

Elita Zarządzania 2008

40 lat minęło...

Rozmowa z **Krzysztofem Szczurowskim**, prezesem SM Bródno w Warszawie, laureata programu Elita Zarządzania 2008.



- To już cztery dekady działalności...

- Spółdzielnia Mieszkanio-
wa Bródno powstała w 1978 ro-
ku w wyniku podziału RSM
Praga. Obecnie składa się z 4
osiedli wyodrębnionych organi-
zacyjnie, będących na we-

wnętrznym rozrachunku gospo-
darczym. Jesteśmy jedną z naj-
większych spółdzielni w kraju:
nasze zasoby zajmują teren 140
ha, liczba członków sięga obec-
nie ok. 25 tysięcy, posiadamy
204 budynki mieszkalne, 290
typowych lokali użytkowych
i 145 lokali uzyskanych przez
adaptację i wygospodarowanie
powierzchni z pomieszczeń
ogólnego użytku oraz 23 lokale
użytkowe na prawach własno-
ściowych, a także 37 lokali na
potrzeby własne - budynki ad-
ministracji, kluby osiedlowe,
pomieszczenia dla potrzeb or-
ganów samorządowych. Ponadto
zasoby obejmują 147 bok-
sów garażowych i 696 stano-
wisk postojowych w wielosta-
nowiskowych lokalach garażo-

wych, zlokalizowanych w bu-
dynkach z nowych inwestycji.

- Mimo upływu lat SM Bródno nadal inwestuje.

- Większość budynków po-
stała w latach 60-70, ale nie
zaprzestaliśmy działalności in-
westycyjnej i w ciągu kilku mi-
nionych lat wybudowaliśmy
ponad 700 mieszkań. Ponie-
waż nie dysponujemy wolnymi
terenami, a chcemy być
konkurencyjnymi na rynku,
gdzie ceny dyktują developpe-
rzy, więc stawiamy nowe bu-
dynki na naszych terenach.
Kolejny problem do rozwiąza-
nia to parkowanie, dlatego
chcemy budować parkingi
wielopiętrowe.

- Nowoczesne administrowa-
nie i planowa gospodarka to

główne atuty zarządu - podkre-
ślają tutejsi ludzie...

- Spółdzielnia jest admini-
strowana zgodnie z rocznymi
planami rzeczowo-finansowymi
uchwalanymi przez Rady Osie-
dli w ramach planów uchwal-
anych przez Radę Nadzorczą,
która nadzoruje wykonanie tych
planów. W tym roku zakończony
został wieloletni program ter-
modernizacji, obejmujący
w pierwszej kolejności docieple-
nie wszystkich budynków, a na-
stępnie modernizację instalacji
c.o., ogrzewanie stropodachów,
wymianę okien i drzwi na klat-
kach schodowych. Spółdzielnia
do 2008 roku dofinansowywała
także wymianę okien przez
członków spółdzielni. Obecnie,
z uwagi na nowelizację ustawy
o spółdzielniach mieszkani-
owych i co za tym idzie brak
środków finansowych na cen-
tralnym funduszu remontowym,
Rada Nadzorczą podjęła decy-
zję o zaprzestaniu przyjmowa-
nia podań o wymianę okien.

- Mieszkańcy chwalą dobrą
komunikację z władzami spół-
dzielni...

- Przez lata działalności
stworzyliśmy sprawny system

obsługi i komunikowania się
z członkami: 2 razy w tygodniu
przyjęcia interesantów odbywa-
ją się do godz. 17.30. Od 1990
roku ukazuje się miesięcznik
„Nasze Bródno” oraz prowadzi-
na jest strona internetowa spół-
dzielni. Wszystkie te działania
umożliwiają szybkie informowa-
nie i załatwianie spraw zgłasza-
nych przez naszych członków.

- Pozytywne opinie dotyczą
również gospodarki terenami
osiedli.

- Zarówno organy samorzą-
dowe spółdzielni, jak i admini-
stracja osiedli dbają o swoje te-
reny. Większość placów zabaw
dla dzieci jest ogrodzona i do-
brze wyposażona. Co roku sad-
zimy nowe krzewy i drzewa,
dlatego Bródno można nazwać
najbardziej zielonym osiedlem
w Warszawie. Corocznie organi-
zujemy konkurs na najpiękniej-
szy balkon i zieleniec, który cie-
szy się dużym zainteresowa-
niem i również ma wpływ na
podniesienie estetyki osiedli. Ja-
ko jedna z niewielu, spółdzielnia
prowadzi działalność oświata-
wo-kulturalną, ogólnie dostępna,
w 6 własnych placówkach -
w tym w 2 spółdzielczych do-

mach konkursy, organizuje liczne
kultury oraz prowadzi akcje
„lato i zima w mieście” dla dzie-
ci. Ponadto udostępniamy lokale
nieodpłatnie oddziałowi
związku emerytów i rencistów,
oddziałowi Miłośników Bródna,
prowadzimy kluby seniora.

- Zasoby i tereny SM Bródno
uważane są za jedne z najatrak-
cyjniejszych w stolicy!

- Na Bródnie mieszka się
bardzo dobrze: jest tu rozwinięta
infrastruktura, nie brakuje
żłobków, przedszkoli, szkół.
Otacza nas piękny park, kom-
pleks leśny, blisko mamy do Za-
lewu Zegrzyńskiego - wspania-
łego akwenu. No i funkcjonuje
doskonała sieć handlowa. Bra-
kuje nam jednego - na co nie
mamy wpływu, chociaż i tu po-
dejmujemy działania w celu
poprawy sytuacji - żeby uatrakcy-
jnić zamieszkanie na Bródnie,
konieczne jest stworzenie przez
władze miasta komunikacji na
poziomie oczekiwani mieszkań-
ców: zbudowanie dwóch mo-
stów przez Wisłę i drugiej linii
metra, a wtedy w całej Warsza-
wie nie będzie lepszego miejsca
do zamieszkania.

Małgorzata Pronobis

Jaja pełne złota

Fermy Drobiu Woźniak to największy w Polsce producent jaj konsumpcyjnych. Obecna produkcja to około 5 800 000 sztuk dziennie. Walory tego produktu doceniają od wielu lat konsumenci w całej Europie, a polscy przyznali im w tym roku Złoty Laur Konsumenta!

Siedzibą Ferm Drobiu
Woźniak są Żylice w wo-
jewództwie wielkopol-
skim. Początek działalności
firmy to 1986 rok. Dziś nie
ma w Polsce i Europie drugiej
tak nowoczesnej i dużej fermy.
Filozofią zarządu spółki jest,
by dostarczać konsumentom
jaja o najwyższej jakości, za-
wsze świeże i smaczne przez
cały rok.

- Naszym priorytetem jest
wyprodukowanie jaj o wysokim
standardzie poprzez dbałość
o higienę drobiu oraz stan sani-
tarny obiektów - mówi Małgo-
rzata Kuriata, dyrektor ds.
handlu i marketingu. - Czuwa
nad tym zatrudniony w naszej
firmie lekarz weterynarii. Stała
kontrola i opieka lekarza, a tak-
że zaangażowanie pracowników
naszej spółki są gwarancją wy-
sokiej zdrowotności i produkty-
wności wszystkich stad.

Fermy Drobiu Woźniak to
duże przedsiębiorstwo, które
swoją działalnością obejmuje
wszystkie etapy produkcji jaj
konsumpcyjnych. Firma posia-
da własne stada rodzicielskie,
od których uzyskuje się jaja
wylęgowe, wylęgarnie, odcho-
walnię kur niosek, kurniki
w których kury znoszą jaja,
sortownie, w których segreguje
się i pakuje jaja oraz magazyny

handlowe. Dopelnieniem dba-
łości o produkt jest stała kont-
rola jakości paszy. Możliwe
jest to dzięki własnej wytwórni
pasz, wyposażonej w laborato-
rium.

Na fermach żyje około
10 000 000 sztuk kur, z czego
60 procent to kury niośki,
znoszące średnio jedno jajo
dziennie.



Kury niośki żyją w halach
produkcyjnych, wyposażo-
nych w nowoczesne klatki,
gdzie zarówno pasza, jak i
woda podawane są automa-
tycznie. Ścisłe kontrolowana
jest również ilość światła na
halach tzw. dzień świetlny.
Znoszone jaja trafiają na ta-

śmę transportową, która prze-
nosi je do sortowni. Tu spe-
cjalistyczne maszyny segre-
gują je pod kątem wielkości,
eliminują słuczki i pakują
w opakowania detaliczne.
W magazynie handlowym od-
bywa się załadunek do samo-
chodów chłodni, które rozwo-
żą jaja do sklepów w Polsce
i Europie.

- Cały proces od momentu
zniesienia przez kurę jaja aż
do jego zapakowania odbywa
się bezdotykowo, czyli bez
udziału rąk ludzkich - dodaje
Małgorzata Kuriata. - Możli-
we jest to dzięki nowoczesnej
technologii produkcji, którą
dysponujemy, a w szczególno-

ści maszynom sortującym typu
OMNIA (to takie branżowe
mercedesy klasy S).

Bardzo ważnym i potrzeb-
nym urządzeniem zainstalowa-
nym w tych maszynach jest
tzw. detektor słuczki. Wy-
chwytuje on i oznakowuje,
a w konsekwencji odrzuca
wszystkie jaja niespełniające
norm handlowych. To bardzo
wydajne i niezawodne urządze-
nie.

Pierwszy kontakt jaj z ludz-
ką ręką następuje w trakcie
wyjmowania ich z opakowań,
najczęściej w kuchni u konsu-
mentów.

Własny transport, w założe-
niu zarządu firmy, jest jednym
z ważniejszych elementów bu-
dowy strategii rozwoju. Dziś
firma posiada ponad 100 aut.
Wśród nich jest 60 samocho-
dów chłodni do przewozu jaj,
20 cystern silosów do przewo-
zu paszy i 30 samochodów do
przewozu zbóż.

- Nasz transport zapewnia
optymalne warunki przewozu
naszym produktom, dodatkowo
gwarantuje dostarczenie ich do
klienta w odpowiednim czasie -
wyjaśnia Małgorzata Kuriata.

Fermy Drobiu Woźniak to
dziś największy producent jaj
w Polsce. Statystycznie, co
siódmy Polak każdego dnia
zjada jajo wyprodukowane
w tej firmie.

Produkty Fermy Woźniak
trafiają do większości europej-
skich państw. Sprzedaż wiąże
się jednak ze specyfiką gustów
europejskich klientów. Skandy-
nawscy konsumenci kupują ja-
ja na kilogramy. W innych
państwach powroźeniem cie-
szą się jaja sprzedawane na



szuki. Jedni konsumenci wy-
bierają pakowane po 6, inni po
12 lub 15 sztuk. Polacy zwykle
wybierają opakowania zawiera-
jące 10 jaj. W okresie świątecz-
nym powodzeniem cieszą się
z kolei opakowania większe -
po 30 lub 60 sztuk.

Zaawansowane technologicz-
nie rozwiązania wdrożone
w Fermach Drobiu Woźniak

sprawiają, że nie ma problemu
z dostosowaniem opakowań do
gustów klientów. Wyróżniają się
one bogactwem asortymentu
i niepowtarzalnym designem.

W uznaniu za smak i jego
niepowtarzalność smakosze
przyznali jajom pochodzącym
z Ferm Drobiu Woźniak Złoty
Laur Konsumenta 2008.

Dariusz Kwiatkowski

Według danych GUS, w 2007 roku statystyczny Polak spożył 215-216 świeżych jaj. To niewiele w porównaniu do statystycznego mieszkańca Unii Europejskiej. Jednak i tak znacznie więcej w porównaniu do statystycznego Portugalczycy.

Średnie spożycie jaj w UE - 233 szt.			
Francja	- 248 szt.	Chiny	- 285 szt.
Hiszpania	- 320 szt.	USA	- 254 szt.
Grecja	- 240 szt.	Portugalia	- 150 szt.

Średnio Fermy Drobiu Woźniak produkują dziennie 5 800 000 jaj.
Żyje w nich ok. 10 mln kur.
Zamieszkuje one 130 kurników.
Miesięczna produkcja: 174 000 000 szt.
W 2008 roku FDW wyprodukują: 2 000 000 000 szt. jaj.
Gdyby wszystkie te jaja ułożyć jedno za drugim, to miesięczna produkcja opłotłaby kulę ziemską po równiku ponadtrzykrotnie!

Z każdym dniem coraz lepsi

W ostatnich latach Electrolux Poland w Siewierzu zbudował kilka nowych hal produkcyjnych, magazyn wyrobów gotowych i nowoczesną lakiernię. Zainwestował też w narzędzia do produkcji komponentów. Dziś zakład należy do najnowszych w koncernie Electrolux, na dodatek jedynym produkującym suszarki. Za wdrożenie innowacyjnych rozwiązań, progresywną politykę i dynamiczny rozwój fabryka została uhonorowana tytułem EU Standard.

Firma przeniosła swoją siedzibę z Myszkowa do Siewierza w 2000 r. Wcześniej znajdowały się tam jedynie dwa magazyny. Koncern zainwestował w ich przebudowę, a także zbudował nowoczesne, przestronne hale produkcyjne. Dziś spółka dysponuje halami o powierzchni 34 tys. metrów kwadratowych i 15 tys. metrów kwadratowych magazynu wyrobów gotowych.

- Mamy własne laboratorium, w którym kontrolujemy i badamy nasze produkty - mówi Werner Gundel, Plant Manager Electrolux Poland Sp. z o.o. - Ich celem jest stałe podwyższanie jakości naszych wyrobów.

W siewierskiej fabryce Electrolux pracuje 1 050 pracowników. W ubiegłym roku zakład opuściło 1 050 000 sztuk suszarek. W tym roku liczba ta będzie podobna. Prawie 70 procent komponentów użytych do produkcji pochodzi od polskich dostawców. Dbałość o jakość i wykorzystywanie sprawdzonych podzespołów sprawiły, że w ciągu ostatnich pięciu lat znacznie zmniejszyła się liczba wezwań serwisowych (SCR). Dziś jest to jedynie 3,3 procent, a należy do najlepszych w całym koncernie. Dzięki bardzo wysokim kwalifikacjom pracowników oraz wykorzystaniu nowoczesnych maszyn i urządzeń efektywność produkcji zwiększyła się o 50 procent.

- W krajach starej Unii suszarka ma statystycznie 40 procent gospodarstw domowych, w Polsce jest to aż 10 razy mniej - dodaje Werner Gundel. - Wprawdzie w ubiegłym roku na polskim rynku sprzedaż suszarek podwoiła się, to jednak na osiągnięcie poziomu

nasylenia takiego, jak np. w Niemczech czy Wielkiej Brytanii trzeba poczekać jeszcze przynajmniej kilka lat.

Innowacyjność - drugie imię

Electrolux rozpoczął w 2004 roku produkcję suszarki z innowacyjnymi, unikalnymi rozwiązaniami technicznymi. Suszarka CRM to urządzenie łączące funkcje odświeżania (refresh) odzieży - np. koszul biznesowych, suszenia i prasowania. Przez kolejne trzy lata rozwiązanie to było jedynym produkowanym przez firmy

w domach nabywców w krajach UE, Brazylii, Korei, Tajlandii czy Egiptu.

Jakość w każdym calu

W siewierskim przedsiębiorstwie od dwóch lat wprowadzony jest system standaryzacji wzorowany na rozwiązaniu opracowanym w Toyota Manufacturing. Jego celem jest stałe ulepszanie procesów i wyrobów, dążenie do doskonałości we wszystkich sferach działalności firmy.

- Prowadzimy te działania przede wszystkim po to, by móc



z branży. Konkurencyjny model pojawił się dopiero w 2007 roku.

- CRM to trzy urządzenia w jednym: suszarka, żelazko, odświeżanie - wyjaśnia Artur Felisiak, szef departamentu jakości. - Innowacyjnym produktem jest też HP - pierwsza i jedyna na świecie suszarka do bielizny w klasie energetycznej A, wykorzystująca efekt pompy ciepła.

Electrolux od lat słynie z innowacyjnych rozwiązań. Decyduje o tym wiele elementów. Przede wszystkim: najwyższa jakość w odpowiednim czasie, utrzymanie ceny na poziomie satysfakcjonującym dla klienta.

