

PRZEMYSŁ PALIWOWY AmeriGas – lider na amerykańskim rynku gazu płynnego już w Polsce!

Jakość, rzetelność, bezpieczeństwo

AmeriGas Polska Sp. z o.o. (Warszawa) jest jedną ze spółek zależnych międzynarodowego koncernu UGI Corporation, specjalizującego się w sprzedaży oraz dystrybucji gazu płynnego LPG, gazu ziemnego oraz energii elektrycznej. Spółka, operująca w Polsce od 1992 roku, a od ubiegłego roku działająca pod marką AmeriGas, zajmuje czołowe miejsce w krajowej dystrybucji gazu płynnego w butlach, do instalacji zbiornikowych i w segmencie autogazu. Gaz płynny AmeriGas stanowi wszechstronne źródło energii, zarówno dla gospodarstw domowych, jak i w wielu gałęziach przemysłu, w tym m.in. w przemyśle ceramicznym, chemicznym, elektrotechnicznym, stalowym, spożywczym i, przede wszystkim, do napędu pojazdów samochodowych i wózków widłowych.



ich w gaz płynny do instalacji zbiornikowych oraz w butlach. Firma jest także wyłącznym dostawcą gazu LPG na stacje benzynowe Shell.

Plany rozwoju na rynku polskim

Firma, wykorzystując wieloletnie, światowe doświadczenie koncernu UGI, fachową wiedzę personelu przejętego z Shell Gas Polska oraz zaawansowane technologie, dąży do skutecznego zaspokajania różnicowanych potrzeb energetycznych, zarówno klientów indywidualnych, jak i biznesowych.

– Koncentracja właściciela na jednym sektorze działań, inwestycje i innowacyjność sprawia, że AmeriGas posiada potencjał do realizacji swoich planów ekspansji rynkowej. Jesteśmy grupą, która chce się rozwijać, a dzięki optymalizacji procesów logistycznych i magazynowych możliwe jest zagwarantowanie ważnej dla klientów terminowości oraz szybkości dostaw – podkreśla Jerzy Szablewski, dyrektor generalny AmeriGas.

Spółka planuje rozszerzenie bazy magazynowej, unowocześnienie aktualnie posiadanych baz oraz inwestycje w nowe zbiorniki i butle. AmeriGas przykłada dużą wagę do poszukiwania i wprowadzania innowacyjnych rozwiązań – wpro-

wadziła m.in. system telemetryczny, pozwalający na niemal bezobsługowe funkcjonowanie instalacji zbiornikowych. Wszystko to ma na celu ciągłe podnoszenie jakości usług, które firma świadczy.

Jakość

AmeriGas, jako jedyna firma w Polsce działająca w branży LPG, wdrożyła System Zarządzania Jakością, oparty na certyfikacji ISO 9001 w zakresie magazynowania, napełniania, sprzedaży i dystrybucji gazu skroplonego w butlach i zbiornikach ciśnieniowych. W tej branży bezpieczeństwo odgrywa pierwszoplanową rolę, dlatego firma posiada również System Zarządzania Bezpieczeństwem, Higieną Pracy i Ochroną Środowiska, który spełnia wymagania polskiej normy PN-N-18001:2004 oraz brytyjskiej BS OHSAS 18001:2007. – Istotą wprowadzenia Systemu Zarządzania Jakością i Bezpieczeństwem było zapewnienie wszystkim klientom i partnerom biznesowym wysokiej jakości produktów i zagwarantowanie obsługi na stałym, satysfakcjonującym poziomie. System jakości cały czas jest efektywny i doskonały, o czym świadczą wyniki poszczególnych audytów – zaznacza dyrektor Szablewski.

Najwyższą jakością produktu jest gwarantowana poprzez dwuetapowy proces kontroli, który wykonywany jest przez niezależne certyfikowane firmy, specjalizujące się w analizach gazu płynnego. Rozpoczyna się on w momencie przekroczenia przez produkt granicy i jest następnie powtarzany kilkakrotnie w tygodniu, poprzez pobieranie próbek ze zbiorników magazynowych w rozlewniach i bezpośrednio

z cystern. Dzięki temu firma może zaoferować produkt o stałych, najwyższej jakości parametrach.

Jak mówi dyrektor Szablewski: – Rzetelne prowadzenie biznesu oparte jest na poszukiwaniu

rozwiązań jak najkorzystniejszych dla klienta oraz dotrzymywaniu deklarowanych obietnic. Jakość dostarczanych produktów, terminowość, sprawność i bezpieczeństwo ich dostaw, profesjonalna obsługa,

oparta o światowe standardy, jak również regularna kontrola instalacji klientów, to podstawy w naszej działalności.

Joanna Chrustek,
Joanna Jakoweńko

AmeriGas
lider na amerykańskim rynku gazu płynnego już w Polsce!

AmeriGas to jakość, rzetelność i bezpieczeństwo dawnej marki Shell Gas, gwarantowane przez ten sam zespół doświadczonych pracowników.

AmeriGas dostarcza gaz płynny do instalacji zbiornikowych, butle z gazem i autogaz. Dla domu, przemysłu, budownictwa i transportu oraz logistyki.

Gęsta sieć rozlewni i magazynów w Polsce zapewnia elastyczność i terminowość dostaw gazu.

Dołącz do miliona zadowolonych klientów AmeriGas. Wejdź na www.amerigas.pl

AmeriGas Polska Sp. z o.o., ul. Modlińska 344, 03-152 Warszawa
tel: +48 22-519-19-19, fax: +48 22-519-19-00, infolinia: 801-11-77-11

PRZEMYSŁ OBRONNY Bumar Sp. z o.o. – polityka najwyższej jakości w procesie restrukturyzacji i konsolidacji polskiego przemysłu obronnego

Bumar tworzy Narodowy Koncern Zbrojeniowy

Bumar Sp. z o.o. (Warszawa) jest podmiotem dominującym w Grupie Bumar, skupiającej 22 spółki polskiego sektora przemysłu zbrojeniowego o specjalizacji radarowej, raketowej, amunicyjnej, wozów bojowych i pancernych, sprzętu i wyposażenia żołnierza. Grupę uzupełniają 2 spółki handlu specjalnego. Sprzedaż Bumaru to około 3 miliardy złotych. Koncern jest w trakcie największego w swojej historii procesu restrukturyzacji i konsolidacji spółek Grupy, w którego efekcie ma powstać Narodowy Koncern Zbrojeniowy. Koncern jest dziś największym polskim i czołowym europejskim dostawcą oraz eksporterem uzbrojenia i sprzętu wojskowego, od lat utrzymującym silną pozycję na międzynarodowym rynku, w szczególności dla odbiorców na Dalekim i Bliskim Wschodzie.

ROZMOWA z Edwardem Edmundem Nowakiem, Prezesem Zarządu Bumar Sp. z o.o.

JOANNA CHRUSTEK:
Jaką rolę w Grupie pełni Bumar Sp. z o.o.?

EDWARD EDMUND NOWAK:
Jesteśmy przedsiębiorstwem o 40-letniej historii. Dokładnie w tym roku obchodzić będziemy jubileusz. Jesteśmy podmiotem dominującym w Grupie, a naszym celem jest scalenie przedsiębiorstw polskiego przemysłu obronnego. Przeprowadzamy obecnie skomplikowany proces restrukturyzacji i konsolidacji Grupy Bumar we wszystkich obszarach – produktowych, technologicznych, organizacyjnych, prawnych, majątkowych i pracowniczych. Celem tego procesu jest stworzenie Narodowego Koncernu Zbrojeniowego.

Uważam, że polski przemysł obronny jest zbyt rozproszony w porównaniu do europejskiego, który przeszedł już takie procesy wiele lat temu i z kilkudziesięciu firm zostało na rynku kilkanaście, ale dzięki temu stanowią one dużą konkurencję pod względem technologicznym, produktowym i ekonomicznym. Teraz my musimy przejść przez ten sam proces i postawić na zdecydowaną, nieustannie doskonałą politykę jakościową. Naszym zadaniem jest

także położenie dużego nacisku na systemy zarządzania jakością oraz bezpieczeństwa procesów produkcyjnych i ochrony środowiska. Mimo, że procedury zarządzania jakością u nas funkcjonują i mamy wdrożone takie systemy, jak ISO, AQUAP [wymagania NATO – przyp. red.], Wewnętrzny System Kontroli, w nowym roku położymy szczególny nacisk na sprawy szeroko rozumianej jakości.

Każdy proces restrukturyzacji, oprócz relatywnego poszukiwania oszczędności w poszczególnych, niesie także inwestycje. Czekają nas inwestycje w wielu sferach. Przede wszystkim w zakresie podniesienia jakości naszych produktów, co chcemy osiągnąć m.in. poprzez inwestycje w zakresie wdrażania zintegrowanej, jednolitej polityki zarządzania jakością na każdym etapie produkcji, realizowanej przy wsparciu nowoczesnego systemu informatycznego (ERP). Szacujemy, że w połowie 2012 r. system za-

cznie już w pełni funkcjonować, obejmując swoim działaniem wszystkie spółki Grupy w obszarach: ekonomiczno-finansowych, logistycznych i produkcyjnych.

Drugim obszarem będą inwestycje w nowe produkty i technologie. W każdej dywizji, w każdej firmie naszej grupy powstaną w najbliższych kilku latach nowe i nowoczesne produkty. Podam dwa różne przykłady: Fabryka Broni Łucznik w Radomiu, gdzie budujemy nowy zakład produkcyjny z nowoczesnymi liniami technologicznymi i przygotujemy się do uruchomienia modułowego systemu broni strzeleckiej (MSBS) oraz Zakład Produkcji Specjalnej w Pionkach, gdzie zainwestujemy w nowe technologie produkcji prochu do amunicji.

Bumar to dziś potężny koncern ponad 20 spółek, współpracujący z kontrahentami na całym świecie i zatrudniający 11 tys. osób. Jaki jest dziś zakres działalności Grupy?

Naszą misją jest dalszy rozwój skonsolidowanego polskiego przemysłu obronnego w celu zabezpieczenia potrzeb Sił Zbrojnych RP w nowoczesne uzbrojenie i sprzęt wojskowy oraz uzyskanie wysokiej pozycji spółek Grupy na światowym rynku. Naszym celem jest także stymulowanie postępu technologicznego i rozwój potencjału badawczo-rozwojowego, w tym także poprzez udział i współpracę w międzynarodowych organizacjach europejskich i światowych. Nasze przedsiębiorstwa wyspecjalizowane są w produkcji sprzę-



Systemy obrony przeciwlanczy produkowane w Grupie Bumar

tu wojskowego (sprzęt pancerny i systemy obrony powietrznej, urządzenia optoelektroniczne i pomiarowe, uzbrojenie i wyposażenie żołnierzy i pojazdów, amunicja i materiały wybuchowe) i policyjnego (uzbrojenie, fotoradary), ale też w niewielkim stopniu cywilnego. Dobrze naszą specyfikę produktową oddaje struktura naszej grupy, na którą składają się Dywizja Amunicja, Dywizja Ład, Dywizja Elektronika i Dywizja Żołnierz.

