

Akcje ArcelorMittal jako pracodawcy szybko idą w górę

Światowy potentat rynku hutniczego, ArcelorMittal jest postrzegany w naszym kraju nie tylko jako lider branży, lecz również jako coraz bardziej atrakcyjny pracodawca. Nadal trwająca restrukturyzacja polskiego oddziału koncernu nie hamuje jego ewolucji zarówno pod względem technologicznym, jak i kadrowym. Otwarcie organizacji na młode kadry pozwoli nie tylko na obniżenie średniej wieku załogi, lecz również umożliwi karierę wielu utalentowanym absolwentom uczelni wyższych.

Od 2004 roku ArcelorMittal Poland – wówczas jeszcze pod nazwą Mittal Steel Poland – prowadzi restrukturyzację i rozwój składających się na polski oddział czterech hut, tworzących jeden organizm gospodarczy, a mianowicie dawnej Huty Katowice, Huty Florian, Huty Sendzimira i Huty Cedler. Wraz z obligatoryjną restrukturyzacją sprawnie przebiega rozwój kadr.

Solidnie znaczy fair

– Restrukturyzacja i zmniejszanie zatrudnienia nie oznacza większych zwolnień pracowników, a raczej wydzielenie funkcjonalne obszaru działalności, co nie musi nosić znamion zwolnień fizycznych – mówi **Andrzej Wypych**, dy-

rektor personalny ArcelorMittal Poland SA. – W najbliższych latach planujemy osiągnąć poziom zatrudnienia 8851 osób, wynikający z potrzeby wzrostu produktywności. Mówiąc o rozwoju, również mówimy o kosztach. W związku z tym, żeby produktywność wzrosła do 750 ton stali na głowę pracownika, musimy zmniejszyć zatrudnienie do wspomnianej liczby. Będziemy przeprowadzać ten proces kilkoma metodami, wydzielając pewne spółki, obszary działalności, jak i poprzez zwolnienia pośrednie oraz zmiany technologiczne. W ArcelorMittal solidność organizacji jako pra-

Przybywa nowych pracowników

codawcy oznacza postawę fair. – Firma stara się przez cały czas być fair i tego oczekuje od partnerów, jakimi są związki zawodowe, pracownicy, a z drugiej strony kierownicy występujący w imieniu pracodawcy. Najważniejsze jest współdziałanie wszystkich stron. Przez ostatnie trzy lata udało nam się doprowadzić do rozwiązywania kwestii spornych ze związkami zawodowymi na zasadzie dialogu społecznego – wyjaśnia dyrektor Wypych.

Zmiany układu sił na rynku światowym oraz potrzeby technologiczne wymagają od spółki zatrudniania pracowników posiadających odpowiednie kompetencje. – Jeżeli nie jesteśmy w stanie znaleźć takich osób w firmie lub wyszko-

lić ich w określonym czasie, to sięgamy po zasoby rynku zewnętrznego. Zobowiązaliśmy się do rozpoczęcia po roku 2007 tzw. wymiany jakościowej pracowników, co oznacza, że w tym roku trafi do nas 125 osób z wyższym wykształceniem, przede wszystkim inżynierów. Rekrutacja ta prowadzona jest w ramach programu stażowego „ZainSTALuj się u nas” – kontynuuje Andrzej Wypych. Program adresowany jest do absolwentów oraz studentów ostatnich lat kierunków technicznych (uczestnicy otrzymują wynagrodzenie). Zakłada udział 80. osób w czterech oddziałach oraz dodatkowe pozyskanie 45. tzw. Global Engineers. Opiekunami uczestników są wybrani pracownicy wydziałów produkcyjnych.



– Co roku wyznaczamy sobie priorytetowe cele i zadania do realizacji. W tym roku rozwój kapitału ludzkiego znalazł się na drugim miejscu, tuż po obsłudze klienta, bez którego nie możemy istnieć. Właśnie wyszkolenie i kompetencje kadry są jednym z podstawowych źródeł satysfakcji klienta – mówi **Anna Wyczęsany**, szefowa Działu Rozwoju

Kadr i Szkoleń. – Jesteśmy dość specyficzną firmą, która dość długo nie rekrutowała. Średnia wieku pracowników waha się pomiędzy 40. a 50. rokiem życia. Dlatego staramy się nie tylko wzmocnić kompetencje kadry menedżerskiej, ale także liniowej, pozwalające na utrzymanie się na konkurencyjnym rynku pracy. Firma prowadzi akcję rekrutacyjną, głównie adresowaną do ludzi młodych. Możliwość pracy w międzynarodowym środowisku światowego potentata i cele, jakie stawiane są kandydatom, skłaniają wielu do podjęcia wyzwania. Polityka firmy uwzględnia również rozwój dojrzałej części załogi, mimo iż nie jest łatwo nakłonić pracownika z wieloletnim stażem do angażowania się w dalszy rozwój. – Staramy się realizować projekty prestiżowe, a tym samym zachęcające do udziału w nich ze względu na rangę. Ogromnym atutem jest fakt, że współpracujemy z najlepszymi polskimi firmami szkoleniowymi o bogatym doświadczeniu. Trenerzy najpierw poznawali naszą specyfikę, uczyli się mówić językiem naszej załogi i to zapracowało. Osoby, które przeszły pierwsze szkolenia, chcą jechać na następne

Rozwój załogi priorytetem

– Co roku wyznaczamy sobie priorytetowe cele i zadania do realizacji. W tym roku rozwój kapitału ludzkiego znalazł się na drugim miejscu, tuż po obsłudze klienta, bez którego nie możemy istnieć. Właśnie wyszkolenie i kompetencje kadry są jednym z podstawowych źródeł satysfakcji klienta – mówi **Anna Wyczęsany**, szefowa Działu Rozwoju

i dzięki takiej reakcji jest już wyłoniona grupa kolejnych 300. chętnych do dalszego podnoszenia kwalifikacji osobistych – dodaje **Anna Wyczęsany**. Kolejnym ważnym projektem realizowanym w ramach rozwoju intelektualnego organizacji jest Akademia Menedżera. Podczas I edycji Akademii 305 osób brało udział w 115 sesjach szkoleniowych. Ogólnie zajęcia objęły 234 dni szkoleniowe. Statystyka wszystkich szkoleń w ArcelorMittal Poland za miniony rok jest imponująca: 21 862 osoby uczestniczyły w 1011 szkoleniach. W roku bieżącym pojawił się nowy, prestiżowy program „Manager 2008”, skierowany do menedżerów wyższego szczebla. Nie mniej ważne są zajęcia z języka angielskiego, będącego narzędziem komunikacji w ramach całej korporacji, podczas których w 2007 roku umiejętności podnosiło 686 osób. Odpowiednia znajomość języka jest niezbędna

w przypadku wyjazdów na nowe inwestycje. Ponadto rośnie liczba zagranicznych wyjazdów eksperckich, które wymagają precyzyjnej komunikacji w ramach języka branżowego. – Godnym uwagi jest również ciekawy program dla grupy inżynierskiej – osób, które po okresie przeszkolenia w naszych zakładach będą miały ochotę na karierę międzynarodową, czyli na pracę w innych oddziałach koncernu. Możemy zaoferować praktycznie każdy kontynent, bowiem nasze zakłady funkcjonują w ponad 60. krajach na świecie – wyjaśnia Wyczęsany. Programy rozwoju kadr realizowane są przez najlepsze wyspecjalizowane instytucje szkoleniowe w Polsce, a także, co warto zaakcentować, w ramach współpracy koncernu z tak prestiżowymi uczelniami, jak Harvard czy London Business School.

Wiedzę na temat potrzeb rozwoju intelektualnego departament HR czerpie m.in.

z badania, jakim jest korporacyjny system oceny rocznej. Pracownikom na początku roku wyznaczane są cele, w trakcie roku przeprowadzany jest ich przegląd i rewizja. Na koniec okresu zadaniowego pracownicy są oceniani na podstawie realizacji zadań. Wnioski płynące z oceny pozwalają określać obszary kompetencji wymagające poprawy i szkoleń.

ArcelorMittal Poland postawił sobie ambitny cel: znalezienie się w pierwszej trójce najlepszych pracodawców w Polsce. Firma jest na najlepszej drodze do jego realizacji. Ostatnio w ogólnopolskim programie Solidny Pracodawca Roku, jako jedyna w resorcie, otrzymała tytuł Solidnego Pracodawcy Branży Metalurgicznej 2007.

Małgorzata Pranobis



Gregor Muenstermann, prezes zarządu, dyrektor generalny ArcelorMittal Poland SA.



– Jaka jest filozofia firmy w zakresie zarządzania kadrą?

– W ArcelorMittal Poland kontynuujemy politykę partnerstwa we współpracy ze związkami zawodowymi oraz wszystkimi grupami społecznymi działającymi w naszej firmie. Głównym celem na najbliższą przyszłość jest osiągnięcie statusu jednego z trzech najbardziej preferowanych pracodawców w Polsce. Cel taki oznacza konieczność zaangażowania nas wszystkich w wielu obszarach działalności HR. Działania nasze będą zmierzały nie tylko do utrzymania dobrych wzajemnych relacji społecznych w firmie, ale i do ich ciągłego doskonalenia. Ważnym elementem jest także podnoszenie jakości zarządzania naszą firmą, począwszy od kierownictwa liniowego, a skończywszy na członkach zarządu. Dodatkowo dołożymy wszelkich starań w celu zaspokojenia oczekiwań wszystkich zaangażowanych w funkcjonowanie naszej organizacji. Najbardziej zależy nam oczywiście na pracownikach i akcjonariuszach.

– Co oznacza dla Pana tytuł Solidnego Pracodawcy?

– Otrzymanie tego wyróżnienia jest dla nas zaszczytem. Pokazuje ono, że nasze wysiłki, zmierzające do udoskonalenia środowiska pracy, są doceniane. Zdajemy sobie sprawę z tego, że zaangażowanie pracownika w życie firmy sprzyja jej rozwojowi. Staramy się rozbudzić i umocnić w naszych pracownikach poczucie przynależności. Chcemy, aby byli dumni z tego, że są częścią największego koncernu stalowego na świecie. Po otrzymaniu wyróżnienia nie spoczniemy jednak na laurach. Będziemy kontynuowali naszą pracę, również w obszarze rekrutacji. Mamy nadzieję, że tytuł Solidnego Pracodawcy zadziała jak magnes i tym samym pomoże nam przyciągnąć najlepszych kandydatów.



Harmonia życia zawodowego i prywatnego

Rozmowa z **Jackiem Szwochem** – prezesem firmy **Swisspor Polska**, ogólnopolskiego laureata konkursu **Solidny Pracodawca Roku 2007**.



- W jaki sposób wspomagacie Państwo rozwój zawodowy pracowników?

- Przywiązujemy dużą wagę do rozwoju zawodowego naszych pracowników. Uważam, że jest to jeden z podstawowych elementów budowy naszej przewagi konkurencyjnej. Właściwi ludzie na właściwym miejscu to sukces firmy. Bez ludzi nie udałoby się Swisspor Polska osiągnąć tak wysokiej pozycji na rynku. Nasi pracownicy są autorami wielu udoskonaleń technicznych pracy maszyn, opracowań racjonalizatorskich, pomysłów organizacyjnych. Staramy się oczywiście wspierać ich aktywność poprzez organizowanie szkoleń wewnętrznych i zewnętrznych oraz dofinansowywanie studiów podyplomowych. Ta polityka przekłada się też oczywiście na system promowania sukcesów i aktywności zawodowej. Każdy awans w Swisspor Polska jest związany z korzyściami, stanowiska są wpisane w siatkę płac, większa odpowiedzialność, a co za tym idzie – większe wymagania wobec pracownika zawsze związane są z wyższym wynagrodzeniem. Staramy się także, żeby sukces, jaki w ostatnich latach odnotowujemy, przekładał się na wzrost płac. Porównując średnie wynagrodzenie w firmie w roku 2007 do średniej pensji w 2002 roku (początek spektakularnego wzrostu), wzrosło ono o 39,4%, podczas gdy średnie wynagrodzenie w gospodarce wzrosło o 26,2%. A jeżeli porównamy wzrost średniego wynagrodzenia w firmie w 2007

roku do roku 2005 – wtedy ruszyła na dobre nasza fabryka papy w Międzyrzeczu – to wzrost wyniósł 36,4% (wzrost średniego wynagrodzenia w Polsce – 13,1%). W roku ubiegłym wynagrodzenia u nas wzrosły o 20% (w Polsce o 8,6%). Jak widać, nasza dynamika wzrostu płac zdecydowanie wyprzedza średnią krajową.

- Czy firma daje szansę na pracę ludziom młodym oraz osobom w wieku „poprodukcyjnym”?

