



Nieodzwonne są inwestycje w rozwój technologii

Rozmowa ze Zbigniewem Kuźmą, prezesem zarządu Paged Meble SA w Jasienicy

- Paged Meble SA to nowa nazwa Fabryk Mebli Giętych w Jasienicy, które mają ponad stuletnią tradycję. Czy może pan powiedzieć kilka słów na temat historii firmy oraz przyczyn zmiany nazwy?

- Fabryki Mebli Giętych w Jasienicy od połowy 2002 roku funkcjonują pod nową nazwą Paged Meble SA. Początki działalności sięgają 1881 roku, kiedy produkcję rozpoczęła niewielka manufaktura założona w okolicy Bielska-Białej, w Jasienicy położonej na ważnym szlaku handlowym z Warszawy do Wiednia. Nieco później podobne fabryki założył w Jaworzu i Buczkowicach austriacki koncern „Mundus”. W roku 1923 do koncernu weszli „Bracia Thonet”, których przodek był prekursorem w świecie mebli giętych. Do drugiej wojny światowej fabryki produkowały i sprzedawały swoje produkty pod marką „Thonet-Mundus”. Po wojnie zniszczone fabryki zostały przejęte przez państwo, a w 1959 roku przyjęły nazwę Fabryki Mebli Giętych w Jasienicy. W 1993 roku rozpoczął się proces prywatyzacji, kontynuowany w ramach programu Narodowych Funduszy Inwestycyjnych. Od 1998 roku głównym akcjonariuszem spółki jest Paged SA w Warszawie. Należy zaznaczyć, że za pośrednictwem Paged SA i jednocześnie pod marką



tej spółki od pięćdziesięciu lat na rynku światowe trafia ponad 70% naszej produkcji. Od 2002 roku spółka używając znaku towarowego „Paged” rozpoczęła proces usamodzielniania się w działalności na rynkach światowych, organizując własne biuro handlu zagranicznego. W związku z powyższym oraz w celu umocnienia pozycji rynkowej Fabryk Mebli Giętych SA w Jasienicy, akcjonariusze podjęli decyzję o zmianie dotychczasowej nazwy na Paged Meble SA. Nowa nazwa oficjalnie obowiązuje od połowy 2002 roku.

- Jaką pozycję ma przedsiębiorstwo w Grupie Kapitałowej Paged SA? Jak aktualnie zorganizowana jest działalność grupy w zakresie produkcji mebli?

- Zgodnie ze strategią restrukturyzacji i rozwoju Grupy Kapitałowej Paged SA branża meblowa jest jedną z dwóch podstawowych gałęzi produkcji, obok wytwarzania sklejek. Spółki „meblowe” osiągają wspólnie przychody przekraczające 100 mln zł. oraz generują istotne, zwłaszcza ostatnio, zyski. Meble produkowane są w pięciu zakładach produkcyjnych w ramach trzech spółek zatrudniających łącznie ponad 1300 osób. Paged Meble w Jasienicy jest spółką produkującą, największą i w związku z tym do niej należy główna inicjatywa w zakresie kierunków zmian i rozwoju biznesu meblowego w grupie.

Funkcjonując w strukturze grupy spółki: Fabryki Mebli Giętych – Paged Meble SA w Jasienicy, Włocławskie Fabryki Mebli - Paged „Wefem” SA we Włocławku oraz Paged - Rzeszowskie Fabryki Mebli SA, w Sędziszowie Małopolskim to firmy o długoletniej historii i bogatym doświadczeniu w produkcji mebli najwyższej jakości z drewna litego i w naturalnych okleinach. Ścisła współpraca wspomnianych spółek pod marką handlową „Paged” na rynkach światowych ma swoją kilkudziesięcioletnią tradycję. Zarówno w przeszłości, jak i dzisiaj większość produkowanych mebli trafia do odbiorców zagranicznych, między innymi w Stanach Zjednoczonych, Japonii oraz większości krajów Unii Europejskiej. Znajdują one również uznanie wśród klientów krajowych.