Jaką część produkcji stanowi eksport i do jakich krajów trafia sprzęt Bumar?

Eksport produktów całej Grupy jest na poziomie ok. 20 proc. Naszymi głównymi odbiorcami są kraje azjatyckie, tam gdzie posiadamy swoje najważniejsze delegatury (Indie, Malezja, Indonezja). Oprócz tych krajów, sprzęt z Bumaru trafia na Bliski Wschód, do krajów Afryki Północnej (np. Algieria, Egipt), a w Europie

m.in. do Francji, Bulgarii, Węgier. Niedawno pozyskaliśmy także odbiorców w USA i Izraelu, a wkrótce nasze produkty pojawią się na rynkach Ameryki Południowej.

Stawiamy sobie jednak poprzeczkę wyżej – chcemy, w pierwszej kolejności, do końca 2012 roku, podnieść eksport do poziomu ok. 30 proc., a później jeszcze wyżej. W najbliższych planach mamy również założenie w kraju pierwszych dwóch spółek z udziałem kapitału zagranicznego, co również wesprze nasze plany dalszej ekspansji.

Oprac. JM



Prezentacja Grupy Bumar na targach w Paryżu



BRANŻA SPOŻYWCZA Naturalna żywność bez konserwantów „Krzętle” – Dobra Marka 2010

Naturalnie smaczne i zdrowe



Zakład Produkcji Spożywczej „Krzętle” specjalizuje się w produkcji żywności bez konserwantów: zup, gotowych dań mięsnych, przetworów warzywnych oraz koncentratów. Wszystkie produkty charakteryzują się wysoką jakością – są całkowicie naturalne, pozbawione barwników i sztucznych dodatków. Firma zlokalizowana jest w regionie wielunińskim (woj. łódzkie), w nieskażonej przemyśle miejscowości Krzętle w otoczeniu lasów, rozległych pól, łąk oraz w sąsiedztwie rzeki Warty, co stanowi o walorach ekologicznych składników, z których powstają wyroby tego polskiego producenta.



Artur Blasik prezes zarządu Zakładu Produkcji Spożywczej Krzętle Sp. z o.o.

działnością możemy stwierdzić, że spełniają założone oczekiwania nasze i konsumentów – mówi Artur Blasik, prezes zarządu Zakładu Produkcji Spożywczej Krzętle Sp. z o.o.

Przedsiębiorstwo kulturuje miejscową tradycję kulinarną, a w przetworach wykorzystuje regionalne receptury. Składniki do wyrobów pozyskiwane są od miejscowych rolników, których gospodarstwa są pod stałą kontrolą firmy.

Cechą wyróżniającą produkty jest fakt, iż wszystkie są **bez konserwantów i sztucznych dodatków**. 9- i 12-miesięczne terminy przydatności uzyskiwane są poprzez naturalny proces pasteryzacji i sterylizacji, w wyniku czego powstają dania o domowym charakterze. Także

sam proces produkcyjny zbliżony jest do domowego gotowania. – W przypadku naszej produkcji, raczej należy mówić o kuchni i gotowaniu, niż liniach technologicznych. Od początku naszej działalności naszym celem było przekazanie konsumentom produktów z tak zwaną „czystą etykietą”, czyli w stu procentach naturalnych. – mówi prezes Artur Blasik. – Zamysł zatem z jednej strony prosty, ale z drugiej – trudny do zrealizowania, dlatego, że w dzisiejszej masowej produkcji żywności, wyroby z dodatkami i polepszaczami są proste w produkcji, atrakcyjne wizualnie, posiadają wydłużony termin przydatności do spożycia, ale niestety nie są tak zdrowe, jak produkty naturalne.

Gotowy, zdrowy obiad

Mięso w daniach gotowych jest przygotowywane specjalnie dla zakładu, bez użycia sztucznych środków konserwujących, barwników i polepszaczy smakowych. Dodatkowym czynnikiem wyróżniającym krzętelskie wyroby jest fakt, iż zakład posiada ujęcie naturalnej wody źródłanej, bogatej w magnez, wapń i sód. Wykorzystanie wody źródłanej nie tylko podnosi walory smakowe, ale przede wszystkim wpływa korzystnie na wartości odżywcze produktów.

Oferta produktowa spod marki „Krzętle” przygotowana została głównie z myślą o konsumentach aktywnych, nie mających



zbyt wiele czasu na codzienne przygotowanie zdrowego, w pełni wartościowego posiłku.

Krętełskie wyroby stanowią gotowe dania, będące kanonem polskiej kuchni, począwszy od **zup** (wojskowa grochówka, flaczki z boczniaków, kapuśniak na wędzace, żur śląski, grzybowa, fasolka po bretońsku), poprzez **dania mięsne** (gulasz staropolski, kurczak w sosie słodko-kwaśnym, flaki wołowe w ziołowym rosolu, bigos, leczko) oraz **dania gotowe dworskie-go stołu** (karczek królewski w sosie myśliwskim, wołowina rycerska ze śliwką, kurczak wytworny w warzywach z miodem, schab szlachecki w czerwonym winie), aż po **przetwo-**

ry warzywne (ogórki konserwowe z papryką i cebulą, ogórki kwaszone kresowe, ogórki zakąskowe, papryka konserwowa) i **warzywne dodatki do obiadu** (buraczki zasmażane i tarce, kapusta zasmażana, boczniaki marynowane). Ofertę uzupełniają naturalne **koncentraty żuru i barszczu czerwonego** do samodzielnego przygotowania zup.

– Oczywiście mamy w planach dalsze rozszerzanie asortymentu i nieustannie pracujemy nad recepturami nowych produktów. Nadal będziemy wierni „zdrowej żywności” bez konserwantów, bo na tym założeniu budujemy naszą markę – zdradza A. Blasik.

Produkty Krzętle znajdują się dziś w ofercie każdego sklepu, który stawia na zdrową żywność i produkty naturalne. Wyroby są ekspozowane na charakterystycznym kredensie, wykonanym z naturalnego drewna. Krzętle są obecne w większości rozwojowych sieci w Polsce, m.in.: Piotr i Paweł, Bomi, Alma, Intermarche, Chata Polska, Społem, Leclerc, Kaufland, Carrefour i w wielu innych.

Firma stopniowo zdobywa uznanie na rynkach zagranicznych – głównymi odbiorcami poza granicami Polski są dziś Niemcy.

Maria Leżucha,
Jacek Majewski

Stop konserwantom

Zakład Produkcji Spożywczej Krzętle Sp. z o.o. istnieje od 3 lat i w tym czasie stał się ogólnopolską marką, której produkty są dostępne i rozpoznawalne na terenie całego kraju. – Przez ten czas nieustannie dopracowywaliśmy technologicznie nasze produkty i dziś z pełną odpowiedzialnością

Reklama

SPÓŁDZIELNIE MLECZARSKIE Śmietany OSM w Kościanie – Dobry Produkt 2010

Smak wielkopolskiej tradycji

Licząca blisko 130 lat Obrzańska Spółdzielnia Mleczarska w Kościanie (woj. wielkopolskie), była jedną z pierwszych tego typu inicjatyw na ziemiach polskich. Bogata historia i tradycja oraz stosowanie najnowocześniejszych technologii produkcji najwyższej jakości wyrobów stanowią o wysokiej pozycji firmy na rynku. Smaczne, zdrowe, atrakcyjne i odpowiadające standardom europejskim wyroby marki „Kościan” cieszą się dziś ogromnym powodzeniem w Polsce i poza jej granicami. Produkowana przez Spółdzielnię gama śmietan otrzymała właśnie tytuł Dobry Produkt 2010 w Ogólnopolskim Badaniu Postaw i Preferencji Konsumentów.

Spółdzielnia powstała z inicjatywy polskich i niemieckich przedsiębiorców w 1884 r. w kolebce nowoczesnego polskiego rolnictwa, jakim jest region Kościana (to tu gen. Deszery Chłapowski, korzystając z doświadczeń zachodnich, wprowadził nowoczesne metody uprawy i hodowli).

Funkcjonowaniu Spółdzielni nie zagroziły nawet lata wojen, światowych kryzysów, a także strukturalnych przemian systemowych. Na początku lat 90. Spółdzielnia udanie przeszła procesy restrukturyzacyjne.

Przedsiębiorstwo systematycznie wzbogaca asortyment wyrobów i unowocześnia procesy technologiczne. Dziś zakład spełnia wszystkie warunki weterynaryjne i sanitarne, określone przez UE, a OSM jest w trakcie doskonalenia wdrożonego zintegrowanego systemu zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności ISO 9001:2008 i ISO 22000:2006 oraz wdrożenia standardu

BRC. – Nasza dzisiejsza pozycja, i naprawdę bogata historia są zasługą wielu ludzi i instytucji, rzetelnych dostawców mleka, spółdzielców, kierownictwa i załogi z Kościana i naszego drugiego oddziału w Pyrzycach – podkreśla Henryk Bendziński, prezes zarządu Spółdzielni. – Miniony, 2010 rok był ciekawy, ale dość trudny zarazem, bowiem zmieniły się zdecydowanie warunki w zakresie dostępności surowca i jego ceny. Ale udaje się nam dojść do porozumienia z naszymi partnerami handlowymi i dostosować do tych zmian.

Obrzańska Spółdzielnia Mleczarska jest producentem szerokiego asortymentu wyrobów mlecznych m.in. wyrobów UHT (śmietan i śmietanek, mleka), jogurtów oraz kefirów naturalnych i owocowych, twarogów, mleka świeżego, masła oraz masłanek. – Ciągłe inwestujemy w rozszerzanie naszego asortymentu, pojawiają się kolejne produkty, w tym także sezonowe.

Uzupełniamy także naszą ofertę dla branży gastronomicznej o nowe asortymenty, takie jak twarogi cukiernicze oraz jogurty w dużych opakowaniach jednostkowych – mówi prezes Bendziński.

Jako jedyna firma w Polsce oraz jedna z nielicznych w świecie posiadamy maszynę pakującą w opakowania typu Tetra Classic. Produkowane na niej mleczko UHT do kawy zyskuje coraz szersze grono zwolenników.

Aktualnie OSM Kościan przeprowadza na terenie zachodniej Polski akcję promującą mleko UHT „Tradycja Wielkopolska”. Ma ona na celu zbudowanie wśród klientów jeszcze większej świadomości marki poprzez „wciągnięcie” do zabawy klientów, którzy mają odpowiedzieć na pytanie: *Czym jest dla Ciebie Tradycja wielkopolska?* Spośród najciekawszych odpowiedzi zostaną wylosowane nagrody dla 5 osób – wycieczka do dowolnego kraju oraz szereg nagród rzeczowych.