- Mamy wśród naszych pracowników naprawdę duże zróż-

względu na wiek. Doceniamy ich doświadczenie i mądrość życiową. Połączenie doświadczenia starszych pracowników ze świeżym podejściem młodszych pozwala nam na utrzymanie dobrych, wypracowanych w przeszłości standardów i powoduje ciągłe udoskonalanie systemu. Dzięki takiemu połączeniu nie zatrzymaliśmy się w miejscu, ale idziemy ciągle do przodu. Uważamy, że taka postawa jest ważnym elementem budowy kapitału społecznego i wzajemnego

- Przede wszystkim jest to kwestia atmosfery w firmie. Dbamy o to, żeby stosunki w firmie były otwarte, przyjazne i – co najważniejsze – szczerze. Na przykład na naszej stronie internetowej otworzyliśmy specjalny Hyde Park, czyli forum internetowe, na którym każdy, także anonimowo, może wyrazić swoje zdanie o polityce firmy. Myślimy również, że bardzo ważna jest dla pracowników możliwość dostępu do kierownictwa firmy. Moje drzwi są zawsze otwarte i każdy może do mnie przyjść, aby porozmawiać i rozwiązać ewentualne wątpliwości. Ponadto organizujemy raz na kwartał wspólne spotkanie pracowników działu handlowego, kierowników produkcji, logistyki oraz kontroli jakości z zarządem spółki, podczas których omawiamy bieżące problemy. Na takie spotkanie może przyjść każdy pracownik, każdy ma prawo zabrać głos i trzeba powiedzieć, że pracownicy chętnie z tego prawa korzystają. Z okazji świąt Bożego Narodzenia organizujemy w każdym z zakładów uroczyste spotkania wszystkich pracowników z zarządem – tzw. opłatek, corocznie organizujemy spotkania całej firmy. Podczas wizyt w zakładach produkcyjnych zarząd regularnie spotyka się z pracownikami. Bardzo dbamy o to, aby każdy pracownik dokładnie wiedział, czego od niego oczekujemy oraz jakie są jego obowiązki i kompetencje.

- Jak ocenia Pan perspektywy na przyszłość, jak będzie wyglądał dalszy rozwój firmy Swisspor Polska?

- Perspektywy dla naszej firmy są bardzo dobre – produkujemy materiały izolacyjne dla budownictwa – styropian i papę. Rynek budowlany przeżywa okres koniunktury, na który ma wpływ korzystny dla Polski budżet unijny na lata 2007-2013, wyzwania związane z Euro 2012. Nieustanny wzrost cen energii napędza koniunkturę na materiałach termoizolacyjnych. Wszystko to sprawia, że planujemy dalszy dynamiczny rozwój naszej firmy. Chcemy powiększać naszą przewagę konkurencyjną. Planujemy rozwój naszej oferty produktowej, rozszerzenie asortymentu, kolejne inwestycje, zwiększenie naszego udziału w rynku. Warunkiem realizacji tych planów jest profesjonalny zespół pracowników. Mamy bardzo dobry dynamiczny zespół z dużym potencjałem, ale aby zrealizować te plany, rozwój kadry pracowników staje się jednym z najważniejszych elementów strategii. Trzeba również zaznaczyć, że przy ciągłym zwiększaniu mocy produkcyjnych, poszerzaniu oferty i zasięgu działania nieustannie potrzebujemy nowych pracowników praktycznie w każdym z działów.

Od 60. lat najważniejszy cel naszej firmy to: działając efektywnie w sensie ekonomicznym, umożliwiać pracownikom harmonijne łączenie życia zawodowego i prywatnego. Jest to klucz do ich i naszego sukcesu. Jestem przekonany, że tak jak dotychczas, uda nam się ten cel zrealizować.

- Dziękuję za rozmowę.
Jakub Lisiecki



Fabryka w Międzyrzeczu.

nicowanie wiekowe. Zatrudniamy wielu młodych ludzi, świeżych absolwentów, dla których często jest to pierwsza praca. Przychodzą na różne stanowiska – zarówno produkcyjne, jak i administracyjne czy techniczne. Pracownicy starsi mogą z kolei nie obawiać się zwolnień ze

szacunku wśród naszych pracowników oraz niezbędnym czynnikiem dobrego oddziaływania na otoczenie zewnętrzne poprzez opinie indywidualnych osób.

- A jak budujecie Państwo wewnętrzne relacje? To pewnie ważny element polityki Swisspor Polska?

Poliuretan podbija rynek dociepleń

Produkcja materiałów izolacyjnych z mało znanego w Polsce poliuretanu należy do najbardziej korzystnych ze względu na cechy jakościowe. Nową technologię wdraża łódzki M.A.T. Dziś firma sprzedaje swe wyroby między innymi do Belgii, Niemiec i na Litwę.

M.A.T. przyjął filozofię, w myśl której łączy działania ekologiczne, interesy producenta i użytkownika oraz tworzy wspólnie z odbiorcami nowe wyroby.

- Zasady te zdecydowały o naszym pomyslnym rozwoju. Sukces osiągamy we współpracy z naszymi klientami. Chcemy nadal prowadzić taką politykę – mówi Andrzej Pastorczak, wiceprezes M.A.T. Sp. z o.o.

Sporym sukcesem okazało się zdobycie zaufania wytwórcy materiałów izolacyjnych – niemieckiej firmy BIT.

- Niemcy pomogli nam nie tylko wyposażyć się w odpowiednie maszyny i technologię, łącznie z prawem do użytkowania znaku towarowego RISO, ale również zarekomendowali nas u swoich klientów – dodaje Andrzej Pastorczak. – To był potężny impuls rozwojowy dla przedsiębiorstwa.

Dzięki rekomendacji łódzkiej firmę jako wytwórcę materiałów izolacyjnych zaaprobowali najbardziej wymagający odbiorcy na rynku krajowym i zagranicznym. Spółka dysponuje dziś hałami o powierzchni ok. 3000 m², maszynami przetwarzającymi surowce do produkcji wyrobów izolacyjnych oraz szeroką gamą ciągle uzupełnianych form.

- Nasza historia rozpoczęła się w 1990 roku, kiedy założyli-

śmy Przedsiębiorstwo Produkcji no-Usługowe M.A.T. Startowaliśmy niemal od zera, bez kapitału, a mimo to dziś liczą się z nami wielcy. Tajemnicą M.A.T.-u są innowacje. To one pozwoliły nam



w stosunkowo krótkim czasie osiągnąć imponujące wyniki – ocenia wiceprezes.

Innowacja w łódzkiej spółce to nie tylko wynalazki, nowe technologie, ale także procesy decyzyjne i efektywne metody zarządzania. Zmiany technologii spieniania poliuretanów z zastosowaniem pentanu sprawiły, iż M.A.T. osiągnął wszystkie zakładane wskaźniki określające współczynniki elementów dociepleniowych. Jednym z innowacyjnych rozwiązań jest system Mathermic, składający się z elewacyjnych modułów do termoizolacji ścian budynków z gotową elewacją z płytek ceramicznych odwzorowujących mur z cegły klinkierowej. Ryn-

kowy sukces wpłynął na podjęcie decyzji o rozbudowie linii produkcyjnej, a to zaowocowało stworzeniem dodatkowych miejsc pracy. Mimo znacznego wzrostu zatrudnienia, powiązanego z poniesionymi kosztami na inwestycje, firma zanotowała wzrost zyskowności z 3,23% w 2005 roku do 5% w 2007.

Łódzki producent stosuje system zarządzania jakością serii ISO 9000 w zakresie produkcji, sprzedaży oraz montażu materiałów termoizolacyjnych – którymi głównie są izolacje techniczne w postaci kształtek na rurociągi ciepłownicze dla przemysłu, ale także dla instalacji domowych. Stały rozwój firmy wraz z działaniami innowacyjnymi przyczyniły się do zdobycia w ostatnim czasie przez M.A.T. tytułu Europejski Standard 2008.

- Fakt, że zostaliśmy laureatem, jest dla nas ogromnym wyróżnieniem oraz potwierdzeniem, że innowacje, nowe technologie, a przede wszystkim jakość to właściwa droga do sukcesu na rynku – wyjaśnia Andrzej Pastorczak.

Marzena Libura



www.mat-lodz.pl

FMK – europejska jakość z Pińczowa

Świątokrzyska spółka FMK rośnie w siłę. Do niedawna w głównej mierze wyłącznie świadczyła usługi techniczne na rzecz cementowni, zakładów wapienniczych i gipsowych. Dynamicznie poszerza część produkcyjną o konstrukcje stalowe i urządzenia technologiczne. Teraz wprowadziła na rynek nowy produkt: agregat tynkarski TEMPO, zadowolający nawet najbardziej wymagających klientów.

Na początku lat dwudziestych wiele polskich firm było w fatalnej formie. Znaczna ich część redukowała zatrudnienie lub nawet ogłaszała upadłość. Ale nie wszystkie: Przedsiębiorstwo Usług Technicznych i Handlu FMK Sp. z o.o. z Pińczowa, dzięki mądrej polityce inwestycyjnej i ciągłemu doskonaleniu kadry pracowniczej w zakresie poprawy jakości i organizacji pracy, dynamicznie rozwijało skrzydła i umacniało pozycję na rynku. Poprzednia siedziba firmy nie pozwalała na dalszy rozwój ze względu na niewystarczającą powierzchnię zajmowanej nieruchomości. Energiczne poszukiwania zakończyły się szybkim sukcesem. Spółka zakupiła nieruchomość i wyremontowała ją pod nową siedzibę, nabyła też dodatkową halę produkcyjną oraz znaczącą poszerzyła park maszynowy. Kwota inwestycji wyniosła ponad 2,5 mln złotych, a nowe zatrudnienie znalazło 70 osób. Dziś działalność firmy przebiega dwoma torami: jeden z nich to w dalszym ciągu usługi, drugi stanowi produkcja konstrukcji stalowych, urządzeń i kompletnych linii technologicznych. Oprócz typowych urządzeń, takich jak przenośniki ślimakowe, zgrzeblowe, taśmowe, podawacze celkowe, elewatory, dna wybierające, mieszalniki oraz agregaty tynkarskie, spółka realizuje również zadania inwestycyjne związane z ochroną środowiska.

- Bardzo mocno oceniamy swoją pozycję w branży – podkreślają Wojciech Kołodziejczyk i Zbigniew Kudasiewicz, właściciele FMK Sp. z o.o. – Zarówno poziom naszych usług poparty wieloletnim doświadczeniem, jak i jakość produktów w pełni odpowiadają standardom europejskim.

- To dla nas absolutnie ważne – podkreślają właściciele. – Szczególnie się bowiem nowoczesnym podejściem do ochrony środowiska, co ma fundamentalne znaczenie w naszej branży. Jeszcze bardziej jednak dbamy o naszych pracowników i to robimy prawdziwie po europejsku. Tym bardziej cieszy



Odbiorcami usług FMK jest wiele znaczących podmiotów gospodarczych z branży producentów materiałów budowlanych. Firma ciągle poszerza skalę działalności, a jest o tyle specyficzna, że potrafi wykonywać usługi nietypowe, dostosowane do stale rosnących wymagań klientów. Daje tym samym pracę sporo ponad setce osób. Dość istotny jest też fakt, że zarówno w kwestii produktów, jak i usług spółka duży nacisk kładzie na dbałość o ekologię, a największą na BHP.

nas uzyskany tytuł EU Standard. Jest odbiciem nie tylko szeroko pojętej kwestii jakościowych w naszym przedsiębiorstwie, ale także swoistym środkiem do tego, by poszerzać zakres jego działalności, tym bardziej, że stale zwiększa się nam liczba klientów.

Planowany rozwój przedsiębiorstwa z Pińczowa w najbliższym czasie skupiać się będzie przede wszystkim na wprowadzaniu nowych produktów na rynek i stałym inwestowaniu w ich jakość.

Aneta Aniśko

Najwięksi w branży, najlepsi pracodawcy



Firma GlaxoSmithKline, czołowy producent przemysłu farmaceutycznego w Polsce, zdobyła tytuł Solidnego Pracodawcy 2007. O zwycięstwie zadecydowała nie tylko pozycja przedsiębiorstwa na rynku, ale przede wszystkim kultura organizacyjna i znakomita postawa względem pracowników, szczególnie w aspekcie możliwości rozwoju.

Z Mariuszem Frydrychem, dyrektorem personalnym GlaxoSmithKline, rozmawia Jakub Lisiecki.



- Jak to jest być i największą firmą w branży, i zarazem najlepszym pracodawcą?

- Bardzo miło, choć na pewno niełatwo. Tym bardziej cieszy nas zdobycie tytułu Solidnego Pracodawcy. Pod względem wielkości zatrudnienia jesteśmy faktycznie w ścisłej czołówce, a co do obrotów - zdecydowanie najwięksi w polskiej branży farmaceutycznej. Mocna pozycja jest dla nas jednak przede wszystkim ciągłym wyzwaniem, czy dalej działamy na miarę lidera, czy popadamy w samozadowolenie. Zwykle wielkość nasuwa bowiem skojarzenia z masowością, nadmiernie rozbudowaną administracją i pewnym bezruchem; wywołuje w pracownikach poczucie, że są małymi trybikami w wielkiej maszynie. A u nas na szczęście jest inaczej. W GlaxoSmithKline stawiamy na zaangażowanie ludzi od najwcześniejszych etapów zatrudnienia, a to sprawia, że mają oni niesamowicie proaktywny stosunek do pracy. Nie czują się wpłątani w narzucony z góry mechanizm działań, lecz faktycznie współtworzą życie firmy.