- Jaki jest asortyment produkcji? Czy w ofercie łączy się tradycję i nowoczesność, a jeśli tak, to, czym się to wyraża?

- Szczególnie ważnym elementem realizowanej strategii jest wspólna, kompleksowa oferta handlowa, spółek meblowych grupy Paged. Prezentowana obecnie na rynku kolekcja, obejmująca komplementarne grupy mebli mieszkaniowych jak również krzesła i stołów dla kawiarni, restauracji i hoteli. W samych tylko fabrykach spółki Paged Meble SA produkujemy około 350 modeli mebli przede wszystkim krzesła, taboretów i foteli. Biorąc pod uwagę różne warianty ich wykonania, rocznie produkuje się około 4500 wersji. Myślę, że na szczególną uwagę zasługują nowoczesne wzornictwo mebli do dekoracji wnętrz, zestawów stołowych, krzesła oraz sypialni. W naszej ofercie klienci znajdują zarówno szeroką gamę mebli tradycyjnych, a w szczególności mebli giętych również przede wszystkim znany bardzo dobrze klientom fotel bujany oraz nowoczesne krzesła produkowane zgodnie ze światowymi trendami wzornictwa i standardami jakości.

- Na czym polega innowacyjność w procesie produkcji mebli giętych?

- Możliwości techniczne zakładów produkcyjnych Spółki, poziom technologii, stosowane naturalne surowce i materiały oraz współpraca ze sprawdzonymi dostawcami zapewniają wysoką jakość produkowanych wyrobów, czego potwierdzeniem jest duży eksport z powodzeniem realizowany głównie na wymagające rynki światowe. Dziś tak jak przed dziesięcioleciem, pracownicy wyginają drewniane elementy również ręcznie po uprzednim parowaniu, w stalowych formach. Niemniej jednak w ostatnim okresie nasza spółka wdrożyła nowoczesną technologię gięcia drewna prądem wysokiej częstotliwości, zastępując częściowo stosowane dotychczas giętarke mechaniczne, poprawiając zdecydowanie jakość oraz wydajność produkcji. Nasza spółka od lat jest przykładem, jak istotne, wręcz nieodzowne są inwestycje w rozwój technologii, podwyższanie poziomu technik obróbki, czy w nowe wzornictwo. Oprócz tradycyjnej obróbki ma-

Branżowy portal internetowy

Wzrastające znaczenie Internetu w działalności firm, skłoniło OIGPM do uruchomienia portalu branżowego, zawierającego najważniejsze dla środowiska meblarskiego informacje. Nowoczesny, interaktywny portal www.meble.org.pl oferuje wiele udogodnień dla internautów szukających informacji z zakresu szeroko rozumianego meblarstwa.

Przez ostatnie 10 lat zbierano doświadczenia z szerokiego zastosowania Internetu w praktyce. Dziś prawie wszystkie firmy prowadzą własne strony www, a większość biur funkcjonuje z wykorzystaniem Internetu. W sieci można dziś znaleźć wszelkie informacje. Problem stanowi jedynie sprawne odszukanie interesujących wiadomości. OIGPM mając na uwadze cały kontekst warunków, w których muszą funkcjonować producenci mebli, postanowiła skorzystać z możliwości oferowanych przez Internet i stworzyła interaktywny portal branżowy. Podstawowym jego zadaniem jest zebranie w jednym miejscu informacji interesujących producentów mebli i środowisko branży meblarskiej. Działania te

są elementem polityki wspierania polskich producentów zarówno dużych jak i z sektora MSP.

Interaktywny portal branżowy ma służyć wszystkim meblarzom jako narzędzie informacyjne, edukacyjne oraz platforma nawiązywania kontaktów i wymiany doświadczeń. Na stronach portalu znaleźć będzie można informacje o wydarzeniach w branży, projektach prowadzonych przez OIGPM, planowanych przedsięwzięciach oraz targach i szkoleniach, jak również wiele innych ciekawych informacji. Zawartość portalu jest pogrupowana w następujące działy: nowości w branży, projekty prowadzone przez OIGPM, dział publikacji - artykuły o tematyce meblarskiej, polecane strony - lin-

ki do ważnych portali oraz stron firm, uczelni itp., kursy walut oraz indeksy giełdowe, forum dyskusyjne użytkowników, dział ogłoszeń, ankiety na aktualne tematy.

