większość naszych produktów trafia na rynki zewnętrzne. Kryzys na zagranicznych rynkach finansowych spowodował obniżenie wartości złotówki. Dzięki temu odnotowaliśmy blisko 10-procentowy wzrost obrotów. Koszt, jaki jednak musieliśmy ponieść w związku z tym, to zwiększenie kredytowania naszych zagranicznych odbiorców. A to z kolei przekłada się na naszą płynność finansową.

Był to zatem czas nauki i zdobywania doświadczeń. Pozwolił na weryfikację pewnych partnerów handlowych i uporządkowanie wielu obszarów działania firmy.

■ Jakie podjęliście Państwo działania, by teraz móc powiedzieć - kryzys nas nie dotknął?

- Po pierwsze, wydłużyliśmy termin płatności dla naszych klientów. Po drugie, dokonaliśmy pewnych zmian w obrębie oferowanych produktów. Zrezygnowaliśmy z walki cenowej w sektorze tanich i niskojakościowych wyrobów pochodzenia chińskiego. Postawiliśmy na produkty droższe, gatunkowo lepsze, a przy tym bardziej atrak-

cyjne pod względem wzornictwa. Dodatkowo doprecyzowaliśmy grupy naszych odbiorców, tak aby lepiej odpowiedzieć na ich potrzeby.



Kolekcja rajstop Kira

■ Zatem receptą na kryzys okazało się ustabilizowanie poziomu sprzedaży, poprzez jasne określenie grup docelowych Państwa produktów. Jak przebiega ich podział?

- Jest taki sam jak w roku poprzednim, z tym że każdą z grup powiększyliśmy pod względem asortymentowym. Nasze produkty skatalogowane są na linie: Exclusive, Golden Line, Street, Classic, Medica i Young Lady. Do produkcji rajstop 3D z linii Exclusive

wykorzystujemy najlepszego rodzaju przędzę i najnowocześniejsze technologie. Dzięki temu uzyskujemy produkt o jakości nieodbiegającej od liderów rynków, a przy tym atrakcyjniejszy pod względem cenowym. Ma on zaspokoić gust najbardziej wbrednych i wymagających klientek. Typowo designerskimi rajstopami są te z kolekcji Golden Line, z różnego rodzaju wzorami. Znacie sprawdzają się do sukni wieczorowych.

■ Które z produktów firmy FIORE skierowane

są do młodych klientek?

- Grupa produktów Street dedykowana jest dla osób w przedziale wiekowym 18-25 lat. Są to rajstopy o żywej kolorystyce, można powiedzieć dość odważne i zwariowane.

Najbardziej popularnym i masowym z naszych produktów jest ten z kolekcji Classic. Te rajstopy do codziennego noszenia zapewniają szerokie spektrum klientek w wieku od 18 do 55 lat. Naszą ofertę uzupełnia-

ją linie Medica i Young Lady. Pierwsza z nich ma za zadanie korygować niedoskonałości sylwetki kobiecego ciała. Drugą tworzą produkty dla dziewczyn w wieku szkolnym. Jak się okazuje, wśród nich również jest spore zainteresowanie naszymi wyrobami i to przez cały rok.

■ FIORE stawia na jakość - ma wdrożyć system ISO, przestrzega polskich norm produkcyjnych, ubiega się o Srebrną Nagrodę JAKOŚĆ ROKU. Czy nie mają Państwo pokusy, by jakość tego delikatnego przebiegu produktu celowo obniżyć, by klientka szybciej wróciła po nową parę?

- W dłuższej perspektywie to się z pewnością nie opłaca. Od lat mozolnie pracujemy na rozpoznawalność i poszerzanie naszej marki. Nie możemy pozwolić sobie na żadną wpadkę, która by obniżyła naszą reputację. Zdajemy sobie sprawę z siły marketingu szeptanego - chcemy, by klientki były zadowolone z naszych rajstop, by same po nie wracały oraz by polecały je swoim koleżankom. A JAKOŚĆ ROKU SREBRO tylko utwierdzi je w przekonaniu o dobrym wyborze.

■ Dziękuję za rozmowę.
Krzysztof Stadler

BIELIZNA KORYGUJĄCA | UZNANIE KLIENTEK POTWIERDZONE NOMINACJĄ DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Blizsza ciała bielizna...

Rozmowa z **Wojciechem Kunikowskim**, prezesem Firmy Kupieckiej MITEX Sp. z o.o.

■ Współczesne trendy hołdują kultowi idealnej sylwetki, stawiając za wzór smukłe, proporcjonalne ciało. Na szczęście natura stworzyła nas niepowtarzalnymi. Nie zmienia to faktu, iż każda kobieta chce pięknie i atrakcyjnie wyglądać. Dlatego poszukuje sposobów na poprawienie swojej sylwetki. Z pomocą spieszy jej firma MITEX. Co mają Państwo do zaoferowania swoim klientkom?