Suszarki z siewierskiej fabryki sprzedawane są głównie poza granice Polski. Aż 99 procent wyrobów znajduje się

oferować odbiorcom towary o jak najwyższej jakości i najlepszych właściwościach, na dodatek dostarczanych im w wyznaczonym terminie i jak najkorzystniejszej cenie - wyjaśnia Werner Gundel. - Nasze hasło to „EMS (Electrolux Manufacturing System) to droga do doskonałości”.

Electrolux to również dobre miejsce pracy.

- Ludzie o bardzo wysokich kwalifikacjach decydują o naszym sukcesie - dodaje Artur Felisiak. - Nasz wspólny sukces nosi imiona każdego z pracowników. Poważamy wszystkich ludzi zatrudnionych w firmie. Satysfakcjonujące jest też to, że wiele osób jako miejsce pracy wybiera naszą spółkę.

Magdalena Pandzioc

REKLAMA

Sam decydujesz
ile kredytu firmowego w rachunku,
a ile na karcie kredytowej

TAK POWINNO BYĆ W KAŻDYM BANKU

W LUKAS Banku właściciele firm sami decydują jak rozdzielić przyznany kredyt w rachunku firmowym, a kartę kredytową. Wypierasz jeden wkład - korzystasz z dwóch kredytów. Przejrzyj do nas.

www.KontoBiznes.pl
LUKASlinia o 801 333 666
(opłata za połączenie wg stawki operatora)

Dokonywać usługi produkcji

Poznańska firma Ster ugruntowuje politykę dalekosiężnych działań. Producent foteli dla branży automotive wciąż inwestuje w nowości, badania i rozwój. Staje się liderem globalnym, pozyskując z roku na rok liczniejszą grupę odbiorców w Polsce oraz poza jej granicami - głównie dzięki elastyczności procesów produkcyjnych.

Ster Sp. z o.o. to jeden z najmłodszych w Europie, ale prężnie rozwijających się czołowych dostawców siedzeń oraz foteli pasażerskich stosowanych w autobusach, mikrobusach i tramwajach. Fotele firmy Ster spełniają warunki określone przez dyrektywę Unii Europejskiej, a także Białej Księgi w USA. Jakość produktów doceniają zarówno partnerzy biznesowi branży automotive, jak również - a może przede wszystkim - końcowi odbiorcy, czyli klienci. Wyroby z Poznania trafiają bowiem nie tylko na rynki europejskie, ale także do Kanady, Stanów Zjednoczonych, Islandii czy Izraela oraz rynki wschodnie. Myśl techniczną, a także naśladow-

nictwo wyrobów Steru spotkać można nawet na rynku hinduskim, chińskim i tureckim.



Aktualnie finalizowana inwestycja to nowoczesny zakład produkcyjny w Szamotułach. Zastosowane znajdują tu najnowsze w swojej kategorii na świecie maszyny oraz urządzenia. - Ze względu na bardzo dynamicznie zmieniający się rynek, wykorzystujemy w proce-

sach funkcjonowania najnowocześniejsze technologie - mówi Maciej Szymański, prezes zarządu Ster Sp. z o.o. - Zrezygnowaliśmy z tradycyjnych metod cięcia blach, robimy to przy użyciu laserów. Pozwala to na elastyczność, a także daje możliwość szybkiego dostosowania się do indywidualnych potrzeb klientów. Stosowane technologie - zgrzewanie, roboty spawalnicze, klejenie - wymagają niekonwencjonalnych sposobów organizacji produkcji. Na bieżąco staramy się temu sprostać.

Spółka Ster posiada własny Ośrodek Badawczo-Rozwojowy, w którym grupa zaangażowanych pracowników zajmuje się badaniami i rozwojem produktów. To klient indywidualnie określa swoje potrzeby,

a firma w miarę swego potencjału wytwórczego, jak również konstrukcyjnego stara się zrealizować jego marzenia oraz wymagania. W myśl zasady prezesa spółki: firma nie produkuje, lecz dokonuje usługi produkcji.

Spełniać marzenia klientów - dzięki ludziom

Szereg oryginalnych i opatentowanych rozwiązań konstrukcyjnych, ciągłe prace badawczo-rozwojowe oraz systematyczne udoskonalanie technologii pozwoliło wypracować jakość wyrobów na najwyższym, światowym poziomie. Firma położyła ponadto spory nacisk na ekologię: biorąc pod uwagę całość procesów eksplo-

atycznych wytworzonych produktów, spółka zatroszczyła się o to, by po latach mogły być przetworzone, a także w znacznej części wykorzystane ponownie.

Spółka współpracuje z uczelniami i instytucjami naukowymi w zakresie przyjmowania studentów na praktyki, a także wykorzystywania nowości technicznych, nad którymi pracują naukowcy. Jest wciąż otwarta na nowości oraz chętna do współpracy w tej dziedzinie. Bierze także czynny udział w edukacji studentów w zakresie praktycznego wykorzystania systemów CAD i CAM, a najzdolniejsi z nich mają możliwość zatrudnienia w firmie. Są jej bardzo potrzebni, bowiem dzięki nim osiąga się zarówno jakość, innowacyjność, niezawodność, zaangażowanie, jak i elastyczność z wyczeraniem na oczekiwania klientów. - Gdy następuje zjednoczenie tych celów i wartości, zwykli ludzie osiągają niezwykle rezultaty - podkreśla Maciej Szymański. -

Wiedza i zaangażowanie pracowników jest najcenniejszym zasobem firmy i jej siłą napędową. Stworzenie zmotywowanego zespołu ludzi niekonwencjonalnie myślących, zapewnienie im dróg rozwoju to prawdziwe wyzwanie, a to oznacza sukcesy teraz i na przyszłość.

Oprócz systematycznie już wdrażanych programów spółka wyznaczyła kolejne kierunki rozwoju. Jednym z nich jest rozpoczęcie procesu badawczego dotyczącego podniesienia odporności produktów na palenie. Drugi z programów badawczych dotyczyć ma jeszcze większej poprawy komfortu podróżowania pasażerów i kierowców. - Godło EU Standard 2008 to dla nas wielka satysfakcja z uznania przez organy niezależne i niebędące fachowcami z branży. Potwierdza tylko słuszność obranej przez nas drogi: tworzenia nowych kierunków rozwoju na podstawie marzeń naszych klientów - sumuje prezes Szymański.

Anna Ręczkowska

Soraya: jak pięknie dziś wyglądasz!

Z Jarosławem Cybulskim, dyrektorem generalnym Soraya S.A., rozmawia Michał Czyczyłło.



- Jak przyjął Pan wiadomość, że marka Soraya nagrodzona została ponownie Złotym Laurem Konsumenta 2008 w kategorii „Kosmetyki Białe”, oraz po raz pierwszy tym prestiżowym wyróżnieniem w kategorii „Kosmetyki do pielęgnacji ciała”?

- Pierwsza moja reakcja to oczywiście radość. Złoty Laur Konsumenta w kategorii „Kosmetyki Białe” otrzymujemy już po raz czwarty począwszy od 2004 roku. To z pewnością wyraźny i czytelny sygnał, że linia Beauty Creator raz po raz zdobywa popularność, dalej podbija serca naszych konsumentek. Soraya jest jedną z najczęściej wybieranych marek w kosmetykach do cery dojrzałej. Jeśli zaś chodzi o Złoty Laur Konsumenta w kategorii „Kosmetyki do pielęgnacji ciała”, to musimy przyznać, że byłem mile zaskoczony tak dużą popularnością naszych preparatów uzyskaną w tej kategorii. W maju bieżącego roku wprowadziliśmy nowocześniejszą linię balsamów Summer Slim o działaniu silnie wyszczuplającym. Zaproponowaliśmy klientom pięć balsamów wyszczuplających dostosowanych do różnych, indywidualnych potrzeb skóry. Każdy z nich wykazuje inne, podwójne działanie, na przykład: wyszczuplające i głęboko nawilżające lub ujędrniające i brzościące. Cztery zostały oparte na czystej, krystalicznej kofeinie, która stymuluje przemianę materii i spalanie tłuszczu, redukując zaokrąglenia oraz na drugim składniku aktywnym o kierunkowym działaniu pielęgnacyjnym. Two-

ską stosowaną już przed dziesiątkami lat w medycynie plemion afrykańskich. Jest ona silnym antyoksydantem, podnosi sprężystość i elastyczność skóry, nawilża i odżywia. Oprócz właściwości odmładzających, przypisywano jej magiczną moc władania demonami, wynikało to zapewne z faktu, iż kwiat kigeli otwiera się w nocy i jest zapylany przez nietoperze.

- A skąd, Pana zdaniem, tak duża popularność Waszych produktów, wciąż rosnące uznanie konsumentów i ich przywiązanie do marki Soraya?

- Tworzymy produkty dla kobiet i ich zdanie jest dla nas najważniejsze. W tym celu nieustannie wsluchujemy się w głosy i opinie płynące bezpośrednio z rynku. Staramy się błyskawicznie reagować na potrzeby naszych konsumentek, czego wyrazem jest m.in. rozszerzenie portfolio Summer Slim o cztery nowoczesne wyszczuplające żele pod prysznic z krystaliczną kofeiną oraz antycellulitowy korektor kofeinowy do ciała. Dzięki temu każda nasza klientka, nie wychodząc z domu, może przeprowadzić skuteczną i kompleksową kurację wyszczuplającą. Żele pod prysznic, oprócz wstępnego działania wyszczuplającego, zawierają wyciąg z trawy cytrynowej oraz ekstrakty owocowe z moreli, grejfruta i melona, które orzeźwiają, dostarczają energii i witamin. Antycellulitowy korektor kofeinowy do ciała to silnie działający, skoncentrowany preparat w tubkach, którego efekty widzimy już po 14 dniach kuracji. Blokując ponowny wzrost komórek tłuszczowych i zapobiegając efektowi jo-jo. Kobiety nie noszą stagnacji. Wprowadzając nowości, nie dajemy szans monotonii i pozwalamy im odkrywać się na nowo. Drugim, również ważnym moim zdaniem, powodem uznania i przywiązania konsumentów do marki Soraya jest tradycja zachowana

- A gdzie tkwią kluczowe atuty samej marki, które powodują, że jest tak znakomicie odbierana na zewnątrz?

- Przede wszystkim innowacyjność, którą doceniają najbardziej wymagające klientki. Naszą strategią jest wyznaczenie trendów, wprowadzanie na rynek krajowy i światowy nowości w kosmetyce. Dzięki obecności w międzynarodowym koncernie mamy stały dostęp do know-how. Prowadzimy badania w Dziale Badań i Rozwoju w Chicago, Laboratorium Badawczym w Sztokholmie, Anglii oraz naszym Europejskim Dziale Badań i Rozwoju w Radzynie. Często posiadamy w ofercie kosmetyków technologię bądź substancję aktywną, o której inne instytucje badawcze zaczynają dopiero dyskutować. Naszym atutem jest również wysoka skuteczność preparatów wynikająca ze starannie dobranych substancji czynnych, poparta licznymi badaniami aplikacyjnymi. Wszystkie kosmetyki są tworzone przez zespół specjalistów z dziedziny chemii, biotechnologii i medycyny, a nie przez fachowców od marketingu i reklamy. Muszą

- Soraya specjalizuje się w preparatach do pielęgnacji twarzy, dlatego nieustannie koncentrujemy się na umacnianiu tej kategorii. Na pewno dużo aktywności poświęcimy serii Beauty Creator oraz linii Colour Care, która zyskała duże uznanie wśród artystów. Późną jesienią wprowadzimy na rynek prawdziwy hit, który powstał na kanwie wieloletniej współpracy z gwiazdami telewizyjnymi i ludźmi estrady jako odpowiedź na ich potrzeby. Nie mogę obecnie ujawnić szczegółów, ale jestem przekonany, że będzie to wielkie wydarzenie na rynku kosmetycznym.

- Dlaczego wśród tyłu marek na rynku warto sięgnąć po produkty Soraya?

- Odpowiem na to pytanie, przywołując pewną prawdziwą historię, którą obecnie cytuję jako anegdotę: podczas zasłużonego wypoczynku na jednej z odległych od kraju plaż, zauważyłem leżący przy leżaku turystyki kosmetyk do opalania marki Soraya. Zdziwienie było podwójne, ponieważ kobieta nie mówiła po polsku. Nawiązałem rozmowę. Okazało się, że od lat stosuje ona nasze preparaty, które systematycznie

witamin i minerałów oraz związanych z tym dolegliwości. Dział Badań i Rozwoju Soraya stworzył więc dziesięć różnych programów pielęgnacji kompleksowej, w których siła działania kosmetyków wzmocniona jest działaniem preparatów od wewnątrz. Substancje aktywne zawarte w suplementach są starannie dobrane do konkretnych po-

ści standaryzowanych ekstraktów ziołowych. Dodam, że Cederroth tworzył leki od 1978 roku i jest nr 1 w Skandynawii na rynku preparatów ziołowych. Rozwój firmy daje pracownikom możliwość pogłębiania wiedzy oraz kariery zawodowej. Wielu z nich pracuje u nas bardzo długo, wiążąc wykonywane zajęcie z życiową pasją. Dzięki temu two-



trzeb lub problemów skóry, a połączenie ich z siłą aktywnych kosmetyków daje gwarancję wysokiej skuteczności.

- Firma powstała w 1984 roku jako polskie prywatne przedsiębiorstwo, które z małej firmy urosło w dużą, międzynarodową organizację. A jak wygląda bieżąca sytuacja firmy na tle branży?

- Obecnie zatrudniamy 360 osób, ale ta ilość ciągle wzrasta w związku z dynamicznym rozwojem kolejnych kategorii produktów. Przez ostatni rok rozwinęliśmy kosmetykę profesjonalną Soraya Professional oraz sieć gabinetów patronackich i otrzymaliśmy prestiżową nagrodę Eksperta Urody 2007. Systematycznie umacniamy swoją pozycję na rynku farmaceutycznym produktami Pharbio, Salvequick oraz programami Maxima. Biorąc przykład z naszego skandynawskiego partnera, jeszcze więcej uwagi poświęcamy ochronie środowiska, a tworząc kosmetyki szukamy inspiracji w naturze i jej owocach. Z dumą wprowadziłem do polskich aptek produkty Pharbio, takie jak: Femal, Biofer, Calmina, Relana czy Longo Vital, które powstały na bazie wysokiej jako-

rzmy zgrany zespół, w którym każde ogniwo ma swoją wartość. Nagroda „Solidny Pracodawca Branży Kosmetycznej 2007 roku” umacnia nas w tym przekonaniu.

- Konkurencją na krajowym rynku kosmetycznym jest bardzo duża. Jak Pan postrzega na nim pozycję Sorayi?

- Jesteśmy firmą stabilną, o ugruntowanej pozycji. Oferujemy szeroki asortyment produktów i we wszystkich kategoriach osiągamy wzrosty sprzedaży. Dbamy o jakość produktów i bezpieczeństwo naszych klientów. Kierując się etyką, nie obiecujemy rzeczy niemożliwych. Jesteśmy marką docenianą i wiarygodną, a zaufanie konsumentów potwierdzają liczne nagrody i wyróżnienia. Jestem spokojny o przyszłość Sorayi.

- Na koniec zadam może nieco trywialne, ale ważne pytanie: Co, według Pana, jest w tej branży najistotniejsze i przynosi sukces?

- Nasz sukces to przede wszystkim ludzie - ich zaangażowanie, wartości, pasja i wiedza, które pozwalają nam tworzyć produkty o bardzo wysokiej jakości.

- Dziękuję za rozmowę i życząc dalszych sukcesów.



być bowiem wysoce skuteczne i bezpieczne, a nie tylko dobrze wyglądać i łatwo się sprzedawać. Uwzględniamy światowe tendencje, mając jednocześnie na uwadze potrzeby ludzi sceny, z którymi współpracujemy. Dzięki temu powstają preparaty, które natychmiast po wprowadzeniu zyskują ogromną popularność i stają się nieodzownym elementem kobiecej pielęgnacji czy upiększania. Jako przykład mogę podać Colour Care - bazy silikonowe, bez których większość kobiet nie wyobraża sobie kompletnego makijażu. Dzięki zawartości najnowszej generacji elastomerów i silikonów bazy wyglądają niedoskonale skóry, optycznie tuszują zmarszczki, stanowią szeroko pojętą ochronę skóry oraz przedłużają trwałość makijażu. Respektując potrzeby różnych typów cery, wprowadziliśmy dwie wersje tego produktu - dla cery suchej i bardzo suchej oraz normalnej i mieszanej. Kolejnym hitem okazały się Colour Care Makeupy Sceniczne - Idealnie Kryjący oraz Długotrwale Matujący, łączące trwałość makijażu z intensywną pielęgnacją.