Spółdzielnia skupia dziś blisko 800 członków, daje zatrudnienie dla ponad 350 osób, a każdego roku przerabia niemal 100 mln litrów mleka. Na ten rok firma planuje jeszcze większe wykorzystanie swoich możliwości produkcyjnych.

OSM Kościan jest laureatką wielu prestiżowych nagród i wyróżnień za najwyższą jakość produkowanych wyrobów.

Magdalena Tulecka

Obrzańska Spółdzielnia Mleczarska w Kościanie

64-000 KOŚCIAN
ul. Wojciecha Maya 28
tel. 65 512 00 20
fax 65 511 08 01

www.osm-koscian.com.pl

ARTYKUŁY GOSPODARSTWA DOMOWEGO Sprzęt AGD FagorMastercook – Dobry Produkt 2010

Przełomowe rozwiązania technologiczne



FagorMastercook S.A. wchodzi w skład Grupy Fagor, należącej do największej na świecie grupy kooperacyjnej, która obecna jest w ponad 100 krajach i posiada 16 własnych fabryk. Oferuje pełen asortyment produktów AGD, których wyznacznikami są: wysoka jakość, oryginalne wzornictwo oraz nowoczesna technologia.



ROZMOWA
z Ireneuszem Bartnikowskim,
Prezesem Zarządu
FagorMastercook S.A.

BEATA SEKUŁA:
Produkty FagorMastercook cieszą się dużą popularnością wśród konsumentów, dlatego często są nagradzane. Jakie znaczenie dla firmy ma tytuł Dobry Produkt 2010, który został przyznany za piekarniki, płyty gazowe

oraz kuchnie gazowo-elektryczne?

IRENEUSZ BARTNIKOWSKI:
Tytuł ten jest dla nas wyjątkowo ważny, ponieważ nagrodzone urządzenia zostały wskazane przez konsumentów, którzy gazowe i doceniają nowoczesny sprzęt AGD marki Mastercook. Na przestrzeni ostatnich lat nasze produkty otrzymały szereg nagród. Wyróżnione zostały m.in. piekarniki, płyty gazowe i elektryczne, a także płyty indukcyjne oraz chłodziarko-zamrażarki. W minionym roku oprócz urządzeń kuchennych, wyróżniono również oferowane przez nas pralki – szczególnie doceniono model ładowany od góry PTDE-136 Dose, z przełomowym rozwiązaniem e-Dose.

Pralka z systemem dozowania e-Dose, to urządzenie nowej generacji, na czym polega to rozwiązanie?

FagorMastercook jako pierwszy i jedyny wprowadził na rynek pralkę ładowaną od góry, wyposażoną w unikalną, przełomową technologię e-Dose. Jest to nowatorski system dozowania detergentu, który samodzielnie dobiera niezbędną ilość środków piorących w płynie. Dozuje je w zależności od stopnia twardości wody, ilości pranej odzieży oraz stopnia jej zabrudzenia. Rozwiązanie jest przyjazne nie tylko środowisku, ale i użytkownikowi, zbiornik na detergent wy-



starczy uzupełniać raz na 3 do 6 miesięcy w zależności od intensywności prania. Dzięki temu ekologicznemu rozwiązaniu oszczędzamy detergenty, zmniejszamy zużycie wody i dbamy o środowisko naturalne. Mimo, że system e-Dose dostępny jest obecnie w pralkach ładowanych od góry, to technologia ta zdobywa jednak coraz większą popularność, dlatego planujemy wprowadzenie jej także w pralkach ładowanych od frontu.

Jakie inne nowoczesne technologie znajdują zastosowanie w oferowanych przez Państwa produktach?

W naszych działaniach skupiamy się na kreowaniu nowatorskich rozwiązań oraz ulepszaniu tych już istniejących, mając na celu nieustanne podnoszenie jakości i komfortu ży-

cia konsumentów. Chcemy, aby sprzęt marki Mastercook ułatwiał wykonywanie codziennych obowiązków, sprawiał, że stają się one przyjemnością, a nawet wyręczał nas w ich wykonywaniu. Jako pierwsi wprowadziliśmy do sprzętu AGD przełomowe, zaawansowane technologie, takie jak indukcja, piroliza i wspomniane e-Dose, które zyskały ogromną popularność. Dzięki wsparciu technologicznemu, finansowemu i logistycznemu, jakie zyskaliśmy wchodząc w skład Grupy Fagor, nieustannie doskonalimy te rozwiązania, utrzymując pozycję lidera wymienionych technologii.

Czym wyróżniają się te przełomowe rozwiązania?

Indukcja to najnowocześniejszy i najbardziej komfortowy spo-

sób gotowania. Unikalna konstrukcja płyt indukcyjnych sprawia, że ciepło wytwarzane jest tylko w naczyniu, ustawionym na polu grzewczym, podczas gdy powierzchnia płyty pozostaje zimna. Rozwiązanie to gwarantuje pełne bezpieczeństwo użytkowania oraz wyjątkową szybkość przyrządzania potraw. Płyty indukcyjne marki Mastercook wzbogacone są wciąż o kolejne, dodatkowe udogodnienia m.in. wyświetlacz LCD oraz dużą strefę grzejącą Evolis, która pomieści nawet trzy mniejsze naczynia jednocześnie. W naszym najnowszym, przełomowym modelu, który właśnie wprowadzamy na rynek, będą aż dwie takie strefy, co zapewni nieograniczone możliwości gotowania.

Piroliza to z kolei nowoczesny i niezwykle łatwy sposób na oczyszczanie wnętrza piekarnika. Wszelkie zanieczyszczenia, które pozostają po pieczeniu, są zamieniane w popiół, dzięki w pełni automatycznemu procesowi, zachodzącemu w temperaturze 500°C. Oprócz pirolizy piekarniki marki Mastercook oferują także m.in. unikalną funkcję Master Chef. Korzystając z niej, wystarczy jedynie umieścić danie w piekarniku, a urządzenie samodzielnie rozpozna potra-

wę i dobierze najlepszy sposób pieczenia.

Jakie są Państwa najbliższe plany rozwojowe i inwestycyjne?

W najbliższych latach będziemy dążyć do dalszego umacniania pozycji FagorMastercook, jako jednego z liderów branży AGD w Polsce. Już teraz jesteśmy największym producentem pralek w Europie – modele ładowane od góry produkowane są w nowoczesnej fabryce we Wrocławiu. Naszym celem jest również wzmocnienie wizerunku marki Mastercook, jako producenta znanych już klientom kuchni i płyt indukcyjnych, jak również funkcjonalnych pralek i nowoczesnych piekarników. Służyła temu m.in. zakończona niedawno kampania TV, prowadzona pod nazwą „Mistrzowie”. W 2010 r. wprowadziliśmy ponad 100 nowych modeli urządzeń, a w najbliższych miesiącach poszerzymy asortyment o kolejnych kilkadziesiąt nowości produktowych, w tym wspomnianą płytę indukcyjną, z dwiema dużymi strefami grzewczymi Evolis. Do oferty wprowadzimy także nowe modele chłodziarko-zamrażarek, kuchni i pralek. Z pewnością nowy rok będzie stał pod znakiem innowacyjnych produktów i przełomowych rozwiązań.



BRANŻA MEBLARSKA Rozwój, inwestycje i skuteczne zarządzanie – gwarancjami wysokiej pozycji polskiego producenta mebli

Polski lider rynku meblarskiego



ROZMOWA z Bogdanem Szewczykiem, dyrektorem generalnym Fabryki Mebli „BODZIO”

MAGDALENA TUŁECKA:
Początek roku to najlepszy moment na podsumowania. Jak przedstawia się kondycja spółki z perspektywy ostatnich dwunastu miesięcy?

BOGDAN SZEWCZYK:
Każda analiza naszej działalności powstaje w oparciu o różnorakie kryteria. Wyniki finansowe spółki oraz wszystkie istotne informacje, obrazujące jej kondycję, są rozpatrywane nie tylko przez przyzmat aktualnej sytuacji na rynku, ale pozostają w ścisłym związku z założeniami i celami, jakie sobie wytyczamy. Biorąc pod uwagę złożoną sytuację w całej branży oraz globalne problemy rynku, rok 2010 należy uznać za całkiem dobry. Wymiernym efektem prowadzonej przez nas polityki był m.in. wzrost i utrzymanie wysokiego zatrudnienia,

które sięgnęło blisko 2 tys. pracowników. Oddaliśmy do użytku kilkanaście nowo wybudowanych salonów sprzedaży i docelowo poszerzyliśmy sieć dystrybucji do 250 punktów. Odnotowaliśmy także 12-proc. wzrost sprzedaży.

Jakie są prognozy dla Fabryki Mebli „BODZIO” na 2011 r.?

Wiele informacji, związanych z firmą i działalnością branży, jeszcze poddawanych jest przez nas skrupulatnym analizom i ocenom. Producenci mebli oczekują od rynku oznak stabilizacji. Po okresie stagnacji i prób zaciskania pasa, polskie meblarstwo potrzebuje trwałego ożywienia. Mam nadzieję, że rok 2011 będzie bardziej przewidywalny. Życzyłbym sobie i moim współpracownikom, aby najbliższe miesiące gwarantowały nam przynajmniej taki rozwój jak do tej pory.

Co będzie należało do priorytetów firmy w roku bieżącym?

Głównym kierunkiem strategii naszej firmy jest sukcesywne umacnianie pozycji, a priorytetem pozostaje rozbudowa sieci dystrybucji. W tym roku te inwestycje pozostaną w centrum naszego szczególnego zainteresowania. Ich skala oraz intensywność będzie jednak uzależniona w głównej mierze od kondycji finansowej oraz sytuacji na rynku. W równym stopniu zależy nam także na zintensyfikowaniu prac, związanych z modernizacją linii produkcyjnych. Stałym elementem jest angażo-



wanie się we wszelkie działania, zwiększające naszą konkurencyjność. Zamierzamy rozszerzyć ofertę produktową, kładąc szczególny akcent na optymalne dostosowanie jej do aktualnych trendów.

Czy nie najlepsza koniunktura w meblarstwie może wpłynąć na Państwa pozycję na rynku? Czy strategia przedsiębiorstwa zakłada zmianę planów, zwłaszcza w zakresie inwestycji?

Pojawiające się trudności rynkowe muszą znaleźć swoje odzwierciedlenie także w planowaniu. Siłą naszej strategii rozwoju jest jej elastyczność w dostosowywaniu się do ciągle zmieniających się warunków. Jej realizacja musi przede wszystkim umożliwiać przedsiębiorstwu bezpieczny i stabilny rozwój, co w obecnych uwarunkowaniach nie jest na pewno zadaniem łatwym. Ofensywny charakter strategii musi z kolei zakładać utrzymanie określonego poziomu inwestycji. Należy do grona tych przedsię-

biorstw, które wysoką konkurencyjność oraz stabilną pozycję w branży zawdzięczają głównie wysokonakładowym inwestycjom. Nawet jeśli musimy na bieżąco rewidować swoje plany i założenia, to na pewno nie zrezygnujemy z projektów, które ze strategicznego punktu widzenia są dla nas najważniejsze.