- Jak uzyskuje się taki efekt?

- Wdrożyliśmy specjalne programy budowania zaangażowania pracowników. Na przykład: największy odsetek naszych ludzi stanowią przedstawiciele nauki. W GSK rozwinięliśmy Sales Force Engagement Teams. Są to zespoły stworzone zarówno ze specjalistów od marketingu, jak i praktyków sprzedaży, które już na etapie budowania i organizacji kampanii marketingowych ustalają wspólny front działań. Unikamy tym samym w zarodku problemu typowego dla dużych korporacji - starcia potencjalnie niezyciowych idei marketingowych z twardą rzeczywistością handlowców. Inny przykład: kiedyś organizacja konferencji dla zespołu przedstawicieli naukowych leżała w kompetencji zupełnie innych komórek. Dziś takie agendy ustalają sami zainteresowani i to oni czuwają nad zawartością merytoryczną, ustalają listę gości, prowadzą całe wydarzenie od początku do końca.

Jeszcze inny przykład: bardzo aktywnie rewidujemy nasz sposób tworzenia systemów motywacyjnych. Zwykle są

modyfikowane co roku, a co kilka lat zmieniają się gruntownie. Np. ostatnio zespół przedstawicieli naukowych miał bardzo mocny wpływ na kształtowanie polityki wynagrodzeniowej. To z pozoru wejście na teren zastrzeżony dla działu HR - w końcu to jego zadaniem jest na co dzień troska o byt pracowników - ale my uzyskaliśmy efekt dokładnie odwrotny: fachowcy, którzy najlepiej rozumieją praktykę dnia codziennego i specyfikę pracy, wymieniają się cennymi poglądami i wspierani przez inne działy wypracowują funkcjonalne rozwiązania, a przy tym biorą na siebie część odpowiedzialności za nie - i taki model sprawdza się nam najlepiej.

- To znakomicie, ale pewnie trudno jest całkowicie wyeliminować tę „masowość”...

- Niekoniecznie. Zaangażowanie naszych ludzi jest dlatego spore, że w sposób autentyczny i czytelny dajemy ogromne szanse rozwojowe. Z jednej strony są to faktycznie ścieżki kariery ustanowione dla stanowisk masowych, czyli określające pojęcia awansowania, sytuacje, w jakich można się starać o awans, jakie warunki trzeba spełnić i jakie będzie efekt finalny. Takich awansów mamy kilkadziesiąt w ciągu roku, a zatem: kto tylko chce stawiać na własny rozwój, może być pewien, że przy spełnieniu określonych warunków osiągnie swoje cele. Z drugiej jednak strony, gdy w grę wchodzi najwyższe stanowiska, takich wytyczonych ścieżek nie ma - droga takiej

karier jest bardzo indywidualna i zależna od wartości samego pracownika. Tu z kolei znaczącą rolę odgrywa talent. W rezultacie nasi ludzie nawet z pewnym wyprzedzeniem podejmują się trudnej pracy o ogromnej odpowiedzialności i obejmują stanowiska wymagające - ale niesamowicie szybko się uczą, wiedzą swój cel i udaje im się.

- No właśnie: chce się, proszę zatem zdradzić kilka słów o Waszych systemach motywacyjnych.

- U ich podstaw leżą z pewnością finanse. Płace zasadnicze u nas muszą być dobre - nie wypada inaczej, pozycja lidera zobowiązuje. Do płac doliczane są bonusy, różnicowane i dostosowane do konkretnych grup pracowniczych - w zależności od piastowanego stanowiska może on sięgnąć nawet 30% rocznego wynagrodzenia. Czyli najlepsi mogą liczyć naprawdę na solidne zarobki.

Mamy też zindywidualizowane systemy motywacyjne, jak np. nagroda Eureka, o gradacji na poziomie brązowym, srebrnym, złotym lub platynowym - jej wartość może wynieść do kilku tysięcy zł. Najlepsi mogą liczyć na dodatkowe, niematerialne nagrody motywacyjne, zgodnie z zasadami przyjętymi w całej korporacji GSK.

- Obok rozbudowanych struktur sprzedażowo-marketingowych macie też Państwo wielką fabrykę w Poznaniu. Tam także dbacie o pracowników...

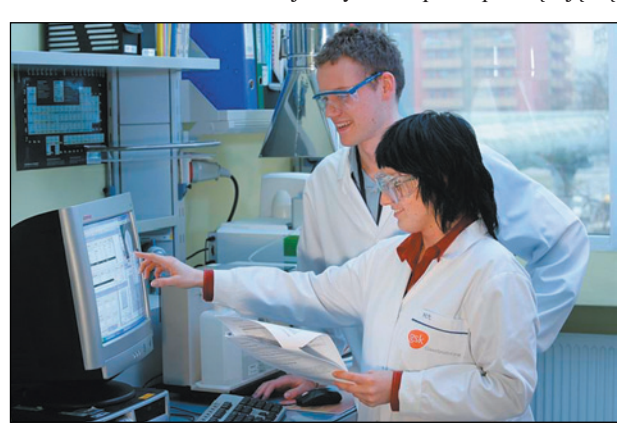


Budynek GlaxoSmithKline.

Oczywiście. W poznańskiej fabryce także funkcjonują systemy motywacyjne i premiowe, a szczególnie sfera socjalna, typowa dla firm produkcyjnych. Stworzyliśmy doskonałe warunki pracy, nie tylko bezpieczne, ale też ergonomiczne. W zakładzie mamy wewnętrzną służbę lekarską, która razem ze służbą bhp dba o zdrowie i bezpieczne warunki pracy. Zresztą wieloma standardami przewyższamy wymagania stawiane przez polskie przepisy, ponieważ podlegamy wewnętrznym wymaganiom i audytom korporacyjnym. A te wymuszają spełnianie najostrzejszych reguł obowiązujących w koncernie na całym świecie, w tym

m.in. troskliwą opiekę nad naszymi pracownikami - i śmiało mogę powiedzieć, że na niej nie oszczędzamy. W pokrewnym oszczędzamy GSK wnoszą np. do funduszu socjalnego, oprócz składki podstawowej, kwotę dodatkową w wysokości 300 zł na osobę rocznie, co daje łącznie pulę ponad miliona zł rocznie. W dużej

mierze środki te są wykorzystywane na dofinansowanie wypoczynku pracowników i rodzin, np. w naszym własnym ośrodku wypoczynkowo-szkoleniowym w Sierakowie. Fundusz finansuje również sekcje sportowe pracowników, a nawet wspiera utrzymanie wyspecjalizowanego fizjoterapeuty, do którego pracownicy mogą się zgłaszać na doraźną rehabilitację.



Doskonała atmosfera pracy na co dzień.

- Czyli firma solidnie zabezpiecza swoją załogę.

- Naturalnie. Nasi pracownicy nigdy nie są pozostawieni sami sobie. Mamy świetnie funkcjonujący system ubezpieczeń na życie. Według naszych korporacyjnych zasad, uposażeni otrzymują rekompensatę rzędu 36. pensji miesięcznych, a w przypadkach zakwalifikowanych jako najcięższe - nawet 72. Nie zastąpi to wprawdzie utraty życia czy zdrowia, ale daje najbliższej rodzinie poszkodowanego poczucie spokoju i godziwe środki na utrzymanie się. Zdecydowana większość pracowników korzysta z naszych planów emerytalnych, czyli indywidualnych składek opłacanych przez firmę. Ponadto w funduszu socjalnym zawsze mamy pulę na cele nieprzewidziane - dzięki czemu finansujemy wysokie jednorazowe koszty związane z potrzebami zdrowotnymi pracowników, takie jak skomplikowane zabiegi operacyjne. Wspomnę również o systemach odpraw, bo i one są nam nieobce. W zależności od długości stażu pracy w firmie, mogą wynieść nawet równowartość 12. pensji, oczywiście jako świadczenie dodatkowe, obok kwot przewidzianych ustawowo. Zapewniamy przy tym outplacement na wysokim poziomie. Sumując: wiemy, że ogólny poziom finansowy naszego wsparcia jest doceniany przez ogół pracowników.

- A jak wygląda sprawa bezpiecznego powrotu do pracy ko-

biet po urlopie macierzyńskim czy wychowawczym?

- To ciągle bolączka wielu polskich firm. Nasze młode mamy na szczęście mogą być pewne, że stanowisko pracy będzie bezpiecznie na nie czekać. Bardzo konsekwentnie realizujemy bowiem politykę zatrudniania na zastępstwo, kiedy nasze panie poświęcają się

ucie życia zawodowego. W GSK można w sobie zainwestować, zbudować wspaniałą karierę. Skwituję to przykładem: jeden z wielu czynników, jakimi mierzy siebie szanujący się pracodawca, to wskaźnik odrzuconych ofert pracy. U nas - może tylko z wyjątkiem stanowisk najbardziej specjalistycznych, o najmocniej wyśrubowanych wymaganiach - jest on znikomy, bo po prostu potrafimy się dogadać z kandydatem. Dajemy mu możliwość pracy w środowisku bardzo przyjaznym społecznie. Jesteśmy firmą o wysokiej kulturze organizacyjnej, w tym kulturze zarządzania. Liczymy się ze zdaniem innych, staramy się komunikować wewnętrznie najlepiej jak to możliwe. Dwa lata temu sformułowaliśmy program świadomej ewolucji kultury organizacyjnej, który do tej pory budujemy. Chodzi w nim o wypracowanie systemu pewnych wartości, które wielu ludzi przyjmuje jako swoje własne, a są dla nich klarowne już na etapie rekrutacji. Zatrudniamy osoby chcące wybijać się ponad przeciętność. Jesteśmy firmą, która nie tylko chce dobrze wykonywać swoją pracę, lecz osiągać o wiele więcej.

- Pozostaje zatem życzyć dalszych sukcesów. Dziękuję za rozmowę.

Osiem wartości GlaxoSmithKline:

1. Postępujemy etycznie.
2. Działamy odważnie.
3. Budujemy przyszłość, która będzie naszą dumą.
4. Wykazujemy inicjatywę i bierzemy odpowiedzialność za to, co robimy.
5. Staramy się być zawsze o krok do przodu.
6. Jesteśmy młodzi duchem i pełni energii.
7. Rozmawiamy ze sobą otwarcie i szczerze.
8. Pracujemy razem i pomagamy sobie.

GlaxoSmithKline to światowy koncern farmaceutyczny - lider branży obecny w 116 krajach. Zatrudnia ponad 100 tys. osób. W Polsce jest największą pod względem obrotów firmą farmaceutyczną. Daje tu pracę ponad 1600 osobom, z których więcej niż połowę stanowią kobiety. W ofercie GSK figuruje ponad 350 leków. Aż 165 z nich produkuje się w Poznaniu, gdzie znajduje się Zakład Produkcyjny i Ośrodek Badawczo-Rozwojowy. Fabryka ta stanowi Centrum Produkcyjno-Dystrybucyjne koncernu dla ponad 40. rynków na całym globie. W Poznaniu powstają tabletki, granulaty, kapsułki, aerozole bezfreonowe, płyny, kremy, czopki i maści w liczbie ponad 136 mln opakowań rocznie. Na polski rynek trafia 75% produkcji, pozostała część jest eksportowana. GSK przeznaczna na badania naukowe 5 mld dolarów rocznie. Opracowuje nowoczesne leki i szczepionki, wprowadza nowe technologie produkcji leków oraz zarządzania procesami wraz z kontrolą jakości. Wdraża innowacyjne projekty marketingowe, szkoleniowe i edukacyjne. Fabryka z Wielkopolski uzyskała ponadto certyfikaty jakościowe: GMP, ISO, OHSAS. Należy do korporacyjnych liderów we wdrażaniu projektów takich jak Lean Manufacturing czy Six Sigma. Inwestycje GSK w Polsce pochłonęły do tej pory ponad 417 mln dolarów. GlaxoSmithKline prowadzi wiele społecznych programów edukacyjnych, z których najbardziej znane to: „STOP rakowi szyjki macicy”, „Mam haka na raka”, „Żółty Tydzień”, „Mamo, masz wybór”, „Wygraj z Astmą” czy „Positive Action”. Organizuje też warsztaty z kursami dla lokalnych społeczności w Centrach Naukowo-Społecznych firmy w Poznaniu i Krakowie. Ostatnim przedsięwzięciem spółki jest uruchomienie programu zmierzającego do zminimalizowania wykluczenia społecznego wśród dzieci z terenów wiejskich najbardziej zagrożonych gmin Polski. W ramach tego projektu powstają świetlice środowiskowe „Promyk Dnia”.