Portal będzie umożliwiał zarejestrowanie własnego konta użytkownika i skonfigurowanie portalu zgodnie z własnymi upodobaniami. Zapewni to dodatkowe przywileje. Jednym z nich jest posiadanie darmowego wewnętrznego konta pocztowego, umożliwiającego rozesłanie wiadomości do innych użytkowników serwisu. Każdy z internautów może zapisać się również do grupy otrzymującej list z nowościami portalu.

Portal oferuje firmom zainteresowanym problematyką meblarską umieszczenie w nim swoich reklam. W ten sposób na stronie znajdują się informacje istotne nie tylko dla producentów mebli i środowiska naukowo-badawczego meblarzy, ale również dla kupców oraz klientów, zarówno indywidualnych, jak i instytucjonalnych, a także producentów materiałów do produkcji mebli.

Branża meblarska liderem ożywienia gospodarczego w Polsce

W periodycznych publikacjach Głównego Urzędu Statystycznego przemysł meblarski wymieniany jest regularnie jako jedna z branż, przodujących pod względem wskaźnika wzrostu produkcji sprzedanej.

We wkładce do miesięcznego Biuletynu Statystycznego – „Wstępna informacja o gospodarce w 2003 roku” – podano m.in., że:

✓ w 2003 roku produkcja sprzedana przemysłu (dane dotyczą jednostek o zatrudnieniu powyżej 9 osób) wzrosła o 8,7%, w tym w przetwórstwie przemysłowym – o 10,4% w stosunku do roku 2002;

✓ do działań przetwórstwa przemysłowego o najwyższych wskaźnikach wzrostu produkcji sprzedanej należał m.in. dział „meble; pozostała działalność produkcyjna” – wzrost o 20,4%, w tym produkcji samych mebli – o 23%.

Wskaźnik wzrostu produkcji sprzedanej za okres I-III kwartału (40%) jest identyczny jak za I półrocze 2003 roku,

Wartość produkcji sprzedanej mebli w I-III kwartale 2003 roku

Produkcja sprzedana przemysłu meblarskiego (firmy zatrudniające co najmniej 50 osób):	I-III kwartał 2002	I-III kwartał 2003
Wartość produkcji sprzedanej (mln zł)	7.415,0	10.525,2
I-III kw. roku poprzedniego = 100 (ceny stałe)	98,6	140,0

znacznie natomiast wyższy od przytoczonego powyżej wskaźnika za cały rok na poziomie 23%. Pamiętając, że z dniem CUS wielkości i wskaźniki z różnych zbiorów danych są nieporównywalne, trudno jednak nie ulec sugestii, iż po zastawieniu obydwu wskaźników wzrost produkcji w przedsiębiorstwach „dużych” (50 i więcej zatrudnionych) był zdecydowanie wyższy niż w mniejszych podmiotach gospodarczych w branży meblarskiej. Z drugiej strony, różnica tych wskaźników mo-

głaby wskazywać na pewne zmniejszenie tempa wzrostu w IV kwartale ubiegłego roku.

Przedstawione wielkości produkcji wybranych przez GUS reprezentantów asortymentu produkcji meblarskiej w pierwszych trzech kwartałach 2003

roku wykazują najwyższą dynamikę wzrostu w grupie mebli drewnianych do jadalni i salonu (37,6%) i również

wysoką w grupie mebli kuchennych (25,2%), natomiast z drugiej strony

– nieznaczny spadek produkcji mebli do sypialni (o blisko 3%) i poważne zmniejszenie pełniących zbliżone funkcje (sypialne) mebli do sypialni przestawialnych

w miejscach do spania (o ponad 26%).