Jest Pan doświadczonym menedżerem. Czy sprawne zarządzanie zawsze daje gwarancję na rozwój przedsiębiorstwa? Każde duże przedsiębiorstwo, to skomplikowany organizm, który wymaga sporego zaangażowania w jego prawidłowe funkcjonowanie. Przyjęcie optymalnego modelu zarządzania jest uzależnione od profilu działalności, jej struktury organizacyjnej oraz innych uwarunkowań. Patrząc z perspektywy własnych doświadczeń, zdaje sobie sprawę, jak ważną rolę w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa pełni odpowiedni system zarządzania. Jesteśmy modelowym przykładem szczegółowego podziału kompetencji po-

między poszczególnymi komórkami zarządzającymi, z wyraźnym wyodrębnieniem pionem decyzyjnym. Stanowi on zarząd firmy, w skład którego wchodzi, moja małżonka Iwona, córki Anna i Monika oraz syn Grzegorz. Nasze działania nie ograniczają się wyłącznie do administracji, ale przede wszystkim do wytyczania celów i doprowadzania do ich realizacji.

Czy prowadząc rodzinną firmę trudno jest oddzielić życie prywatne od obowiązków zawodowych?

Wyznaje zasadę, że te dwie sfery życia nie powinny ze sobą kolidować, a co najwyżej wzajemnie się uzupełniać. Staramy się tak planować własne obowiązki, aby znaleźć czas dla najbliższych, a także, aby móc oddawać się swoim zainteresowaniom, których nam z pewnością nie brakuje. Z punktu widzenia wielu obowiązków służbowych oraz szerokiego zakresu spraw, którymi się zajmujemy jako wspólnicy spółki, niezmiennie ważne jest umiejętne oddziele-

nie pracy zawodowej od życia prywatnego, które zawsze traktujemy jako wartość najważniejszą dla nas.

Co uważa Pan za swój największy sukces jako przedsiębiorcy i właściciela jednej z najprężniej działających firm meblarskich?

Samo utworzenie firmy w 1985 r., czyli w bardzo trudnym okresie w Polsce, można już uznać za sukces. Najważniejsze jednak, że przez ponad 25 lat działalności miałem okazję spełnić marzenia o własnym biznesie. Najwięcej satysfakcji daje mi jednak poczucie, że pomimo wielu przeciwności losu potrafiłem przez ten cały okres zagwarantować jej nieprzerwany rozwój, którego finałem jest jej obecna pozycja w branży i na rynku. Sytuacja ta świadczy także o skuteczności podejmowanych przez zarząd decyzji. W tym kontekście za sukces można uznać wypromowanie jednej z najbardziej obecnie rozpoznawalnych i konkurencyjnych marek wśród producentów mebli. Co istotne, naszym jedynym kapitałem, zwłaszcza na początku, była praca i zapał oraz wiara w to, że dzięki konsekwencji w działaniu można osiągnąć sukces. Ważnym jest, że udało nam się stworzyć duże, rodzinne przedsiębiorstwo, o bardzo bogatym dorobku, oparte wyłącznie na polskim kapitale.

„BODZIO”

BRANŻA KOSMETYCZNA 3-Helisa nagrodzona na II Targach Uroda i Estetyka

Kolejne sukcesy 3-Helisy

Laureata Quality International 2010



Producent szerokiej gamy kosmetyków 3-Helisa, podczas listopadowych II Targów Uroda i Estetyka w Łodzi, po raz kolejny został doceniony i uhonorowany. Firma prezentowała swoje produkty, zabiegi oraz urządzenia do zabiegów i badania skóry przy współpracy firm partnerskich z Włoch i Korei Płd. Atrakcyjność oferty wzbudziła duże zainteresowanie zwiedzających, a także zaowocowała dwiema nagrodami przyznawanymi przez organizatorów Targów.

Łódzkie II Targi Uroda i Estetyka dla firmy 3-Helisa były wyjątkowe pod wieloma względami. Przedsiębiorstwo zaprezentowało szeroką gamę oferowa-

nych przez siebie produktów, od dobrze znanego i lubianego „Kolagen Aktiv” przez linię DESIRABLE, po ciekawe nowości, co spotkało się z dużym zainteresowaniem zwiedzających. Podczas pierwszego dnia targów firmie 3-Helisa wręczono wyróżnienie przyznane przez Kapitułę Programu Najwyższa Jakość



Quality International 2010. Organizatorzy i jury wystawy docenili również ciekawą i pełną rozmachu prezentację firmy, honorując ją dwiema nagrodami: za najlepsze stoisko, a także nagrodą główną dla kosmetyku Black Comfort z linii Desirable dla wyjątkowego mężczyzny.

Na stoisku 3-Helisy obecni byli przedstawiciele firm partnerskich z Włoch i Korei Płd. oraz reprezentanci salonu kosmetycznego Beauty Pasaż Katarzyny Żurek z Krakowa oraz Maciej Maniewski z zespołem stylistów Maniewski Hair and Body.

Na targach klienci skorzystali z szeregu zabiegów z wykorzystaniem kosmetyków Helisa Laboratories, z linii Desirable Professional, które podczas targów miały swoją premierę. Ta profesjonalna linia kosmetyków prezentowana przez Katarzynę Żurek z salonu Beauty Pasaż, de-

dykowana jest salonom kosmetycznym. Desirable Professional wykorzystuje potencjał salonów, jest dostosowana do ich specyficznych potrzeb i rozszerza ich ofertę o innowacyjne zabiegi. Dużym zainteresowaniem cieszyła się oferta zakupu kosmetyków powiązana z diagnozowaniem skóry, interpretacją wyników i doborem indywidualnego programu pielęgnacji w oparciu o linie kosmetyczne Helisa Laboratories.

Firma 3-Helisa z roku na rok wzmacnia swoją pozycję na rynku kosmetyków, zdobywa prestiżowe nagrody i bez problemu pokonuje podmioty próbujące nieuciecwić „konkurować” z naszą firmą. Nasi klienci bez trudu weryfikują nieudane próby kopiowania naszych produktów, ceniąc sobie wyjątkowość i ekskluzywność marki Helisa Laboratories, których oryginalność od lat gwarantuje logo 3H – mówi Piotr Rogala prezes spółki.

Tomasz Poplawski

UZDROWISKA „SOLANKI” Uzdrowisko Inowrocław Sp. z o.o. – najwyższa jakość usług sanatoryjnych

Uzdrowiająca moc solanki



SOLANKI

Uzdrowisko Inowrocław

Choć inowrocławskie uzdrowisko „SOLANKI” liczy ponad 130 lat, to początki tradycji przyrodoleczniczych w tym mieście sięgają 1450 r. kiedy uruchomiono pierwszą łaźnię morską z kąpielami solankowymi. W XIX wieku odkryto bogate złoża soli i niewyczerpane źródła solanki, co przyczyniło się do dynamicznego rozwoju uzdrowiska i wybudowania zakładu przyrodoleczniczego pod nazwą „Solanki Inowrocławskie”, które od 2008 r. poddawane procesowi prywatyzacji, jest dziś znane pod nazwą „SOLANKI” Uzdrowisko Inowrocław Sp. z o.o.

„SOLANKI” jako uzdrowisko nizinne, specjalizuje się w leczeniu chorób układu ruchu, reumatologii, otyłości, a także z uwagi na łagodny klimat – jest idealnym miejscem do leczenia chorób układu krążenia, zwłaszcza kardiologicznych.

Reklama

Dziś „SOLANKI” dysponują kilkuset miejscami dla kuracjuszy w wielu obiektach sanatoryjno-uzdrowiskowych (m.in. Zespół Sanatoryjno-Szpitalny „Kujawiak”, Sanatorium „Kujawianka”, Sanatorium „AS”, Wila „OSTOJA”), oferujących lecz-



nicze pobyty sanatoryjne, wczasowe, medical SPA, turnusy rehabilitacyjne oraz zabiegi i usługi medyczne (hydroterapia, fizykoterapia, ciepłolecznictwo, krioterapia, kinezyterapia, balneoterapia). – Trzy z naszych obiektów są zabytkami, co wymagało i nadal wymaga od nas poniesienia znacznych nakładów inwestycyjnych, w celu zachowania cech zabytkowych, a jednocze-

śnie podnosząc standard budynków – mówi Tadeusz Chęsy, nowy Prezes Zarządu „SOLANEK”, piastujący to stanowisko od grudnia ub. roku.

Oprócz inwestycji mających na celu zachowanie zabytkowych zasobów Uzdrowiska, spółka oddała do użytku nowoczesny kompleks „SOLANKI Medical SPA”, oferujący usługi z zakresu SPA i kosmetyki ciała, uzupełnione usługami hotelowymi, konferencyjnymi i cateringowymi. Obiekt posiada ponad 100 miejsc w klimatyzowanych pokojach jedno- i dwuosobowych z łazienkami, lodów-

kami i sprzętem RTV. Obiekt jest przyjazny osobom niepełnosprawnym i rodzinom z dziećmi.

– Kuracjuszem wszystkich placówek „SOLANEK” gwarantujemy spokój i wypoczynek, sąsiedztwo imponującej Tężni Solankowej (jednego z trzech takich inhalatorów w Polsce), pięknego Parku Solankowego, a przede wszystkim uzdrawiającą moc naturalnych solanek chlorkowo-sodowych, bromkowych, magnezowych i borowin – zachęca prezes T. Chęsy.

Maria Leżucha,
Jacek Majewski

PLACÓWKI HANDLOWE Społem WSS Śródmieście Liderem Społecznej Odpowiedzialności

W naszej firmie liczy się człowiek



Istniejąca już od ponad 140 lat Społem Warszawska Spółdzielnia Spożywców Śródmieście posiada dziś 24 placówki detaliczne: 2 Spółdzielcze Domy Handlowe, 18 sklepów spożywczych (w tym 3 Delikatesy i 4 kategorii LUX) oraz 4 sklepy przemysłowe. Oprócz działalności handlowej, Spółdzielnia koncentruje się również na szeroko rozumianej działalności społecznej.

ROZMOWA
z Anna Tylkowską,
prezesem Społem WSS
Śródmieście



BEATA SEKUŁA:

To, co wyróżnia placówki Społem, to m.in. zmodernizowane, odznaczające się indywidualnym charakterem wnętrza. Co jeszcze sprawia, że klienci

z przyjemnością robią zakupy w tej sieci?