Do tych drzwi warto zaPUKać

W ostatnich latach w kieleckim Przedsiębiorstwie Usług Komunalnych Sp. z o.o. przeprowadzono szereg działań zmierzających do umocnienia pozycji firmy. Trafne inwestycje, w tym budowa Centrum Handlowego PLANTY, szybko przełożyły się na podwyższenie jakości świadczonych usług oraz wyniki ekonomiczne spółki – w przeciągu czterech lat wartość księgowa aktywów wzrosła z poziomu 7 do 32 mln zł.

Spektakularny wzrost wyników finansowych możliwy był dzięki zmianom personalnym, jakie zaszły w 2003 roku na najwyższym szczeblu zarządzania. Od tego momentu kapitał zakładowy został powiększony o dodatkowe 14 mln zł, a pięciokrotnie wyższy zysk netto osiągnął pułap blisko 1,5 mln zł i nadal wykazuje tendencję wzrostową.

Utworzone blisko 26 lat temu Przedsiębiorstwo Usług Komunalnych w Kielcach od 1993 roku funkcjonuje jako spółka kapitałowa miasta. Naczelnym zadaniem jednostki jest świadczenie szerokiej gamy usług na rzecz mieszkańców Kielc i okolic. – Jako podmiot miejski zarządzamy cmentarzami, parkingami, schroniskiem dla bezdomnych zwierząt oraz targowiskami miejskimi i halą targową. Na własne potrzeby posiadamy zakład produkcyjno-transportowy – opowiada Krzysztof Solecki, prezes zarządu PUK Sp. z o.o. – Realizujemy zadania, do jakich zostaliśmy powołani, ale wybiegamy ponad to, czego się od nas wymaga. Staramy się zrobić coś więcej.

Rzeczywiście, spółka może pochwalić się rozbudowanymi działaniami inwestycyjnymi. Jednym z ostatnio zrealizowanych projektów jest budowa nowego targowiska miejskiego oraz Centrum Handlowego PLANTY, które szybko stało się wizytówką miasta. Głównym założeniem in-

westycji było zagospodarowanie urbanistyczne starego targowiska oraz stworzenie jak najlepszych warunków pracy dla całego miejskiego środowiska kupieckiego. Obiekt o powierzchni użytkowej 3423 m², utrzymany w konwencji architektonicznej późnego wieku XIX, posiada ok. 128 klimatyzowanych stanowisk przeznaczonych na działalność han-



Od lewej: prezydent Kielc i prezes Przedsiębiorstwa Usług Komunalnych.

dlową oraz 76 miejsc parkingowych. – Ze względu na profil naszej działalności, jesteśmy praktycznie związani z każdą dziedziną życia w tym mieście. Dlatego mamy nieustanne kontakty z mieszkańcami, obserwujemy bezpośrednio ich życie i w tym kierunku staramy się wychodzić na przeciw wszelkim potrzebom – dodaje Krzysztof Solecki. Dlatego kolejną inicjatywą kieleckiego przedsiębiorstwa jest już w trakcie planowania. W czerwcu bieżącego roku zostanie ukończony

projekt nowego parkingu wielopoziomowego w centrum miasta. Rozpoczęcie tej obiecującej inwestycji zaplanowano na jesień 2008 roku. Poczynione założenia obejmują budowę obiektu czteropiętrowego na ok. 400 miejsc parkingowych z licznymi architektonicznymi atrakcjami – wodna ściana, parkowe miejsca relaksacyjne i inne. Efektem likwidacji problemu z parkowaniem będzie wprowadzenie śródmiejskiej strefy ograniczonego ruchu w sąsiedztwie najważniejszych obiektów administracyjnych, edukacyjnych oraz biznesowych Kielc. Plany obejmują również wzniesienie dodatkowego budynku o powierzchni kubaturowej 1200 m³, który zostanie przeznaczony na centrum wystawiennicze elementów związanych z promocją świętokrzyskiej aglomeracji. Można go będzie wykorzystać także do celów konferencyjnych. – Wszelkie nasze posunięcia, zmierzające do poprawy komfortu życia w Kielcach, są możliwe dzięki właściwemu zarządzaniu oraz wsparciu ze strony władz miasta. Jesteśmy im szczególnie wdzięczni, ponieważ stosują wobec nas politykę umożliwiającą zachowanie płynności finansowej, abyśmy mogli z powodzeniem inwestować da-

lej. Dlatego staliśmy się jedną z najprężniejszych firm w województwie – podkreśla prezes.

Zmierzają do perfekcji

W ślad za nowymi projektami idzie poprawa jakości usług oraz warunków pracy w samym przedsiębiorstwie. Poczynione inwestycje pozwoliły na utworzenie 20 nowych stanowisk pracy. Zatrudnieni w kieleckim PUK wykonują swoje zadania w zunifkowanych strójach i przy pomocy najlepszej aparatury – tabor sprzętowy w 80% jest nowy. Standard usług utrzymuje się na niezmiennie wysokim poziomie dzięki nieustannemu wzbogacaniu zaplecza produkcyjno-transportowego w nowoczesniejszy sprzęt – ostatnio spółka dokonała zakupu 5 nowych samochodów dostawczych. Wzrost wydajności pracy to również wynik skomputeryzowania całego zakładu oraz objęcia go rozbudowaną siecią internetową. – Kładziemy duży nacisk na ergonomię. Nasi ludzie pracują w bardzo nowoczesnych warunkach. Program szkoleniowy PUK zakłada ustawiczne podnoszenie kwalifikacji załogi, a stanowi ją w większości młoda dynamiczna kadra. Przekłada się to na doskonałe wyniki ekonomiczne – uzupełnia Krzysztof Solecki. Spory atut firmy stanowi też fakt, że jest spółką kapitałową miasta, a to oznacza, że jej wszelkie procedury zachowują charak-



Centrum Handlowe PLANTY.

ter stu procentowej zgodności z przepisami prawa. Ale kieleckie Przedsiębiorstwo Usług Komunalnych nie chce bynajmniej na tym poprzestać. Teraz przygotowuje się do wdrożenia Systemu Zarządzania Jakością ISO 9000.

„Jesteśmy stąd i nam zależy”

Hasło tegorocznego „Święta Kielc” dość mocno odzwierciedla się w misji kieleckiej spółki, która nie tylko inwestuje w samo miasto, ale przede wszystkim w jego mieszkańców. Jako instytucja użytku publicznego czynnie pomaga młodzieżowym organizacjom sportowym, w tym Hligowemu klubowi lekkoatletycznemu. Od kilku lat zalicza się do głównych organizatorów corocznych dni miasta. Zaangażowanie

ter stu procentowej zgodności z przepisami prawa. Ale kieleckie Przedsiębiorstwo Usług Komunalnych nie chce bynajmniej na tym poprzestać. Teraz przygotowuje się do wdrożenia Systemu Zarządzania Jakością ISO 9000.

ter stu procentowej zgodności z przepisami prawa. Ale kieleckie Przedsiębiorstwo Usług Komunalnych nie chce bynajmniej na tym poprzestać. Teraz przygotowuje się do wdrożenia Systemu Zarządzania Jakością ISO 9000.

ter stu procentowej zgodności z przepisami prawa. Ale kieleckie Przedsiębiorstwo Usług Komunalnych nie chce bynajmniej na tym poprzestać. Teraz przygotowuje się do wdrożenia Systemu Zarządzania Jakością ISO 9000.

Anna Rok

Krzysztof Solecki, prezes zarządu,

o godło Europejski Standard dla PUK Sp. z o.o.:

– Godło EU Standard 2008 stawia kielecki PUK w grupie firm uprzywilejowanych. Zostaliśmy zauważeni poprzez przysiężone osiągnięte wyniki i codziennych standardów funkcjonowania, a to winduje nas zdecydowanie do branżowej czołówki w Polsce. Dla mnie jest to bardzo miłe wyróżnienie, a jednocześnie zobowiązanie do dalszego podnoszenia jakości usług oraz szeroko pojętego rozwoju. Moi ludzie są jednak przygotowani do tak trudnych działań. Wierzę, że im sprostać.



Patent na sukces

PHZ Baltona SA otwiera kolejne sklepy na lotniskach. Taką szansę daje firmie dynamicznie rosnąca liczba pasażerów, jak i likwidacja granic między krajami Unii Europejskiej. Spółka nie narzeka na brak chętnych do pracy – przyciągają ich dobre warunki zatrudnienia.

Po grudniowej likwidacji granic przez unijne lotniska przewijają się dwie grupy podróżnych. Jedną stanowią mieszkańcy Unii Europejskiej, drugą – osoby spoza Strefy Schengen. Te dwie grupy różni to, że poddawane są odprawie na lotniskach w dwóch różnych punktach.

– Taka sytuacja stworzyła warunki do uruchomienia w poszczególnych portach lotniczych dodatkowych sklepów – wyjaśnia Andrzej Cichy, prezes Baltony SA. – Na terenie wielu portów mogliśmy podwoić liczbę naszych placówek handlowych i liczymy, że w niedalekiej perspektywie da to wymierne efekty ekonomiczne.

Fala migracji ostatnich lat to dla Baltony większa liczba klientów, ale również odpływ pracowników. Firma jest kuźnią kadr szkolącą pracowników z zakresu unijnych przepisów celnych, znających języki oraz potrafiących profesjonalnie doradzać klientom. Takie osoby są chętnie zatrudniane przez zagranicznych pracodawców.

– Nasi pracownicy także ulegli fali migracji – mówi Andrzej Cichy. – Aby zapobiec odpływowi doświadczonych pracowników, wdrożyliśmy rozwiązania kadrowe, które pozwoliły utrzymać bez-

pieczny poziom fluktuacji. Jednocześnie okazało się, iż jesteśmy atrakcyjnym pracodawcą dla osób powracających do kraju.

Jeszcze niedawno spółka kojarzyła się przede wszystkim z zaopatrywaniem w towary załogi statków. Od kilku lat strategia się zmieniła: teraz miejsce portów morskich zastąpiły porty lotnicze.

Średnia wieku zatrudnionych w Baltonie to niespełna trzydzieści lat.

– Od 1 stycznia br. pracownicy, któremu urodzi się dziecko, wypłacany jest jednorazowy bonus z funduszu socjalnego – tłumaczy Barbara Biegawska, kierownik Działu Spraw Pracowniczych. – To wymierny efekt naszej polityki prorodzinnej. Do dziś taki bonus otrzymało już czworo pracowników.

Za pomysły na budowę i rozwój kapitału ludzkiego Przedsiębiorstwo Handlu Zagranicznego Baltona SA otrzymało tytuł Solidnego Pracodawcy 2007.

– Mój patent na zarządzanie ludźmi jest bardzo prosty: w każdym pracowniku widzę najpierw człowieka, a później osobę zatrudnioną w naszej spółce – ocenia Andrzej Cichy. – Bardzo cenię ten tytuł, gdyż potwierdza on, że obraliśmy dobry kierunek rozwoju.

Dariusz Kwiatkowski

Piastowskie akumulatory podbijają świat

Historia produkcji akumulatorów rozruchowych, znanych obecnie pod nazwą ZAP Sznajder Batterien, sięga 1925 roku. Na przestrzeni dziesięcioleci przedsiębiorstwo przechodziło szereg zmian. Dziś jego produkty eksportowane są do 29. krajów świata, znajdując zastosowanie w większości samochodów osobowych i ciężarowych. ZAP Sznajder Batterien S.A. został laureatem godła EU Standard 2008.

– Jesteśmy firmą polską, która reprezentuje rezultat polskiej myśli technicznej – mówi Krzysztof Paulus, wiceprezes zarządu ZAP Sznajder Batterien S.A.

– W zeszłym roku osiągnęliśmy obroty rzędu 169 mln zł oraz zysk w wysokości 14 mln zł.

Spółka zaliczana jest do grona światowych producentów akumulatorów wykorzystujących najnowocześniejsze technologie produkcji, takie jak: expanded metal, wapniowo-wapniowa czy wapniowo-srebrna. Szczególne miejsce w ofercie przedsiębiorstwa zajmuje seria akumulatorów o nazwie Silver, przeznaczona dla zaawansowanych technologicznie samochodów średniej i wyższej klasy. Charakteryzuje się ona wysoką wytrzymałością, skuteczną pracą w temperaturach od -40 do +60 stopni Celsjusza oraz jest chętnie kupowana przez nabywców zarówno z krajów skandynawskich, jak i afrykańskich. Dynamiczny rozwój firmy wzmocnił niedaw-

no m.in. zakup, a także montaż nowej linii produkcyjnej, która pozwoliła zwiększyć zdolności wytwórcze z poziomu 1,1 do 1,5 mln sztuk rocznie.