Wskaźniki wzrostu za cały miniony rok są w większości wypadków (z wyjątkiem mebli kuchennych) wyższe od odpowiednich danych za 9 miesięcy, przy czym meble w grupie mebli do sypialni wykazują wzrost o prawie 10%, w miejsce notowanego za trzy kwartały niewielkiego spadku produkcji. Porównanie wskaźników wzrostu wskazuje na sezonowe ożywienie produkcji w IV kwartale roku.

Wszystkie podane wskaźniki wzrostu w okresie pierwszych trzech kwartałów roku nie sięgają jednak poziomu z 2002 roku, odpowiadającego wartości produkcji sprzedanej du-

Wyszczególnienie	I-III 2003 mln zł	I-III kwartał 2002 = 100	I-III 2003 mln USD	I-III kwartał 2002 = 100
Eksport ogółem	10.427,7	127,1	2.679,1	134,0
w tym: meble do siedzenia *	5.704,4	130,7	1.465,7	137,8
Pozostałe meble **	4.177,5	116,4	1.073,1	122,7
Stelaże pod materace ***	545,9	141,4	140,3	149,2

wg przyjętej w statystyce GUS nomenklatury:

* „meble do siedzenia i ewentualnie do spania”; ** „meble (bez mebli do siedzenia i leżarkich)”; *** „stelaże pod materace, artykuły pościelowe i podobne”

encji rozwojowych całej branży meblarskiej.

Wartość eksportu mebli w pierwszych trzech kwartałach roku 2003 roku osiągnęła rekordowy, nie notowany dotychczas poziom w tej skali czasowej.

Wskaźnik wzrostu eksportu w analizowanym okresie – ponad 27% w wyrażeniu złotowym – był nieznacznie wyższy od notowanego w I półroczu 2003 roku, wynoszącego 26,7%.

Cały polski eksport w I-III kwartale 2003 roku zwiększył się w porównaniu z analogicznym okresem poprzedniego roku o 20,6%. Branża meblarska, ze wskaźnikiem 27%, zachowuje więc pozycję jednego z liderów ekspansji eksportowej, utrzymując wysoki udział w globalnej wartości wywozu – ok. 7,2% w analizowanym okresie.

Sięgający szacunkowo około 80% udział eksportu w łącznej produkcji sprzedanej polskiego meblarstwa oznacza m.in. poważne uzależnienie wyników ekonomicznych branży od zmian kursów walutowych, w tym przede wszystkim kursu euro jako waluty rozliczeniowej, w której z kolei realizowane jest ok. ¾ całego eksportu mebli. Średnioważone kursy złotego w stosunku do euro i dolara, liczone narastająco od początku roku do końca września, przedstawiono w tabeli.

Wzrost średnioważonego kursu w pierwszych trzech kwartałach 2003 roku o 13,5% w stosunku do analo-

Promocja Znaku Branżowego

Od dawna wiadomo, iż polskie meble są jednym z najlepszych naszych produktów eksportowych. Świadczy o tym chociażby bardzo wysoki udział eksportu (sięgający około 80% produkcji sprzedanej), w tym również bardzo wysoki udział eksportu do krajów Unii Europejskiej (80% całego eksportu).

Rada OIGPM od dawna dostrzegała potrzebę umocnienia prestiżu „polskich mebli” szczególnie na wspólnym rynku europejskim i rynku międzynarodowym. Tak powstała koncepcja Znaku Branżowego. Znak ten ma wytworzyć w świadomości klientów - w kraju i zagranicą - wizerunek polskich mebli jako produktów markowych o najwyższej jakości. Przysługujące obecnie wyróżnienia w tym między innymi: „Teraz Polska”, „Nagroda Gospodarcza Prezydenta RP”, jak również złote medale Międzynarodowych Targów Poznańskich - obejmują z natury rzeczy bardzo niewielką liczbę wyrobów z branży meblarskiej, produktów o najwyższej światowej jakości i cieszących się uznaniem odbiorców w kraju i za granicą. Aktywna promocja wyrobów meblowych wymaga więc wszechstronnego wsparcia ze strony OIGPM.