ANNA TYLKOWSKA:

Jestem przekonana, że większość naszych klientów kojarzy nasze placówki z towarem dobrej jakości, ale także z panującą tu atmosferą. Każdy klient mimo bezpośredniego dostępu do towarów może u nas liczyć na fachową pomoc ze strony naszych pracowników. Familijne stosunki tworzą tę niepowtarzalną aurę w spółemowskich sklepach. Również obcokrajowcy mogą liczyć na profesjonalną obsługę bowiem ekspedientki uczestniczą w kursach językowych.

Społem WSS Śródmieście jest instytucją, z którą pracownicy wiążą się na dłużej. Co ich zachęca?

Specyfiką spółdzielczości jest fakt wiązania się z firmą na długie lata. W naszej Spółdzielni nie są wyjątkiem osoby, które całe życie zawodowe związały z nami, czego przykładem jest moja kariera zawodowa od stażysty do prezesa. Ścisłe związki, możliwość awansu, pomoc w osiągnięciu stabilizacji, jak również możliwość kontynuowania pracy mimo osiągniętego wieku emerytalnego to podstawowe aspekty długotrwałej więzi. Ważne są stosunki pracodawca – pracownik, ale nie bez znaczenia są kontakty interpersonalne umacniane podczas wspólnych wyjazdów krajowych i zagranicznych. Specjalistyczna opieka lekarska w zakładowej przychodni, udzielane nisko oprocentowane pożyczki, możliwość korzystania z ulgowych biletów do teatru sprzyjają zacieśnianiu tych więzi.

Spółdzielnia znana jest też z działalności na rzecz ekologii. Wdrożyliśmy ogólnopolski spółemowski program ekologiczny, umożliwiając naszym klientom zakup certyfikowanych ekoproduktów. Podejmujemy akcje związane z ochroną środowiska, że

wspomnę wycofanie popularnych foliówek i zastąpienie ich torbami biodegradowalnymi lub wielokrotnego użycia. Prowadzimy zbiórkę zużytych baterii, wykorzystujemy energooszczędne urządzenia sprzedażowe etc.

Na szczególną uwagę zasługują prowadzone przez Państwa akcje charytatywne na rzecz dzieci, młodzieży, osób starszych czy osób niepełnosprawnych.

W ramach tych działań udostępniamy miejsca pod skarby na datki od klientów, wspomagamy m.in. stowarzyszenia, fundacje, domy dziecka. Stawiamy na zachowanie równowagi między podstawową działalnością gospodarczą, a tworzeniem przyjaznej atmosfery, w tym również niesieniem pomocy osobom potrzebującym, będącym naszymi pracownikami, członkami jak i tym spoza Spółdzielni. W naszej firmie liczy się przecież człowiek.

Rok założenia 1869



profmovies.com
profmovies.TV

RABATY
DO 75%!

Obejmujące produkcję oraz promocję
video na portalu

NASZE WYRÓŻNIENIA



Kontakt:

e-mail: biuro@profmovies.com
tel.: 509-646-349, 508-198-239

PRZEMYSŁ MOTORYZACYJNY Iveco Daily zdobywcą tytułu Dobry Produkt 2010

Pasja pracy

ROZMOWA
z Mario Giagnoni, Prezesem
Iveco Poland Sp. z o.o.

TOMASZ POPLAWSKI:
Jak Pan ocenia miniony rok
w odniesieniu dla Państwa
marki?

MARIO GIAGNONI:
Miniony rok nie należał do najłatwiejszych. Dla Iveco to był czas pełen wyzwań, którym udało nam się sprostać, z czego bardzo się cieszymy. Warto tu wspomnieć szczególnie dobry rok dla nagrodzonego tytułem Dobry Produkt 2010 dostawczego modelu Daily.

Proszę powiedzieć coś więcej na temat tego modelu? Dlaczego warto nabyć właśnie to auto?
Daily to idealny pojazd dla małych przedsiębiorców, którzy potrzebują solidnego pojazdu do dystrybucji lokalnej, dla kierowców posiadających prawo jazdy kat. B. Duża przestrzeń ładowni – nawet 17,2m³ – DMC do 3,5 t i mocny silnik, spełniający normy EEV, to podstawa sukcesu. Ale Daily to również pojazd

doskonały dla firm, posiadających rozbudowaną flotę, wyspecjalizowaną w transporcie ogólnokrajowym, z możliwością specjalistycznej zabudowy, o DMC nawet 7 t. To auto ekologiczne, przyjazne środowisku, stąd nazwa modelu EcoDaily, ale także samochód komfortowy o wyjątkowo wygodnej i ergonomicznej kabinie.

Przy produkcji samochodów niezwykle ważną rolę pełni jakość. W czym przejawia się ona w Państwa przypadku?
Jakość naszych produktów to powód do dumy, gdyż wszystkie pojazdy Iveco skonstruowane są na solidnej ramie i spełniają najsurowsze normy ekologiczne EEV. Z drugiej zaś strony to pole, na którym stale działamy, nieustannie udoskonalając nasze produkty.

W czym tkwi Państwa przewaga nad konkurencją?
To przede wszystkim bogata oferta, w której znaleźć można kompleksowe rozwiązania dla każdego rodzaju transportu: od pojazdów lekkich, jak Daily, poprzez średnie, jak Eurocargo, czy cięż-

kie Stralis. Oferujemy pojazdy szosowe i off-rodowe, jak Trakker, gotowe wspierać naszych klientów na budowach czy w dalekich trasach. Kolejna zaleta to rozbudowana sieć dealerska, która oferuje usługi na najwyższym poziomie, zarówno w kwestii sprzedaży pojazdów, jak również opieki posprzedażnej czy pomocy drogowej. Dodatkowo Iveco zapewnia swoim klientom pełen wachlarz usług finansowych, wspierających ich przedsięwzięcia.

Z jakim nastawieniem patrzy Państwo na ten rok?
Rok 2011 jest dla nas pełen nowych możliwości i szans, które zamierzamy w pełni wykorzystać. To czas w którym będziemy walczyć o lepsze udziały w rynku w segmencie pojazdów ciężkich, ale również zamierzamy zwiększyć swoją silną pozycję w segmencie pojazdów lekkich. Staramy się co roku wypuszczać na rynek nowe modele. W zeszłym, odbyła się premiera nowego modelu ECOSTRALIS, w tym roku również planujemy wprowadzenie nowości na rynek polski.



EASYDAILY
MOC PROSTOTY

© 2010 King Features Syndicate, Inc. TM Hearst Holdings, Inc.

od 62 900 zł netto*

EASYDAILY to najlepsze rozwiązanie dla wszystkich, którzy szukają pojazdu użytkowego o stabilnej, trwałej konstrukcji w doskonałej, niskiej cenie.

EASYDAILY koncentruje się na najważniejszych celach: profesjonalnej i efektywnej obsłudze Twoich spraw.

EASYDAILY to idealny partner dla Ciebie.

IVECO
TRANSPORT IS ENERGY

www.easydaily.pl

* Podano ceny netto. Ceny dotyczą standardowego wyposażenia fabrycznego. Dla wszystkich, którzy mają szczególne wymagania, dostępne są (za dodatkową opłatą) promocyjne pakiety, które specjalnie dla Ciebie wzbogacą EASYDAILY.

BANKOWOŚĆ SPÓŁDZIELCZA Bank Spółdzielczy w Szczucinie – kanon usług bankowych

Stabilny bank

Założony w 1900 r. Bank Spółdzielczy w Szczucinie (woj. małopolskie) od ponad wieku nieprzerwanie i z powodzeniem prowadzi działalność w obszarze gmin Szczucin i Mędrzechów, ciągle zwiększając strefę wpływów, oferując klientom, nowoczesne usługi bankowe. Bank utrzymując stabilną i silną pozycję w regionie, swoją bogatą ofertę produktów bankowych kieruje do sfery instytucjonalnej, przedsiębiorstw sektora MSP oraz osób fizycznych, z wykorzystaniem nowoczesnych technologii.

Bank wypracowuje stałe zyski, zwiększa akcję kredytową i wartość depozytów i kapitałów, pomimo ostatnich klęsk powodziowych. W celu rozproszenia ryzyka i zapewnienia prawidłowości obsługi klien-

tów BS Szczucin często występuje w roli organizatora i uczestnika konsorcjów bankowych, przy udziale banków sąsiednich, zrzeszonych w Banku Polskiej Spółdzielczości. Działanie to polepszyło pod wzglę-



BANKOWOŚĆ KORPORACYJNA BankConnect Banku BPH SA – nowy standard w automatycznej komunikacji klient-bank, bank-klient

Unikalne rozwiązanie na polskim rynku

Bank BPH z myślą o firmach, które codziennie dokonują wielu transakcji, udostępnił usługę, dzięki której, wymiana informacji pomiędzy systemami ERP (planowania zasobów przedsiębiorstwa) oraz FK (finansowo-księgowymi) przedsiębiorcy, a systemem transakcyjnym banku jest o wiele szybsza. BankConnect daje klientowi możliwość dostępu do aktualnych danych na swoim koncie, takich jak saldo dostępne i księgowe, historię operacji, wyciągi, czy raporty Cash Management. System BankConnect Banku BPH został nagrodzony tytułem Innowacja roku 2010.

BankConnect jest unikalnym rozwiązaniem na polskim rynku, które daje systemom ERP/FK możliwość automatycznego nawiązywania i autoryzowania połączenia on-line, przy wykorzystaniu nowoczesnej technologii, zapewniającej najwyższy poziom poufności i wiarygodności przesyłanych informacji. Automatyczna komunikacja między bankiem a klientem jest doskonałym rozwiązaniem dla tych firm, w których liczba codziennych transakcji jest bardzo duża i które potrzebują dostępu do aktualnej

informacji o rachunku. Dodatkowo BankConnect umożliwia na-

” Niewątpliwą korzyścią płynącą z wyboru i korzystania z BankConnect jest posiadanie i prowadzenie zarówno księgowości, jak i bankowości internetowej wyłącznie w formie elektronicznej.

tychmiastową wymianę informacji pomiędzy systemami ERP/FK klienta, a systemem transakcyjnym banku przy minimalnym zaangażowaniu operatora systemów. Usługa sieciowa może zostać wywołana zdalnie przez

zdefiniowany interfejs w aplikacji ERP/FK – takie rozwiązanie jest bezpieczne i łatwe do zaimplementowania dla producentów. Niewątpliwą korzyścią płynącą z wyboru i korzystania z BankConnect jest posiadanie i prowadzenie zarówno księgowości, jak i bankowości internetowej wyłącznie w formie elektronicznej. Nie ma konieczności ręcznego księgowania transakcji, które zostaje wprowadzone on-line, a import da-

myłki i błędy w wyniku kilkukrotnego wprowadzania danych. System został stworzony w oparciu o międzynarodowe standardy, które zapewniają klientom przejrzystość wymiany informacji. – BankConnect jest oparty na światowym standardzie XML ISO 20022 zgodnym z rekomendacją Związku Banków Polskich, dotyczącą wymiany danych finansowych pomiędzy bankiem i klientami. Bank BPH

Korzyści dla użytkownika systemu BankConnect Banku BPH:
– udostępnianie w czasie rzeczywistym pełnych informacji o kontaktach bankowych raportów Cash Management, bezpośrednio w systemie ERP/FK;
– redukcja czasochłonności obsługi operacyjnej i usprawnienie istniejących procesów księgowych – brak konieczności wykonywania tych samych czynności w kilku aplikacjach;
– wyeliminowanie pomyłek i błędów wynikających z wielokrotnego wprowadzania danych;
– wysoki poziom bezpieczeństwa informacji dzięki procesowi uwierzytelniania opartemu na infrastrukturze klucza publicznego (PKI);
– przejrzystość informacji.