ZAP Sznajder Batterien mocno inwestuje w jakość i innowacyjność. Może się pochwalić wieloma certyfikatami, takimi jak: ISO 9001, ISO 14001, ISO/ TS 16 949, GOST, czyli rosyjski certyfikat jakości oraz QS 9000, który potwierdza zgodność z normą wymaganą od dostawców przez największych montażystów aut amerykańskich.

– Godło EU Standard 2008 to wyróżnienie, które na pewno będzie wsparciem dla naszej firmy – cieszy się Paulus. – To potwierdzenie naszych wysokich standardów jakościowych, a jednocześnie znak, który pomoże nam zwiększyć eksport do krajów Unii Europejskiej. Na pewno wykorzystamy godło w naszych reklamach, prospektach oraz na ulotkach.

Tomasz Popławski



STWORZONA BY CHRONIĆ SERCE

POPRZECZ ZMNIEJSZENIE RYZYKA CHOROBY NADCIŚNIENIOWEJ

magdi sol

Dietetyczna SÓL NISKOSODOWA

WYSOKOMAGNEZOWA

Zmniejsza ryzyko CHOROBY NADCIŚNIENIOWEJ

GRUPA MEDIA PARTNER

EKO-LAUR KONSUMENTA 2008

ul. Piękna 13, 85-303 Bydgoszcz
tel./fax 052 - 581 17 84
e-mail: biuro@magdisol.com.pl
www.magdisol.com.pl

naVita
P.P.H MANAVITA

Staporków – ciepło i ekologicznie

Koszt ciepła pochodzącego ze spalania węgla jest nadal najniższy. Nic więc dziwnego, że bardzo wielu właścicieli i administratorów obiektów w dalszym ciągu ogrzewa pomieszczenia za pomocą kotłów opalanych „czarnym złotem”. Coraz większa rzesza użytkowników dba jednak nie tylko o koszty, ale też środowisko. Dlatego wybiera pomarańczowe kotły produkowane przez spółkę Termo-Tech – laureata Eko-Laura Konsumenta 2008.



Firma Termo-Tech ze Staporkowa rozpoczęła produkcję kotłów centralnego ogrzewania w 2000 roku. Filozofią firmy było opracowanie urządzeń łatwych w obsłudze, ekonomicznych oraz spełniających surowe wymogi związane z ochroną środowiska. Dziś przedsiębiorstwo oferuje klientom cztery rodzaje kotłów: uniwersalne, automatyczne z układem podawania paliwa, tradycyjne węglowe, a także automatyczne pelletowe. Ofertę uzupełniają ponadto dwa rodzaje palników: auto-

matyczne węglowe i automatyczne pelletowe.

– Nasze kotły ogrzewają pomieszczenia w domach, budynkach użyteczności publicznej i obiektach przemysłowych – wyjaśnia Wiktor Kołodziejczyk, prezes Przedsiębiorstwa Wdrożeń Techniki Kotlewej Termo-Tech Sp. z o.o. w Staporkowie. – Nasze kotły, znane pod rynkową marką „Staporków”, świetnie sprawdzają się przy ogrzewaniu powierzchni do 2000 metrów kwadratowych. Wyspecjalizowani instalatorzy montują je zarówno w przedszkolach, szkołach, kościołach, jak i w zakładach przemysłowych.

Termo-Tech łączy w swych wyrobach tradycję z nowoczesnością. Tradycyjne jest paliwo – w tym węgiel, nowoczesność zaś to wysokiej jakości palniki i systemy elektronicznego sterowania. To połączenie sprawia, że

kotły z logo „Staporków” charakteryzują się sprawnością znacznie przewyższającą wyroby

kotły produkowane przez Termo-Tech poddawane są badaniom zarówno w zakładowym la-



konkurencji. Elektronika podnosi jakość i komfort obsługi, ale jednocześnie wpływa na zmniejszenie zużycia węgla. Wszystkie

testowane są głównie pod ką-

REKLAMA

tem sprawności i emisji spalin do atmosfery.

– W naszym zakładzie proces produkcji oparty jest na normie EN-PN 303-5, a dotyczy ona kotłów niskotemperaturowych – wyjaśnia Marcin Wiśniewski, dyrektor do spraw sprzedaży i marketingu. – Od początku istnienia zakładu stawiamy na wysoką jakość wyrobów. Od 2003 roku każdy proces produkcji i zarządzania odbywa się zgodnie z normą jakości ISO 9001:2000. Jakość gwarantuje stały monitoring produkcji prowadzony przez Komórkę Kontroli Jakości. To sprawia, że nabywcy naszych urządzeń mogą być pewni, że kupują wyroby zdecydowanie najlepsze.

Najbardziej innowacyjnym produktem w ofercie Termo-Techu jest kocioł Bio Master z palnikiem pelletowym. Pellet to ekologiczne paliwo wytwarzane z trocin. Świętokrzyski zakład jest jednym z nielicznych polskich producentów specjalizujących się w tego typu palnikach. Unikalność rozwiązań to także bardzo wysoka sprawność cieplna. Łatwość i prostota obsługi tego kotła sprawiła, że jest on chętnie montowany przez właścicieli domów jednorodzinnych, a także... piekarzy.

– Jesteśmy pierwszym w Polsce producentem, który zastosował w swych wyrobach czternastocentymetrowy wyświetlacz ciekłokrystaliczny – dodaje dyrektor. – Taki zaawansowany układ sterowania znacznie upraszcza obsługę urządzenia, jednocześnie pozwala bardzo skutecznie kontrolować poszczególne parametry.

Kotły w charakterystycznym pomarańczowym kolorze znają dziś nie tylko polscy, ale też zagraniczni użytkownicy. Spółka sprzedaje swe wyroby do Francji, Niemiec, na Litwę oraz na bardzo wymagający szwedzki rynek.

– Dumni jesteśmy z tego, że nasze kotły kupują Skandynawowie, słynący przecież z zamiłowania do produktów i działań ekologicznych – z satysfakcją podkreśla prezes. – Obserwujemy w ostatnich latach zainteresowanie kotłami opalnymi biopaliwami. Dlatego też zainwestowaliśmy w rozwiązania pozwalające nam na wytwarzanie nowoczesnych kotłów opalanych np. owsem.

Konsumenci nagrodzili Przedsiębiorstwo Wdrożeń Techniki Kotlewej Termo-Tech Sp. z o.o. w Staporkowie za kotły wysokiej jakości tytułem Eko-Laur Konsumenta 2008.

Dariusz Kwiatkowski

Herbapol Pruszków: zdrowo-ziołowo

Na początku lat 50. produkcja Warszawskich Zakładów Zielarskich Herbapol Pruszków obejmowała kilka artykułów. Dziś firma obecna jest w trzech sektorach rynku: farmaceutycznym, kosmetycznym i spożywczym. Popularność oraz uznanie ze strony konsumentów przyniosły przedsiębiorstwu tytuł Eko-Laur Konsumenta 2008.

Mając w dalszym ciągu status instytucji państwowej, Herbapol Pruszków w swojej ofercie handlowej posiada ponad 110 produktów. Wśród nich znajdują się m.in. specyfiki ziołowe i kosmetyki o właściwościach leczniczych.

– Jesteśmy jedynym w Polsce zakładem produkującym ziołowe pasty lecznicze – oznajmia Jan Niespodziany, dyrektor Warszawskich Zakładów Zielarskich Herbapol Pruszków. Obecnie

cię pomieszczeń produkcyjnych, laboratoryjnych i parku maszynowego, dzięki czemu spełnia niezbędne dla producentów farmaceutyków wymagania. A to zapoczątkowało, bowiem w ubiegłym roku firma uzyskała certyfikat GMP (Good Manufacturing Practice). To wyróżnienie zobowiązuje. Zarząd przedsiębiorstwa w planach inwestycyjnych umieścił dalszą modernizację produkcji, mającą na celu zwiększenie mocy przerobowych firmy.



większość farmaceutyków produkowana jest w postaci kapsulek i tabletek, jednak to pasty charakteryzują się szybką przyswajalnością przez organizm.

Przedsiębiorstwo produkuje więc m.in. pastę stosowaną profilaktycznie w kamicy nerkowej Fitolizynę, zapobiegającą nawrotom kamicy Debelizynę, a także poprawiający krążenie w żyłach Fitoven. Nie tylko one jednak należą do sztyndardowych artykułów. Oferta firmy to także m.in. szeroka gama ziół prostych, mieszanek ziołowych oraz herbat.

– Szczególnie polecamy Fito-Mixy – mieszanki skomponowane w celu wspomaganie diety, jak również nasz preparat: Fito-Mix IV, który wzmacnia laktację w okresie karmienia piersią – mówi Niespodziany.

Zakład w ciągu ostatnich 4 lat przeszedł gruntowną modernizację

W grę wchodzi rozwój zaplecza badawczego oraz zakup gruntów, na których będą prowadzone plantacje ziół.

Działalność Herbapolu Pruszków to nie tylko produkcja i sprzedaż. Bardzo ważny element biznesu stanowi skup surowców. Pozwala on na wyselekcjonowanie najwyższej jakości komponentów, a to z kolei generuje skuteczność działania wyrobów.

Firma odnosi sukcesy eksportowe. Ok. 60% produkcji jest sprzedawane głównie na rynki wschodnie, gdzie odkryto inne możliwości stosowania Fitolizyny: oczyszczenie i nawodnienie organizmu. Przyszłość zakładu wiąże się z rozszerzeniem eksportu również na rynki zachodnie oraz umocnieniem pozycji marki w kraju.

Joanna Drzazga

Kiedyś było tak:
Wszyscy jakoś tak długo milczą.
"To może zrobię kawę?"
A teraz
robię kawę i wszyscy
tak jakoś długo milczą...

Kawy ziarniste Prima Excellent zostały nagrodzone prestiżową nagrodą Laur Konsumenta w kategorii "Odkrycie Roku 2008"

Kawa ziarnista Prima Excellent. Intensywniej

Solidny Pracodawca na giełdzie

Selena S.A. dostarcza swoim klientom najwyższej jakości materiały chemii budowlanej. Dynamiczny rozwój firmy oraz międzynarodowy charakter działalności wymagają najwyższych kompetencji i wysokiej kultury biznesowej. Dlatego firma stawia na ludzi, inwestując w ich wiedzę i umiejętności.

Rozmowa z **Andrzejem Ulfgiem**, prezesem zarządu Selena S.A.

- Wdrożone ostatnio rozwiązania z zakresu HR zaowocowały przyznaniem spółce tytułu **Solidnego Pracodawcy Roku 2007**. Proszę powiedzieć, jakie znaczenie ma dla Państwa to wyróżnienie?

- Jest to ogromny sukces, który traktuję jako dowód uznania i znak gwarancji jakości naszego zarządzania. Wychodzę z założenia, że o przewadze konkurencyjnej firmy decyduje właśnie jej kapitał intelektualny – czyli pracownicy. Selena to nie tylko zaplecze produkcyjne, technologia i laboratoria. To przede wszystkim ludzie, którzy mają największy wpływ na rozwój firmy. Dzięki umiejętnościom specjalistów z działu badań i rozwoju stale poszerzamy ofertę, dostosowując ją do zróżnicowanych potrzeb klientów na poszczególnych rynkach. W Polsce pochwalili się możemy jednym z największych i najlepszych zespołów handlowców, których zaangażowanie trudno przecenić.

- Co według Pana sprawia, że chcą oni pracować właśnie w Selenie?

- Przed wszystkim indywidualne podejście do każdego pracownika, ale także miła i przyjazna atmosfera, którą nieustannie pielęgnujemy. Duży wpływ na nasz wizerunek

ma wzajemny szacunek, polityka otwartych drzwi oraz jasne reguły i procedury. Staramy się zapewnić optymalne warunki pracy, stymulując możliwości indywidualnego rozwoju. Każdy z managerów bierze udział w specjalistycznych konferencjach i szkoleniach, których tematyka ma na celu uzupełnienie i poszerzenie wiedzy. Dofinansowujemy studia podyplomowe, MBA, kursy dokształcające, których kierunek i tematyka pokrywają się z wykonywaną pracą. Organizujemy kursy językowe na kilku poziomach. Dbamy także o zapewnienie jak najlepszych warunków socjalnych, m.in. wszystkim naszym pracownikom zapewniamy prywatną opiekę medyczną. Wciąż mamy wiele ciekawych planów i pomysłów, pozwalających na jeszcze efektywniejszą pracę i wzrost motywacji naszych pracowników. Dla mnie jest to proces ciągły, bowiem wszystkie działania z zakresu HR są determinowane przez wymogi rynku, którego dynamika jest zmienna.

- Skoro o rynku mowa: przed Państwem klarują się nowe perspektywy rozwoju związane z udanym debiutem giełdowym...

