

JAKOŚĆ, SOLIDNOŚĆ, ELASTYCZNOŚĆ

O roli estetyki w kształtowaniu strategii firmy ZPSO ROSA, tworzeniu kilku projektów codziennie, znaczeniu pracowników i najważniejszych momentach dla obchodzącego dwudziestolecie dynamicznego rozwoju producenta oświetlenia zewnętrznego – rozmawiamy z jego właścicielem – inż. Stanisławem Rosą.

CZY WIESZ, ŻE...

Ważną w rozwoju firmy ROSA okazała się umiejętność korzystania z nadarzających się szans rynkowych, przede wszystkim pozyskania funduszy europejskich. Jak dotąd firma uzyskała dofinansowanie ponad 40 projektów. Oprócz tego ROSA, dzięki inwestycjom w Tyskiej Podstrefie Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej, wszystkie środki z podatków przeznaczyc mogła na kolejne inwestycje.



W tym roku firma ROSA obchodzi dwudziestolecie działalności. Jakiego znaczenia ma dla państwa ten jubileusz? Czy obchodzą go państwo w jakiś szczególny sposób?

Tradycja i historia firmy ma dla nas bardzo duże znaczenie. 20 lat temu zaczęliśmy od zera, a teraz mamy duży zakład znany nie tylko w kraju, lecz także zagranicą. Przy produkcji oświetlenia zewnętrznego pracuje w nim już 250 osób. Mamy też firmę w Rosji, gdzie pracuje 16 osób. W związku z tym chcemy pokazać to, co robimy i do czego doszliśmy w ciągu tych 20 lat.

W gruncie rzeczy maj był poświęcony na uczczenie tego jubileuszu. Odbiło się wtedy kilka ważnych spotkań. Rozpoczęliśmy od spotkania z pracownikami, którzy przez lata pracowali w firmie, a teraz są już na emeryturze. Pokazywaliśmy im to, jak firma funkcjonuje obecnie. Byli tym spotkaniem bardzo usatysfakcjonowani. Kolejna impreza była przeznaczona dla obecnych pracowników i ich rodzin. Na trzecie spotkanie zaprosiliśmy projektantów z całej Polski, którzy realizują projekty oświetlenia, korzystając z naszych produktów. To było spotkanie, na którym omawialiśmy szczegóły naszych projektów. Na czwarte spotkanie zostali zaproszeni kontrahenci zagraniczni. Przyjechali też nasi przedstawiciele – 50 osób z 24 krajów. Co prawda, w tej chwili eksportujemy do 50 krajów, ale nie było możliwości ściągnięcia pracowników ze wszystkich zakątków świata.

Jakie momenty w historii firmy zdecydowały o uzyskaniu przez nią aktualnej pozycji rynkowej?

Zacząłem od handlu artykułami elektrycznymi. Następnie świadczymy usługi elektryczne. Pierwsze prace były związane z oświetleniem zewnętrznym. W roku 1992 zatrudniliśmy już osiem osób. Przyszła zima i prac związanych z oświetleniem zewnętrznym nie dało się wykonywać, więc wymyśliłem, że zimą dobrze byłoby coś produkować, a latem montować. To był początek lat 90. Asortyment oświetlenia zewnętrznego był bardzo ubogi, dostępne były tylko słupy betonowe lub też stalowe, malowane ręcznie, które bardzo szybko korodowały, zwłaszcza przy ziemi. Dlatego też chodził mi po głowie pomysł, żeby zrobić coś, co będzie lepsze, trwalsze i bardziej efektywne. Pamiętam, jak szedłem ulicą Mikołowską w Mysłowicach, gdzie robotnicy układali ciepłociąg. W środku była rura stalowa, a na zewnątrz plastikowa, połączone pianką. Pomyślałem, że wykonany w podobnej technologii słup będzie odporny na działanie warunków atmosferycznych – zwłaszcza na Śląsku, gdzie wtedy jeszcze powietrze było bardzo zanieczyszczone. Dodatkowo będzie to wyglądało estetycznie. I tak to się zaczęło. Po roku udało nam się zrobić pierwszy słup z tworzywa sztucznego. I w ten sposób przeszliśmy do fazy produkcji.

W kolejnych latach powstawały nowe produkty, nowe ulepszenia, które odpowiadały potrzebom naszych klientów. Asortymentu mieliśmy coraz więcej. I w Łędzinach, gdzie produkowaliśmy, zrobiło się trochę ciasno. Kiedy powstała Specjalna Strefa Ekonomiczna w Tychach, to w 1998 r. powstał tam nasz zakład i pierwsza hala.