Piotr Rogoziński, Product Manager systemu BankConnect, Bank BPH wkrótce udostępni swoim klientom oraz producentom oprogramowania ERP/FK dodatkową funkcjonalność w ramach systemu, która umożliwi

dem jakości portfel kredytowy banku przy jednoczesnym pozyskaniu nowych klientów. Długoletnia współpraca z lokalnymi instytucjami, uważna obserwacja potrzeb rynku i działań konkurencji, przyczyniła się do budowania ścisłej relacji z młodym pokoleniem. Organizowany corocznie edukacyjny konkurs dla młodzieży szkolnej, uczy systematycznego deponowania środków w Szkolnych Kasach Oszczędnościowych.

– Wyrazem dbałości banku o jakość usług, jest umożliwienie i sfinansowanie swoim pracownikom nieograniczonej możliwości doksztalcania oraz organizowanie przez zarząd szkoleń i kur-

Janusz Koralewski



bezpieczne wysyłanie i podpisywanie zleceń bezpośrednio z systemu ERP/FK (bez konieczności logowania się do systemu bankowości internetowej).

Małgorzata Bachórz



Bank BPH
grupa GE Capital

SAMORZĄD Gmina Kleszczewo – Przyjazna Gmina 2010

U progu nowych szans

Leżąca niedaleko Poznania Gmina Kleszczewo szybki rozwój gospodarczy wiąże z rozbudową sieci dróg A2 i S5 oraz realizacją zadań wynikających z planu zagospodarowania przestrzennego, którym objęty jest cały obszar gminy.

2010 rok był ważny dla Kleszczewa w zakresie realizacji celu, jakim jest tworzenie przyjaznych

Do uatrakcyjnienia warunków życia mieszkańców przyczyniło się wybudowanie 3 kompleksów boisk sportowych oraz 10 placów zabaw w sołectwach gminy.

Przygotowano nowe tereny pod budownictwo mieszkaniowe, czego efektem jest szybki przyrost inwestycji mieszkaniowych.

Dla inwestorów, obok położenia i planu zagospodarowania przestrzennego, atutem jest także dostępność infrastruktury oraz wszechstronna pomoc gminnej administracji w przygotowaniu inwestycji.

Kleszczewo jako „Przyjazna Gmina” nie zaniedbuje działań prospołecznych, w wyniku których gmina posiada korzystny wskaźnik migracji oraz najniższy wskaźnik bezrobocia w województwie. Dobre skomunikowanie z Poznaniem, nowoczesne placówki oświatowe i profesjonalne obiekty sportowe, dają możliwości funkcjonowania na każdym poziomie wymagań społecznych.

Janusz Koralewski



Teren inwestycyjny pod aktywizację gospodarczą położony w sąsiedztwie autostrady A2. Powierzchnia: 8,83 ha

warunków funkcjonowania dla inwestorów, jak również poprawa jakości życia mieszkańcom gminy.

Kontynuowano budowę dróg, powstał m.in. liczący 2 km odcinek wzdłuż terenów inwestycyjnych, położonych przy autostradzie A2. Przystąpiono do kolejnego etapu budowy sieci kanalizacyjnej, który obejmie 6 miejscowości gminy.

Reklama

SAMORZĄD Repki – Przyjazna Gmina 2010

Siła tkwi w mieszkańcach

Repki (woj. mazowieckie), to prężnie zarządzana 6-tys. gmina wiejska o charakterze rolniczym. Samorząd aktywnie pozyskuje fundusze z programów unijnych i krajowych. Mieszkańców cieszy wysoki poziom usług publicznych. Gmina może poszczycić się prężnymi inwestycjami w infrastrukturę drogową, a także dobrą bazą sportową i oświatową – wyniki nauczania w tutejszych gimnazjach zaliczają je do elitarnych „Szkół sukcesu”. Na piątą z rzędu kadencję na stanowisko wójta gminy wybrana została Krystyna Mikołajczuk-Bohowicz.

ROZMOWA z Krystyną Mikołajczuk-Bohowicz, wójtem gminy Repki



BEATA SEKUŁA: Które z ostatnich inwestycji infrastrukturalnych uznałaby Pani za najważniejsze dla Repek?

KRYSZYNA MIKOŁAJCZUK-BOHOWICZ: Zbudowaliśmy ponad 16 km dróg gminnych, boiska „Orlik 2012”, halę sportową i wielofunkcyjną boiska. Przeprowadziliśmy remonty świetlic wiejskich, termomodernizację budynków użyteczności publicznej i remonty szkół. Mamy Gminne Centrum Informacji i Wioskę Internetową. Prawie



wszyscy mieszkańcy korzystają z wodociągu oraz mają dostęp do sieciowego szerokopasmowego Internetu. Budujemy telewizję cyfrową (3 usługi z gniazdka telefonicznego).

W czym tkwi siła gminy? Jak dla większości gmin w Polsce, także i dla Repek zawsze największym problemem są pieniądze. Skuteczna aplikacja projektów do programów unijnych i krajowych pozwala na realizację zadań inwestycyjnych. Ważne są również projekty realizowane przez Dom Kultury, bibliotekę, szkoły i inne organizacje z Programu Kapitał Ludzki. Nasza siła tkwi w mieszkańcach, którzy są otwarci, służą pomocą i wspierają realizację naszych gminnych projektów. Nasze gminne motto brzmi: „Zgoda buduje”.

Jakie stoją przed gminą następne, najważniejsze wyzwania? Stawiamy na ochronę środowiska. Rozpoczęliśmy budowę ponad 420 oczyszczalni przydomowych z wykorzystaniem wsparcia z Programu „Podstawowe usługi dla ludności”. W przygotowaniu jest wniosek na instalację solarne dla podgrzewania ciepłej wody użytkowej dla gospodarstw domowych. Ponadto – drogi. Zakontraktowaną mamy budowę ponad 5 km dróg gminnych dla pięciu wsi wsiach. Tworzenie przyjaznych warunków dla przedsiębiorstw.

TURYSTYKA I WYPOCZYNEK

PrzyŁądek zdrowia

Łądek-Zdrój, jedno z najstarszych uzdrowisk w Europie, od wieków stanowi magnes dla kuracjuszy i turystów. Usytuowanie miasta, urok części staromiejskiej i zieleni parków w zdroju stanowią o niepowtarzalnej atmosferze.

Okolice Łądka-Zdroju doskonale nadają się do aktywnego wypoczynku. Specyficzną ofertę stanowi 13 tras kuracyjnych – odtworzony system XIX-wiecznych tras spacerowych. Swoje usługi oferują okoliczne stadniny, a stawy hodowlane proponują połowy ryb.



Źródlane wody lecznicze przywracają sprawność, górskie krajobrazy zachęcają do spacerów i wędrówek. Kurort zapewnia rehabilitację, zdrowy relaks i wypoczynek. Bywali tu i bywają wielcy tego świata: królowie pruscy Fryderyk Wielki i Wilhelm III, car Rosji Aleksander I, VI prezydent USA John Quincy Adams, J. W. Goethe.

Najbardziej charakterystyczną budowlą miejscowości jest Zdrój „Wojciech” z 1658 r. Łądek posiada wiele zabytków: most gotycki św. Jana z 1565 r., Kościół Parafialny z 1697 r. czy barokowe kamieniczki wokół rynku.

Na skałkach wytyczono trasy do wspinaczki. Atrakcją są wycieczki do ruin zamku Karpień, na polsko-czeską górę Borówkową z 24-m wieżą widokową. Na narty zaprasza Stacja Narciarska Łądek-Zdrój.

Informacja Turystyczna CKiR w Łądku-Zdroju tel./fax 74/81 46 482 it@ladek.pl www.ladek.pl ul. Rynek 1, 57-540 Łądek Zdrój



INSTYTUCJE PUBLICZNE System Zarządzania Jakością w gdańskim MOPS

Nowoczesne formy pomocy

Miejski Ośrodek Pomocy Społecznej w Gdańsku, podobnie jak każdy MOPS w Polsce, jest pierwszym miejscem, w którym wsparcia szukają ludzie potrzebujący pomocy. Nowoczesna pomoc społeczna wymaga ciągłego poszukiwania innowacyjnych form pracy z podopiecznymi, nie ograniczających się wyłącznie do wypłaty zasiłków, ale również mających na celu aktywizację społeczną i zawodową osób zagrożonych wykluczeniem społecznym. Takich zadań podjął się gdański MOPS, a jednym z czynników, wspomagających działania, było wprowadzenie Systemu Zarządzania Jakością.



Wdrożenie SZJ w gdańskim MOPS miało na celu przede wszystkim zapewnienie ciągłego doskonalenia funkcjonowania organizacji oraz badanie skuteczności realizacji procesów w odniesieniu do określonych celów: Wszystko to na rzecz poprawy współpracy z podopiecznymi, którzy w myśl nowoczesnej pomocy społecznej są takimi samymi klientami, jak każdej innej organizacji. Jak podkreśla

Janina Liedtke-Jarema, dyrektorka MOPS w Gdańsku: – System Zarządzania Jakością z pewnością ułatwia monitorowanie bieżących zadań oraz podejmowanie działań doskonalących, co z kolei ma bezpośredni wpływ na jakość obsługi klientów i szybkość działań.

W celu utrzymania wysokiego poziomu świadczonych usług, ośrodek na bieżąco rozszerza ofertę, przede wszystkim poprzez wprowadzanie nowych, innowacyjnych rozwiązań. Na przestrzeni ostatnich 4 lat opracowano i wdrożono m.in. Standardy Pracy Socjalnej, Program Pomocy Rodzinie, Powiatowy Program Działania na Rzecz Osób Niepełnosprawnych, utworzono pierwsze mieszkanie treningowe dla osób z niepełnosprawnością intelektualną oraz nowy Dzienny Dom Pomocy dla osób starszych oraz 3 nowe Kluby Seniora.