- Strategia grupy Selena zakłada osiągnięcie pozycji naj-

wiekszego światowego producenta i dystrybutora montażowych pian poliuretanowych, jednego z dziesięciu największych globalnych dostawców uszczelnaczy oraz wejście do grona trzydziestu największych światowych producentów i dostawców klejów budowlanych i przemysłowych. Debiut na Giełdzie Papierów Wartościowych jest więc kamieniem milowym w historii naszej spółki. Dotychczas grupa Selena rozwijała się w stabilnym tempie. Zyski z emisji pozwolą nam na intensyfikację ekspansji zagranicznej i dotarcie do nowych klientów dzięki poszerzeniu asortymentu. Środki pozyskane z giełdy przeznaczymy na akwizycję przedsiębiorstw w Polsce, na Bliskim Wschodzie, w Ameryce Południowej i Europie Środkowo-Wschodniej. W planach mamy uruchomienie nowych zakładów produkcyjnych w Rosji i Chinach oraz rozbudowę fabryk w Polsce, w Brazylii i w USA. Ponadto planujemy rozwój sieci sprzedaży i infrastruktury informatycznej. Łącznie planie inwestycyjne na najbliższe dwa lata wymagać będzie nakładów w wysokości od 217 do 276 mln zł.

Maria Młynarczyk-Straś

FILPLAST - kolejny krok do przodu

Kilka lat temu Filplast z Głogówka jako pierwszy w kraju producent stolarki okiennej uruchomił własne laboratorium do testowania swoich wyrobów. Od tego czasu Filplast nie zwolnił tempa...

- Nieustannie dostosowujemy się do wymagań naszych odbiorców, proponując im innowacyjne i najbardziej zaawansowane technologicznie rozwiązania – mówi **Waldemar Filipowski**, właściciel firmy. - Nie zatrzymujemy się w miejscu nawet na chwilę, dzięki temu zwiększa się zarówno profil naszej produkcji, jak i zasięg działalności firmy. Obecnie eksportujemy między innymi do Niemiec, Belgii, Austrii, Słowacji i Czech – dodaje.

Gwiazdy wśród okien

Clima Star i Round Star Plus to najnowsze profile okienne produkowane przez Filplast. Clima Star dzięki zastosowaniu systemu sześciokomorowego, zapewniają najwyższą z możliwych izolację termiczną. Ponadto system 3 uszczeliek zapewnia dużo większą niż w wypadku standardowych okien PCV izolację akustyczną. Jest to niezwykle ważne szczególnie dla mieszkańców głośnych aglomeracji. Z kolei okna Round Star wyróżniają się zaokrąglonymi konturami skrzydła, a ich elegancka linia sprawia, że pasują one niemal do każdego stylu architektonicznego. Profile Round Star charakteryzują się ponadto zaokrągloną linią ramy,

co nadaje kształtom wykonanych z nich okien wyjątkowej estetyki, a w efekcie zadowolają nawet najbardziej wygórowane gusta.

Profesjonalizm w detalu...

To główna zasada, którą kierują się specjaliści z Filplastu. Do produkcji stosowane są tylko najwyższej jakości komponenty – począwszy od profili PCV dostarczanych przez niemiecką firmę VEKA a skończywszy na okuciach wyposa-

wadoszczelność, wytrzymałość zgrzewów oraz siły operacyjne – mówi **Filip Witek** – specjalista ds. jakości.

Profesjonalizm oznacza także najwyższą jakość obsługi klientów zarówno tych instytucjonalnych, jak i indywidualnych. Każdy odbiorca posiada swojego opiekuna, który bez zbędnych pytań przygotowuje najbardziej optymalne rozwiązanie. - Często zdarza się, że klienci nie mają wiedzy na temat parametrów technicznych naszych wyrobów. Dzięki konsultantom mogą idealnie dopasować okna do swoich potrzeb. Ponadto plusem tego rozwiązania jest to, że klient przychodząc do firmy, od razu wie z kim rozmawiać – dodaje **Waldemar Filipowski**.

Filplast to Europejski Standard

Innowacyjność i profesjonalizm firmy z Głogówka została doceniona nie tylko przez klientów i kontrahentów. Kapituła programu Europejski Standard, oceniając wysoką jakość wyrobów, kulturę organizacyjną firmy oraz zrealizowane inwestycje i nieustanny rozwój, nagrodziła PPUH Filplast prestiżowym tytułem oraz godłem EU Standard 2008.

Przemysław Gogola



W laboratorium testowane są najważniejsze właściwości okien.

zonych między innymi w antywłamaniowy zaczep utrudniający włamanie się do mieszkania. - W celu uzyskania absolutnej pewności, że nasze wyroby spełniają najwyższe standardy jakościowe stworzyliśmy własne laboratorium. Pomaga nam ono przetestować i określić najważniejsze właściwości okien takie jak: przepuszczalność powietrza,

Konsumenci wyróżniają Herbalife

Aktywnie przeciw zmęczeniu

Jeden z produktów Herbalife, oferowany pod nazwą Liftoff, został nagrodzony w konkursie Laur Konsumenta Odkryciem Roku 2008, który przyznawany jest najpopularniejszym na krajowym rynku firmom, produktom i usługom.

Wyróżnieni tytułem Laur Konsumenta Odkryciem Roku wylani są na podstawie badań konsumenckich. W badaniach tych ankietowani wskazują firmy bądź produkty najlepsze na rynku, najczęściej przez nich wybierane, pozytywnie oceniane i polecane.

Liftoff to napój energetyzujący, który zawiera taurynę – aminokwas pomagający zwalczać uczucie zmęczenia, a także niezbędne do utrzymania sprawności i dobrego samopoczucia witaminy B6 i B12 oraz znany przeciwutleniacz – witaminę C. W składzie preparatu jest ponadto guarana i kofeina – substancje energetyzujące, usuwające uczucie senności. Produkt jest przydatny dla tych, którzy potrzebują dodatkowej porcji energii pomiędzy posiłkami lub często odczuwają zmęczenie. Liftoff ułatwia również utrzymanie koncentracji.

Konsumenci przyznali produktowi swój Laur ze względu na cenne właściwości napoju energetyzującego i łatwość jego stosowania. W uzasadnieniu wyróżnienia podkreślano również, że formuła rozpuszczalnej tabletki szczególnie dobrze sprawdza się podczas podróży – gdy stawia się na wygodę, mobilność i zdrowie.

Świat docenia energię

Napoje energetyzujące i sportowe zwykle przeznaczone są dla osób młodych. W samych tylko Stanach Zjednoczonych w 2003 roku wartość sprzedaży napojów energetyzujących przekroczyła 19 miliardów dolarów i stale rośnie. Sukces produk-

tów wynika stąd, że konsumenci są bardziej świadomi w kwestiach zdrowia, dobrego samopoczucia i zdrowej diety dzięki większej ilości informacji podawanych przez media. Badania naukowe w dziedzinie odżywiania doprowadziły do odkrycia szeregu składników, których właściwości zdrowotne mogą zostać wykorzystane w produktach spożywczych.



HERBALIFE

Równowaga i harmonia

Zbilansowane odżywianie to nie tylko kwestia redukcji zbędnych kilogramów. Dieta – w rozumieniu starożytnych Greków – nie służy odchudzeniu, ale szeroko rozumianemu dobru organizmu. Mówiąc współczesnym językiem, celem rozsądnej diety jako recepty na życie jest utrzymanie dobrej kondycji organizmu: jego równowagi i harmonii. Dieta obejmująca racjonalne odżywianie, aktywność fizyczną, mądry sposób gospodarowania zasobami organizmu – to program na lata, dzięki któremu

życie staje się lepsze, bogatsze i silniej odczuwane.

W biegu, ale z głową

Ważna jest zmiana złych nawyków żywieniowych i stosowanie odpowiednich suplementów. Aktywny tryb życia nie zawsze pozwala na codzienne przygotowywanie zdrowych, zbilansowanych posiłków. Zajmujemy się domem, nie chcąc rezygnować z kariery zawodowej. Pracujemy, rozwijamy swoje zainteresowania, poznajemy świat i innych ludzi. Jesteśmy coraz bardziej świadomi znaczenia aktywności fizycznej – nie tylko dla zdrowia, ale i jakości życia. Aktywność w tak wielu obszarach pochłania wiele czasu, którego w efekcie nierzadko brakuje na to, by przygotować i zjeść pełny, zdrowy posiłek. Nie znaczy to, że jesteśmy skazani na jedzenie byle czego, byle gdzie i byle jak. Ludziom żyjącym na „wysokim c”, stale w pośpiechu i wśród miliona zajęć, Herbalife oferuje rozwiązanie, dzięki którym przygotowanie posiłku zajmie kilka minut, a organizm otrzyma potrzebną dawkę wszelkich substancji odżywczych o optymalnej kaloryczności. Niezależnie od tego, czy chodzimy codziennie na energiczny spacer, czy prowadzimy wyjeżdżony trening, organizm może funkcjonować znacznie lepiej, gdy jest dobrze odżywiony. Od blisko 30 lat Herbalife, propagując zdrowe odżywianie, prowadzi zaawansowane badania. Ich wyniki badań określają kierunki rozwoju produktów wspomagających zdrowy styl życia.

Jolanta Solarz

Nowoczesna spółdzielnia

Sosnowiecka Spółdzielnia Niewidomych Promet stale poszerza swój i tak już bogaty asortyment lamp sygnalizacyjnych, łączników, kaset i przycisków sterowniczych. Firma skutecznie łamie stereotypy, jakimi obrosły spółdzielnie niewidomych. Przedsiębiorstwo dysponuje bogatym parkiem maszynowym, stale zwiększa sprzedaż zarówno w kraju, jak i poza granicami, a na dodatek opracowuje nowoczesne wyroby, jakich nie powstydziłyby się największe światowe koncerny.

Promet specjalizuje się w produkcji osprzętu elektrotechnicznego do instalacji niskiego napięcia. Oferuje m.in. przyciski sterownicze, lampki sygnalizacyjne, diodowe wskaźniki położenia, kasety sterownicze czy łączniki krańcowe i krzywkowe.

Gospodarka rynkowa rządzi się swoimi prawami. Reguły są tu bardzo proste: producent musi oferować takie produkty, jakie potrzebne są nabywcom. Jeśli firma nie rozumie tych prostych zasad, czekają ją kłopoty – wyjaśnia Ryszard Mazur, prezes Spółdzielni Niewidomych Promet.

Zakład od lat konsekwentnie inwestuje w rozbudowę parku maszynowego, nowoczesne technologie informatyczne i rozwój pracowników. Ci ostatni stanowią bowiem o sile i potencjale zakładu. Prezes podkreśla jednak, że czasy się zmieniły i trzeba szukać nowych możliwości rozwoju. Dlatego coraz więcej wyrobów jest projektowanych i powstaje w samej spółdzielni, tylko nieliczne są montowane z elementów specjalnie produkowanych przez poddostawców.

Dziś liczy się przede wszystkim jakość wyrobów – dodaje pre-

zes spółdzielni. – Dlatego zainwestowaliśmy w szkolenia pracowników, nowoczesne maszyny i urządzenia, postawiliśmy też na najnowsze rozwiązania informatyczne. Wdrożyliśmy też procedury wynikające z normy ISO 9001:2000.

Promet dysponuje własnymi obrabiarkami i wtryskarkami sterowanymi numerycznie oraz prasami automatycznymi. Po-



zwalają one na przygotowywanie i wytwarzanie skomplikowanych elementów wykorzystywanych w procesie montażu. Spółdzielnia konsekwentnie dąży do tego, by być oferentem nowoczesnych produktów elektrotechnicznych stosowanych w automatyce i energetyce. Nowo wdrożony system informatyczny klasy ERP pozwala na bieżąco analizować zapotrzebowanie na komponenty, pla-

nować produkcję, ewidencjonować koszty i sprawnie obsługiwać klienta.

Dziś takie działania analityczne wymusza rynek – ocenia Ryszard Mazur. – Pozwalają one na skuteczne zarządzanie firmą i wychodzenie naprzeciw oczekiwaniom klientów.

Obecnie sosnowieckie przedsiębiorstwo jest cenionym dostawcą elementów elektrotechnicznych nie tylko w Polsce, ale też poza granicami kraju. Zatrudnia 372 osoby, spośród których zdecydowana większość – bo aż 269 osób to niepełnosprawni. Od początku swej działalności ma status zakładu pracy chronionej. Firma uczciła 50. rocznicę swojego istnienia uzyskaniem certyfikatu Przedsiębiorstwo Fair Play 2007 oraz statuetki Fair Play. Natomiast w tym roku Spółdzielnia Niewidomych Promet zdobyła tytuł Europejski Standard 2008.

Bardzo cieszę się z tego wyróżnienia, jakość jest bowiem tym, na co zwracamy od dawna szczególną uwagę – ocenia Ryszard Mazur. – Ważne jest, że tytuł przyniósł nam bezstronna kapituła.

Dariusz Kwiatkowski

Solidny profesjonalizm GBS

Osiem lat temu warszawska spółka GBS – General Banking Services zatrudniała 40. pracowników – dziś daje pracę ponad 600. osobom. Sukces to efekt profesjonalizmu pracowników oraz... niekonwencjonalnego pomysłu na biznes.