- Odpowiadając na potrzeby kobiet, które zapragnęły ukryć mankamenty swojego ciała, oferujemy bieliznę korygującą, która oprócz swojej tradycyjnej funkcji, dodatkowo kształtuje i upiększa ich figurę. Wszystkie niedoskonałości, które pojawiają się w wyniku naturalnego procesu zwiótkzenia mięśni, oraz nadmiar tkanki tłuszczowej, można skorygować za pomocą tej bielizny, sprawiając, że kobieta wygląda znakomicie.

■ Łódź to miasto z długą tradycją rzemiosła tkackiego. Czy nie prosić było pójść w kierunku tradycyjnego przemysłu włókienniczego?

- Swoją szansę dostrześliśmy w niszy, jaka towarzyszyła ciągłemu wzrostowi zainteresowania wokół bielizny korygującej. Było to wyzwanie, które zdecydowaliśmy się podjąć. Na-

szym celem stało się stworzenie produktu, który będzie w 100% spełniał oczekiwania wymagających klientek. Misją firmy jest więc upowszechnienie dostępu do bielizny korygującej, która do niedawna możliwa była do nabycia tylko i wyłącznie w aptekach lub specjalistycznych sklepach medycznych. Jej przeznaczeniem było wspomaganie leczenia po różnego rodzaju zabiegach chirurgicznych. MITEX rozpoczął pionierską pracę w tej dziedzinie. Z perspektywy kilkunastu lat naszej działalności możemy powiedzieć, iż MITEX dał podwaliny pod inne spojrzenie na bieliznę przez polskie kobiety.

■ Czyżby misyjna działalność firmy?

- Zgadza się. Wszystko po to, aby kobieta dbała o swój wygląd. W przypadku zastosowania naszej bielizny kobieta długo zachowuje sprężystość ciała i wspaniałą sylwetkę. Powodem tego jest oddziaływanie uciskania tkaniny na ciało, dzięki czemu mięśnie wykonują mimowolne skurcze. Skutkiem jest ujędrnienie skóry i napięcie mięśni. Najlepszym dowodem na to są opinie naszych klientek, które po długotrwałym używaniu bielizny korygującej zauważyły zdecydowaną poprawę. Dodatkowo jako pierwszy z polskich producentów wprowadziliśmy bieliznę dla kobiet w ciąży i będących w okresie połogu. Otula ona brzuch matki i co wię-



BIELIZNA  **UNDERWEAR**

cej - ogrzewa dziecko. Oprócz tego oferujemy młodym karmiącym matkom funkcjonalną bieliznę z koronek.

■ Państwa klientki to wymagające kobiety, dla których najważniejsze są efekty działania bielizny i bezpieczeństwo ich potomstwa. Naturalną rzeczą jest, iż produkty muszą być najwyższej jakości. W jaki sposób prowadzą Państwo politykę wysokojakościową?

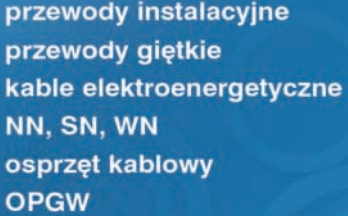
- Niezwykle skrupulatna kontrola jakości nie pozwala, aby wadliwy produkt opuścić firmę. Ponadto korzystamy z najlepszych surowców pochodzących z krajów starej Europy, np. Hiszpanii, Włoch, Niemiec, gdzie tradycje dziewiarskie są bardzo bogate. Stosujemy cienkie ale stosunkowo mocne dzianiny. Wszystko po to, aby bielizna spełniała swoją funkcję korygującą. Aby nadać bieliznie elegancji, używamy szykownych i wytwornych dodatków. Zawsze są to surowce najwyższej klasy, które pozwalają nam powiedzieć, że kobieta, zakładając naszą bieliznę, jest absolutnie bezpieczna.

■ Dziękuję za rozmowę.

Sylvia Stadler

reklama



Nowy portal dla instalatorów:

www.naszekable.pl

www.nktcables.pl

Completing the picture

nkt cables S.A.
ul. Gajowa 3, 43-254 Warszawa
tel. + 48 32 757 1700
e-mail: infoservice@nktcables.pl

AUTOMATYKA KOLEJOWA | BOMBARDIER PRZED SZANSĄ NA ZDOBYCIE ZŁOTEJ NAGRODY JAKOŚĆ ROKU

Kolej dopiero się rozkręca

Rozmowa z **Krzysztofem Męczkowskim**, wiceprezesem zarządu Bombardier Transportation (Rail Engineering) Polska Sp. z o.o.