- O jakie produkty zamierza się poszerzyć w najbliższym czasie ofertę kosmetyków?

przysłała jej przyjaciółka z Polski. Zapytana, dlaczego wybrała Sorayę, odpowiedziała z uśmiechem: „Lubię, patrzę w lustro, powiedzieć do siebie: - Jak pięknie dziś wyglądasz!”.

- Czym wyróżnia się oferta Waszych produktów od kosmetyków innych marek dostępnych na rynku?

- Doceniamy osiągnięcia konkurencji, ale mamy własną koncepcję i wizję przyszłych produktów. Nie powielamy schematów, lecz budujemy własne wzorce. Korzystając z niezwykle rozwiniętej sieci badawczej, kontaktu z gabinetami kosmetycznymi oraz współpracy ze sławnymi ludźmi, kreujemy nowe, innowacyjne rozwiązania. Otwarcie na to, co dzieje się w świecie, staramy się analizować przemiany, którym ulegają wszystkie dziedziny życia i odpowiadać na potrzeby naszych konsumentów. W duchu tej filozofii powstała koncepcja nowej kategorii produktów Health&Beauty - pielęgnacji maksymalnej, kompleksowej. Współczesny świat zdominował bowiem pośpiech, a jednocześnie kult idealnego wyglądu. Brak czasu na racjonalne odżywianie i sięganie po przetworzoną żywność grozi powstawaniem niedoborów



rzając tę linię kosmetyków, wykorzystaliśmy sprawdzoną moc naturalnych ekstraktów roślinnych z zielonej kawy, białej herbaty, aloesu czy bogatych w substancje odżywcze kielków pszenicy. W jednym z balsamów - zamiast wyszczuplającej kofeiny - zastosowaliśmy, zresztą po raz drugi po balsamie Body Lifting do biustu i ciała, kigelię afrykań-

od prawie 20 lat w linii Kologen + Elastyna. Przez te wszystkie lata, podążając za duchem czasu, formuła kremów ulegała oczywiście unowocześnieniu, ale idea serii pozostała bez zmian. To nasz produkt sztanदारowy, znak rozpoznawczy i powód do dumy, gdyż mimo upływu lat linia ta cieszy się niesłabnącą popularnością.



Edyta Herbuś - wielokrotna mistrzyni tańca, aktorka, twarz marki Soraya

Gratulujemy Pani Edycie zajęcia 1 miejsca w tanecznym konkursie Eurowizji!!! Życzymy dalszych sukcesów i mamy nadzieję, że w Glasgow towarzyszyły Jej nasze kosmetyki sceniczne.



Małgorzata Foremniak - jedna z najbardziej znanych polskich aktorek filmowych i teatralnych została ambasadorem marki Soraya.

Jesteśmy dumni, że tak urodzona aktorka i piękna kobieta zgodziła się reprezentować naszą markę kosmetyczną. Podziwiamy niekwestionowany talent i urok Pani Małgorzaty oraz Jej ogromne zaangażowanie w działania charytatywne na rzecz potrzebujących. Jesteśmy przekonani, że nowa twarz będzie dla nas inspiracją w dążeniu do doskonałości.

Przyszłość z Grabex-em

Pszczynska spółka Inter-Grabex Logistic jest jednym z najszybciej rozwijających się przedsiębiorstw w sektorze logistycznych usług outsourcingowych na południu Polski. - *Posiadamy nowoczesne zaplecze logistyczne, dostosowane do standardów Unii Europejskiej. W najbliższym czasie oddamy do użytku nową halę magazynową o powierzchni 10 tys. m² - wyjaśnia prezes Marcyn Grabka.*

Firma świadczy usługi w zakresie magazynowania, kompleksowej obsługi logistycznej, a także dystrybucji krajowej oraz międzynarodowej. Zaawansowane technologie stosowane w centrach logistycznych spółki, mieszczących się w Pszczynie i Bielsku-Białej, stwarzają warunki pozwalające na profesjonalną realizację obsługi na najwyższym poziomie. - *Oferujemy rozwiązania dostosowane do konkretnych wymagań klientów - mówi prezes Grabka. Magazyny spółki spełniają wymagania niezbędne dla zachowania płynności procesów logistycznych, ponieważ dysponują nowoczesnym transportem wewnętrznym, a także ruchomymi doki z zadaszeniem. W pełni skomputeryzowane zarządzanie stanami magazynowymi gwarantuje całkowite bezpieczeństwo i pełną kontrolę nad towarami znajdującymi się w magazynach. Inter-Grabex Logistic stawia na rozwój, planując kolejne inwestycje w obu centrach logistycznych. Docelowo firma będzie dysponowała łączną powierzchnią magazynową 70 000 m². Na uwagę zasługuje jeden z działów firmy, zajmujący się copackingiem, w którym odbywa się konfekcjonowanie towarów. Usługa ta polega na zmianie parametrów opakowań jednostkowych, tworzeniu zestawów promocyjnych oraz umieszczeniu kodów kreskowych na towarze. Spółka mocno inwestuje w jakość i bezpieczeństwo. Wdrożono system zarządzania jakością spełniający wymagania norm EN ISO 9001:2000 oraz zasady systemu HACCP. - *Naszym klientom zapewniamy pełną odpowiedzialność za powierzony ładunek, ubezpieczenie towaru podczas transportu, a także dobór przewoźników oraz optymalnej trasy przewozu - podkreśla prezes.**

Bogusław Labuszka

**I-G
LOGISTIC**

INTER-GRABEX LOGISTIC
SP. Z O.O.
www.iglogistic.pl

Odlew na miarę światową

Przedsiębiorstwo Innowacyjno-Wdrożeniowe „Wifama - Prexer” Sp. z o.o. zakresem swojej działalności obejmuje obecnie Europę, Azję oraz Amerykę Północną.

Od wielu lat jest dostawcą z zakresu odlewnictwa ciśnieniowego aluminium oraz obróbki skrawaniem dla największych światowych koncernów. - *Inwestycje, które cały czas realizujemy, pozwalają nam spełniać oczekiwania najbardziej wymagających klientów - ocenia prezes zarządu spółki Andrzej Tarczyński.*

Początki Zakładów Mechanicznych „Wifama” sięgają 1926 roku. Nazwa „Wifama” (Widzewska Fabryka Maszyn Włókienniczych) pojawiła się po raz pierwszy w 1946 roku, a sam zakład powstał po wydzieleniu go z kombinatu włókienniczego Widzewskiej Manufaktury. W sierpniu 1997 roku pozostałości po zrujnowanej fabryce zostały wykupione przez prywatnych udziałowców, właścicieli Przedsiębiorstwa Innowacyjno-Wdrożeniowego „Prexer - Projekt” Sp. z o.o. - *Do chwili obecnej „Wifama” przeszła szereg przekształceń zarówno co do wielkości, wyposażenia, jak i profilu produkcji - wyjaśnia prezes zarządu. Przedsiębiorstwo Innowacyjno-Wdrożeniowe „Wifama - Prexer” Sp. z o.o. od 5 lat konsekwentnie realizuje program przekształcenia przedsiębiorstwa w centrum innowacyjno-wdrożeniowe, proponując klientom kompleksowe opracowanie, wdrożenie i uruchomienie projektów opartych o technologię odlewnictwa ciśnieniowego i obróbki skrawaniem. - Kierunek ten został przyjęty przez spółkę jako odpowiedź na zauważone przez nas zapotrzebowanie rynku - wyjaśnia prezes. Spółka*

zdecydowała się także na zastosowanie i wdrożenie specjalistycznego oprogramowania komputerowego do kompleksowej obsługi firmy, co rozwija m.in. jej możliwości informacyjne i komunikacyjne, a w efekcie przynosi wzrost liczby klientów i ich zadowolenia ze współpracy. Aktualnie firma przygotowuje nową innowacyjną technologię, polegającą na wieloetapowym opracowaniu i wdrożeniu do produkcji wyrobów dla branży motoryzacyjnej i lotniczej. Proces ten będzie się składał z trzech etapów, które poparte są analizą wskaźników produkcji. Podczas realizacji tego przedsięwzięcia spółka współpracuje z uczelniami wyższymi, co daje możliwość przeprowadzenia symulacji za pomocą najnowszej technologii projektowania. PI-W „Wifama - Prexer” Sp. z o.o. od lat stawia na jakość. - *W firmie został wdrożony Zintegrowany System ZJiS zgodny z wymaganiami norm PN-EN ISO 9001:2001, PN-EN ISO 14001:2005, AQAP 2110:2003, oraz wdrażany ISO/TS 16949:2002, na który firma posiada zaświadczenie na zgodność systemu - tłumaczy Piotr Nycz, członek zarządu, dyrektor ds. jakości i rozwoju.*

Przyjęta polityka dotycząca jakości i środowiska określa minimalizację oddziaływania na otoczenie jako jednego z głównych celów spółki - wyjaśnia. - *Za wzorową politykę jakościową firma została wyróżniona godłem EU Standard. To nie jedyna nagroda, jaką możemy się pochwalić. Firma w maju 2008 roku otrzymała z rąk Prezydenta Miasta Łodzi nagrodę „Lider Nowoczesnych Technologii*

2008” w kategorii duże przedsiębiorstwo, dołączając do bardzo prestiżowego grona laureatów konkursu. Jednocześnie nadal staramy się realizować projekty poprzez pozyskiwanie nowych klientów krajowych i zagranicznych, stawiających przed nami wymagania nie tylko cenowe, ale i jakościowe - podsumowuje dyrektor marketingu spółki Marcin Klos.

Bogusław Labuszka

IDRA 700 - Maszyna jest nowym nabytkiem firmy. W jej skład wchodzi kompletna cela o najwyższym stopniu zaawansowania technologicznego w odlewnictwie ciśnieniowym wraz z robotem odbierającym. - *Barczo istotnymi, a nawet można powiedzieć fundamentalnymi czynnikami, pozwalającymi osiągnąć najwyższą jakość odlewu, są parametry wtrysku, charakterystyka formy, temperatura procesu i charakterystyka stopu. Dlatego niezwykle ważnym jest, aby prędkość i ciśnienie były stałe ze strzału na strzał w ramach zdefiniowanych wcześniej limitów - wyjaśnia Włodzimierz Klupś, główny inżynier firmy, odpowiadający za uruchomienie maszyny. Uczestnictwo inżynierów przedsiębiorstwa w spotkaniach z przedstawicielami producenta maszyny oraz wybór rozwiązań odpowiadających wysokim wymaganiom kontrahentów spółki pozwoliły na przeprowadzenie badań i wdrożenie nowoczesnych rozwiązań projektów, których realizacja nie byłaby możliwa przy użyciu przestarzałego parku maszynowego, z uwagi na wymagania techniczne, jakie np. niesą za sobą zlecenia z branży motoryzacyjnej i lotniczej.*



Sipahh™: obudź mleko!

Firma Next Point wdrożyła na polski rynek unikatowy, bezkonkurencyjny produkt - słomkę do picia mleka Sipahh™. Jest ona wypełniona specjalnymi granulami, które rozpuszczając się, nadają mleku pyszny smak i pozwalają odkryć w nim to, co najlepsze.

Innowacyjna słomka Sipahh™ sprawia, że przełamana zostaje monotonia picia mleka. Produkt zaspokaja bowiem dwa podstawowe warunki, takie jak: zabawa oraz różnorodność smaku. A jest w czym wybierać, ponieważ wprowadzone zostały słomki truskawkowe, karmelowe, czekoladowe

portera słomki Sipahh™. - *Jest ona wielkim sprzymierzeńcem rodziców, którzy teraz w łatwy sposób mogą przekonać swoje pociechy do picia mleka.*

Firma nieustannie rozwija dystrybucję, negocjuje z dużymi hipermarketami oraz wzmacnia współpracę z siecią restauracji McDonald's, która dodaje słomkę do swoich zestawów Happy Meal®. Unikalność produktu generuje wysoki wzrost sprzedaży, który w porównaniu do

roku ubiegłego zwiększył się już o 40%. - *Naszą ideą jest wdrażanie produktów oryginalnych. Łączy się to oczywiście z ryzykiem, bo nie mamy pewności, czy rzecz przyniesie zysk, ale wolimy to, niż bycie dystrybutorem kolejnego, pospolitego produktu. Chcemy przełamać rynek oraz wprowadzać wyroby bezkonkurencyjne - opowiada Krzysztof Milan.*

Next Point Sp. z o.o. jest wyłącznym importem słomki Sipahh™ na rynku polskim, chronionej patentem na całym świecie.

Joanna Drzazga



we, a ostatnio także biszkoptowe oraz waniliowe. Wystarczy więc włożyć słomkę do mleka, by natychmiast poczuć ulubiony smak mlecznego napoju. Pomysł na tę nowość przyszedł aż z Australii i w chwili obecnej dostępny jest w ponad 100 krajach na świecie.

Opracowana przez Next Point strategia promocyjno-marketingowa sprawia, że popularność produktu w Polsce ciągle rośnie, a sami konsumenci uznali go Odkryciem 2008.

- *Sipahh™ sprawia niesamowitą radość dzieciom - mówi Krzysztof Milan, dyrektor marketingu firmy Next Point Sp. z o.o., im-*

INNÉOVacyjne nutrikosmetyki

Laboratoria Innéov, pracując wspólnie z ekspertami w dziedzinie żywienia i dermatologii - firmami Nestlé oraz L'Oréal, stworzyły nowe podejście do piękna - nutrikosmetyki. To kosmetyki alternatywne, które aktywują od wewnątrz biologiczne zasoby skóry. Konsumenci uznali preparaty Innéov Odkryciem Roku 2008.

Innéov Polska istnieje na rynku od 2004 roku. Jest oddziałem francuskiej firmy Innéov, a została założona ze wspólnym udziałem kapitału grupy L'Oréal oraz Nestlé.

Produkcja suplementów diety stanowi główny pion biznesu przedsiębiorstwa. Zespoły specjalistów w dziedzinie żywienia i dermatologii oceniają naukowo skuteczność oraz tolerancję każdego preparatu w badaniach klinicznych na dużych grupach kobiet i mężczyzn. Stworzone na bazie probiotyków i przeciwutleniaczy nowych generacji nutrikosmetyki Innéov naturalnie pobudzają do działania najgłębsze mechanizmy komórkowe skóry, aby wspomóc poprawę jej kondycji, a także wzmocnić systemy biologiczne. Są to suplementy bez konserwantów, tworzone w oparciu o rygorystyczny dobór naturalnych elementów aktywnych.

- *Oferujemy produkty bezpieczne i skuteczne. Działają one od wewnątrz, docierając do najgłębszych komórek skóry i włosów dzięki specjalnie opracowanym przez nas, bio-przyswajalnym, przebadanym klinicznie składnikom - mówi Karolina Tłalka, szef grupy produktów Innéov Polska Sp. z o.o.*

Pragnąc zaspokoić różne potrzeby pacjentów, linia suplementów obejmuje kilka wariantów produktowych, zróżnicowanych pod względem składu, smaku i działania. Firma nieustannie pracuje też nad różnymi formami galenicznymi preparatów. Dostępne są one nie tylko w postaci tradycyjnych tabletek, ale też kapsułek

oraz saszetek z proszkiem przygotowanym specjalnie do rozpuszczenia w wodzie.

**Innéov:
skuteczność opatentowana**

Pierwszym produktem wprowadzonym na rynek był Innéov Jędrność, przeznaczony dla kobiet po 40. roku życia, o działaniu skiero-

Przeprowadziliśmy nowe badania. Zageściwniliśmy formułę opatentowanego składnika, dzięki czemu badania kliniczne wykazały doskonałe działanie przeciwzmarszczkowe. Preparat wprowadziliśmy pod nazwą Innéov Przeciw Starzeniu.

Kolejnym z suplementów jest Innéov Gęstość Włosów, opracowany specjalnie w celu zahamowania ich wypadania. Wykorzy-

nia nie tylko mechanizmy obronne, ale także utrwała kolor opalenizny. Zawiera w sobie opatentowany tzw. Skin-Probiotic™, którego skuteczność oddziaływania na skórę wystawioną na promienie słoneczne została udowodniona klinicznie.