GBS wprowadziło na polski rynek nowoczesną usługę: outsourcing pracowników na rzecz Banku Handlowego SA. Z pozoru prosta usługa wymaga jednak niezwyklej skrupulatności, a także bardzo wysokich kwalifikacji zatrudnionych.

Nasi pracownicy zatrudnieni są w oddziałach BH SA w Warszawie, Pruszkowie, Bydgoszczy i Łodzi – wylicza Justyna Syczewska, Operation Manager General Banking Services. – Ludzie ci pracują na różnych stanowiskach, m.in.: weryfikują dokumenty kredytowe, obsługują klientów, pracują w działach windykacji, IT oraz telefonicznej obsługi klientów.

GBS zatrudnia również doświadczonych bankowców, jak i osoby stawiające pierwsze kroki w tym zawodzie. Preferowani są ludzie z wykształceniem ekonomicznym i bankowym, ale nie tylko. Liczy się bowiem też chęć zdobywania nowych doświadczeń oraz stałego uczenia się.

Pracownicy rozpoczynający pracę – w większości są to studenci ostatnich lat studiów lub absolwenci wyższych uczelni – przechodzą szereg szkoleń. W ich trakcie poznają specyfikę pracy w bankowości oraz gamę ofe-

rowanych produktów. Szkolenia dotyczą nie tylko ściśle zagadnień bankowych, ale też pokazują jak w praktyce wykorzystywać aplikacje biurowe, jak przekazywać wiedzę oraz poznają m.in. zagadnienia dotyczące prawa pracy czy coachingu. Zainteresowani mogą również zslifować np. język angielski.

Naszym celem jest świadczenie usług bankowych na najwyższym poziomie, spełnianie oczekiwań i zapotrzebowanie klienta – dodaje Justyna Syczewska.

GBS stale zwiększa liczbę pracowników. W minionym roku przybyło 60. zatrudnionych, w tym powstają kolejne etaty.

Jesteśmy zadowoleni ze współpracy z General Banking Services – podkreśla Rafał Rakowiecki, szef Pionu Operacji i Technologii w Sektorze Bankowości Detalicznej Citi Handlowy. – Cenimy sobie elastyczne i indywidualne podejście naszego partnera do klienta, w tym przypadku – do Citi Handlowy. Zatrudniani przez GBS pracownicy to ludzie o wysokich kwalifikacjach i dużym zaangażowaniu w pracę, a przede wszystkim darzący zaufaniem swojego pracodawcę. To najlepsze potwierdzenie wysokiej jakości usług outsourcingowych świadczonych przez GBS. Dlatego też realizujemy z tym partnerem kolejne już projekty.

Dariusz Kwiatkowski



Ted van den Berg prezes zarządu:

Zdobycie przez General Banking Services tytułu Solidnego Pracodawcy Roku 2007 jest dla nas bardzo ważnym wydarzeniem. Istotnym jest fakt, iż tytuł ten przyznało nam zewnętrzne gremium, doceniające jakość i profesjonalizm, a także dbałość o pracowników. Ten tytuł istotny jest również dlatego, że nasze usługi opierają się w dużej mierze na naszych pracownikach – tytuł potwierdza, że podchodzimy w odpowiedzialny sposób do ludzi, którym zapewniamy miejsce pracy. Mam nadzieję, że wyróżnienie sprawi, iż osoby poszukujące bardzo dobrego miejsca pracy wybiorą na nie właśnie naszą spółkę. Z punktu widzenia naszego klienta – Banku Handlowego SA – tytuł jest potwierdzeniem, że jesteśmy solidnym partnerem, z którym warto współpracować.

OLIMPijska siła

Niekwestionowany lider polskiego rynku odżywek i preparatów dla sportowców, firma Olimp Laboratories Sp. z o.o. nie ogranicza działalności jedynie do sfery sportowej. Dynamicznie rozwijające się przedsiębiorstwo poszerzyło swoje portfolio o innowacyjne suplementy diety, tworząc marki Olimp Labs oraz Go for it!, które podbijają polski rynek.

Skład serii Olimp Labs oraz Go for it! zasilają produkty korzystnie wpływające na ogólną kondycję zdrowotną, witalność i urodę. Są to bowiem preparaty wspomagające m.in. odchudzanie, odporność organizmu, prawidłowe funkcjonowanie układów: krążenia, nerwowego oraz trawiennego. Ale to nie wszystko, bo przedsiębiorstwo oferuje również suplementy wspierające pracę wątroby, stawów, wzroku, a także te odpowiadające za bardzo dobry stan włosów, skóry i paznokci. Duże zapotrzebowanie na tego typu produkty automatycznie generuje dynamiczny wzrost obrotów spółki, która na rynku istnieje już kilkanaście lat. Nie podbijała jednak rynku jako Olimp, lecz rozpoczęła swoją działalność w 1990 roku pod nazwą Sportatut. – Mogę powiedzieć, że jako polska firma praktycznie stworzyliśmy rynek preparatów dietetycznych dla sportowców – mówi Stanisław Jedliński, prezes zarządu Olimp Laboratories Sp. z o.o. – Suplementy te oraz odżywki produkujemy do tej pory pod marką Olimp Sport Nutrition, obok serii Olimp Labs i Go for it! W ostatnim czasie wprowadziliśmy także nową linię napojów w opakowaniach PET – wylicza prezes.

Przedsiębiorstwo od początku swojego istnienia rozwija własną bazę naukową, inwestując w ludzki potencjał oraz nowoczesne za-



plecie produkcyjno-laboratoryjne. A to z kolei sprawia, że należące do firmy laboratoria aktualnie wyposażone są w najnowocześniejszą aparaturę analityczno-pomiarową (m.in. HPLC, GC, ASA). Warto zaznaczyć, że istotną w ostatnim czasie inwestycją przedsiębiorstwa było wybudowanie (w ciągu zaledwie jednego roku) nowoczesnego magazynu wysokiego składowania, odpowiadającego wymogom farmaceutycznym. Zarząd spółki nie zamierza jednak na tym poprzestawać. Firma już teraz przygotowuje się do audytu, którego celem jest uzyskanie statusu zakładu farmaceutycznego i rozszerzenie produkcji

o kolejne grupy wyrobów, mianowicie o preparaty lecznicze. – Nasza misja to ciągle doskonalenie, tworzenie innowacyjnych produktów, a przede wszystkim sprostanie oczekiwaniom konsumentów – oświadcza Jedliński. Zarząd planuje również w najbliższym czasie rozpocząć budowę nowego centrum produkcyjno-logistycznego.

Na nadwagę – Therm Line®

Produkowany przez Olimp Laboratories suplement diety Therm Line® jest produktem silnie aktywnym proces rozpadu tłuszczu w organizmie. Wyróżnia się on spośród innych preparatów przede wszystkim skutecznością, kompleksowością i bezpieczeństwem stosowania. Dzieje się tak dlatego, że suplement ten zawiera specjalnie dobraną kompozycję aktywnych składników wspomagających odchudzanie oraz redukcję tkanki tłuszczowej. Jednocześnie dodają one energii i w konsekwencji poprawiają samopoczucie w trakcie kuracji. W składzie produktu znajdują się silne komponenty żywieniowe o działaniu termogenicznym, tzw. termogeniki implikujące spalanie tkanki tłuszczowej poprzez wydzielanie ciepła (np. katechiny z zielonej herbaty, synefryna z gorzkiej pomarańczy, guarana, kofeina, l-karnityna czy l-tyrozyna) oraz związki czynne wspierające ich działanie. Termo-

geniki występują w różnych produktach żywnościowych, jednak ze względu na niewielkie ich stężenie w pokarmie nie wywołują spektakularnych efektów. Wyjątkowe możliwości stwarza jednak zastosowanie ich w formie suplementacji żywieniowej. Wtedy to bowiem specjalnie wyselekcjonowane związki termogeniczne z pokarmów roślinnych silnie pobudzają aktywność metaboliczną organizmu, stymulują rozpad tkanki tłuszczowej, jednocześnie wzmagając spalanie jej zasobów z dużym rozproszeniem energii.

W efekcie dochodzi do przyspieszenia przemiany materii, wzrostu temperatury ciała i silnego uszczuplenia rezerwy tłuszczowych. – Pod wpływem suplementacji w organizmie zachodzą przemiany metaboliczne, podobne jak pod wpływem intensywnych ćwiczeń fizycznych – objaśnia Jedliński. – Tak więc Therm Line® polecamy szczególnie osobom o słabej przemianie materii, z dużą skłonnością do szybkiego przybierania na wadze.

Co ciekawe – adresatami produktu mogą być także osoby bardzo sprawne fizycznie, a to dlatego, że ze względu na swój złożony skład, Therm Line® usprawnia wiele procesów fizjologicznych w organizmie, warunkujących poprawę zdol-

ności wysiłkowych w różnych formach aktywności ruchowej. Składniki suplementu pobudzają bowiem ośrodkowy układ nerwowy, usprawniają pracę układu sercowo-naczyniowego, nasilają spalanie kwasów tłuszczowych, działając przy tym oszczędnie na zasoby cukrów i białek w mięśniach. Z powodzeniem produkt może więc znaleźć zastosowanie także wśród osób czynnie uprawiających sport, których priorytetem jest wzrost wydolności, redukcja tkanki tłuszczowej,

poczęciem produkcji poddawane są rygorystycznej kontroli w laboratoriach Olimpu. Sam proces produkcyjny odbywa się w oparciu o najnowocześniejsze technologie oraz zintegrowany system zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności (zgodnie ze standardami PN-EN ISO 22000:2006, a w tym zasady HACCP, PN-EN ISO 9001:2001).

Kupując Therm Line®, nasi konsumenci zyskują produkt najwyższej jakości, sprawdzony przez dziesiątki, o ile nie setki tysięcy osób w różnym wieku oraz różnym stopniu otyłości – zapewnia Stanisław Jedliński. – Z uwagi na jego skuteczność i bezpieczeństwo został już nagrodzony wieloma prestiżowymi nagrodami, m.in. Złotym Osiem 2007, a także Złotym Medalem w ramach targów Fitness, Body & Fashion 2006 – wylicza prezes. Ponadto produkt wykorzystywany był w wielu specjalistycznych programach odchudzających, prowadzonych m.in. przez Agencję Promocji Zdrowia. Potwierdza to skuteczność preparatu. Jego popularność w połączeniu z wysokimi wynikami sprzedaży zaowocowały zdobyciem tytułu oraz godła TO jest TO! 2008.

Joanna Drzazga



PBS Kwidzyn w elicie krajowych pracodawców

Powiślański Bank Spółdzielczy w Kwidzynie to nie tylko sprawdzony partner biznesowy, ale i ceniony na rynku pracodawca. Fundamentem instytucji są jej członkowie oraz bardzo dobrze wyszkolona, kompetentna kadra pracownicza. Wysoki poziom kultury korporacyjnej i polityki human resources przyczynił się do zdobycia ogólnopolskiego tytułu Solidnego Pracodawcy Roku 2007.



Irena Kopik, prezes zarządu Powiślańskiego Banku Spółdzielczego.

Każda placówka bankowa, aby bardzo dobrze spełniała swoje zadania, musi być przede wszystkim silna kapitałowo. W Powiślańskim Banku Spółdzielczym w Kwidzynie jednym z najważniejszych kapitałów jest kapitał ludzki.

– Wyniki, jakie osiągamy, zależą w największym stopniu od pracujących z nami ludzi – stwierdza Irena Kopik, prezes zarządu Powiślańskiego Banku Spółdzielczego. – Cała techniczna infrastruktura,

znajdująca się w naszej firmie, jest elementem wspomagającym ich pracę. Bo przecież wszystkie nowoczesne urządzenia, tzw. cuda techniki na nic by się zdały, gdyby nie osoby, które potrafią je w odpowiedni sposób wykorzystać dla osiągnięcia wspólnego celu. Połączenie dobrze wyszkolonej oraz zmotywowanej załogi, w naszym przekonaniu, wydaje się być zdecydowaną receptą na sukces.

Na rynku finansowym coraz trudniej pozyskać nowych klientów ze względu na ciągle rosnącą konkurencję. Jednakże umiejętnie prowadzona polityka kadrowa sprawia, że pracownicy PBS identyfikują się z firmą, dobrze rozumieją cele, a także wszelkie zadania, jakie są do zrealizowania.

– To niezwykle istotne, aby nasza załoga wiedziała, że jest ważnym elementem wielkiej maszyny, która musi pracować bez zarzutu – dodaje Irena Kopik.

Większość zatrudnionych osób stanowią ludzie młodzi i kreatywni. To właśnie w nich PBS szuka inspiracji do wyznaczania nowych strategicznych celów.