Gdański MOPS utworzył również 2 nowe, rodzinne domy dziecka oraz opracował pro-

jekt wdrożeniowy „Zintegrowane działania na rzecz Powrotu Dziecka do Rodziny Biologicznej”. Ośrodek utworzył również Punkt Wsparcia Środowiskowego na Rzecz Osób z Zaburzeniami Psychicznymi oraz Centrum Integracji Społecznej.

– Ponadto wykorzystujemy możliwości jakie niosą ze sobą środki pochodzące z UE, realizując corocznie projekty w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Współpracujemy również z organizacjami pozarządowymi. To, co nas wyróżnia na tle innych ośrodków to nasza praca w oparciu o zespoły zadaniowe, przez co doskonalimy procesowe podejście w realizacji zadań – zauważa dyrektorka Liedtke-Jarema.

Jednym z innowacyjnych projektów jest uruchomienie „Osiedla Sitowie”, które ma wspierać w usamodzielnieniu oraz przygotowaniu zawodowemu beneficjentów gdańskiego MOPS. Drugim etapem projektu jest utworzenie Gdańskiej Spółdzielni Socjalnej, jako miejsca zatrudnienia osób usamodzielnianych w Osiedlu.

Joanna Chrustek



BROWARY Piwo Miodowe Browaru Ciechan
– Dobra Marka 2010

Tradycyjne, miodowe



Początki Browaru Ciechan sięgają XIV wieku, kiedy to w miejscowości Rudne nieopodal Ciechanowa powstał browar książęcy, należący do księcia mazowieckiego Janusza II. Tym samym jest to najstarszy browar na Mazowszu, w którym w okresie międzywojennym powstały pierwsze w Polsce piwa bawarskie i pilzneńskie, a dzisiejsze produkty uznawane są za unikatowe i należące do wyższej półki piwnej. Jako pierwszy w Polsce ciechanowski browar, wyprodukował metodą tradycyjną Piwo Miodowe. Jest to najbardziej utytułowane piwo w Polsce. Do przyznanych mu nagród dołączyło godło Dobra Marka 2010.

Po ostatnim zrywie wyzwoleniczym car Mikołaj, ukazem pozwolił Polakom na prowadzenie działalności gospodarczej. Tym samym, w 1864 r. uruchomiono browar w Ciechanowie. W przeciągu 3 miesięcy uruchomiono produkcję i tak, niezmiennie do dziś, w browarze powstaje piwo.

Tradycje warzenia piw miodowych sięgają 4 tysięcy lat. Piwa miodowe dla wysoko urodzonych były znane już w Starożytnym Egipcie. Na przestrzeni tysiącleci piwo miodowe było produkowane w różnych

częściach świata, a receptury były ściśle strzeżonym sekretem.

Browar Ciechan jako pierwszy w Polsce uruchomił produkcję tego piwa, po wcześniejszych 1,5-rocznych próbach. Miesięcznie do jego produkcji wykorzystywanych jest ok. 3 ton prawdziwego, czystego miodu oraz jedynie polskiego chmielu. To właśnie tradycyjne procesy warzenia i wyłącznie naturalne składniki gwarantują jego niepowtarzalny aromat i smak, co stanowi o uznaniu, jakie to piwo zdobyło wśród konsumentów.

Oprócz wyjątkowego smaku, Miodowe posiada również walory odżywcze i zdrowotne. Dostarcza łatwo przyswajalne cukry i białka, a także sole mineralne. Orzeźwia i pobudza apetyt oraz rozgrzewa, bowiem doskonale nadaje się do podania w formie grzanego piwa, co znalazło uznanie zwłaszcza wśród kobiet.

Ofertę niepasteryzowanych piw browaru uzupełniają także Piwa Ciechan: Wyborne i Mocne oraz piwa specjalne: Ciechan Porter, Ciechan Stout i Pszeniczne.

Maria Leżucha



FINANSE Wielkopolska SKOK nagrodzona tytułem Lidera Społecznej Odpowiedzialności – „Dobra Firma 2010”

Ten tytuł zobowiązuje

Troska o wspólne dobro od początku przyświecała wszelkim działaniom podejmowanym przez Wielkopolską SKOK. Za nami 17 lat ciężkiej pracy i doświadczeń, którymi chcemy i potrafimy dzielić się z innymi.

Jesteśmy z Wielkopolski i to głównie tutaj angażujemy się w inicjatywy lokalne: wspieramy uzdolnioną sportowo młodzież, ważne wydarzenia kulturalne, pożyteczne kampanie społeczne, akcje charytatywne. Byliśmy wielokrotnie nagradzani za warunki pracy, jakie stworzyliśmy naszym pracownikom. Jesteśmy instytucją otwartą na zmiany i pojawiające się wyzwania, staramy się nie stać w miejscu, wychodzimy daleko poza obszar naszej podstawowej działalności finansowej.

Z dumą i satysfakcją dołączyliśmy ostatnio do grona firm i instytucji, które pamiętają o rodakach mieszkających poza granicami kraju (na Wileńszczyźnie), udzielamy im swego wsparcia. Czas zacząć na stałe pomagać Polakom, których ojczyzna często pozostawia sa-



my sobie. Mamy nadzieję, że w ślad za nami pójdą inni, którym bliska sercu jest poprawa trudnej, skomplikowanej sytuacji Polaków na Kresach.

Pracujemy nad dużym edukacyjnym projektem, nastawionym na integrację społeczną. Zamierzamy zrealizować go jeszcze w tym roku. Zależy nam, aby młode pokolenie знаło historię swojej ojczyzny, by wybierając przyszłość oparło ją na wartościach, wiedzy i rozumie. Tytuł Lidera Społecznej Odpowiedzialności – „Dobra Firma” zobowiązuje.

Jarosław Kazimierski
Prezes Wielkopolskiej SKOK



Wielkopolska SKOK



OBUWIE DZIECIĘCE BARTEK S.A. – polski producent najwyższej jakości obuwia dla dzieci

Komfortowe i zdrowe

Obuwie dziecięce BARTEK zyskało uznanie rodziców, dbających o zdrowy rozwój fizyczny i komfort swoich dzieci. Konstrukcja obuwia uwzględnia specyfikę anatomii stopy dziecka, dzięki czemu jest ono komfortowe i zdrowe. BARTEK obecnie jest w kilkuset sklepach w kraju i za granicą – firma jest jedną z najliczniejszych w Europie, oferującą buty dla dzieci do 10 roku życia.

Każdego roku przygotowanych jest ok. 300 nowych, atrakcyjnych wzorów butów, opracowywanych we współpracy ze specjalistami z dziedziny medycyny i antropologii.

Firma nieustannie pracuje nad zwiększaniem walorów użytkowych produktów, sięgając po innowacyjne rozwiązania



nej oddychalności stopy i zmniejszając utratę ciepła.

Jak podkreśla Andrzej Ciarka, dyrektor działu techniczno-produkcyjnego: – Buty wykonywane są ze skór naturalnych i wysokogatunkowych materiałów tekstylnych. Są lekkie i elastyczne, a dzięki specjalistycznej technologii montażu są wygodne we wkładaniu. Posiadają miękką, wyprofilowaną wkładkę z pianki, która dopasowuje się do anatomicznego profilu.

Obuwie posiada pozytywne opinie Instytutu Przemysłu Skórzanego oraz akceptację Instytutu Matki i Dziecka.

Buty BARTEK dostępne są na terenie całego kraju – w 57 sklepach firmowych i 170 sklepach multi-brandowych, a także w ponad 250 sklepach poza granicami kraju. Firma otwiera własne



konstrukcyjno-technologiczne. To m.in.: wkładka antygrzybiczna i antybakteryjna, elementy odslaskowe, membrana SYMPATEX REFLEXION – zapewniająca 100-procentową wodoodporność, przy optymal-

placówki za granicą – pierwsze są już na Litwie i Ukrainie – docelowo planuje 80 takich salonów. Obuwie dostępne jest również w sklepie internetowym:

www.sklep.bartek.com.pl

Marek Przybylski

BANKOWOŚĆ SPÓŁDZIELCZA Jubileuszowy rok Podkarpackiego Banku Spółdzielczego

Bank młody od pokoleń

Podkarpacki Bank Spółdzielczy (Sanok) w tym roku świętuje jubileusz 140-lecia. Jego początki sięgają 1871 r. Na przestrzeni lat sieć PBS systematycznie rosła, by po konsolidacji banków spółdzielczych Podkarpacia (1997 r.) osiągnąć ilość ponad 80 placówek, rozsiadanych na terenie całego województwa podkarpackiego. Będąc jednym z największych banków spółdzielczych w Polsce, należy do grona liderów wdrażania najnowocześniejszych technologii. Jako pierwszy uruchomił bankomat biometryczny (skanowanie układu naczyń krwionośnych palca użytkownika) oraz karty zbliżeniowe.

Bank nie zaniedbuje również tradycyjnych form obsługi klientów na najwyższym poziomie, a jego oferta zapewnia obsługę klientów indywidualnych, instytucjonalnych i jednostek samorządowych w pełnym zakresie. Do dyspozycji klientów oddana jest sieć ponad 4 tys. bezprowizyjnych bankomatów. W ubiegłym roku PBS jako pierwszy bank spółdzielczy w Polsce, zadebiutował na rynku obligacji GPW.

Bank jest także aktywnym uczestnikiem życia społecznego, zwłaszcza w zakresie wspierania przedsięwzięć kulturalnych i sportowych – jest stałym sponsorem kilkunastu klubów, m.in. siatkarzy Resovii Rzeszów, hokeistów z Sanoka, a także biathlonisty Łukasza Szczurka. PBS należy do zrzeszenia Banku Polskiej Spółdzielczości i jest liczącym się partnerem w kreowaniu polityki ekonomicznej w Polsce, będąc stałym członkiem licznych gremiów gospodarczych i finansowych.



ROZMOWA
z Lesławem Wojtasem,
Prezesem Zarządu
Podkarpackiego Banku
Spółdzielczego

MAGDALENA TULECKA:

W tym roku świętują Państwo 140-lecie istnienia. Jak zamierzają Państwo uczcić jubileusz?

LESŁAW WOJTAS:

Zamierzamy wykorzystać go do jeszcze większej promocji banku, jako instytucji, mającej jedną z najdłuższych tradycji bankowych na ziemiach polskich. Banku, który jednocześnie stawia na najnowocześniejsze technologie i na najwyższą jakość świadczonych usług. Jubileuszowy rok będzie także okazją do bliższego poznania się naszych klientów i kontrahentów,

bo nasz jubileusz to także ich święto. Na przestrzeni całego roku zorganizujemy kilka spotkań jubileuszowych o charakterze biznesowo-politycznym na szczeblu lokalnym, regionalnym i centralnym, podczas których naszymi gośćmi będą kontrahenci, klienci, samorządowcy i parlamentarzyści. Spotkania będą okazją do wsłuchania się w oczekiwania rynku, ale także przekazania pewnych impulsów decydującym w zakresie oczekiwanych przez nas zmian w realizowanej polityce finansowej w Polsce.