■ **Kolej rozwija się zgodnie z narodowym planem opracowanym do 2013 roku przy szerokim wykorzystaniu środków z UE. Powinno to skutecznie zabezpieczyć ten segment przewozów przed kryzysem. Czy faktycznie tak było?**

- Nie do końca. Brak środków dotknął wszystkich, także kolej. Widocznym znakiem kryzysu było spowolnienie procesów inwestycyjnych - z początkiem roku zabrakło przetargów - a to oznaczało stagnację dla firm z naszej branży. Mimo tego przetrwaliśmy w niezłej kondycji. Kryzys jest doskonałym nauczycielem. Pozwala przyjrzeć się kosztom i skutecznie je restrukturyzować. Daje też realną szansę na zmiany i usprawnienie struktur wewnątrz orga-



nizacyjnych. Mogliśmy zainwestować w rozwój narzędzi i niezbędnych rozwiązań softwarowych.

■ **Czy obecnie sytuacja na rynku poprawiła się?**

- Mamy zdecydowanie więcej przetargów. Ale tak naprawdę, ani rząd, ani kolej

nie mają wyjścia. Aby zrealizować założenia z 2007 roku i wydać z pożytkiem wszystkie środki z UE na rozwój kolei, to przetargi na jego kluczowe punkty powinny być ogłoszone w I kwartale 2010 roku. W przeciwnym razie możemy nie zdążyć i miliony euro przepadną.

■ **Czy istnieje realne zagrożenie, że kolej nie zdąży?**

- Wierzę, że taki scenariusz się nie sprawdzi. Wiele zależy od procedur i biurokracji. Kryzys wskazał niebezpieczną tenden-

cję do obniżania ceny oferowanej w przetargach. Firmy borykające się z kłopotami próbują w ten sposób przetrwać. Warto jednak zadać pytanie: czy będą w stanie wywiązać się z obietnic. W łatwy sposób można wyliczyć granicę kosztów minimalnych. Jeżeli ktoś proponuje cenę poniżej tej bariery, powinno to wzbudzić niepokój. Tymczasem w polskich realiach przetargowych, gdzie liczy się tylko cena, bywa z tym różnie. Oddzielnym problemem jest brak wsparcia i koordynacji międzyresortowej. Odnoszę wrażenie, że nie wszystkie Ministerstwa idą w tym samym kierunku. To powoduje spowalnianie całego procesu.

■ **Czyli koordynacja i sprawniejsze prowadzenie przetargów to główne bolączki kolei?**

- Niestety nie tylko. Mamy także problem z wyważeniem

pewnych kwestii. W trakcie przygotowania niektórych inwestycji spotykamy się z kuriozalnymi sytuacjami, gdzie prace są wstrzymywane przez ekologów, którzy domagają się czasami zbyt wysokich standardów, np. aby przejście pod torami dla zwierząt miało aż 3,5 metra wysokości! Dla saren?! Inwestycja stoi, a koszty rosną.

■ **Większość dotychczasowych inwestycji obejmujących automatykę kolejową na sieci PKP PLK było realizowane w systemach elektronicznych zaprojektowanych i wykonanych przez Bombardiera. Jakie spółka ma plany w 2010 roku?**

- Szczególnie interesują nas linie Warszawa-Łódź i Warszawa-Gdynia. Powód jest prosty - modernizowaliśmy już pierwsze odcinki na tych liniach i jeżeli będziemy mogli je dokończyć, to będą one miały jednolite ste-

BOMBARDIER

rowanie, co nie powinno być bez znaczenia dla inwestora. Ale oczywiście obowiązują procedury zamówień publicznych. Chcemy także dokończyć linię E30, gdzie mamy już załazek centrum dyspozytorskiego, ale to zależy od tego, czy kolej ogłosi przetarg. I oczywiście prestiżowa, pilotażowa realizacja ERMTS poziom 2 - Legnica - granica państwa, gdzie sterowanie ruchem odbywa się poprzez komendy przesyłane siecią GSM-R.

■ **Bombardier to lider na polskim rynku kolejowym.**

- I to nas zobowiązuje. Przede wszystkim wspieramy

edukację młodych inżynierów m.in. doposażając uczelnie laboratoria w nowoczesne urządzenia. Wyznaczamy także standardy jakościowe - nasza praca jest związana bezpośrednio z bezpieczeństwem i nie możemy sobie pozwolić na żadne odstępowstwa. Jako pierwsza i jedyna firma w Polsce w zakresie signalingu wdrożyliśmy IRIS - system zarządzania jakością dedykowany dla kolei. Dodatkowo sponsorujemy konferencje i sympozja branżowe.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Marcin Kałużny

Bombardier Transportation (Rail Engineering) Polska Sp. z o.o. powstała w 1993 roku. Udziałowcami są: Bombardier, Kolprojekt i PKP. Firma aktywnie uczestniczy w przeobrażeniach w polskim kolejnictwie, projektując i wdrażając na sieci PKP PLK najnowocześniejsze rozwiązania stosowane w sterowaniu ruchem kolejowym. Kanadyjski koncern Bombardier Transportation specjalizuje się w produkcji lokomotyw, wagonów kolejowych, tramwajowych i pociągów metra oraz urządzeń do sterowania ruchem. W Polsce należy do niego także: wrocławski Pafawag z oddziałem w Łodzi oraz katowicki ZWUS.