Obecnie firma eksportuje swoje wyroby do 50 krajów świata. Jak na początku wyglądała sprzedaż zagranicę?

Gdy uruchomiliśmy produkcję w Tychach i powstawał produkt finalny – wcześniej w Łędzinach tworzyliśmy półprodukty – narodził się pomysł produkcji słupa aluminiowego. Zaprojektowaliśmy maszynę i wymyśliliśmy technologię, która następnie została opatentowana. Dzięki temu zaczęliśmy produkować słupy aluminiowe, które okazały się bardzo ciekawym produktem dobrej jakości.

I z tym produktem wyszliśmy na rynki zewnętrzne. Pierwszy słup aluminiowy zrobiliśmy w roku 2000, a pierwszymi targami, od których rozpoczął się nasz eksport, były targi Intel w Mediolanie w roku 2001. Wtedy też zyskaliśmy wielu kontrahentów. Nawiązaliśmy kontakt z całym światem. Jedni klienci kupowali słupy standardowe, inni byli zainteresowani słupami aluminiowymi. W ten sposób zaczęliśmy eksport na rynki zewnętrzne. To trwa i rozwija się do dzisiaj.

Czy eksportują państwo przede wszystkim do krajów Europy?

W większości do kraje Europy, ponieważ słupy i oświetlenie są gabarytowo duże, a więc koszty transportu są wysokie. Ale sprzedajemy też swoje wyroby m.in. do Australii, Kanady i do Makao. Mamy też firmę w Rosji, nazywa się Rosa Vostok, w której posiadamy 50% udziałów. Prowadzi ona handel i dystrybucję, a także wykonuje własne projekty na naszych wyrobach. Obecnie połowa tyskiej produkcji trafia na rynek krajowy, a połowa na eksport.

Jaskie rynki zagraniczne są dla państwa najbardziej istotne i perspektywiczne?

Na Półwyspie Arabskim obowiązują bardzo restrykcyjne warunki, które musi spełniać produkt. Tam montuje się tylko wyroby o najwyższej jakości ze względu na duże zasolenie, piasek i bardzo wysokie temperatury. To jest taki poligon dla każdego produktu. Jeśli przetrwa w takich warunkach 10 lat, to w Europie spokojnie może funkcjonować i 30. Potwierdzeniem tego jest metro w Dubaju, gdzie na przystankach są całe linie poanodowane na kolor złoty. I one są bardzo odporne na działanie wysokich temperatur. Jeżeli oni stosują taką technologię, to wykorzystują również nasze słupy, ponieważ one są odporne na działanie soli, piasku i wysokiej temperatury.

Perspektywnym rynkiem jest też Rosja – tam realizuje się duże inwestycje, np. związane z igrzyskami olimpijskimi. Realizujemy też wiele projektów we Francji. I w Maroku, gdzie też jest bardzo specyficzny rynek i gdzie projektuje się bardzo nietypowe rzeczy. Mnie to fascynuje, gdyż tam robi się najwięcej projektów, które upiększają krajobraz. Chcę ten sposób myślenia przenieść do nas, do Polski, pokazywać słupy różnego kształtu, dużo bardziej ciekawe.

W Polsce osiągnęliśmy pozycję lidera w swojej branży?

Z pewnością, choć z różnych względów trudno jest to oszacować, gdyż produkujemy oświetlenie zewnętrzne kompleksowo. Wykonujemy do niego praktycznie wszystko: elementy betonowe, które zakopywane są w ziemi, słupy w dwóch różnych technologiach – stalowe z zewnętrzną warstwą z tworzywa i aluminiowe – wysięgniki, oprawy parkowe, uliczne, złącza słupowe, które znajdują się w środku słupa. Konkurencja natomiast przeważnie specjalizuje się w poszczególnych elementach oświetlenia. Są więc firmy, które sprzedają większe ilości poszczególnych produktów. Z pewnością jesteśmy liderem w aluminiowych słupach oświetleniowych i oprawach parkowych. W złączach słupowych również.

Posiadają państwo w swojej ofercie kilka tysięcy pozycji. Czy poszczególne wyroby są produkowane sezonowo, czy też decydują przede wszystkim sugestie klientów?