Główne działania popularyzujące polskie wyroby meblowe zostają ujęte w kampanii promocyjnej Znaku Branżowego. Idea ta będzie propagowana w mediach, podczas imprez targowo-wystawienniczych, w akcjach realizowanych w ramach członkostwa w Krajowej Izbie Gospodarczej oraz poprzez promocyjne wykorzystywanie Znaku przy okazji wszelkiego rodzaju publicznych wystąpienia OIGPM. Ce-

lem kampanii promocyjnej jest z jednej strony wywołanie zainteresowania producentów staraniami o uzyskanie prawa do stosowania Znaku, z drugiej zaś - jego zaistnienie w opinii publicznej i zdobycie odpowiedniego prestiżu w ocenie konsumentów. Program Znak objęty został patronatem Ministra Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej na podstawie decyzji z dnia 7 maja 2003 roku.

Znakiem Branżowym będą oznaczane produkty szczególnie wyróżniające się walorami jakościowymi i użytkowymi, przy jednoczesnym zapewnieniu, iż pochodzą one od producentów, zasługujących na wysokie uznanie ze względu nie tylko na swój potencjał techniczny i nowoczesność stosowanej technologii, lecz także nienaganny sposób prowadzenia biznesu.

Przyjęte kryteria oceny produktów przewidują m.in., że zgłaszane wyroby muszą być: przedmiotem własnej działalności zgłaszającego (własny projekt wzorniczy i konstrukcyjny); wytworzone przy zastosowaniu nowoczesnych technologii produkcji i wykonane z materiałów w pełni spełniających wymagania norm PN-EN dotyczących wymagań jakościowych oraz metod ich badań (zgłaszający będzie musiał potwierdzić te cechy odpowiednimi dokumentami). W odniesieniu do wnio-

skodawcy w kryteriach „samooceny” postawiono wymogi co do zapewnienia wysokiego standardu obsługi gwarancyjnej i pogwarancyjnej, spełnienia wymagań ustawy o ogólnym bezpieczeństwie produktów oraz ustawy o ochronie praw konsumentów oraz odpowiedzialności za produkt, a także stabilnej sytuacji finansowej wnioskodawcy.

Prawo do stosowania Znaku Branżowego otrzymywać się będzie na podstawie umowy pomiędzy wnioskodawcą i Administratorem Znaku. Tę rolę pełni Biuro OIGPM. Przedsiębiorstwo posiadające prawo do stosowania Znaku będzie miało prawo do oznaczenia nim swoich produktów, umieszczenia znaku na „drukach firmowych” oraz we wszelkich swoich materiałach reklamowych, eksponowania go w pomieszczeniach przedsiębiorstwa oraz salonach sprzedaży swoich mebli, jak również wykorzystania go we wszelkiej innej działalności marketingowej.

Administrator Znaku, będzie czuwać z jednej strony nad przedsiębiorcami - wnioskodawcami, starającymi się o prawo do stosowania Znaku, aby proces składania i weryfikacji wniosku był jak najłatwiejszy, z drugiej zaś strony będzie podejmować i koordynować działania na rzecz promocji Znaku. Już w tej chwili działa wspomniany powyżej interaktywny portal branżowy www.meble.org.pl, w którym na bieżąco prezentowane będą najnowsze doniesienia dotyczące Znaku. Jednakże główne działania promocyjne Znaku w 2004 roku przewidujemy na targach Meble '2004 w Poznaniu oraz Orgatec '2004 w Kolonii.

Nowy członek Izby

Zakład Stolarski Piętrus rozpoczął swą działalność w 1992 roku od produkcji łóżek piętrowych. Siedziba firmy mieści się w Grzybnicy na Pojezierzu Brodnickim. Właściciel firmy - Wiesław Cieczo - jest głównym autorem projektów i wielu rozwiązań technologicznych. Firma kieruje swoją ofertą do dzieci i młodzieży. Dzisiejsza produkcja rozszerzona jest, oprócz łóżek piętrowych, także o łóżeczka dziecięce oraz klasyczne meble systemowe. Podstawą działalności jest produkcja mebli systemowych wykonywanych z drewna sosnowego.