ŚWIAT KAWY I HERBATY | MOKATE W OCZEKIWANIU NA SREBRNĄ NAGRODĘ JAKOŚĆ ROKU

Optymizm receptą na sukces

Rozmowa z **Sylwią Mokrysz**, członkiem zarządu MOKATE S.A.

■ **Są firmy, których pojęcie „kryzys” nie dotyczy. Należy do nich również Grupa MOKATE?**

- Ma Pan rację. Mijający rok jest kolejnym z rzędu, bardzo dla nas udanym. Dlatego mogę śmiało powiedzieć, że kryzysu nie było, a przynajmniej my go nie odczuliśmy. Zapewne to wynik naszego optymistycznego podejścia do życia i pracy.

■ **Co zatem osiągnęliście przez minione 12 miesięcy?**

- Przede wszystkim zintegrowaliśmy czeską fabrykę Marila z grupą pozostałych 8 firm MOKATE. To duży sukces organizacyjny a przy tym doskonała baza do dalszych inwestycji w tym kraju, zwłaszcza w produkcję kawy.

Do znaczących osiągnięć minionego roku zaliczam także utrzymanie wysokiej dynamiki eksportu naszych towarów. Jego udział w tegorocznych przychodach całej firmy wyniesie blisko 40%. Smak naszych kaw znany jest dobrze nie tylko u naszych południowych sąsiadów czy na Węgrzech, ale także w odległych Chinach. Zresztą na tym dość egzotycznym rynku podwoiliśmy obroty.

■ **Czy rozwój rynków zbytu idzie w parze z inwestycjami w zaplecze infrastrukturalne firmy?**

- Są jego nieodzownym elementem! Niedawno zakończyliśmy modernizację parku maszynowego w zakładzie w Ustroniu - budujemy tu także nowe magazyny. W oddziale w Żorach stawiamy nową fabrykę. Planujemy

tam także uruchomienie pomp pozwalających na odzyskanie ciepła poprodukcyjnego oraz rozruch działu mineralizacji odpadów. Jak widać, rzekomo kryzysowy rok był dla nas okresem intensywnego rozwoju.

■ **W ostatnim czasie MOKATE kojarzy nam się głównie z wielką loterią - kupując Państwa produkty, można wygrać bardzo atrakcyjne nagrody.**

- Wielka Kumulacja MOKATE, bo tak nazywa się ta loteria, trwać będzie aż do 14 lutego, kiedy to rozlosujemy wśród zwycięzców 33 samochody Fiat 500, 100 skuterów Piaggio i 1000 nagród niespodzianek. Aby wziąć udział w zabawie, należy wysłać SMS ze specjalnym kodem umieszczonym na opakowaniach naszych produktów. Na-

leży wspomnieć, że jesteśmy pionierami w zastosowaniu na tak dużą skalę narzędzi marketingu mobilnego w polskiej branży spożywczej.

■ **Wszystkie te działania sumują się na nominację firmy do Srebrnej Nagrody JAKOŚĆ ROKU.**

- Miło nam po raz kolejny brać udział w Państwa konkursie, tym bardziej, że możemy sięgnąć po nagrodę specjalną - JAKOŚĆ ROKU SREBRO. Tym razem pod ocenę poddajemy linię naszych zielonych herbat GREEN SENSE LOYD TEA. Mam nadzieję, że zyskają uznanie Kapituły Konkursu, podobnie jak w poprzedniej edycji Herbatki Rozgrzewające GRZANIEC.

■ **Dziękuję za rozmowę i życząc powodzenia.**

Krzysztof Stadler

MOKATE

ŻYWNOSĆ | PROFI NOMINOWANE DO ZŁOTEJ NAGRODY JAKOŚĆ ROKU

PROFI - nie odczuliśmy kryzysu

Rozmowa z **Bogdanem W. Śliwą**, wiceprezesem W.W.Ż PROFI Sp. z o.o. S.K.A.