Ale to nie wszystko. Firma rozszerzyła grupę preparatów zwalczających głęboki cellulit - Innéov Cellulit. Występujący w składzie suplementu węglan wapnia jest pochodzenia mineralnego i stanowi wyjątkowo dobrze przyswajalną sól. Wapń wpływa bowiem na zmniejszenie wchłaniania tłuszczów, wspomagając niszczenie złogów. Dodatkowo zawarty w nim wyciąg z zielonej herbaty pomaga spalać tłuszcz oraz pobudzić mikrokrążenie, ułatwiając całej substancji głęboki drenaż skóry.

- *Preparat ten wprowadziliśmy w postaci saszetki z proszkiem do rozpuszczenia w wodzie. W zależności od preferencji, można wybrać smak truskawkowy bądź brzoskwińowy napoju albo zdecydować się na formę kapsulek - mówi Karolina Tłalka.*

Prawdziwą innowację stanowi jednak wdrożony we wrześniu tego roku pierwszy preparat dla mężczyzn - Innéov Homme przeciw wypadaniu włosów, którego zadaniem jest zmniejszenie codziennej utraty włosów, dzięki innowacyjnej formule skutecznie walczącej z czterema biologicznymi przyczynami wypadania włosów u panów. Jak każdy z preparatów, także i ten został przebadany klinicznie.

Joanna Drzazga



wanym na wzmocnienie oraz przywrócenie jędrności skóry. Laboratoria Innéov opracowały Lakto-Liponen™, unikalny, opatentowany składnik aktywny o wysokiej bioprzyswajalności, który przenika barierę jelitową do krwi, docierając do wszystkich komórek skóry. Tak więc Lakto-Liponen™ pobudza odnowę komórkową i ochronę włókien kolagenowych.

- *W styczniu 2008 roku skupiliśmy się na renowacji tego produktu - opowiada Karolina Tłalka. -*

stano tutaj taurynę, która z powodu wysokiego, naturalnego podobieństwa do cebulki włosów ma zdolność do odkładania się dokładnie w miejscu powstawania włosa. Chroni tym samym cebulkę, przeciwdziałając procesom jej zniekształcenia i przyczyniając się zarazem do prawidłowego wzrostu mocnego i grubego włosa.

Innéov Słońce zwiększa natomiast ochronę skóry przed promieniami UV. Suplement wzmac-

REKLAMA

Słońce, morze, wypoczynek

ALFA STAR
Burego Pielęgni

Współpraca z najlepszymi biurami podróży
zapewnia klientom najwyższą jakość usług

**LAUR KLIENTA
ODKRYCIE
2008
GRUPA MEDIA PARTNER**

WWW.ALFASTAR.PL

Dziękujemy klientom za wybór naszego Biura.
Cieszymy się, że wieloletnia praca
nał kreowaniem wizerunku
zakończyła tym wyróżnieniem.

OFERUJEMY WYLOTY CHARTEROWE Z GDANSKA, KATOWIC, POZNANIA,
KRAKOWA, SZCZECINA, LODZ, WARSZAWY, WROCLAWIA, BYDGOSZCZY I BIELSZOWA

Oferta dostępna w dniach biurowych, serwis on-line 24h www.alfastar.pl, tel: +48 284 95 80

INFOLINIA 0801 081 888
0,20 PLN robota za minutę (0,35 PLN brutto)

REKLAMA

Muszynianka[®]
naturalna woda mineralna

Muszynianka
NATURALNA WODA MINERALNA
wysokozmineralizowana
magnezowo-wapniowa
nikonasyjona CO₂

**DUŻA
MAGNEZU
Z WARTOŚCIĄ**

Spółdzielnia Pracy "Muszynianka" składa wszystkim klientom podziękowanie za przyznanie naturalnej wodzie mineralnej "Muszynianka" ogólnopolskiego złotego godła LAUR KONSUMENTA 2008

REKLAMA

świeże soki
Cymes
Zdrowo wyciśnięte

Świeże soki Cymes najpopularniejszy produkt na polskim rynku w 2007 w kategorii "świeże soki"

LAUR KONSUMENTA 2008
Konsumentom dziękujemy za zaufanie

Wybierz codzienne zdrowie!

www.swiezesoki.pl

Rosetex: nowy, uatrakcyjniony asortyment

20 mln szt. prezerwatyw rocznej sprzedaży, a tym samym 22% udziału w polskim rynku, stawia Abpol Company Polska w gronie największych producentów prezerwatyw w kraju. Firma pozyskała zaufanie konsumentów serią Rosetex, która została uhonorowana Laurem Konsumenta – Odkrycie Roku 2008.

Istniejąca od ponad 15 lat firma swą początkową działalność opierała na reeksportie prezerwatyw do krajów byłego ZSRR. Przekształcona w 2003 roku w spółkę rozpoczęła ekspansję własnych produktów na rynek krajowy. – Obecnie blisko 90% całego asortymentu sprzedawane jest w Polsce – mówi **Olgierd Wejner**, dyrektor generalny Abpol Company Polska Sp. z o.o. – Pozostałe 10% rozprowadzane jest do Czech i Słowacji. W tym roku podpisaliśmy również intratny kontrakt z jedną z dużych firm dystrybucyjnych na Węgrzech. Mamy zamiar dalej zwiększać eksport – kończymy rozmowy z dystrybutorem na kraje nadbałtyckie.

Abpol Company Polska jest silnym podmiotem gospodarczym, mogącym się pochwalić dynamicznym wzrostem udziału w polskim rynku producentów prezerwatyw. W przeciągu 3 lat osiągnął on poziom z 4% do 22%. Taka ekspansja to niewątpliwie efekt połączenia niezmiennie wysokich standardów produkcyjnych z przystępną ceną gotowych wyrobów. Ponadto firma aktywnie wspiera liczne akcje prozdrowotne, m.in. współpracuje z Krajowym Centrum ds. AIDS oraz planuje wdrożenie własnego projektu edukacji seksualnej w szkołach. W tym roku uczestniczyła w Kampanii Społecznej „Wróć bez HIV”, promującej stosowanie zabezpieczeń w trakcie wy-

jazdów wakacyjnych. Organizacja imprezy sportowej „Rosetex Cup 2008 Mazury”, turnieju piłki siatkowej, jak również sponsoring lotów na paralotni i rajdowej załogi Rosetex Rally Team jasno odzwierciedla misję firmy. Opiera się ona na połączeniu edukacji prozdrowotnej z promocją sportowego trybu życia wśród młodzieży.

propozycją okazuje się linia Rosetex Plus, w skład której wchodzi cztery typy prezerwatyw: bananowe, miętowe, truskawkowe oraz waniliowe – dodaje dyrektor generalny. – Nowinką technologiczną, unikatową na rynku polskim, jest uzyskanie przez nas połączenie inspirującego aromatu z atrakcyjnym kolorem i lekkim smakiem. Było to możli-



Poruszone wszystkie zmysły

Bogata i różnorodna oferta to nie jedyny atuty produktów Abpol Company Polska. Nagrodzoną linię Rosetex tworzy dziewięć rodzajów prezerwatyw: Classic o prostym kształcie i gładkiej powierzchni, Happy z poprzecznymi prążkami, Lucy o karbowanej strukturze, Perfect z przewężeniem redukującym ryzyko zsunięcia się, a także Warrior nasączone środkiem plemnikobójczym Nonoxonyl-9. – Do tej pory naszą najciekawszą

we dzięki zastąpieniu lubrykanta standardowego innym, opartym na wodzie, co pozwoliło zniwelować gorzki smak. Sporą zaletą jest także szata graficzna samych opakowań, emanująca interesującą gamą kolorów, przy całkowitej rezygnacji z elementów kojarzących się jako erotyczne. W ten sposób seria Rosetex może być szeroko eksploatowana w każdym punkcie stoiska handlowego. Wszystko to w trosce o klientów, którzy bez żadnych oporów mogą sięgnąć po produkt nawet w obecności

dziecka. – W naszych działaniach stawiamy głównie na ochronę zdrowia zarówno fizycznego (m.in. zapobieganie rozprzestrzenianiu wirusa HIV oraz przeciwdziałanie chorobom przenoszonym drogą płciową), jak i psychicznego (niwelowanie nadmiernej ekspozycji na elementy erotycznych) – podkreśla Olgierd Wejner.

Prezerwatywy Abpol Company Polska wytwarzane są z naturalnego lateksu, pozyskiwanego z drzew kauczkowych z wilgotnych lasów azjatyckich. Proces produkcyjny odbywa się przy zachowaniu restrykcyjnych standardów (firma funkcjonuje w oparciu o międzynarodowe normy jakości ISO 4074 oraz WHO, w tym o europejskie wymogi EN600), które weryfikowane są poprzez elektroniczne pomiary jakości produktów podczas kolejnych etapów ich wytwarzania. Skomplikowana procedura, jak również zaawansowana technologia zapewniają bezpieczeństwo w kwestiach szczelności, jak również wytrzymałości prezerwatyw – np. zmiana temperatury przy obróbce cieplnej nawet o 0,2°C powoduje, że cała partia towaru jest niszczone.

Przed firmą kolejne wyzwania. Planowane jest odświeżenie całej linii Rosetex, a ponadto poszerzenie asortymentu o żele nawilżające oraz serię prezerwatyw ekskluzywnych, przeznaczonych dla klientów z fantazją.

Anna Rok

Dozamel zyskuje i buduje



DOZAMEL Sp. z o.o. - Zarządca WPP

Wrocławski Dozamel modernizuje obiekty i buduje sieci infrastrukturalne na terenie Wrocławskiego Parku Przemysłowego. Łączny koszt inwestycji to ponad 63 mln zł. Prawie 30 mln zł pochodzi z dotacji unijnej z działania 1.3 SPO-WKP. Od marca 2005 r. Dozamel jest podmiotem zarządzającym WPP i odpowiada m.in. za pozyskanie funduszy UE na rewitalizację obszaru parku.

Dozamel świadczy usługi przemysłowe i zarządza zintegrowaną infrastrukturą, składającą się z hal przemysłowych i magazynów oraz sieci wodociagowych, kanalizacyjnych, gazowych, ciepłowniczych i teletechnicznych. Dzięki inwestycji wspieranej z funduszy europejskiej sieć będzie powiększona i unowocześniona. Całkowity koszt projektu wyniesie 63,13 mln zł, podczas gdy planowany był w wniosku na 37,53 mln zł. W lipcu podmiot wdrażający działanie 1.3 SPO-WKP zwiększył dofinansowanie na realizację inwestycji o 5,26 mln zł. Łączna suma dofinansowania inwestycji osiągnie kwotę 29,96 mln zł.

– Dzięki dodatkowym funduszom spadnie nasz udział własny w finansowaniu projektu – mówi **Paweł Kowalczewski**, prezes zarządu Dozamel Sp. z o.o. – To dla nas bardzo dobra wiadomość! Gwałtowny wzrost cen na rynku materiałów i usług budowlanych spowodował bowiem, że planowany na początku udział finansowy wzrósł o ponad 20 mln zł. Tyłko dzięki dobrym wynikom spółki jesteśmy w stanie podać tak ogromnym wydatkom i sfinansować projekt.

Spółka rozpoczęła także wdrażanie Zintegrowanego Systemu

Zarządzania. Składają się na niego cztery współdziałające i uzupełniające się podsystemy przedsiębiorstwa. To moduły zarządzania jakością, środowiskiem, bhp oraz bezpieczeństwem żywności. Główną przyczyną wdrożenia tych rozwiązań była potrzeba uporządkowania organizacji spółki oraz udoskonalenia zarządzania. Dzięki temu firma będzie lepiej spełniać wymagania i oczekiwania klientów, a jednocześnie zwiększyć efektywność.

Prezes podkreśla, że pozytywne rezultaty prowadzonych działań przyniosą korzyści zarówno spółce, jej pracownikom, jak i całemu otoczeniu.

– Przed wszystkim uporządkujemy nasze przedsiębiorstwo pod względem organizacji, przejrzystości i racjonalizacji procesów działania – wylicza **Paweł Kowalczewski**.

Progresywna polityka firmy, inwestowanie w rozwój wraz z wszelkimi działaniami służącymi podwyższeniu jakości sprawiły, że Dozamel został laureatem programu EU Standard 2008.

Magda Pandziuch



UNIA EUROPEJSKA
Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego

weber

NA DZIS SKONCZYLIŚMY!
TYNKOWANIE ROBIZO
ZNACZNIE SZYBCIEJ NIŻ
ZWYKLE.
WRACAMY JUTRO JAK
WYSCHNIE
EKIPA
75. BĘDZIE TANIEJ NIŻ MYŚLAŁEM
REWELACJA, TEN NOWY
TYNK MINERALNY!

Gotowy do użycia
tynk mineralny, polikrystaliczny
weber TM319

Najważniejsze właściwości:

- przepuszczalny dla pary wodnej i CO₂
- niepalność tynku i całego systemu z webną mineralną
- wysoka trwałość i odporność na zmiany termiczne oraz na zanieczyszczenia
- naturalnie odporny na porostanie słońca i gronów
- bogata paleta 60 kolorów
- banerowy w masie – efekt końcowy uzyskuje się po jednej czynności nakładania tynku
- doskonałe właściwości aplikacyjne, ze znacznie skróconym czasem wiązania (24-48h)



CHĘTNIE
POMAGAMY
fachowe rozwiązania budowlane

Innowacyjna formuła pozwalająca
na skrócenie czasu pracy
oraz obniżenie kosztów.

☎ 0 801 62 00 00
www.netweber.pl

Jakość zamknięta w odlewie

Odlewnia Staliwa „Łabędy” Sp. z o.o. ma za sobą ponad 50 lat tradycji i doświadczeń w produkcji odlewów staliwnych. Jej wyroby stosowane są m.in. w energetyce, w maszynach budowlanych, górniczych i do kruszenia skal, a także są składnikami wojskowych pojazdów pancernych. Produkty Odlewni posłużyły także do budowy napędu jednego z największych statków pasażerskich świata – Queen Mary II.

Zarówno wszystkie wyroby, jak i całe procesy produkcyjne Odlewni Staliwa „Łabędy” Sp. z o.o. podlegają badaniom niezależnego Laboratorium Badawczego Z.M. „BUMAR – ŁABĘDY” S.A. Dzięki tej współpracy możliwe jest wykonywanie badań materiałoznawczych, technologicznych, metalograficznych, chemicznych, fizycznych oraz nieniszczących defektoskopowych.

– Naszym atutem jest jakość – mówi Ryszard Sebзда, prezes zarządu Odlewni Staliwa „Łabędy” Sp. z o.o. – Aby sprostać wyzwaniom rynku, czynimy nieustanne starania w zakresie utrzymania najwyższych standardów naszych wyrobów, doskonalenia metod produkcji oraz podnoszenia kwalifikacji pracowników.

Zabieganie o wszechstronną jakość skutkuje: przedsiębiorstwo

uzyskało wiele certyfikatów. Wdrożyło i stosuje system zarządzania jakością wg wymagań normy PN-EN ISO 9001:2001 potwierdzony certyfikatem przez TÜV NORD CERT GmbH



i TÜV NORD Polska Sp. z o.o., a także świadectwami Det Norske Veritas, Germanischer Lloyd, Lloyd's Register czy Bureau Veritas. W procesie projektowania, konstruowania oraz przygotowania produkcji wykorzystywane są komputerowe systemy wspomagania typu CAD/CAM. Firma

używa także programu MagmaSoft wspomaganego programem Solid Edge. Pozwalają one na przeprowadzenie symulacji zalewania i krzepnięcia, optymalizacji układów wlewowych, analizy konstrukcji w zakresie naprężeń, odkształceń, zjawisk cieplnych. Dzięki temu w wyraźny sposób skracają czas projektowania i przygotowania produkcji.

– Stosowane systemy wspomagania komputerowego umożliwiają nam także proponowanie klientom zmian w rozwiązaniach technicznych optymalizujących koszty wytworzenia i poprawiających właściwości odlewów – dodaje prezes Sebзда.