Firma stara się systematycznie pozyskiwać nowych klientów i rozwijać swe możliwości. Dlatego głównym założeniem rozwojowym na rok 2003 było utrzymanie udziału w rynku krajowym na poziomie z lat poprzednich i zwiększenie produkcji i sprzedaży eksportowej. Wyroby Piętrusa trafiają na rynek niemiecki, czeski i angielski.



Branża meblarska liderem ożywienia gospodarczego w Polsce

Dokończenie ze strony 15

gicznej wielkości w tym samym okresie poprzedniego roku miał więc znaczący udział w 40-procentowym przyro-

stąpieniu w dużych firmach o prawie 12%, zdecydowanie wyróżnia się więc na tle ogólnej sytuacji na przemysłowym rynku pracy.

Waluta	I - IX.2002	I - IX.2003	(I - IX) 2003:2002	I-XII.2002	I - XII.2003	(I - XII) 2003 : 2002
EUR	3,8078	4,3218	113,5	3,8557	4,3978	114,1
USD	4,1073	3,8901	94,7	4,0795	3,8889	95,3

ście produkcji sprzedanej mebli, zrealizowanej przez duże firmy. Dalszy spadek kursu złotego wobec euro w IV kwartale roku spowodował zwiększenie przychodów z tego tytułu w skali rocznej o ponad 14%. Odwrotny skutek, tj. zmniejszenie złotych przychodów z tytułu eksportu w wyniku spadku kursu waluty, odnotowali eksporterzy zawierający kontrakty w dolarach USA.

Ożywienie w branży odzwierciedla się także w statystyce zatrudnienia. Przeciętne zatrudnienie w dużych firmach meblarskich w I-III kwartale 2003 roku było o 11,8% wyższe w porównaniu z poziomem w analogicznym okresie 2002 roku. Jego rozmiar - 92 200 osób - były równocześnie najwyższymi, notowanymi od I kwar-

tału 2003 roku. Wzrostowym tendencjom sprzedaży i eksportu towarzyszy także rozwój importu meblarskiego. Saldo obrotów branży meblarskiej z zagranicą utrzymuje się jednak na wysokim poziomie - w pierwszych trzech kwartałach 2003 roku wynosiło ponad 8,7 mld zł, co należy odnieść do deficytu handlowego Polski w tym okresie w wysokości 42,2 mld zł. Branża meblarska pozostaje więc jedną z najważniejszych gałęzi przemysłu generujących przychody dewizowe netto i przyczyniających się do ograniczenia deficytu bilansu polskiego handlu zagranicznego.

Relacje pomiędzy wskaźnikami wzrostu za I-III kwartał 2003 roku, tj. produkcji (40% dla dużych firm), eksportu (27%) i importu (36%), mogłyby wskazywać na ożywienie sprzedaży

Wyszczególnienie	I-III kwartał 2002	I-III kwartał 2003	I-III kwartał 2002=100
Przeciętne zatrudnienie (w tysiącach osób)	82,50	92,20	111,8

tału 2001 roku. Relacja wskaźników wzrostu w pierwszych trzech kwartałach 2003 roku: produkcji sprzedanej - 40% oraz przeciętnego zatrudnienia - 11,8%, świadczy o dalszej istotnej poprawie efektywności pracy mierzonoj wartością tej produkcji na jednogo zatrudnionego (przynajmniej w dużych przedsiębiorstwach meblarskich, których dotyczy cytowane wskaźniki).

W skali całego sektora przemysłowego przeciętne zatrudnienie w dużych podmiotach gospodarczych w I-III kwartale 2003 roku było o 1,4% niższe w stosunku do analogicznego okresu 2002 roku, przy czym w samym przetwórstwie przemysłowym wskaźnik ten był korzystniejszy - spadek jedynie o 0,1%. Branża meblarska jako pracodawca, przy wzroście przeciętnego za-

trudnienia w dużych firmach o prawie 12%, zdecydowanie wyróżnia się więc na tle ogólnej sytuacji na przemysłowym rynku pracy.