Regularne szkolenia

Każdego roku pracownicy banku uczestniczą w różnego rodzaju szkoleniach zawodowych, w 100% finansowanych przez firmę. Dzięki temu nowozatrudnione osoby pozyskują potrzebną wiedzę, zaś ludzie z większym stażem intensywnie podnoszą kwalifikacje, zwiększając przy tym swoje szanse na awans. Szkolenia w miarę możliwości przeprowadzane są w siedzibie banku, czemu służy dobrze przygotowana sala konferencyjna. A nauka już zapoczątkowała. Obecnie bowiem ponad połowa zatrudnionych posiada certyfikat Dyplomowanego Pracownika Bankowego.



Anna Baprawska, członek zarządu.

– To szkolenie trwało ponad pół roku i kończyło się ważnym egzaminem – wyjaśnia Anna Baprawska, członek zarządu. – Wszyscy nasi ludzie zakończyli je sukcesem, co wskazuje na to, jak bardzo kompetentną posiadamy załogę.

Ale nie koniec na tym. PBS aktywnie uczestniczy w procesie podnoszenia kwalifikacji przez swoją kadre także w innych formach, głównie poprzez dofinansowanie nauki na wyższych uczelniach. Wielu z pracowników już dzięki temu ukończyło

studia na Powiślańskiej Szkole Wyższej. Ponadto bank jest interesującym miejscem dla stażystów. Specjalnie dla nich został opracowany tzw. program adaptacyjny, mający na celu zapoznanie nowej osoby z instytucją, współpracownikami oraz stanowiskiem. Stażysty przydzielane są konkretne obowiązki, za które ponosi odpowiedzialność. Otrzymuje on również wsparcie ze strony swojego opiekuna, który pomaga w zdobywaniu potrzebnej wiedzy.

Wkrótce nowe placówki PBS

Wygenerowane, dzięki doskonałemu prowadzeniu biznesu, fundusze umożliwiają rozszerzenie terenu działania banku na kolejne regiony kraju. Powstanie nowych placówek będzie przede wszystkim szansą dla jeszcze większej liczby przedsiębiorstw

i społeczności lokalnych na prawdziwie europejską obsługę bankową. Wymagać to będzie jednak jeszcze bardziej aktywnej pracy ze strony pracowników, a co się z tym wiąże, odpowiedniego zmotywowania ich do tego.

– Planujemy zmodyfikować istniejący system premiowania – oświadcza prezes Irena Kopik. – Zamierzamy nagradzać naszych ludzi nie tylko w formie pieniężnej, ale także poprzez różnego rodzaju bonusy, np. karnety wstępu na imprezy sportowe czy do klubu fitness.

Zarząd PBS przymierza się również do zwartościowania stanowisk w taki sposób, aby ludzie mogli czuć się awansowani w sytuacjach kiedy następuje ich przesunięcie w „poziomie”, a nie tylko pionowo w górę. Taki system sprzyja rozwojowi pracowników, którzy mają świadomość, że ich praca jest zauważalna i doceniana.

Joanna Drzazga

LUG S.A. – nowoczesna technologia oświetlenia

Zielonogórski LUG S.A. jest jednym z największych polskich producentów profesjonalnych, przemysłowych opraw oświetleniowych, istniejącym od blisko 18 lat. Firma zdobywa silną pozycję na rynku polskim i zagranicznym zaawansowanymi technologiami oraz nowoczesnymi liniami wzorniczymi opracowywanymi we własnym biurze projektowym. Jakość w połączeniu z innowacyjnością przyniosły spółce tytuł Europejski Standard 2008.

Przedsiębiorstwo LUG rozpoczęło swoją działalność w formie spółki cywilnej w listopadzie 1989 roku.

– Od początku byliśmy producentem opraw oświetleniowych, prowadząc jednocześnie działalność handlową – mówi Ryszard Wtorkowski, prezes zarządu LUG S.A.

W roku 1991 firma poszerzyła swą działalność o sprzedaż hurtową opraw oświetleniowych, materiałów, a także osprzętu elektrycznego. W dalszym ciągu LUG roz-

wijał własną sieć sprzedaży w sklepach patronackich. W 2001 roku nastąpiło przekształcenie w spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością.

– Głównym przedmiotem prowadzonej przez nas działalności gospodarczej była w dalszym ciągu produkcja opraw oświetleniowych i sprzedaż materiałów elektrycznych – dodaje Ryszard Wtorkowski. – Prowadziliśmy również działalność w zakresie projektowania i wykonywania robót elektrycznych.

We wrześniu 2007 roku nastąpiło przekształcenie w spółkę akcyjną, a 20 listopada LUG S.A. zadebiutował na rynku akcji NewConnect warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych.

Od początku działalności rynkowej LUG S.A. koncentruje się na zbudowaniu mocnej pozycji rynkowej zarówno krajowej, jak i zagranicznej. Sprzedaje swoje produkty w całej Polsce i Europie Wschodniej: Estonii, Litwie, Łotwie, a także w krajach skandynawskich, Belgii, Holandii, Niemczech czy Wielkiej Brytanii. Zielonogórskie oprawy można znaleźć również na południu Europy łącznie z Grecją czy Cyprzem, a nawet w krajach Bliskiego Wschodu: Emiratach Arabskich, Jordani, Syrii.

Obecnie LUG S.A. jest jednym z największych w kraju producentów, a zarazem dystrybutorów oświetleniowych opraw przemysłowych i dekoracyjnych. Wyroby powstają według pomysłów własnych. Oprawy do oświetlenia zewnętrzne

go są stosowane w iluminacjach budynków, stacji paliw, parkingów, ulic lub innych otwartych przestrzeni, które mają być oświetlane po zapadnięciu zmroku. Oprawy do wnętrz stosowane są w salach sprzedaży, biurach, pasażach handlowych oraz marketach. Głównymi odbiorcami tych produktów są hurtownie elektrotechniczne, ogólnobudowlane, sklepy, a także eksporterzy materiałów elektroinstalacyjnych i oświetlenia przemysłowego.

– Na bardzo wymagającym rynku opraw oświetleniowych z powodzeniem i satysfakcją spełniamy oczekiwania naszych klientów. Gwarantujemy szybkość dostaw, utrzymanie stałego, dobrego poziomu jakościowego produktów oraz adekwatnych, konkurencyjnych cen – zapewnia Wtorkowski.

LUG S.A. nieustannie inwestuje w nowe, innowacyjne urządzenia do produkcji wysokiej jakości opraw oświetleniowych. Działania spółki ukierunkowane są również na rozwój infrastruktury technicznej. Najistotniejszym w ostatnim czasie zre-



alizowanym przez firmę zadaniem był zakup działki o powierzchni 1,37 ha w Zielonej Górze przy Trasie Północnej. Powstaje tam nowoczesny budynek produkcyjno-magazynowo-biuroowy, do którego przedsiębiorstwo przeniesie działalność.

– W 2007 roku przystąpiliśmy do budowy. Obiekt powstaje w tzw. Zielonogórskiej Strefie Aktywności Gospodarczej – terenie inwestycyjnym o powierzchni 67 ha, gdzie powstają obiekty podmiotów handlowych i produkcyjnych – komentuje prezes. –

Nasza nowa siedziba będzie miała łączną powierzchnię użytkową około 9 000 m².

Nieustanna praca nad rozwojem we wszystkich działaniach innowacyjnych została doceniona w programie Europejski Standard 2008, w którym LUG S.A. został laureatem.

– Otrzymane godło stanowi dla nas narzędzie marketingowe, które wykorzystamy w celach pozyskiwania nowych odbiorców – ocenia Ryszard Wtorkowski.

Marzena Libura

BELMA postawiła na nowoczesne zarządzanie

Bydgoskiemu potentatowi zbrojeniowemu z długoletnimi tradycjami jeszcze kilka lat temu groziła ekonomiczna zapaść. Od 2004 roku nowy zarząd całkowicie zmienił filozofię funkcjonowania firmy, wprowadzając tzw. system zarządzania przez odchylenia. Przedsiębiorstwo dzięki niemu dziś generuje obrót blisko 30 mln zł.

Bydgoskie Zakłady Elektromechaniczne BELMA SA od 2004 r. stosują nowatorski sposób planowania, monitoringu i controllingu, zwany zarządzaniem przez odchylenia. Wykorzystuje on istniejące zasoby tak, aby maksymalnie zaoszczędzić koszty i zoptymalizować działanie. Jak się to udaje? Poprzez decentralizację zarządzania. Zakład podzielono na jednostki organizacyjne. Każda z nich opracowuje swój własny minibusplan, w efekcie którego wynik na koniec roku może być trafnie przewidziany już w ostatnim kwartale roku poprzedzającego. Plan jest wnikliwie analizowany przez system informatyczny, co pozwala odpowiednio interpretować rezultaty działań poszczególnych jednostek. Założenia planu są do-

kładnie zapisane w tym systemie i porównywane z danymi faktycznymi. Tym samym od razu widać różnice – dodatnie bądź ujemne. Szczegółowa, ciekawostka analiza tych właśnie odchyleń stanowi podstawę oceny kadry kierowniczej. Rozwiązanie to świetnie się sprawdza, jego koncepcja powstała w samej BELMIE, natomiast podmiot zewnętrzny skonstruował jedynie stosowny system informatyczny.

Europejska firma, Europejski Standard

Bydgoskie Zakłady Elektromechaniczne są dostawcą podzespołów dla branży zbrojeniowej i górnictwa. Szybko podziwiano się z kryzysu sprzed kilku lat, który objął praktycznie wszystkie polskie przedsiębior-

stwa z tej branży. Poprawę funkcjonowania spółka zawdzięcza nowej strategii. – Pozbyliśmy się niepotrzebnych struktur majątkowych i postawiliśmy na program rozwojowy – opowiada Artur Łysakowski, prezes zarządu BZE BELMA SA. – Osiągnęliśmy dobry wynik, który nie jest jednorocznym „wyskokiem”, tylko rezultatem kilku lat dobrze wypracowanych trendów. Teraz możemy wiarygodnie stwierdzić, że się rozwijamy i ugruntowujemy pozycję.

Etap restrukturyzacji zarządzania przedsiębiorstwo ma już za sobą. Obecnie skupia się na działaniach zewnętrznych. W związku z tym ostatnio mocno stawia na „trzecią nogę”: trwałą współpracę z dużymi, znanymi concernami. – W poprzedniej infrastrukturze BELMA się do tego nie nadawała

– przyznaje Łysakowski. – Teraz natomiast możemy rozwijać skrzydła. Zacieśniamy współpracę z wielkimi firmami zachodnimi, jak np. Stahl, Bubenzer, Danfoss. Mamy za sobą pierwsze kontrakty, zdobywamy następne. Założyliśmy, że ten wolumen naszej działalności osiągnie 1/3 sprzedaży i liczymy na skokowy wzrost.

2004 rok BELMA zamknęła wynikiem sprzedaży na poziomie 22 mln zł. Na rok obecny będzie to około 29 mln, natomiast na 2010 przewiduje się 35 mln zł i to przy tej samej infrastrukturze, czyli bez istotnego zwiększania kosztów stałych.

Inwestycje

Zakład od 2 lat poprawia strukturę techniczną albo gruntownie remontując park maszynowy, albo wymieniając go na

zupełnie nowy. – Staramy się modernizować technologie w dostosowaniu do oczekiwań naszych klientów – przekonuje prezes Łysakowski. – Inwestycje przekładają się na wydajność, a to z kolei na wzrost sprzedaży. Zakładamy, że nie będzie on wymagał zwiększenia zatrudnienia; raczej idziemy w kierunku rozwoju kwalifikacji naszych fachowców, a wraz z nim w zadba-

nie o systemy wynagrodzeniowe i motywacyjne.

A pracowników jest za co nagradzać. Dwa zespoły rozwojowe: działu zbrojeniowego oraz górnictwa odpowiadają samodzielnie nie tylko za wprowadzanie przez siebie innowacje (w ciągu dwóch lat dział górnictwa wdrożył aż 14 nowych wyrobów), ale praktycznie za całą pozycję firmy na rynku. – Bo celem moich ludzi jest nie tyle modernizacja czy unowocześnianie wyrobów – to są tylko środki – lecz skuteczna sprzedaż. To za nią są nagradzani, to dzięki temu stajemy się prawdziwie europejscy – sumuje Łysakowski.

Jakub Lisiecki

Sztandarowe wyroby zbrojeniowe BELMY to miny przeciwpancerne oraz zapalniki do min, rakiet i innych środków bojowych. Najnowszym produktem jest system minowania narzutowego ISM Kroton, pozwalający na wystrzelenie z wozu bojowego łącznie 400 min w ciągu zaledwie kilku minut. To hit na skalę światową, mający szansę na poważny sukces eksportowy. BELMA może się pochwalić wieloma innymi produktami budzącymi światowe uznanie, jak np. przenośny wykrywacz min, a zwłaszcza nowy system Agawa, miotający ładunki minowe w kierunku bocznym na odległość do 80 m w sposób uniemożliwiający atakowanym pojazdom skuteczne przeciwdziałanie.