Niedawno firma rozszerzyła ofertę o produkty wykonywane technologią odlewów z żeliwa sferoidalnego. Oprócz tego w asortymencie spółki znajdują się wyroby z wysokostopowego żeliwa odpornego na ścieranie oraz z żeliwa szarego. Jako jedna z zaledwie kilku firm w branży w Polsce przedsiębiorstwo oferuje odbiorcom odlewy o wadze do 20 ton. Dzięki tak różnorodnej ofercie Odlewnia może pochwalic się wzrostem produkcji na poziomie ok. 15-20% rocznie. W ponad 60% trafia ona w sposób pośredni lub bezpośredni do krajów Europy Zachodniej i Północnej.

Jakość oferowanych odlewów wraz z zachowaniem międzynarodowych standardów produkcji pozwoliły firmie uzyskać tytuł EU Standard 2008.

Tomasz Popławski



REKLAMA

Stokrotne podziękowania

Dzięki Państwu głosem w tym roku po raz kolejny marka Mola zdobyła Złoty Laur Konsumenta. Za trzykrotne zdobycie Złotego Lauru Jury postanowiło przyznać nam również nagrodę Grand Prix. Dziękujemy za zaufanie jakim darzą Państwo produkty Mola.

Kosmetyki Plante System i Plante System Bio skierowane są do osób ze skórą wrażliwą, skłonną do podrażnień, charakteryzującą się różnego rodzaju problemami (zaczerwienienia, łuszczenie, przebarwienia, zmarszczki etc.). Plante System obejmuje każdą sferę codziennej pielęgnacji, oferując kremy, maseczki, żele pod prysznic, peelingi, dezodoranty etc. W produkcji preparatów wykorzystano najnowszą wiedzę na temat właściwości roślin oraz nowoczesne technologie. A najważniejszy jest tutaj niepowtarzalny i oryginalny sposób ekstrakcji, pozwalający na wydobycie najczystszych esencji z roślin, przy zachowaniu ich pełnego potencjału.

– W warunkach nadkrytycznych dwutlenek węgla działa w sposób pozwalający uzyskać unikalne roślinne wyciągi bez jakiegokolwiek zmian chemicznych – mówi Marta Leńska-Mieciek, konsultant medyczny Infoplus Sp. z o.o., przedstawiciela marek Plante System i Plante System Bio w Polsce. – Co ważne, komponenty te są akceptowane przez nawet najbardziej wrażliwą

Dyskrecja zawsze w cenie

Rozmowa z Ewą Adamczyk, dyrektorem generalnym NAJ International w Warszawie – laureata projektu Europejski Standard 2008.



– NAJ International to najstarsza polska firma doradztwa personalnego. Czy w chwili powstania firmy w 1991 roku istniało zapotrzebowanie na tego rodzaju usługi?

– Siedemnaście lat temu rynek pracy wyglądał zupełnie inaczej niż obecnie. Patrząc z perspektywy czasu, był to fantastyczny moment, by stworzyć spółkę taką jak nasza. Do Polski wkraczały wówczas międzynarodowe przedsiębiorstwa, które zupełnie nie znali panujących u nas realiów. Skutkiem tego była zupełna niemożność znalezienia odpowiednich pracowników, a na dodatek nie było podmiotów potrafiących im w tym pomóc. Wtedy to nastawiliśmy się na obsługę firm potrzebujących doskonałych fachowców, znających języki obce, a wówczas nie było to zbyt powszechne. Znaleźliśmy niszę na rynku, którą umiejętnie zagospodarowaliśmy.

– Pracujecie w systemie sektorowym, w obrębie jakich branż?

– Mamy 9 sektorów, są to media, bankowość i finanse, IT i telekomunikacja, dystrybucja i logistyka, branża dóbr i usług konsumenckich, sektor produkcyjny, budownictwo i energetyka, przemysł rolno-spożywczy oraz sektor farmaceutyczny. Wybraliśmy takie dziedziny, ponieważ pokrywają one cały rynek. Tworząc firmę, chcieliśmy korzystać z najlepszych wzorców. Bazowaliśmy na doświadczeniu podobnych firm na świecie, stąd pomysł, aby również w Polsce zbudować spółkę doradztwa personalnego w oparciu o takie specjalizacje.

– Co sprawia, że duże korporacje wybierają właśnie Was?

– Pracujemy dla wielkich szanowanych firm. Nasza siła tkwi w wysokiej klasy fachowcach przez nas zatrudnionych. W branży doradztwa personalnego szczególną rolę – zwłaszcza w chwili, gdy trudno jest dotrzeć do najlepszych – odgrywa partner rekrutacyjny, który potrafi znaleźć i zachęcić takie osoby do rozmów. Nasza siła tkwi też w wieloletnim doświadczeniu: w efekcie na rynku jesteśmy postrzegani jako wiarygodny i rzetelny, a także co bardzo istotne – dyskretny partner. Nasi zleceniodawcy wiedzą, że potrafimy docierać do najlepszych specjalistów, a osoby te ufają nam przy wyborze własnej ścieżki kariery zawodowej. To zaufanie przekłada się na naszą skuteczność.

– Z zaufaniem wiąże się dyskrecja...

– ... która jest miernikiem naszego sukcesu. Wiele stanowisk, na które w tej chwili rekrutujemy pracowników, jest obsadzona, ale zachodzi potrzeba zmiany danych osób. Bardzo często firmy w trakcie zmiany pracowników nie chcą o tym informować konkurencji, chcą zachować takie działania w tajemnicy, możliwie najdłużej. Każdy proces, który tego wymaga, jest



u nas objęty klauzulą poufności. Kandydaci do ostatniej chwili często nie wiedzą, w sprawie jakiego projektu toczą się rozmowy, dlatego nasi klienci, współpracując z nami, czują się bezpiecznie.

– Jakie wspólne cechy mają pracownicy, których poszukujecie?

– Są to zazwyczaj ludzie mający przynajmniej kilkuletnie doświadczenie zawodowe, wyższe wykształcenie, często ze skończonymi studiami podyplomowymi. Wielu z nich legitymuje się międzynarodowymi certyfikatami, biegle władają językami angielskim oraz jeszcze jednym językiem obcym. Takie osoby mają szansę realizowania ciekawych projektów.

Justyna Koziarska

Świadomy wybór zdrowia i urody

Francuskie Laboratorium Dermatologiczne Plante System stworzyło linie kosmetyków Plante System oraz preparatów ekologicznych Plante System Bio. Produkty uzyskano dzięki metodzie ekstrakcji w warunkach nadkrytycznych z użyciem dwutlenku węgla, która umożliwiła zachowanie wszystkich właściwości roślin, wykorzystywanych do produkcji w ich najczystszej postaci.

Kosmetyki Plante System i Plante System Bio skierowane są do osób ze skórą wrażliwą, skłonną do podrażnień, charakteryzującą się różnego rodzaju problemami (zaczerwienienia, łuszczenie, przebarwienia, zmarszczki etc.). Plante System obejmuje każdą sferę codziennej pielęgnacji, oferując kremy, maseczki, żele pod prysznic, peelingi, dezodoranty etc. W produkcji preparatów wykorzystano najnowszą wiedzę na temat właściwości roślin oraz nowoczesne technologie. A najważniejszy jest tutaj niepowtarzalny i oryginalny sposób ekstrakcji, pozwalający na wydobycie najczystszych esencji z roślin, przy zachowaniu ich pełnego potencjału.

– W warunkach nadkrytycznych dwutlenek węgla działa w sposób pozwalający uzyskać unikalne roślinne wyciągi bez jakiegokolwiek zmian chemicznych – mówi Marta Leńska-Mieciek, konsultant medyczny Infoplus Sp. z o.o., przedstawiciela marek Plante System i Plante System Bio w Polsce. – Co ważne, komponenty te są akceptowane przez nawet najbardziej wrażliwą

skórę i nie zanieczyszczają środowiska.

Ale to nie wszystko. Ten oryginalny proces pozwala także na usunięcie z ekstraktów niektórych substancji, jak np. protein, które u wielu osób wywołują reakcje alergiczne.

Warto podkreślić, że kosmetyki zawierają kompozycje trzech aktywnych składników,

i o środowisko – mówi Aleksandra Przygodzka-Woźniak, dermatokonsultant Infoplus Sp. z o.o. – Są hipoałergiczne i przebadane pod kontrolą dermatologiczną. Ich zakup można dokonać tylko w aptekach, ze względu na to, że przy produkcji przestrzegane są takie same procedury, jakie przy wytwarzaniu leków.

Linia Bio jest kontynuacją filozofii Plante System. Stworzona została zgodnie ze wszystkimi zasadami ekologii, co zostało potwierdzone symbolem ECOCERT. Certyfikat ten gwarantuje, że preparaty zawierają co najmniej 95% składników naturalnych, a spośród wszystkich użytych roślin 95% pochodzi z upraw ekologicznych.

– Opakowania produktów są również ekologiczne i podlegają recyklingowi – opowiada Marta Leńska-Mieciek. – Firma cały czas dba więc o jakość oraz zminimalizowanie ryzyka wystąpienia alergii.

Seria Plante System dostępna jest w aptekach. Więcej informacji o produktach także na stronie ich przedstawiciela www.infoplus24.pl.

Joanna Drzazga



Innowacyjna obronność w eterze

Przemysłowy Instytut Telekomunikacji S.A. jest znany w kraju i na świecie jako opracowujący i produkujący urządzenia radiolokacyjne i systemy wspomagania dowodzenia, a także urządzenia rozpoznania sygnałów radiolokacyjnych. Podstawowym odbiorcą produktów PIT S.A. jest polskie Ministerstwo Obrony Narodowej, ale firma zaczyna już myśleć o korzyściach z przełożenia znakomitej myśli technicznej na działalność typowo rynkową.

Przemysłowy Instytut Telekomunikacji S.A. budował swoją pozycję, działając na rzecz obronności kraju przez wiele lat jako firma z 75-letnią tradycją. W marcu br. przeszła etap komercjalizacji, stając się jednoosobową spółką Skarbu Państwa. To oznacza, że spółka zmienia schematy funkcjonowania, wdraża nowe strategie, modyfikuje organizację i zarządzanie. Jednocześnie pojawia się dla firmy perspektywa transferu technologii do zastosowań cywilnych, czyli otwarcia się na rynek komercyjny łącznie z eksportem.

- Posiadamy duży potencjał wzrostowy, mocną pozycję meryto-

PIT przestawi się na system zarządzania poszczególnymi grupami produktowymi przez doskonałych fachowców. Zmiany pozwolą przede wszystkim na optymalizację procesów produkcyjnych, a także na obniżenie kosztów opracowywania nowych urządzeń i systemów, przy zachowaniu jakości i najwyższych standardów. A te od zawsze są oczekiwane w głównej szefostwa PIT.

Jakość wypracowana latami

Tradycję jakości Przemysłowego Instytutu Telekomunikacji S.A. należy mierzyć w dziesiątkach lat. Na

ich przestrzeni podmiot ten niezmienne jest czołowym dostawcą MON w zakresie radiolokacji i systemów dowodzenia. Tak długi okres doświadczeń pozwolił na wypracowanie możliwości najbardziej zaawansowanych podstaw teoretycznych i praktycznych umiejętności ludzkich w różnych specjalnościach. Dziś firma znajduje się na liście dostawców NATO. Posiada koncepcję na wykonywanie działalności gospodarczej w zakresie wytwarzania i obrotu wyrobami o przeznaczeniu wojskowym i policyjnym oraz wojskowe, a także cywilne certyfikaty jakości PN-EN ISO 9001 i NATO AQAP 2110.

- Spółka jest zdolna do podejmowania projektów badawczo-rozwojowych o charakterze nowatorskim i do

produkcji jednostkowej, to nasza specjalizacja również do przygotowania większej produkcji dla zakładów wytwórczych krajowego przemysłu obronowego - opowiada prezes Wilk. Dostarczamy im wiedzę w postaci prototypu i dostosowujemy go do wymagań technologicznych partnerów. To wymaga bardzo precyzyjnego podejścia, bo jakość musi być zachowana wszechstronnie w skali całego wyrobu.

Innowacyjność po mistrzowsku

Jedno z największych osiągnięć firmy stanowi radar nazimowy pod nazwą handlową TRS-15, przeznaczony do kontroli sytuacji powietrznej i przesyłania cyfrowej informacji o śledzonych obiektach do systemu dowodzenia siłami powietrznymi. Obserwuje on całą przestrzeń dookoła, wykrywa obiekty w przestrzeni, potrafi ich śledzić aż 100. Innowacyjność rozwiązania polega na tym, że radar przy każdym obrocie anteny określa odległość, kąt azymutu i wysokość, które są podstawą rozpoczęcia procesu śledzenia obiektu powietrznego np. samolotu. Kolejne osiągnięcia PIT to radary i urządzenia systemowe do instalowania na samolotach patrolowych marynarki wojennej, ponadto systemy wykrywania okrętów podwodnych: akustyczny i magnetometryczny. Do tego cały system radiokomuni-



kacyjny, pozwalający na przekazywanie cyfrowych meldunków i odbieranie rozkazów.

W systemach pasywnych wykrywania źródeł emisji zastosowano nowoczesne technologie, umożliwiające namierzenie położenia źródeł sygnałów i ich identyfikacji. Warto wspomnieć też o radarze artyleryjskim wykrywającym trajektorie pocisków nawet bardzo małych, wielkości już od 23 mm.

We wszystkich tych urządzeniach została zastosowana bardzo nowoczesna obróbka sygnału radiolokacyjnego na specjalizowanym komputerze radarowym, umożliwiającą wykrywanie bardzo małych sygnałów na tle szumów i zakłóceń. Fachowcy z Instytutu pracują w tej chwili nad jeszcze nowszą generacją tych urządzeń: całkowicie półprzewodnikową, z antenami aktywnymi o zdolnościach adaptacyjnych do realizacji funkcji przeszukiwania i śledzenia tak, aby sprostać wyzwaniom najnowszych technologii i światowej konkurencji.

Jakub Lisiecki



ryczną, świetnej klasy produkty i zaangażowaną kadre, będącą podstawą planów rozwoju na przyszłość - wylicza dr Andrzej Wilk, prezes zarządu Przemysłowego Instytutu Telekomunikacji S.A. - Przez ostatnie lata zmieniły się warunki funkcjonowania w tej branży i chcemy im sprostać: szybkością, efektywnością w realizacji zadań i dopracowaniem perfekcyjnego kontaktu z klientem po to, aby spełniać jego rosnące oczekiwania.

Dom godny zaufania

Dom Finansowy QS z Gdańska - niezależny broker finansowy, jest właścicielem dwóch sieci pośrednictwa kredytowego: QS Kredyt i markety kredytowe Multika. Firma hołduje dewizie: wiarygodnie, szybko i skutecznie. Taka filozofia sprawdza się w praktyce, czego najlepszym dowodem jest przyznany spółce Złoty Laur Klienta 2008.

Dom Finansowy QS jest jednym z najdłuższych działających na polskim rynku pośredników kredytowym. Jego historia rozpoczęła się w 2001 roku. Rok później spółka uruchomiła sieć sprzedaży agencyjnej QS Kredyt. Druga sieć - markety kredytowe Multika - pojawiła się na rynku w 2005 roku.

Dziś liczy ona ok. 300 punktów rozsianskich na terenie całego kraju. W 2006 roku właścicielem spółki stała się francuska grupa finansowa La-Ser. Siedziba właściciela mieści się w Paryżu, Dom Finansowy QS nadal zarządza swoją siecią z Gdańska.

- Nasze doświadczenie i rzetelność zatrudnionych specjalistów gwarantują klientom bezpieczeństwo oraz możliwie najlepsze warunki w trakcie wyboru kredytu - wyjaśnia Justyna Świerzyńska, dyrektor Pionu Marketingu i Rozwoju. - Postawiliśmy sobie za cel nie tylko załatwienie wszystkich spraw formalnych związanych z pozyskaniem gotówki, ale też pomoc przy wyborze najkorzystniejszych rozwiązań. Zaufanie klientów zawołało naszym rynkowym sukcesem.

W ostatnich latach firma stara się umacniać pozycję lidera na

rynku kredytów gotówkowych. Wiąże się to z rozbudowaną siecią placówek zarówno QS Kredyt, jak i Multiki. Przewaga konkurencyjna firmy widoczna jest przede wszystkim w szybkości obsługi kredytobiorcy, jak i rzetelnego doradztwa. Ekspert zatrudnieni w spółce są współautorami analiz i badań poświęconych obecnym trendom oraz przyszłości branży usług finansowych w Polsce.