■ **Jaki był 2009 rok dla PROFI?**

- Mijający rok był jak każdy dotychczasowy bardzo wymagający. Biorąc pod uwagę wszechobecny kryzys, był także czasem prawdziwej próby. Próby dla wszystkich, od kadry zarządzającej począwszy, poprzez właścicieli firmy, na pracownikach niższych szczeblach i współpracownikach skończywszy. Myślę, że mogę już teraz spokojnie powiedzieć, że firma wyszła z tego sprawdzianu zwycięsko i z dużym bagażem nowych cennych doświadczeń.

■ **Czy PROFI mocno odczuło kryzys?**

- Pomimo początkowych obaw muszę stwierdzić, że Profi nie odczuło istniejących zagrożeń i związanych z wszechobecnym kryzysem konsekwencji. Patrząc



na mijający okres z perspektywy czasu i naszej firmy wyrażę opinię, na którą dziś może pozwolić sobie niewiele przedsiębiorstw - kryzysu nie było. W mijającym roku wyglądało to tak, że zanotowaliśmy wzrost sprzedaży, nadal utrzymujemy i umacniamy się na pozycji lidera na rynku, realizując w pełni naszą wizję - „Być pierwszym”.

■ **Jakie podjęto działania zaradcze?**

- Opisana powyżej sytuacja była wynikiem długoterminowej oraz jasno określonej polityki rozwoju firmy jak i konsekwentnej realizacji przyjętej strategii. Być może z punktu widzenia rynku, Profi prowadziło zachowawcze działania, niemniej jednak dzięki temu udało nam się uniknąć największej pu-

łapki, jaka dotknęła wielu innych - przeinwestowanie. Spokojna i wyważona polityka inwestycyjna spowodowała, że w chwili, gdy rynek ogarnęła panika związana z kryzysem, Profi nie było nadmiernie obciążone zobowiązaniami, posiadając jednocześnie odpowiednio duże zasoby i możliwości, aby poradzić sobie z przejściowymi kłopotami.

■ **Czy jakość w tych działaniach antykryzysowych była ważna?**

- Odpowiem może trochę nie wprost, opierając się na uważanej za najstarszą definicję jakości. Uważa się, że po raz pierwszy zdefiniował ją Platon określając jakość jako „pewien stopień doskonałości”. Mamy teraz dowód na to, że dążenie do tej doskonałości i utrzymywanie swoich produktów na najwyższym poziomie niezależnie od sytuacji zawsze procentuje. W naszym przypadku wyso-

ka jakość produktów przełożyła się na utrzymanie czy wręcz wzrost zaufania klientów.

■ **Czy to już koniec kryzysu wobec 1,7 % wzrost PKB?**

- Wzrost PKB jest pewną wypadkową stanu gospodarki. Jego poziom przekroczył założenia specjalistów co bardzo dobrze rokuje dla naszego kraju, a także dla większości przedsiębiorstw. Czy to koniec kryzysu, trudno powiedzieć. Myślę, że to pytanie raczej do specjalistów z branży finansów, gdzie narodził się kryzys. Niemniej można już dostrzec pozytywne symptomy ożywienia gospodarczego także w naszej branży.

■ **Jakie Profi ma plany na 2010 rok?**

- Na pewno utrzymanie pozycji lidera, dalsza i konsekwentna realizacja planów i strategii. Rozwój i inwestycje w dalsze doskonalenie naszej kadry.



W nadchodzącym roku chcemy dalej wzmacniać wizerunek firmy Profi jako producenta dań gotowych. Nasza oferta jest zawsze realną odpowiedzią na oczekiwania klientów, dlatego wprowadzamy również zróżnicowane pod względem wielkości i formy opakowania produktów, odpowiadając wymogom rynku. Postaramy się również w nadchodzącym roku zaskoczyć naszych odbiorców nowymi smakami.

■ **Profi uzyskało nominację do Złotej Nagrody JAKOŚĆ ROKU. Jak ma to znaczenie dla firmy?**

- To przede wszystkim ogromne wyróżnienie i nagroda za wszelkie starania dla zarządu, właścicieli i zespołu pracowników firmy oraz za podjęte działania, aby dostarczyć klientowi produkty zgodne z jego oczekiwaniami i potrzebami. Oznacza to potwierdzenie celowości wy-



siłków, nieustannej pracy nad jak najwyższą jakością i niezmiennością walorów smakowych. Ta nominacja to jednocześnie zobowiązanie zaciągnięte na wszystkie następne lata u obecnych jak również przyszłych klientów. Nominacja do Złotej Nagrody JAKOŚĆ ROKU to najlepszy wyraz uznania i zaufania, jakim obdarzają nas klienci. Serdecznie dziękujemy.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Marcin Kałużny

DEWELOPERZY | WARSZAWSKI DEWELOPER NOMINOWANY DO ZŁOTEJ NAGRODY JAKOŚĆ ROKU

AGRO-MAN ruszył z nowymi inwestycjami

Rozmowa z **Andrzejem Chodkowskim**, prezesem zarządu AGRO-MAN Sp. z o.o.