Jakie zatem konkretnie oczekiwania ma polska bankowość spółdzielcza?

Przede wszystkim oczekiwaliśmy spójności i stabilności obowiązujących przepisów. Są kwestie nienaruszalne, jak treści zawarte w Konstytucji, a zdarzają się sytuacje, że usiłuje się wprowadzać przepisy naruszające konstytucyjność, np. w zakresie polityki emerytalnej, gdzie wprowadza się zmiany systemowe bez rzeczowej dyskusji z zainteresowanymi stronami. Oczekujemy prawdziwych konsultacji społecznych i stworzenia podstaw do tego, aby dziś młodzi, aktywni ludzie mieli zagwarantowane bezpieczeństwo rozwoju i byli w stanie wykorzystać w pełni swój potencjał.

Oczywiście nasz bank, jako spółdzielczy podmiot gospodarczy, oferuje liczne narzędzia wspierające realizację tych celów. Dążymy

będziemy oczywiście do umacniania naszej pozycji na rynku, wprowadzania kolejnych innowacyjnych rozwiązań i technologii oraz dalszego systematycznego rozwoju Podkarpackiego Banku Spółdzielczego, jako jednego z największych dziś banków tego sektora w kraju.

Jakie zatem cele stawiają sobie Państwo na bieżący rok?

Checnymy bardzo szybko skonsolidować nasze spółki w jeden holding bankowy. Przekształcimy te podmioty w Spółki Akcyjne. Zakres ich działalności opierać się będzie na wsparciu PBS w usługi okołobankowe. Jednocześnie wykorzystamy ich potencjał do intensywnego budowania sieci w Polsce – zamierzamy skutecznie wyjść poza region Podkarpacia na rynek ogólnopolski. Zaczynamy od sąsiednich regionów – rynku krakowskiego, górnośląskiego, lubelskiego i świętokrzyskiego. Firma, będącą motorem napędowym jest spółka giełdowa PBS Finanse S.A. a w skład holdingu wejdą także PBS Partner (usługi finansowe, ubezpieczenia, kredyty) oraz PBS Leasing.

Są zatem Państwo nie tylko pionierami w zakresie wprowadzania nowoczesnych technologii, bowiem powstający holding to chyba także rozwiązanie, które wprowadzą Państwo jako pierwsi w sektorze bankowości spółdzielczej?

Nie ma na rynku banków spółdzielczych w kraju podobnej struktury organizacyjnej. Jako pierwsi „wyprowadzamy” na zewnątrz pewne usługi okołobankowe, jednocześnie konsolidując podmioty w holding, co zapewni sprawniejsze zarządzanie całym bankiem (np. w zakresie rozwiązań IT, kompleksowości oferty i działań marketingowych).

Polityka rozwoju PBS realizowana jest systematycznie i w każdym zakresie – ofertowym, technologicznym i formalnym. Nasza pozycja i siła stale rośnie, np. jesteśmy już samodzielnym wystawcą i operatorem kilkunastu rodzajów kart bankowych (także zbliżeniowych), nadal stawiamy na rozwój sieci bankomatów z czytelnikiem biometrycznym – pierwszy już funkcjonuje, a kolejne będą pojawiały się głównie w nowych placówkach samoobsługowych. Przed nami także realizacja zmian w ofercie bankowości internetowej, spełniającej oczekiwania klientów oraz wdrożenie zmian w bankowym systemie operacyjnym. To jedna z najważniejszych kwestii, która będzie miała wpływ na wiele następnych lat w zakresie utrzymania najwyższej jakości obsługi klientów, bezpieczeństwa zarządzania finansami i przetwarzania danych.

PBS Bank

Podkarpacki Bank Spółdzielczy

ODSZKODOWANIA Adiutor Centrum Sp. j. wsparciem dla poszkodowanych

Uczciwie profesjonalni

Adiutor Centrum z Wrocławia jest firmą świadczącą pomoc w uzyskaniu odszkodowań. Realizuje ją głównie poprzez reprezentowanie klientów przy dochodzeniu roszczeń od zakładów ubezpieczeń. W tym roku spółka otrzymała nominację do godła „Dobra Firma 2010” w programie Liderzy Społecznej Odpowiedzialności.

Pomysłodawczynią jest Dominika Janek, a asumptem do założenia firmy była skomplikowana droga do uzyskania odszkodowania, jaką przeszła po ciężkim wypadku. Początkowo jej działalność miała charakter społeczny, ale ilość spraw i ich złożoność wymaga-

ła sformalizowania funkcjonowania. Dlatego w 2000 r. założyła firmę Adiutor Centrum, która w 2008 r. została przekształcona w spółkę jawną prowadzoną przez Dominikę Janek wraz z Edytą Ryś i Marcinem Janek. Rozszerzono przy tym działalność



Dominika Janek

o porady prawne, mediacje i szkolenia.

Adiutor oznacza osobę wspierającą, pomocnika. Taką właśnie rolę pełnią właściciele i pracownicy wrocławskiej spółki w niezwykle delikatnej materii, jaką jest wsparcie przy uzyskaniu odszkodowania. Cele te są realizowane poprzez zasady etyki, uczciwości i empatii. Firma opracowała własny kodeks, w myśl którego odżegnuje się od praktyk wykorzystywania sytuacji osób pokrzywdzonych,

szczególnie hospitalizowanych. Innym elementem, na który położono nacisk, są przejrzyste regulacje, dotyczące danych osobowych, co potwierdza zgłoszenie firmy do GIODO.

Własne doświadczenia, szacunek dla ludzi, przejrzystość rozliczeń oraz zapewnienie pomocy w sposób kompleksowy, wyróżnia Adiutor Centrum w gronie firm odpowiedzialnych spo-

łecznie w skomplikowanej specjalności, jaką jest pomoc przy uzyskaniu odszkodowania. Spółka podejmuje także działania non-profit, polegające na zaangażowaniu się w stworzenie zasad, chroniących klientów i zapewniających uczciwą konkurencję.

Klaudiusz Łopatecki

www.adiutorcentrum.pl
ADIUTOR CENTRUM

BRANŻA SPOŻYWCZA TARCZYŃSKI S.A. „Wędliny z Kotła” – Dobry Produkt 2010

Zasmakuj w tradycji

ROZMOWA z Jackiem Tarczyńskim, prezesem zarządu TARCZYŃSKI S.A.

MARIA LEŻUCHA: TARCZYŃSKI S.A. ma już dziś ugruntowaną pozycję na rynku. Od ilu lat Państwo funkcjonują?

JACEK TARCZYŃSKI: Firma powstała ponad 20 lat temu. Założyłem ją wraz z żoną w 1990 roku. Miałem wykształcenie i doświadczenie związane z przetwórstwem mięsnym, energię do działania i wiarę, że właśnie nadeszły odpowiednie czasy dla ludzi przedsiębiorczych. W tym czasie z 4-osobowej firmy stworzyliśmy spółkę, która dziś zatrudnia prawie 1 tys. osób i produkuje wędliny o uznanej jakości w jednym z najnowocześniejszych w Europie zakładów.

W czym upatruje Pan tajemnicę sukcesu swojej firmy? Pod tym względem mam konserwatywne podejście do biznesu – wierzę w ciężką pracę, wytrwałość, waleczność i odwagę. Wiem jednak, że upór niewiele

będzie znaczyć, jeśli po drodze nie napotkamy ludzi, którzy mają potencjał i są godni zaufania. A nawet najlepszy zespół nie osiągnie sukcesu, jeśli rynek nie zauważy, nie zaakceptuje i nie rozsmakuje się w owocach tej wspólnej pracy. Zawsze stawałem do doskonałą jakość, bo wierzę w gust kulinarny Polaków – szczególnie, gdy wchodzimy w obszar słynnych staropolskich przysmaków.

Jakie znaczenie dla Państwa ma nagroda, przyznana przez konsumentów Dobry Produkt 2010?

Najważniejsze dla nas jest to, że konsumenci sami, dobrowolnie zdecydowali, że najbardziej smakują im „Wędliny z Kotła”. Nieskromnie powiem, że to doskonały wybór. Wchodzące w skład linii kielbasy, schab, karczek, szynka czy wędzonka mają przepiękny kolor, który powstaje w wyniku wędzenia dymem olchowo-bukowym, a następnie parzenia w tradycyjnych kotłach – stąd nazwa „Wędliny z Kotła”. Piękny kolor współgra z wyśmienitym, delikatnym smakiem i apetycznym

zapachem. Cieszę się, że te cechy docenili właśnie konsumenci.

Systematycznie przyczyniają się Państwo do zmieniania gustów smakowych Polaków. Jak TARCZYŃSKI S.A. wychodzi naprzeciw ich oczekiwaniom?

Nasz świat się zmienia, a wraz z nim uwidaczniają się nowe trendy, za którymi trzeba podążać. Bezpowrotnie minęły czasy, gdy konsument kupował produkt tylko dlatego, że właśnie w tym momencie był dostępny. Współczesny konsument jest świadomy tego, co chce, co lubi i jakie marki preferuje. Ma zróżnicowane zwyczaje żywieniowe, które trzeba rozpoznać i im sprostać. Moda wkroczyła również do naszego menu, np. teraz modne są dania z drobiu. Od pewnego czasu popularnością cieszą się produkty znane z innych, europejskich stołów, np. wędliny dojrzewające, jak salami czy chorizo, które Polacy pokochali w czasie zagranicznych wojaży. Nieśmiało i z dużą dozą ciekawości konsumenci zaprzyjaźniają się z mięsami egzotycznymi, np. wyrobami ze strusia. Producent



musi być takich zmian świadomym i przygotowanym do zaproponowania konsumentowi tego, czego – czasami podświadomie – szuka.

Jakie cele wyznacza sobie firma na najbliższe lata?

Chcemy zbudować silną grupę TARCZYŃSKI i silny, rozpoznawalny brand TARCZYŃSKI, więc wszystkie nasze ostatnie działania zmierzają do tego. Dziś w skład Grupy wchodzi 3 spółki – Tarczyński, Star-Peck i Dobrosława. Budując Grupę, równolegle pracujemy nad realizacją strategii promocji marki TARCZYŃSKI, która zaczęła się od unowocześnienia logotypu, ujednolicenia etykiet i lepszego brandingu produktu w sklepach.



Reklama

Marka TaoTao laureatem programu „Dobry produkt 2010” w kategorii przyprawy płynne.

Wyróżnieni tą prestiżową nagrodą chcielibyśmy serdecznie podziękować za zaufanie, jakim obdarzyli Państwo nasze produkty, co pomogło nam osiągnąć znaczącą pozycję na rynku.

Zaufanie i uznanie konsumentów jest dla nas najważniejsze. Dziękując, życzymy wielu kulinarnych inspiracji.

TaoTao.pl