- Doskonale zdajemy sobie sprawę z tego, że nasza siła tkwi w profesjonalizmie pracowników, w tym przede wszystkim współpracujących z nami agencji - dodaje Jacek Jewula, dyrektor Biura Marketingu. - Staramy się być jednak jeszcze lepsi: uruchomiliśmy ostatnio projekt „Bumerang”, którego celem jest doskonalenie poziomu obsługi w agencjach QS Kredyt i Multika. Dzięki temu sprostamy jeszcze lepiej wymaganiom naszych klientów. Na co dzień staramy się im pomagać, udzielając porad na łamach prasy. Edukujemy Polaków, jak najlepiej dbać o swoje portfele.

W tym roku Dom Finansowy QS został nagrodzony przez kredytobiorców Złotym Laurem Klienta 2008.

Dariusz Kwiatkowski



Firma z Eko-Laurem Konsumenta

„Ekologiczne Jaja” marki PH Czachorowski cieszą się ogromną popularnością. Zawdzięczają ją nie tylko doskonałemu walorom smakowym, ale też skutecznym działaniom marketingowym. Niedawno zostały docenione i nagrodzone w tegorocznej edycji programu Eko-Laur Konsumenta 2008.

- Konsumentom coraz częściej sięgają po nasze „Ekologiczne Jaja”, dzięki którym jesteśmy coraz lepiej rozpoznawani na rynku - przyznaje Olga Kulczyńska, dyrektor ds. marketingu PH Czachorowski. - Dlatego tym bardziej cieszymy się ze zdobycia nagrody Eko-Laur Konsumenta, bo świadczy to o uznaniu i docenieniu naszych produktów przez konsumentów i systematycznym wzmacnianiu pozycji firmy w branży.

Przedsiębiorstwo Handlowe Andrzej Czachorowski powstało w 1995 r. Od początku główny pion działalności firmy stanowi dystrybucja jaj spożywczych. W odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie rynku i oczekiwania klientów, firma wprowadza nowe, ekologiczne produkty. Właściciel w porę rozpoznał wzrost popytu na artykuły ekologiczne i skupił się na tym właśnie sektorze. Zmodernizował halę produkcyjną oraz bazę magazynowo-transportową. Inwestycja okazała się strzałem w dziesiątkę. W 2007 roku PH Czachorowski odnotowało wysoki wzrost obrotów ze sprzedaży w Polsce i Europie. W drugiej połowie roku planuje wzrost zysku w stosunku do pierwszego półrocza aż o 20%. - Rosnący zasięg sprzedaży naszych jaj jest rezultatem podpisanych umów z największymi sieciami handlowymi oraz efektywnej pracy działu marketingu, w połączeniu z udoskonalaniem oferty - sumuje Olga Kulczyńska.

A nowych propozycji w ofercie nie brakuje. Należą do nich „Ekologiczne Jaja”, „Z Wolnego Wybiegu” i „Chowu Ściółkowego”, a od września br. „Vita Jaja” wzbogacone witaminą E.

Inwestycje z korzyściami dla konsumentów

Produkcja jaj ekologicznych wymaga przestrzegania restrykcyjnych warunków chowu niosek i żywienia certyfikowaną paszą, ale regularnie uzyskiwany dobry wynik finansowy pozwala na za-

wa współpraca ze wszystkimi organizacjami kontrolującymi umożliwia nam utrzymanie najwyższej jakości wyrobów na każdym etapie produkcji - mówi Andrzej Czachorowski, właściciel firmy. Gdańska firma staje się tym samym poważnym graczem na rynku. Swoje produkty dostarcza odbiorcom we własnych, specjalnie zaprojektowanych opakowaniach, gdyż należy jednocześnie do największych w branży dystrybutorów opakowań. - Zwracamy tu przy okazji uwagę na treść umieszczonej na obwolutach na-



awansowane inwestycje. Andrzej Czachorowski postanowił sukcesywnie spełnić wszystkie określone w tej kwestii wymogi. W 2004 roku wdrożył w firmie system HACCP, umożliwiający kontrolę jakości. Przedsiębiorstwo jest też poddawane monitorowaniu przez służby weterynaryjne, Wojewódzki Inspektorat Handlowy Jakości Artykułów Rolno-Spożywczych oraz PIH. - Prawidło-

wych produktów - podkreśla Olga Kulczyńska. - Znajdują się tam informacje zarówno o sposobie chowu niosek, jak i walorach poszczególnych rodzajów jaj z uwzględnieniem ich dobroczynnego wpływu na organizm. Chcemy, aby konsumenci w Polsce z coraz większą świadomością podchodzili do kwestii zdrowego żywienia. A przy tym - wybierali nasze jaja.

Janusz Koralewski

Gorące relacje z Brukselą

Okręgowe Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej w Gdyni to prawdziwie europejska firma. Polska myśl technologiczna doskonale tutaj kooperuje ze wzorcami stosowanymi w innowacyjnych firmach ciepłowniczych Unii Europejskiej. Jest to m.in. wynikiem aktywnego członkostwa spółki w stowarzyszeniu „Euroheat&Power” w Brukseli.

Z Aleksandrem Wellengerem, prezesem zarządu OPEC Sp. z o.o. w Gdyni, rozmawia Anna Rok.

- Jesteście Państwo laureatem programu EU Standard 2008. Gdzie leży źródło tego sukcesu?

- Śmiało mogę powiedzieć, że OPEC Gdynia to w 100% polskie przedsiębiorstwo, łączące wieloletnią tradycję z nowoczesnymi systemami w zakresie produkcji, dystrybucji, a także dostawy energii ciepłej. W tym obszarze wykorzystujemy rozwiązania sprawdzone przez firmy z Kopenhagi, Helsinek czy Wiednia. Jednocześnie silnie zaznaczamy swoją pozycję na międzynarodowej arenie, głównie na forum brukselskiej organizacji „Euroheat&Power”, której miałem zaszczyt przewodniczyć w latach 1999-2001. W ramach dyrektoriatu oraz grup roboczych czynnie działamy w sektorze naukowo-badawczym, energooszczędnym, jak również samodzielnie wypracowujemy dyrektywy techniczne dla urządzeń i instalacji centralnego ogrzewania. Wielu naszych pracowników uczestniczy w komisjach problemowych. Odważnym posunięciem było przystąpienie w 2002 roku do pionierskiego programu benchmarkingu zorganizowanego przez Komisję Europejską oraz Komitet Badań Naukowych. W jego ramach wdrożyliśmy koncepcję badania jakości naszej fir-

my w oparciu o proces systematycznego porównywania jej funkcjonowania z zasadami zarządzania praktycznymi w innych przedsiębiorstwach ciepłowniczych.

- Jak zdefiniuje Pan misję przedsiębiorstwa?

- Naszą misją jest głównie dostarczenie klientom ciepła w sposób zarówno niezawodny, bezpieczny, jak również konkurencyjny cenowo. Dążymy do daleko posuniętej racjonalizacji produkcji ciepła, na co przekładają się prowadzone przez nas działania. Mówię tutaj o stałej modernizacji oraz rozbudowie scentralizowanego systemu ciepłowniczego, współuczestnictwie w uruchamianiu indywidualnych kotłowni gazowych, a także o szeroko zakrojonych posunięciach proekologicznych.

- Obok wdrożonego Zintegrowanego Systemu Zarządzania Jakością ISO 9001 oraz Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy PN-N 18001, funkcjonujecie właśnie w oparciu o System Zarządzania Środowiskowego ISO 14001...

- Owszem, ale nie uważam, by było to coś wyjątkowego. To standard, który kategorycznie powinno spełniać każde przedsiębior-

stwo na najwyższym poziomie. Tacy się czujemy i dlatego w ramach współpracy z fundacją Eko-Fundusz oraz przy wykorzystaniu kredytu Banku Światowego zlikwidowaliśmy na terenie naszej działalności (Gdynia, Sopot, Rumia i Wejherowo) ponad 100 lokalnych kotłowni węglowych, podłączając je do scentralizowanej sieci ciepłowniczej bądź wymieniając stare piece węglowe na nowoczesne, ekologiczne kotły gazowe. Od roku 1992 na inwestycje wydatkowaliśmy ponad 220 mln złotych. Ma to również striec biznesowe uzasadnienie. Bez prac modernizacyjnych ceny ogrzewania wzrosłyby nawet o 50%, gdyż tylko w ten sposób moglibyśmy pokryć koszty utrzymania starych instalacji.

- Wszystkie w trosce o klientów?

- Naturalnie. Wprawdzie ostatnie zimy były łagodne, ale my jesteśmy przygotowani nawet na najstraszniejsze mrozy i gwarantujemy naszym odbiorcom stałe oraz bezpieczne dostawy energii ciepłej. Dodatkowo uruchomiliśmy nowoczesne Biuro Obsługi Klienta, które udziela wszelkich informacji na temat sposobów oraz możliwości podłączenia do sieci ciepłowniczej.

Novo Nordisk – razem zmieniamy cukrzycę

Novo Nordisk to firma farmaceutyczna z 85-letnią tradycją. Założycielem jej był duński laureat Nagrody Nobla, August Krogh, który zapoczątkował w Europie produkcję insuliny i tym samym leczenie cukrzycy.

Zainteresowanie Krogha cukrzycą nie było przypadkowe – jego żona Maria cierpiała na tę chorobę. Stąd wywodzi się tak charakterystyczna dla Novo Nordisk dbałość o dobro pacjenta, ciągłe udoskonalanie metod leczenia, szerzenie wiedzy o zapobieganiu cukrzycy i zagrożeniach z nią związanych oraz dążenie do powstrzymania epidemii cukrzycy – choroby stanowiącej jedno z największych zagrożeń zdrowotnych i ekonomicznych dla współczesnego społeczeństwa.

Jednak odpowiedzialność firmy sięga dalej niż dbałość o zdrowie społeczeństwa – Novo Nordisk za swą misję uznaje Zasadę Potrójnej Odpowiedzialności: za społeczeństwo, za środowisko i za firmę.

Zasada Potrójnej Odpowiedzialności

W Novo Nordisk Zasada Potrójnej Odpowiedzialności jest jednym z podstawowych elementów kultury organizacji. Firma nie tylko stara się realizować swoje zobowiązania biznesowe wobec akcjonariuszy, ale w równym stopniu czuje się zobowiązana do odpowiedzialności wobec społeczeństwa, jak i środowiska naturalnego.

Odpowiedzialność społeczna nie jest pustym zwrotem – w historii Novo Nordisk znajdziemy przykłady działań, które podjęto realizując swoje potrójne zobowiązanie we wszystkich obszarach działalności.

Odpowiedzialność społeczna odnosi się w równym stopniu do szeroko rozumianego społeczeństwa, jak i do ponad 26 000 pracowników firmy w 80 krajach świata. Novo Nordisk, realizując swoją misję, daje szansę godnego życia, rozwoju i satysfakcji z wykonywanej pracy.

Odpowiedzialność za środowisko to przede wszystkim szeroko pojęta ochrona środowiska, polegająca na ciągłej redukcji emisji CO₂ powstającego w trakcie produkcji, jak również wytwarzanie produktów z materiałów ulegających naturalnej biodegradacji.

Epidemia XXI wieku

Wróćmy jednak do cukrzycy, która ze względu na epidemiczny charakter jest wielkim zagrożeniem dla współczesnego społeczeństwa i zarazem główną areną działania Novo Nordisk.

Co właściwie oznacza zwrot „epidemia cukrzycy”? Dlaczego coraz więcej się mówi o tej chorobie?

Na cukrzycę na świecie choruje obecnie ponad 246 milionów osób, w Polsce około 2 miliony. Według prognoz WHO (Światowej Organizacji Zdrowia) w 2025 roku będzie aż 380 milionów osób z cukrzycą. Cukrzyca bywa określana mianem „cichego zabójcy”, gdyż w zasadzie nie boli, ale podstępnie niszczy organizm. Zbyt wysoki poziom cukru w krwi uszkadza oczy, nerki, naczynia krwionośne, grożąc ślepotą, niewydolnością nerek, zawałem serca, udarem mózgu, amputacją nóg. Większości tych powikłań można uniknąć poprzez właściwe leczenie. Z dobre leczenia cukrzyca można normalnie żyć, zostać mistrzem olimpijskim, gwiazdą kina lub królową piękności. Tragedia chorych polega jednak na tym, że zbyt wiele osób dowiaduje się za późno o cukrzyce, kiedy powikłania już się rozwinęły. Główną przyczyną takiego stanu rzeczy jest mała wiedza na

temat cukrzycy i skutecznych sposobów jej leczenia.

Po drugie – cukrzyca jest chorobą kosztowną. O ile prawidłowe leczenie nie jest kosztowne (najtrudniejszym elementem jest edukacja pacjenta!), o tyle powikłania cukrzycy są w stanie zrujnować budżet. W USA ocenia się, że koszty cukrzycy to ok. 200 mld dolarów, z czego 75% przypada na leczenie powikłań, koszty związane z absencją chorobową i przedwczesną umieralnością.

Po trzecie – cukrzyca będzie coraz więcej. Siedzenie przed telewizorem lub ekranem komputera, unikanie wysiłku fizycznego, „makrokaloryczny” społeczeństwa, złe odżywianie i nadmiar kalorii powodują, że na cukrzyce zapada coraz więcej ludzi w coraz młodszych

W 2006 roku w drogę po wszystkich kontynentach wyruszył Bus Medyczny, który po odwiedzeniu 16 krajów na pięciu kontynentach przybył do Polski. W trakcie 13-dniowej trasy przebiegającej przez 8 miast, dokonano ok. 8000 oznaczeń cukru we krwi, przeprowadzono bardzo intensywną edukację, wykonano testy oceny zachorowania na cukrzycę typu 2 oraz mówiono o zasadach zdrowego odżywiania.

Dążeniem Novo Nordisk jest stała poprawianie wyników leczenia osób chorych na cukrzycę oraz powstrzymanie tempa rozwoju epidemii cukrzycy poprzez promocję profilaktyki i propagowanie zdrowego stylu życia. Od wielu lat Novo Nordisk inicjuje i aktyw-

ści – czyli indywidualizacja procesu leczenia oraz zapewnienie pacjentom ciągłości procesu leczenia na każdym poziomie.

W ramach Programu prowadzone są także **działania edukacyjne skierowane do całego społeczeństwa**, których celem jest podniesienie poziomu wiedzy o cukrzycy i jej objawach.

Changing Diabetes – razem zmieniamy cukrzycę

W 2007 roku polski oddział Novo Nordisk przystąpił do międzynarodowego programu **Changing Diabetes**, prowadzonego przez firmę w kilkunastu krajach świata. Istotą programu „Changing Diabetes – razem zmieniamy cukrzycę” jest **kontynuacja działań edu-**

disk podjęło się badań i produkcji leku, z dobroczynnym skutkiem dla wielu dzieci i młodych ludzi na całym świecie. Należy ona do schorzeń genetycznych, dziedzicznych, spowodowanych brakiem we krwi czynnika krzepnięcia.

W Polsce liczba chorych na hemofilię A i B wynosi prawdopodobnie ok. 4 tys. Prawie 2,5 tys. pacjentów jest zarejestrowanych i leczonych w Regionalnych Centrach Krwiodawstwa i Krwiolęcznictwa. Na ciężką postać hemofilii powikłaną inhibitorem cierpi ok. 150 osób – oznacza to, że krwawienia do stawów u tych chorych są trudne do opanowania i powodują znaczne powikłania przede wszystkim w obrębie narządu ruchu. Dopiero w 2006 roku leczenie tej choroby zostało zdecentralizowane i oprócz Warszawy opieka nad chorymi z hemofilią z inhibitorem jest prowadzona także w innych miastach, gdzie w Regionalnych Centrach Krwiodawstwa dostępne są wszystkie czynniki krzepnięcia.