I tak, i tak. Zaspokajamy potrzeby klienta, często projektanci oraz architekci mają bardzo ciekawe pomysły. I jeżeli one wydają się nam interesujące, kupujemy je i wprowadzamy do naszej oferty. W ten sposób rośnie nasz asortyment. Mogę powiedzieć, że w ciągu roku wytwarzamy – spełniając życzenia kontrahentów – około dwóch tysięcy wyrobów, tyle mamy nowych projektów. Jest tak dlatego, że na różne rynki produkt standardowy trzeba w odmienny sposób przerobić, przystosować, sprawdzić, wzmocnić i przebadać. Mamy

specjalny dział techniczny – zatrudniający 12 inżynierów – w którym codziennie powstaje kilka projektów...

No właśnie, to cztery lub pięć projektów dziennie. Do tego standardowe wyroby z asortymentu ROSY? Jak to możliwe?

To jest możliwe. Dział techniczny pracuje na dwie zmiany. W procesie produkcyjnym na pierwszej i drugiej zmianie są wykonywane najbardziej nietypowe zlecenia, a na trzeciej, nocnej, produkcja standardowa.

Do tego chyba potrzebna jest bardzo specyficzna kadra: z jednej strony wysoko wykwalifikowana, a z drugiej elastyczna.

Tak, to prawda. Wyznajemy też taką zasadę, że inżynierowie najpierw muszą przejść przez wszystkie etapy produkcji. Dzięki temu umieją już poukładać ze sobą poszczególne elementy naszych wyrobów. Oprócz tego obecnie podczas projektowania pomocną są różne programy specjalistyczne, które ułatwiają ten proces.

ROSA ma też na koncie kilka patentów.

Tak, mamy na koncie kilka patentów, kilka wzorów użytkowych, kilkadziesiąt wzorów przemysłowych. Produkt przez nas wymyślony, który jest ciekawy, zabezpieczamy właśnie w ten sposób.

Jakie czynniki decydują o produkcji kolejnych wyrobów firmy?

Przede wszystkim są to potrzeby klienta. Moim założeniem ogólnym jest także to, żeby upiększać nasze otoczenie. By wyroby oświetleniowe nie tylko oświetlały, lecz także zdobiły. By nie były szare, ale kolorowe. By miały dowolne kształty, dobrze wkomponowane w otoczenie, w architekturę. Wszystko musi ze sobą współgrać.

I dlatego wszystkie technologie i procesy technologiczne są w firmie rozwijane tak, by produkować słupy o dowolnym kształcie i przekroju poprzecznym. Możemy je wyginać, możemy je ubarwiać (by to osiągnąć, wybudowaliśmy anodownię). Wprowadziliśmy sześć nowych kolorów w technologii malowania interferencyjnego. To powoduje, że słup aluminiowy poanodowany jest obecnie jednym z najlepszych produktów na świecie.

Konkurencyjne firmy produkujące słupy aluminiowe nie mają własnych anodowni. I często twierdzą, że aluminium nie trzeba anodować, co według mnie jest nieprawdą, gdyż surowe aluminium bardzo szybko może się ubrudzić. Słup, który w procesie technologicznym musi być szlifowany, ma przecież na powierzchni pory, które pokrywają się brudem. Jestem zdania, że słup aluminiowy jest tylko półproduktem, który należy zabezpieczyć, i dopiero wtedy można go oferować klientowi. Dlatego twierdzę, że produkujemy zdecydowanie lepszy produkt niż konkurencja, również znana na świecie.

Czy pracują państwo nad nowymi rodzajami oświetlenia, które w zasadniczy sposób mogą zmienić rynek?

Przygotowanie się do dwudziestolecia firmy uświadomiło nam to, że w pierwszych 10 latach funkcjonowania byliśmy skoncentrowani na wyrobach i słupach stalowych. Pierwszy słup aluminiowy wyprodukowaliśmy w roku 2000 i przez kolejne 10 lat firma skupiała się na produktach z aluminium. Teraz natomiast wchodzimy w trzecie dziesięciolecie. Wkraczamy w nie z kolejnym produktem – oprawami LED. Jest to produkt innowacyjny. Postanowiliśmy przygotować całą serię takich opraw: od opraw parkowych, po oprawy uliczne. Całość jest zrobiona z profili i blach aluminiowych, które można anodować. W ten sposób zyskujemy projekty, dzięki którym możemy wejść w całkowicie nową fazę i naprawdę zmienić nasze otoczenie, które ma być nowoczesne i przystosowane do obiektów, które się obecnie projektuje i buduje.



W jaki sposób firma przygotowała się do nowego rodzaju produkcji?

Tak naprawdę to cały czas inwestujemy. Aby uruchomić produkcję opraw LED, trzeba było pozyskać i wdrożyć w ciągu technologiczne bardzo dużo nowoczesnych maszyn. To są automaty, które zostały zakupione w ubiegłym roku. Dodatkowo stworzyliśmy laboratorium, w którym możemy każdy rodzaj oprawy sprawdzić i przebadać.