■ **18-mieszkaniowy budynek na warszawskiej Białolecie i imponujący Twój Parznięw - Miasto Ogród II w Pruszkowie. Z takimi nowymi inwestycjami AGRO-MAN wchodzi w 2010 rok. To pozytywny sygnał po tym, jak na początku 2009 roku inwestycje deweloperów w zasadzie zamarły?**

- Sytuacja, zwłaszcza na początku roku, nie napawała optymizmem. Popyt na nowe mieszkania ustał. Taki stan utrzymywał się do końca I kwartału. Ale już w II kwartale i generalnie w drugiej połowie roku odnotowaliśmy rosnące zainteresowanie mieszkaniami. Doskonałym przykładem jest tu nowy kameralny budynek mieszkal-



ny w Białolecie. 18 mieszkań znalazło szczęśliwych nabywców w ciągu miesiąca i to bez szczególnych zabiegów marketingowych!

■ **Co zaważyło na tej zmianie sytuacji?**

- Dwa główne czynniki: stanowisko banków i wznowienie akcji kredytowej. Okazało się bowiem, że kredyty hipoteczne są jednak dla instytucji finansowych intratne, a Polacy spłacają je bardzo regularnie. Szacuje się, że jedynie 1,6% takich kredytów jest przeterminowanych.

Drużyna przyczyna leży ciągle w niedoborze liczby mieszkań na rynku. Ludzie nadal nie mają gdzie mieszkać i potrzebują nowych realizacji.

Wreszcie sytuacja makroekonomiczna Polski okazała się być na tle innych krajów europejskich korzystniejsza. Mamy do czynienia bardziej ze spowolnieniem gospodarczym niż z recesją czy kryzysem. Dzisiaj chyba wszyscy oceniamy własną kondycję finansową i przyszłe możliwe wydarzenia bardziej optymistycznie, dlatego też chętniej podejmowane są decyzje dotyczące chociażby zakupu mieszkania.

■ **Czyli końcówka roku to dobre wiadomości dla AGRO-MANA?**

- 2009 rok kończymy w niezłych nastrojach. Spokojnie myślimy o naszych wynikach ekonomicznych i jak większość firm w Polsce po początkowych trudnościach zaczynamy odczuwać coraz większy popyt i zainteresowanie ze strony klientów.

■ **Rozumiem, że stąd decyzja o rozpoczęciu nowych inwestycji?**

- Twój Parznięw - Miasto Ogród II w podwarszawskim Pruszkowie to kontynuacja inwestycji. We wrześniu rozpoczęliśmy budowę I etapu - powstaje pierwszy 200 mieszkań. Decydując się na tę realizację, postanowiliśmy wykorzystać malejące koszty robót budowlanych. Dzięki takiej sytuacji możemy zaofiarować na starcie budowy bardzo atrakcyjną cenę - od 4,5 tysiąca za m². Cała inwestycja to blisko 600 mieszkań, które będą powstawały etapami. Dwa kolejne ruszą już w 2010 roku.

■ **Czy zatem kryzys jest już za nami?**

- Sądzę, że najgorsze mamy już za sobą, ale czeka nas jeszcze kilka miesięcy sta-

gnacji i dopiero potem sukcesywny rozkwit na rynku.

■ **Czy możemy się nadal spodziewać dalszego spadku cen?**

- Ceny od początku roku nie spadły aż tak bardzo, jak się wszyscy spodziewali, ale wszystko zależy od skali wstrzymanych przez deweloperów inwestycji. Jeżeli będzie duża, to pula dostępnych mieszkań szybko się wyczerpie. I wówczas z pewnością wzrosną ceny. Jeżeli ktoś planuje zakup mieszkania, powinien właśnie teraz bacznie obserwować zmiany zachodzące na rynku.

■ **A czy deweloperzy wyciągnęli wnioski z kryzysu?**

- Projektując nowe osiedla, powinniśmy zwrócić uwagę na większe zróżnicowanie powierzchni mieszkań. Tego oczekuje dziś klient, który

wybiera lokale mniejsze - do 50 m² i przez to nieco tańsze. Ważny jest także portfel inwestycyjny. Lepiej mieć wiele ofert, ale w mniejszych realizacjach.

■ **Jakie plany ma AGRO-MAN na kolejne lata?**

- Przymierzamy się do dużej inwestycji we Wrocławiu - osiedle Zielony Miłostów, które zapewni nam pracę na kilka najbliższych lat. Będziemy nadal promować i rozwijać w naszych realizacjach ideę miasta-ogrodu jako miejsca przyjaznego do życia. Rozważamy także poszerzenie oferty o dodatkowe usługi związane z budownictwem: projektowanie i przygotowanie inwestycji oraz pełnienie funkcji inwestora zastępczego.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Marcin Kałużny



MEBLE | F.M. BODZIO Z SZANSAMI NA TYTUŁ JAKOŚĆ ROKU 2009

„BODZIO” - budujemy nowe salony

Rozmowa z **Bogdanem Szewczykiem**, dyrektorem generalnym Fabryki Mebli BODZIO Sp.j.