Z inicjatywy Novo Nordisk powołano w Polsce Fundację Hemofilii, która dzięki grantowi finansowemu Novo Nordisk Haemophilia Foundation prowadzi aktywność. Zadaniem Fundacji jest edukacja skierowana zarówno do personelu medycznego, jak i pacjentów, badania przesiewowe w kierunku inhibitora oraz wirusów zapalenia wątroby, organizacja obozów rehabilitacyjnych dla najcięższej chorych pacjentów. Fundacja stworzyła także pierwszy ogólnopolski interaktywny rejestr chorych, który umożliwił lepsze poznanie chorych i ich potrzeb oraz prawidłowe oszacowanie ilości potrzebnych czynników krzepnięcia do leczenia pacjentów w Polsce. Działania Fundacji doprowadziły do zintegrowania środowiska medycznego, zwróciły zainteresowanie lekarzy i decydentów na problemy związane ze skazami krwotocznymi. Fundacja pokazała pacjentom i ich rodzinom, że nie są sami, i że można żyć z hemofilią, realizując swoje marzenia. Działania rozpoczęte przez Fundację są kontynuowane przez przedstawicieli firmy Novo Nordisk poprzez program Razem Zmieniamy Życie z Hemofilią.

Novo Nordisk jest cenionym pracodawcą na rynkach całego świata. Wielokrotnie polityka personalna firmy była wyróżniana w wielu konkursach. Firma znalazła się na liście 10 najlepszych pracodawców miesięcznika „Forbes”.

W Polsce Novo Nordisk dwukrotnie zdobyło tytuł Solidnego Pracodawcy Roku, a w minionej edycji tego prestiżowego konkursu osiągnęło

najwyższe oceny i zostało wyróżnione Grand Prix.

Na sukces firmy ogromny wpływ ma konsekwentna realizacja misji, mająca odzwierciedlenie w pracy organizacji. Są tu jasno określone zasady działania, wartości i polityka personalna. U ich podstaw leży ogromny szacunek do człowieka i jego potrzeb. Każdy zna swoją rolę w firmie i wartość dodaną, jaką kreuje poprzez swoją pracę. Bardzo wspierany jest rozwój pracowników. Tworzone są indywidualne plany, organizacja szkoleń i projekty zarówno krajowe, jak i międzynarodowe.

W ramach korporacyjnego programu NovoHealth promowany jest zdrowy styl życia w czterech obszarach – odżywiania, aktywności fizycznej, dbałości o stan zdrowia i polityki antynikotynowej. W ramach firmy dba, aby na co dzień wszyscy pracownicy mieli dostęp do świeżych owoców i zdrowych posiłków i napojów, eliminując słodkie i napoje gazowane. Firma dba o dostęp do opieki medycznej i badań profilaktycznych. Pracownicy są zachęcani do aktywności fizycznej – nie tylko poprzez organizację krótkich przerw na ćwiczenia gimnastyczne w czasie długich spotkań i konferencji, ale również wspierając finansowo wszelkie inicjatywy pracownicze – uczestnictwo w maratonach rowerowych, biegach, zawodach sportowych, czy zwykłych spotkaniach na siatkówkę. W ramach polityki antynikotynowej wszystkie biura Novo Nordisk na całym świecie są wolne od dymu nikotynowego, a każdy chętny do rzucenia uzależnienia pracownik może liczyć na wsparcie ze strony firmy.

Dzięki programowi TakeAction pracownicy z całego świata mają możliwość uczestniczenia w wolontariatach inicjowanych przez Novo Nordisk. W jego ramach już dwukrotnie pracownicy – wolontariusze z Polski mogli wspierać swoją wiedzą i umiejętnościami kliniki w Malesji. Wiele jest również inicjatyw lokalnych – jak na przykład w ramach działań integrujących pracowników remont placu zabaw w domu dziecka.

Patrząc przez pryzmat wszystkich działań, Novo Nordisk w pełni realizuje swą Zasadę Potrójnej Odpowiedzialności, co zostało docenione przez kapitułę przyznającą tytuł Grand Prix Solidnego Pracodawcy 2008 roku.

Małgorzata Pronobis



wieku. W USA obliczono, że dzienna produkcja żywności to 4,000 kcal na osobę, podczas gdy średnie zapotrzebowanie to około 2,000 kcal. Kiedyś cukrzyca typu 2 (która stanowi 95% zachorowań na cukrzycę) była nazywana „cukrzyca dorosłych”, dziś coraz częściej chorują otyłe dzieci.

Skoro cukrzyca można leczyć skutecznie, dlaczego stanowi ona tak duży problem?

Jak już zostało podkreślone wcześniej – za wysoki poziom cukru we krwi nie boli, więc choroba jest rozpoznawana zbyt późno. Chorzy boją się intensywnego leczenia, a zwłaszcza leczenia insuliną, które na pewnym etapie choroby jest niezbędne. Wreszcie, w leczeniu cukrzycy bardzo ważną rolę zmięniają przyzwyczajenia – sposobu odżywiania, aktywności fizycznej – a także systematyczne badanie poziomu cukru we krwi i odpowiedniej dawkowanie leków. Wszystko to można sprowadzić do wspólnego mianownika, którym jest edukacja chorych i społeczeństwa. Dlatego też Novo Nordisk skupia swoje wysiłki, aby była ona jak najbardziej skuteczna i docierała do jak największej ilości ludzi.

nie wspiera programy, których celem jest poprawa jakości życia osób chorych na cukrzyce. Polski oddział Novo Nordisk aktywnie uczestniczy w działaniach środowisk związanych z cukrzycą. Jest inicjatorem i realizatorem wielu programów i projektów, których celem jest poprawa kontroli cukrzycy w Polsce.

Narodowy Program Wspierania Osób z Cukrzycą

Z myślą o polskich chorych, firma Novo Nordisk zainicjowała w 2003 roku i aktywnie realizuje **Narodowy Program Wspierania Osób z Cukrzycą** – program kompleksowego podejścia do opieki nad pacjentem, angażujący wszystkie środowiska związane z opieką nad osobą chorą na cukrzyce. Głównymi celami Programu są: poprawa jakości życia i wyników leczenia osób chorych na cukrzyce w Polsce, pokonanie barier psychologicznych w relacjach pomiędzy lekarzem a pacjentem, zwiększenie publicznej świadomości obciążenia związanych z cukrzycą, dostosowanie leczenia, procesu edukacji i podejścia do pacjenta w zależności od typu osobowo-

cyjnych oraz wspierania inicjatyw na rzecz osób z cukrzycą. Novo Nordisk od lat inwestuje znaczne środki w edukację osób z cukrzycą, przygotowując drukowane materiały edukacyjne oraz wspierając spotkania i wykłady.

Niebezpieczna hemofilia

Firma Novo Nordisk znana jest przede wszystkim z badań nad coraz doskonalszymi metodami walki z cukrzycą, a ich rezultaty realnie wpływają na jakość życia milionów chorych. Ale to nie jedyny obszar terapeutyczny, w którym firma dokonuje zmian. W historii Novo Nordisk znajdziemy przykłady działań, które podjęto wyłącznie dla dobra chorych. Jednym z nich jest produkcja czynnika VII krzepnięcia krwi.

Szwedzka lekarka, Ulla Hedner dokonała w latach 80. przełomowego odkrycia, które ratowało życie chorym na ciężką postać hemofilii. Próbowano zainteresować swym odkryciem concerny farmaceutyczne, ale bez skutku – grupa chorych była zbyt mała, by inwestycja w produkcję leku mogła się opłacać. Jednak Novo Nor-





V Edycja Programu Solidny Pracodawca Roku

Trwa piąta edycja ogólnopolskiego konkursu Solidny Pracodawca Roku, organizowanego przez Grupę Media Partner. Celem programu jest propagowanie wiedzy, dobrych praktyk oraz najciekawszych rozwiązań z zakresu HR, poprzez wyłonienie w drodze konkursu najlepszych pracodawców w Polsce, chętnie dzielących się informacjami o wdrożonych modelach zarządzania personelem, będących dobrym przykładem dla innych. Uczestnicy konkursu w prezentacjach prasowych w specjalnych dodatkach do takich dzienników jak „Rzeczpospolita” i „Gazeta Prawna” umacniają wizerunek własny jako rzetelnego pracodawcy, przedstawiają znaczenie inwestycji w kapitał ludzki, jak również przełożenie takiej polityki na osiągnięte efekty ekonomiczne i pozycję rynkową. Kryterium, jakim organizator konkursu kieruje się przy wyborze kandydatów, a następnie laureatów, jest przede wszystkim wskaźnik solidności zatrudnienia, w którym główną rolę odgrywają: warunki pracy, terminowość wypłat, ścieżka kariery oraz możliwość rozwoju indywidualnego i zespołowego.

Konkurs odbywa się w dwóch równorzędnych kategoriach: ogólnopolskiej i regionalnej. Wszystkim Uczestnikom życzymy sukcesu w tegorocznej edycji programu i wspólnego spotkania podczas uroczystej Gali Laureatów!



Jolanta Fedak, Minister Pracy i Polityki Społecznej:

Nie każdy może być pracodawcą, a już na pewno – solidnym pracodawcą. Pracodawca musi umieć tak zorganizować firmę, aby przynosiła zysk, ale również, aby były przestrzegane prawa pracownicze.

Czy opłaca się być solidnym pracodawcą? Czy uczciwe traktowanie pracowników przekłada się na zyski? Tak! Solidne firmy są bardziej konkurencyjne na rynku, bo mają lepszy, bardziej kreatywny personel. Dobra atmosfera w firmie sprzyja sukcesom finansowym. Poprawia wizerunek firmy w oczach klientów. Ze złych firm pracownicy uciekają przy pierwszej nadarzającej się okazji. Prędzej ci później odbiją się to na wynikach finansowych. Tę prawdę należy przypominać codziennie i przy każdej okazji. Promujmy wspólnie dobrych, solidnych pracodawców.



Andrzej Malinowski, Prezydent Konfederacji Pracodawców Polskich:

W kraju wciąż pokutuje stereotyp krwiożerczego kapitalisty-wyzyskiwacza, niedbającego o zdrowie i bezpieczeństwo podwładnych i nie liczącego się z ich potrzebami. A tymczasem – co pokazują kolejne edycje konkursu Solidny Pracodawca – dobrych wzorców nie brakuje i dlatego warto je promować. W wielu firmach partnerskie relacje z pracownikami są standardem, nie mówiąc już o opiece medycznej, szkoleniach i innych, pozafinansowych, metodach wynagradzania.

Tytuł Solidny Pracodawca, zwłaszcza w ostatnim czasie, kiedy rynek pracy boryka się z dużym brakiem fachowców w różnych dziedzinach gospodarki, zaczyna nabierać zupełnie nowego wymiaru. Dlatego promowanie idei solidnego zatrudnienia, bliskie strategii działania Konfederacji Pracodawców Polskich, jest teraz szczególnie istotne.

Mam nadzieję, że w tegorocznej, piątej już edycji konkursu Solidny Pracodawca jury wyłoni najlepszych z najlepszych, a wysiłki wszystkich menedżerów biorących w nim udział zostaną zauważone i docenione.



Jarosław Cybulski, Dyrektor Generalny Soraya S.A.:

Dobrze funkcjonująca firma jest jak duża rodzina, w której każde ogniwo bierze odpowiedzialność za jej atmosferę i sukcesy. Jako głowa tej „rodziny” daję pracownikom możliwość pogłębiania wiedzy oraz rozwoju zawodowego, mając jednocześnie na względzie ich poczucie bezpieczeństwa. Interesuje mnie los i problemy moich pracowników, czego wyrazem jest nasza wspólna pomoc Filii Zagoczykowi. Jesteśmy firmą z ludzką twarzą, a tytuł Pracodawcy Roku 2007 tylko to potwierdza.



Katarzyna Podlejska, Członek Zarządu ECCO Shoes Poland Sp. z o.o.:

ECCO, zdobywając tytuł Solidnego Pracodawcy Roku 2007, potwierdza wysokie standardy zarządzania zasobami ludzkimi i podkreśla, że najważniejszy jest człowiek i jego potrzeby.

Nasi pracownicy mają zagwarantowane solidne warunki zatrudnienia, a rodzinna atmosfera w pracy i polityka otwartych drzwi towarzyszą nam od ponad 40 lat.

ECCO to przede wszystkim ludzie – zatrudniamy 14 tys. pracowników na całym świecie. Jesteśmy firmą o rodzinnych korzeniach, dlatego też uważamy, że podobnie jak w rodzinie liczy się poczucie bezpieczeństwa każdego pracownika.

Niska rotacja personelu, bardzo dobre wyniki badania satysfakcji naszych pracowników, czy przyznane nam wyróżnienie dowodzą, że ECCO wywiązuje się ze swoich zobowiązań i że warto promować najlepsze wzorce zarządzania personalnego. www.ecco.com.pl



Małgorzata Jędnak, Dyrektor Personalny Viessmann Sp. z o.o.:

Cieszy nas uznanie, z jakim spotkała się prowadzona przez firmę Viessmann polityka personalna. Obecni pracownicy, którzy swoimi pozytywnymi opiniami na temat pracodawcy przyczynili się do zdobycia tego wyróżnienia, uzyskali z niezależnego źródła potwierdzenie własnej satysfakcji z pracy i zadowolenia z warunków, jakie firma oferuje. Dla przyszłych współpracowników i szeroko pojętego otoczenia przedsiębiorstwa jest to sygnał, że Viessmann to nie tylko znana marka, ale również solidny pracodawca. Niestety jeszcze zbyt często pojawiają się informacje o nieetycznych praktykach stosowanych przez pracodawców – niehumanitarnych warunkach zatrudnienia czy oszczędnościach realizowanych kosztem pracowników. Promowanie dobrych wzorców, informowanie o działaniach podejmowanych przez najlepszych do swego rodzaju akcja oświatowa skierowana do pracowników i pracodawców.



Andrzej Sosnowski, Prezes Zarządu SKOK Stelczyka:

Tytuł Solidnego Pracodawcy 2007 był ukoronowaniem wieloletnich starań o zbudowanie korzystnej atmosfery i satysfakcjonujących warunków pracy. Jednocześnie stanowi on motywację do podejmowania dalszych starań na rzecz podnoszenia komfortu i zadowolenia naszych pracowników – najcenniejszej wartości SKOK Stelczyka. Nie mogę pominąć faktu, że tytuł ten zdecydowanie wzmacnia nasz wizerunek jako dobrego pracodawcy. Dowodem tego jest stale rosnące zainteresowanie naszymi ofertami pracy.



Jerzy Szwarek, Prezes Zarządu Sklep Komfort S.A.:

Tytuł Solidnego Pracodawcy daje poza prestiżem także wymierne korzyści. Zasygnalizowanie, że wyróżniamy się spośród innych firm solidnością, daje nam przewagę na obszarze pozyskiwania nowych pracowników. Już na wstępie możemy rozwiązać wszelkie obawy kandydatów, wzbucając w nich większe zaufanie, bo jesteśmy firmą sprawdzoną i docenioną na rynku pracy. Promując najlepsze wzorce HR, dążymy do tego, żeby pracownicy czerpali satysfakcję z wykonywanej pracy, utożsamiali się z firmą i tym samym podnosili jakość obsługi klienta. Wierzymy w to, że sukces firmy jest ściśle powiązany z sukcesem i zadowoleniem pracowników.

Kapituła Programu Solidny Pracodawca 2008



**prof. Stanisław Dawidziuk
Prezydent Kapituły
Rektor Wyższej Szkoły
Menedżerskiej w Warszawie**



**Olgierd Cieślak
Prezes fundacji
Edukacja Bez Granic**



**Ewa Brewczyńska-Florezcy
Doradca ds. doskonalenia
organizacji EFQM
Centrali Zaopatrzenia Hurtnictwa SA
w Katowicach**



**dr Robert Borkowski
psycholog Akademii
Górnictwa i Hutnictwa w Krakowie**



**Robert Kowalski
Dyrektor Programu,
Dyrektor Generalny
Grupy Media Partner**

Ranking jednoosobowych spółek Skarbu Państwa

„Skostniałe struktury”, „przyzwyczajenia wyniesione z głębokiej komuny”, „molocho”, „relikty z poprzedniej epoki”. Takie i inne określenia wciąż – częściej lub rzadziej – wypowiedziane są jednym tchem wraz z nazwami firm będących własnością Ministerstwa Skarbu Państwa. Czy rzeczywiście tak jest? Postanowiliśmy przyjrzeć się wynikom finansowym JSSP za 2007 rok.