Dzięki temu nowy produkt, jakim jest oprawa LED, możemy stworzyć w ciągu tygodnia. W tym czasie możemy zrobić nową oprawę na życzenie klienta – projekt i lutowanie pierwszych części do sprawdzania, czy ta oprawa działa właściwie i daje odpowiednią ilość światła.

Czy to podejście do klienta, o którym pan mówi, decyduje o sukcesie rynkowym firmy ROSA?

O tym decyduje kilka rzeczy. Na pewno klienci chcą kupować produkty dobrej jakości. A my takie oferujemy. Na pewno klienci chcą być dobrze i szybko obsłużeni. Staramy się, żeby terminy realizacji nie były dłuższe niż trzy tygodnie, co mamy zapisane w ISO i co jest dla nas w firmie święte. Na pewno duże znaczenie ma też cena, to ona często decyduje, czy klient kupi ten produkt, czy inny. Wszystkie te czynniki wpływają na to, że firma ma co robić, a klient jest zadowolony.

Ważne jest także to, jak obsługujemy tego klienta. Koszty transportu są coraz wyższe, a my dostarczymy i słup, i oprawę, i złącza słupowe jednym transportem, w całości. Drugiej takiej firmy na rynku nie ma. Jesteśmy jedyni w Polsce.

Jeszcze jedna kwestia jest bardzo istotna. Firma – tak jak mówiłem na początku – to pracownicy. To oni ją tworzą. I to oni czują się zaszczytzeni, że w niej pracują. To oni dają z siebie wszystko, żeby firma dalej mogła się rozwijać.

Podkreśla pan znaczenie pracowników, którzy nierzadko pracują w ROSIE od początku. Czy ma dla państwa znaczenie fakt, że firma znajduje się na Śląsku?

Poruszył pan ciekawy temat. Ja pochodzę z centralnej Polski, ale twierdzę, że nie zbudowałbym takiej firmy gdzie indziej. Tutaj jest to możliwe, ponieważ Ślązacy są bardzo solidni, zdyscyplinowani i dobrze pracują. I to powoduje, że łatwo jest zarządzać tego typu zespołem ludzkim. Daje to też satysfakcję z tego, co się robi.

Czyli atutami firmy i jej pracowników są jakość, solidność i elastyczność?

Tak. I jednocześnie dbałość o środowisko. Oferujemy produkty, które są ekologiczne, np. to aluminium, które można przetwarzać. I to przetwarzanie jest bardzo energo-

CZY WIESZ, ŻE...

Firma ROSA posiada największą w Europie Środkowo-Wschodniej anodownię, w której anodowane oraz barwione elektrolitycznie i interferencyjnie są elementy aluminiowe (profile, kształtowniki, rury itp.). Jest to jeden z najważniejszych atutów tyskiego producenta oświetlenia.

oszczędne. technologie, które oferujemy, obniżają energochłonność oświetlenia nawet o 76%. Nie opłaca się więc projektować nowych inwestycji na rozwiązaniach tradycyjnych, trzeba po prostu wchodzić w LED. Gdy się z tą informacją dotrze do inwestora, można mu zaproponować produkt o podwyższonej żywotności.

Mówi pan dużo estetyce i o potrzebie upiększania otoczenia. Nie jest to chyba zbyt często spotykane podejście...

Zgadza się. Myślę, że bez tej pasji związanej z dążeniem do poprawy estetyki nic tak naprawdę byśmy nie osiągnęli. Trzeba przecież pamiętać, że to, co robimy, ma służyć innym. I na pewno odczuwa się o wiele większą satysfakcję, jeżeli to, co się wyprodukowało, jest ładne i poprawia estetykę otoczenia. Dzięki temu wszystko staje się możliwe.

Rozmawiał: Adam Sieroń

EUROMETAL S.A. Grupa EKO-ŚWIAT
ul. Mościckiego 8
37-450 Stalowa Wola
tel. +48 34 3281333
info@eko-swiat.pl
www.eko-swiat.pl



EUROMETAL S.A. Grupa EKO-ŚWIAT Producent Profili Aluminiowych

43-200 Pszczyna, ul. Bielska 4
tel./fax PL: (32) 210 40 77
mail: profimtec@profimtec.pl
NIP: PL 638 178 07 35, KRS: 0000356649

ZAWIESIA ŁAŃCUCHOWE WYROBY HUTNICZE