■ **Za nami długi i trudny 2009 rok. Czy w branży meblarskiej kryzys był mocno odczuwalny?**

- Uwzględniając ogólne uwarunkowania gospodarcze, jakie panują na rynku, bieżący rok okazał się dla nas całkiem dobry. Przede wszystkim udało nam się wykonać w 100% plan inwestycyjny. To bardzo ważne zwłaszcza w kontekście sytuacji innych przedsiębiorstw, które mocno okroiły swoje wydatki na te cele. Wprowadziliśmy do oferty wiele ciekawych propozycji, które spotkały się z szerokim zainteresowaniem klientów. Kluczowym jednak okazało się utrzymanie dotychczasowego zatrudnienia w fabryce wynoszącego już 1700 osób. Wbrew dosyć pesymistycznej ocenie



kondycji wielu polskich przedsiębiorstw, o czym donoszą niemal każdego dnia media, naszą sytuację mogę określić jako stabilną.

■ **Czy Fabryka była przygotowana na kryzys?**

- Dosyć wcześnie zdiagnozowaliśmy objawy negatywnych trendów w naszej branży. To pozwoliło nam nie tylko podjąć określone kroki zaradcze. Przede wszystkim zmodyfikowaliśmy nieco politykę marketingową i cenową, dostosowując ją do realnego popytu. Udało nam się także zoptimalizować poziom produkcji oraz obniżyć jej koszty. Niezależność od zewnętrznych źródeł finansowania pozwoliła nam z kolei na bezpieczne i bez zbędnego ryzyka zrealizowanie naj-

ważniejszych inwestycji, które w perspektywie czasu powinny przynieść wymierne efekty.

■ **Czy jakość okazała się istotna w działaniach antykryzysowych?**

- Wielokrotnie podkreślałem znaczenie jakości w naszej działalności. Czasy kryzysu w żaden sposób nie zwalniają nas z obowiązku dbałości o standardy jakości. Wręcz przeciwnie, to dobry moment aby w sposób szczególny zwrócić uwagę na tę kwestię. W sposób najbardziej optymalny wykorzystaliśmy ten trudny okres do wprowadzenia bardziej skutecznych rozwiązań podnoszących jakość naszych mebli. Program jakości jest zawsze naszym priorytetem bez względu na wielkość sprzedaży i prognoz z nimi związanych, stanowiąc nieodzowny element naszej działalności.

■ **Jaka jest obecnie sytuacja?**

- Od 25 lat jestem przedsiębiorcą i doskonale wiem, że koniunktura na rynku jest często zmienna i trudna do przewidzenia. W meblarstwie obecny kryzys tylko spotęgował problemy, z którymi branża boryka się już od dawna. W szczególności trudnej sytuacji znalazły się te firmy, które uzależniły się od jednego tylko odbiorcy. W efekcie narzuconych, niekorzystnych warunków współpracy niektórzy zbankrutowali. Ponadto, dosyć restrykcyjna polityka banków wobec podmiotów wymagających wsparcia kredytowego w sposób ewidentny osłabiła ich szanse na przetrwanie.

■ **Czy to już koniec kryzysu wobec 1,7% wzrostu PKB w III kwartale?**

- Na tle innych europejskich krajów wzrost na takim poziomie należy uznać za obiecujący. Nie oznacza to jednak, że dodatni wskaźnik PKB jednoznacznie musi zwiastować zakończenie kryzysu. Oczywiście to

„BODZIO”



Kuchnia OLA

dobry sygnał pod warunkiem, że koniunktura gospodarcza w całej Unii w sposób wyraźny ustabilizuje się. Z perspektywy naszej branży nie oczekiwałbym jeszcze jakiegos przełomu zwłaszcza w pierwszej połowie przyszłego roku, aczkolwiek zachowuję pewien umiarkowany optymizm.

■ **Jakie wobec tego ma Fabryka plany na 2010 rok?**

- W przyszłym roku skoncentrujemy się przede wszystkim na dokończeniu rozpoczętych inwestycji. W pierwszym kwartale wprowadzimy do naszej sprzedaży wzory nowych mebli. Docelowo zamierzamy gruntownie przebudować i rozszerzyć naszą ofertę handlową i dopasować ją do aktualnych potrzeb rynku.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Marcin Kałużny

OGRODNICTWO | KHNO POLAN NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Po nasionach ich poznać!