Nasza redakcja poznała wyniki JSSP za rok ubiegły. Część firm osiąga bardzo wysokie zyski, będąc żywym zaprzeczeniem nie zawsze korzystnego wizerunku przypisywanego przedsiębiorstwom „spod państwowego parasola”. Większość spółek przenie się rozwija, działa według ISO i innych norm międzynarodowych, zdobywa klientów, ale przede wszystkim – zarabia. Pod uwagę wzięliśmy okres pomiędzy 1.01. a 31.12.2007, bo w znacznej większości przedsiębiorstw rok obrachunkowy pokrywa się z kalendarzowym. Na ponad 400 istniejących jednoosobowych spółek Skarbu Państwa porównaliśmy 300 pod względem zysku netto, posługując się danymi uzyskanymi bezpośrednio od ich właściciela – czyli od współpracującego z nami w tym projekcie Ministerstwa Skarbu Państwa. Wyniki są bardzo ciekawe.

Jak można się było spodziewać, produkującą spółki branży energetycznej. Zaskakująco natomiast pozycja Totalizatora Sportowego: znajduje się on na podium jako trzeci. Co ciekawe, tuż za nim są znakomitym wynikiem plasują się Zakłady Górniczo-Hutnicze „Bolesław”. Mocną pozycję mają także media publiczne: mimo ostatnio nasilonych, ostrych ataków, Telewizji Polskiej i Polskemu Radiu udało się zająć odpowiednio 10. i 18. miejsce. Od przyszłego wydania rozpatrywane prezentacje wybranych spółek. Poniżej prezentujemy pierwszą pięćdziesiątkę, pełną listę rankingową znaleźć można na stronie www.grupamediapartner.com.

Jakub Lisiecki

Wyniki finansowe JSSP za rok 2007

Lp.	Nazwa Podmiotu	Wynik finansowy netto w tys. zł
1	PGE Polska Grupa Energetyczna S.A.	826 336,2
2	ENEA S.A.	431 099,0
3	Totalizator Sportowy Sp. z o.o.	261 312,3
4	Zakłady Górniczo-Hutnicze „BOLESŁAW” SA	233 025,2
5	ENERGA S.A.	184 704,2
6	PSE-Operator S.A.	166 800,5
7	Operator Gazociągów Przesyłowych GAZ-SYSTEM Spółka Akcyjna	154 831,2
8	Przedsiębiorstwo Eksploatacji Rurociągów Naftowych PRZYJAŻŃ S.A.	138 935,2
9	Polska Wytwórnia Papierów Wartościowych S.A.	136 495,7
10	Telewizja Polska S.A.	86 028,8
11	Kombinat Koksowniczy „ZABRZE” S.A.	79 056,2
12	HUTA LABĘDY S.A.	43 056,1
13	Regionalny Fundusz Gospodarczy S.A.	40 295,7
14	WAŁBRZYSKIE ZAKŁADY KOKSOWNICZE „VICTORIA” SPÓŁKA AKCYJNA	38 307,0
15	Kopalnia Węgla Brunatnego Konin w Kleczewie S.A.	22 500,8
16	Kopalnia Węgla Brunatnego Adamów S.A. w Turku	18 938,6
17	Huta Cynku „MIASTECKO ŚLĄSKIE” S.A.	16 158,3
18	Polskie Radio S.A.	15 849,7
19	Towarzystwo Obrót Nieruchomościami AGRO S.A.	15 606,8
20	Kieleckie Kopalnie Surowców Mineralnych Spółka Akcyjna	12 894,0
21	Zakłady Tworzyw Sztucznych „Gamrat” S.A.	11 663,8
22	ADEXTRA S.A.	11 427,6
23	Zakłady Urządzeń Chemicznych i Armatury Przemysłowej CHEMAR S.A.	11 114,6
24	Zespół Elektrowni Wodnych Niedzica S.A.	9 555,2
25	Zakłady Górniczo-Metalowe „Zębiec” S.A.	9 171,7
26	Stocznia Remontowa NAUTA S.A.	8 317,9
27	Lubuskie Zakłady Aparatów Elektrycznych LUMEL S.A.	8 281,7
28	REMAG Spółka Akcyjna	8 123,7
29	Kopalnie i Zakłady Chemiczne Siarki „Siarkopol” Spółka Akcyjna	7 833,0
30	Przedsiębiorstwo Przemysłu Ziemiannego Trzemeszno Sp. z o.o.	7 274,3
31	Przedsiębiorstwo Robót Komunikacyjnych w Krakowie S.A.	7 194,4
32	Fabryka „Sklejka-Pisz” S.A.	7 169,8
33	Huta Kościuszko S.A.	7 071,0
34	„Stomil-Poznań” S.A.	6 988,3
35	Fabryka Maszyn w Leżajsku Sp. z o.o.	5 949,4
36	H.CEGIELSKI-POZNAŃ S.A.	5 843,9
37	Cefarm Białystok S.A.	5 651,7
38	Zakład Ceramiki Budowlanej Markowice SA	4 720,5
39	Wojewódzkie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej w Legnicy S.A.	3 945,6
40	Fabryka Przewodów Energetycznych S.A.	3 930,3
41	Centrala Nasienna Spółka z o.o.	3 696,0
42	Morska Stocznia Remontowa S.A.	3 676,8
43	Polska Agencja Prasowa S.A. w Warszawie	3 664,7
44	Centrum Techniki Okrętowej S.A.	3 470,9
45	Fabryka Osłonek Białkowych „FABIOS” Spółka Akcyjna z siedzibą w Białce	3 414,7
46	Przedsiębiorstwo Budownictwa Elektroenergetycznego ELBUD Gdańsk S.A.	3 263,8
47	Dolnośląskie Zakłady Usługowo-Produkcyjne DOZAMEL Sp. z o.o.	3 235,3
48	Miastoprojekt – Poznań Sp. z o.o.	3 184,3
49	Centrum Produkcyjne Pneumatyki PREMA S.A.	2 691,2
50	Wielkopolskie Centrum Hodowli i Rozrodu Zwierząt w Poznaniu z siedzibą w Tulcach Sp. z o.o.	2 657,2

ZASTA: Innowacyjny 50-latek

50-letnie doświadczenie w połączeniu z wykorzystywaniem innowacji technologicznych i własnej myśli konstruktorskiej pozwala słupskiej spółce ZASTA na realizację pionierskich projektów. Firma ma na swoim koncie m.in. wykonanie pierwszej na świecie bimodalnej cysterny.

- W swoim dorobku mamy wiele innowacyjnych projektów: cysterny bimodalne, bojowy wóz strażacki ze zbiornikiem umożliwiającym gaszenie sprzętu elektrycznego pod napięciem, a także cysterny dystrybucyjne do tankowania samolotów i helikopterów - pod

względem technicznym - dodaje Dorota Więcek, kierownik działu marketingu. - Zrealizowaliśmy bazy do magazynowania i dystrybucji paliw, gazów skroplonych oraz biokomponentów.

Ogromne możliwości wytwórcze uwarunkowane są

Elastyczni w branży

W spółce doskonale sprawdzi się szkoła łączenia wieloletniej tradycji z branżowym postępem technologicznym. Specyfika działalności ZASTY polega na ciągłym dostosowywaniu oferty do potrzeb rynku, ale także wyprzedzaniu aktualnej myśli konstrukcyjnej. Odbyna się w oparciu o regularnie przeprowadzane prognozy popytu na poszczególne pozycje z oferty, w której jakiegokolwiek braku są szybko uzupełniane. Stąd innowacyjność, aczkolwiek bardzo praktyczny dla rolnictwa oraz budownictwa pomysł uruchomienia produkcji przyczepki do transportu i dystrybucji paliw o poj. 1 m³. Najnowszą realizacją firmy są autocysterny do transportu surowej ropy, które obecnie oczekują na pozytywną opinię Transportowego Do-

przed wszystkim doskonałym zapleczem ludzkim, maszynowym i konstrukcyjnym. Wysokiej klasy pracownicy nieustannie podnoszą swoje kwalifikacje (poświadczone już unijnymi certyfikatami), a praca na najnowocześniejszym sprzę-

cie, czy też przy pionierskich projektach rozwija posiadane przez nich umiejętności. Jedną z ostatnich inwestycji, czyli zakup najnowocześniejszego sprzętu spawalniczego, umożliwiła firmie wykonywanie złączy spawalnych na najwyższym poziomie. W przyszłości planowane jest otwarcie oddzielnej hali do spawania stali nierdzewnej, kolejnej śrutowni, a także malarni.

zoru Technicznego. - *Mogę zdradzić, że na tym nie poprzestajemy. Nasi inżynierowie już pracują nad projektem prototypu wagonu do przewożenia cementu, co - mam nadzieję - w przyszłości zakończy się inratnym kontraktem - uzupełnia Dorota Więcek.*

Biznesowe podejście oraz kultura organizacyjna firmy zostały uhonorowane tytułem EU Standard 2008.

Anna Rok



kreśla Jerzy Staniuk, prezes zarządu ZASTA Sp. z o.o.

Spółka, funkcjonująca w oparciu o krajowe i europejskie certyfikaty, eksportuje swoje wyroby na światowe rynki. Odbiorcami produktów ZASTY są zarówno klienci indywidualni (np. właściciele stacji benzynowych), jak również znaczące podmioty gospodarcze z branży petrochemicznej. Jej oferta rozciąga się od produkcji wszelkiego rodzaju zbiorników magazynowych o pojemnościach 400 m³, autocystern do przewozu paliw płynnych, przyczep, aż po cysterny naczepowe, a także metalowe konstrukcje wykorzystywane w budownictwie. W 2000 roku portfolio powiększyło się o wykonawstwo podstaw wież wiatrowych. - Jesteśmy w stanie wykonać praktycznie każde zamówienie, bez względu na jego wielkość. Dla nas każdy klient jest ważny i staramy się spełniać jego oczekiwania przede wszystkim pod

REKLAMA

Mój biznes oddam tylko w dobre ręce.

Ubezpieczenia nowej generacji

Firma & Planowanie
Pakiet dla małych i średnich przedsiębiorców to:

- pełna ochrona ubezpieczeniowa w jednej polisie
- niższa składka w polisie
- uproszczona procedura zawierania umowy
- swoboda wyboru zakresu ubezpieczenia
- korzystne warunki likwidacji szkód
- dostęp do wszystkich ubezpieczeń UNIQA

KOMPLEKSOWA OCHRONA
TWOJEJ FIRMY W PAKIECIE

UNIQA

www.uniqa.pl

Jakość w Królewskim wydaniu

Huta Królewska Sp. z o.o. może pochwalić się liczącą prawie 200 lat tradycją. Dzięki tak bogatej historii i doświadczeniu zakład oferuje swym klientom produkty, których standardy jakościowe potwierdzają nie tylko polskie, ale również zagraniczne certyfikaty. Ostatnim sukcesem spółki jest zdobycie tytułu EU Standard 2008.

- Produkujemy wyroby stalowe głęboko przetworzone, o wysokim standardzie przy zachowaniu optymalnego poziomu kosztów - mówi Marian Banach, prezes zarządu Huty Królewskiej Sp. z o.o. - Wytwarzamy je zgodnie z aktualnymi tendencjami rozwojowymi w budownictwie, kolejnictwie, przemyśle motoryzacyjnym, a także w infrastrukturze drogowej. Jako jedyni w Polsce oferujemy szyny podsuwnicowe dźwigowe oraz akcesoria kolejowe.

Podstawowymi działaniami produkcyjnymi Huty są: wydział walcowniczy, który tworzą m.in. walcarka zgniatacz, walcarka liniowa i walcownia średnio-mała, a także wydział akcesoriów kolejowych wyposażony w piły, prasy oraz frezarki do wytworzenia części kolejowych.

Sporym atutem spółki, szczególnie widocznym na tle konkurencji, jest szybkość jej reagowania na potrzeby przyszłych odbiorców. Zapytanie ofertowe ze strony klienta zostaje przyjęte, rozpatrzone i odesłane w ciągu 24 godzin od momentu

jego wpłynięcia do firmy. Podobnie rzecz się ma ze składaniem zamówień. Potwierdzenie realizacji trafia do klienta maksymalnie dobowo po jego złożeniu, a sam towar w bardzo krótkim okresie czasu dociera do odbiorcy. Zakład jest w stanie dostarczyć produkty ze swojego asortymentu np. do Turcji



w ciągu 2 tygodni od momentu zgłoszenia zapotrzebowania. Tak sprawne działanie zaowocowało kontraktami z odbiorcami pochodzącymi z wielu krajów: Niemiec, Włoch, Turcji, Chin czy Tajlandii.

Tradycja zobowiązuje

Huta Królewska ma bogatą historię. Dynamiczny rozwój

kolejnictwa na świecie wywołał ogromne zapotrzebowanie na szyny kolejowe, toteż zakład jako jeden z pierwszych w Europie wpisał się na listę producentów już w 1843 r. Dziś cieszy się ogromną renomą, szczególnie dzięki dbałości o wszechstronnie rozumianą jakość. W firmie wprowadzony został dwustopniowy system kontroli.

Pierwszy to samokontrola, gdzie każdy pracownik odpowiedzialny za dany asortyment po uzyskaniu gotowego wyrobu podpisuje dokument stwierdzający jego niewadliwość. Te dokumenty są następnie weryfikowane przez dział kontroli jakości. Aby spółka

mogła dynamicznie rozwijać się, przeprowadza nieustannie nowe inwestycje. Zainstalowała m.in. nową suwnicę łapowo-obrotową oraz urządzenie do usuwania wchrowatości szyn. Gotowa jest również sieć komputerowa, dzięki której możliwa będzie kontrola stanu produkcji na każdym z jej etapów.

Tomasz Poptawski

Jakość w ramach okien

Firma Okfens może się pochwalić największym wśród krajowych producentów, ponad 30-letnim doświadczeniem w zakresie wytwórstwa okien, drzwi i profili z PVC. Początki działalności spółki związane są z wdrożeniem i sprzedażą pierwszego w Polsce systemu okiennego POLTROCAL, wytwarzanego na licencji niemieckiej firmy TROCAL. Była to pierwsza tego typu produkcja w całej Europie Środkowo-Wschodniej.

Kolejne lata to intensywny rozwój przedsiębiorstwa, poszerzenie asortymentu produktów oraz zbieranie cennych doświadczeń związanych z wytwarzaniem stolarki okiennej z PVC. Od 1999 roku Okfens jest częścią międzynarodowego koncernu Saint-Gobain - największego na świecie dostawcy wysokoprotęzowanych materiałów budowlanych. Dzięki temu firma uzyskała dostęp do najnowszych technologii, gwarantując stabilność finansową, możliwość zakupu materiałów, usług po najniższych cenach, a także wsparcie w postaci wymiany doświadczeń, informacji w zakresie zarządzania, sprzedaży oraz produkcji.

- Wytwarzane przez nas okna i systemy okienne mogą się pochwalić wieloma unikatowymi rozwiązaniami - mówi Mariusz Witek, prezes zarządu Okfens Sp. z o.o. - Jednym z nich jest nieskazitelna, trwała biel naszych profili, którą gwarantuje specjalny barwnik oparty na związkach tlenku tytanu. Pozwala on na użytkowanie

okien bez konieczności malowania i konserwacji.

Profile oferowane przez spółkę posiadają komorę wzmocnieniową o dużych wymiarach z zastosowanym w standardzie ocynkowanym stalowym wzmocnieniem, gwa-

bardzo szeroki zakres swojej działalności spółka posiada unikalne w naszym kraju zaplecze laboratoryjno-badawcze, przeprowadzające cykliczne badania profili: na jakość szranki, nośność naroży, udarowość oraz okien - na infiltrację powietrza, przenikanie wody opadowej i napór wiatru. Jakość obecna na każdym etapie produkcji doczekała się potwierdzenia certyfikatem z a s w i a d c z a j ą c y m o wprowadzeniu Systemu Zarządzania Jakością ISO 9001:2000, a także aprobat i atestów weryfikowanych przez Instytut Techniki Bu-



dowlanej i Państwowy Zakład Higieny. Okfens może pochwalić się także świadectwem kwalifikacyjnym na zgodność z europejską normą zharmonizowaną PN-EN 14351-1:2006. Obecnie, dzięki ciągłym inwestycjom, spółka posiada jeden z najnowocześniejszych w Europie parków maszynowych, a potencjał produkcyjny to ponad 190 tys. sztuk okien i ponad 10 tys. ton profili rocznie.

Tomasz Poptawski