Krakowska Hodowla i Nasienictwo Ogrodnicze POLAN jest jedną z najbardziej rozpoznawalnych firm w branży ogrodniczej. Dzięki POLANOWI większość polskich ogrodów wydaje corocznie dorodny plon smacznych warzyw i zachwycia wielobarwnością pięknych kwiatów. Obecnie spółka swoim logo sygnuje 112 odmian warzyw i 140 odmian kwiatów.

KHNO POLAN to przedsiębiorstwo z wieloletnią historią, którą odziedziczyła po firmie Freege, a także po dwóch polskich firmach o bogatych tradycjach ogrodniczych: Krakowskiej Hodowli Roślin Ogrodniczych i Przedsiębiorstwie Nasiennictwa Ogrodniczego i Szkółkarstwa, które w 1994 roku weszły w skład spółki. Firma specjalizuje się w hodowli nowych odmian roślin warzywnych i ozdobnych, a także reprodukcji i dystrybucji nasion. Wiodącymi gatunkami są te najważniejsze gospodarczo, m.in. ogórek gruntowy, fasola szparagowa, cebula, marchew, kapusta głowiasta, burak ćwikłowy, czosnek.

Oferta firmy skierowana jest zarówno do amatorów - działkowców, jak i profesjonalnych producentów warzyw i kwiatów. Roczna sprzedaż nasion warzyw i kwiatów wynosi blisko kilkadziesiąt ton. - Aby zagwarantować klientom wysoką jakość materiału siewnego, zatrudniamy kre-

atywnych hodowców oraz specjalistów z zakresu produkcji. Ich odpowiedzialność, skrupulatność, a także intuicja i pasja przekładają się zarówno na ilość, jak i na jakość powstających odmian oraz materiału siewnego. Posiadamy nowoczesnie wyposażone laboratoria, w których testowane są wszystkie nasiona pod względem jakości: zdolności kiełkowania, czystości a także specjalistycznych szklarni, które umożliwiają hodowlę roślin w ściśle określonych warunkach - mówi **Andrzej Rostworowski**, prezes zarządu KHNO POLAN Sp. z o.o.

Spółka posiada 600 ha najlepszej klasy gruntów przeznaczonych pod uprawy. Na części z nich produkowane są nasiona pod ścisłą kontrolą. Wszelkie rygory produkcji nasiennej przestrzegane są również przez ponad 400 zaufanych plantatorów, u których odbywa się produkcja nasiennego materiału handlowego, czyli rozmnażanie wyhodowanych odmian.



Istotnym aspektem w działalności hodowlanej firmy jest również kontakt z producentami i partnerami handlowymi. - Taka współpraca pozwala na zdobycie informacji o oczekiwaniach klientów. Biorąc pod uwagę zapotrzebowanie rynku, hodujemy nowe odmiany roślin z cechami pożądanymi, tj. dobrym smakiem, odpornością na choroby, gwarancją wysokiego plonu. Szybka reakcja na potrzeby rynku wpływa na stałe poszerzanie się naszego asortymentu, dopasowanego również do określonych warunków klimatyczno-glebowych - podkreśla **Andrzej Rostworowski**.

Sprzedaż produktów marki POLAN odbywa się poprzez sieć hurtowni, sklepy firmowe, centra ogrodnicze i sieci marketów. Dużą popularnością, zwłaszcza wśród klientów indywidualnych, cieszy się uruchomiony na www.nasiona.pl nowoczesny e-sklep.

POLAN swoje nasiona sprzedaje także poza granicami na-

szego kraju, m.in. w Rosji, Niemczech, Rumunii, Mołdawii, Estonii, Czechach, a także na Słowacji, Białorusi, Litwie, Łotwie, Ukrainie i Bułgarii.

Spółka jako firma z bogatym doświadczeniem, renomą i opinią rzetelnego partnera, zdobyła szereg nagród i wyróżnień krajowych oraz zagranicznych, m.in. jedenaście złotych medali na Międzynarodowych Targach Poznańskich, Laur Konsumenta 2005, tytuł Agro Polska, Srebrny i Złoty Laur Małopolski, Złoty Medal na Krajowej Wystawie Ogrodniczej w Poznaniu oraz Wielki Złoty Medal Najlepszymu z Najlepszych. W tym roku spółka została nominowana do prestiżowego tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009. - Te wszystkie wyróżnienia to najlepszy dowód na to, że marka KHNO POLAN jest rozpoznawana i ceniona. Potwierdzają jednocześnie, że nasze dokonania znajdują uznanie w oczach klientów i naszych partnerów biznesowych, a to właśnie ich satysfakcja jest dla nas najważniejsza - kończy prezes spółki.

Marta Prusek - Galińska