Brak odpowiednich danych uniemożliwia jednak udowodnienie tej hipotezy. Jedynym źródłem informacji są miesięczne indeksy obrotów handlu detalicznego w ujęciu zbiorczym w ramach grupy: „meble, sprzęt rtv i agd”. Według „Biuletynu Statystycznego” (nr 12/2003), w grudniu 2003 roku sprzedaż detaliczna w ramach tej grupy była o 22,9% wyższa niż w analogicznym miesiącu 2002 roku.

Należy jednak zaznaczyć, że dane za pierwsze trzy miesiące 2003 roku wskazywały na spadek o 5-10%, a najwyższym wskaźnikiem notowanym w pozostałych miesiącach ubiegłego roku był kwietniowy, sięgający niespełna 12%.

Nieodzowne są inwestycje w rozwój technologii

Dokończenie ze strony 15

szynowej w produkcji najwyższej klasy wyrobów stosowane są nowoczesne centra obróbcze sterowane komputerowo.

- Czy dla firmy miniony rok był udany?

- Ostatni okres był bardzo ważny dla spółki Paged Meble SA w Jasienicy. Przygotowaliśmy i wdrożyliśmy strategię restrukturyzacji i rozwoju, której podstawowym założeniem było obniżenie kosztów oraz wzrost rentowności i elastyczności prowadzonej działalności. Na wszystkich poziomach zarządzania zostały podjęte liczne inicjatywy oraz działania w ramach rozpracowanych długofalowych procesów mających na celu poprawę wydajności i jakości pracy oraz usprawnienie procesów organizacji i zarządzania. Nowe możliwości restrukturyzacyjne otworzyło przed nami wdrożenie od stycznia 2003 roku zintegrowanego syste-

mu informatycznego IFS Applications klasy ERP. Przeprowadzenie istotnych zmian w dotychczasowym zakresie było możliwe dzięki pracy i zaangażowaniu całej załogi. Uzyskane wyniki zapewniają Spółce odpowiedni poziom stabilności działania, a także zaufanie banków i dostawców oraz są solidną podstawą do kontynuacji przyjętej strategii rozwoju firmy.

- Jest pan prezesem zarządu Paged Meble SA od dwóch lat. Czy może pan powiedzieć kilka słów na temat swojej osoby?

- Rzeczywiście, funkcję prezesa zarządu spółki zacząłem sprawować od początku 2002 roku, choć z przemysłem drzewnym jestem związany od osmiu lat, to jest od czasu skończenia studiów. Ukończyłem Wydział Zarządzania Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie specjalność: finanse-bankowość. Jestem również absolwentem Akademii Ekonomicznej w Krakowie w zakresie zarządzania i marke-

tingu. Kierowanie spółką Paged Meble SA jest dla mnie dużym wyzwaniem. Jest to niewątpliwie zaszczyt, choćby z uwagi na wieloletnią tradycję tego przedsiębiorstwa, ale w związku z tym duża odpowiedzialność za zapewnienie jej bezpiecznego rozwoju.

Przesłem zostałem w stosunkowo trudnym dla spółki okresie, gdy konieczne było przeprowadzenie skutecznej i szeroko rozumianej restrukturyzacji. Moje wcześniejsze doświadczenia zawodowe właśnie związane były z procesami prywatyzacji i restrukturyzacji przedsiębiorstw, w których brałem udział, m.in. jako prezes zarządu Bestar SA w Kętach i Krakowskiego Przedsiębiorstwa Przemysłu Drzewnego w Krakowie. Od dziesięciu lat prowadzę również działalność gospodarczą, świadcząc usługi konsultingowe w zakresie działalności marketingowej oraz wspominanych procesów restrukturyzacyjnych.

„Okno i ucho” branży

Dobry wzór

Produkt Mazurskich Mebli International Allegra 3-2-1 w skórze uzyskał znak „Dobry Wzór 2003” przyznany przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego w Warszawie.

Nagroda za komfort

PROFim z Turku otrzymała wyróżnienie branżowego pisma za rodzinę foteli Active. W ten sposób doceniono elegancką formę produktów, ergonomiczne rozwiązania konstrukcyjne, umożliwiające zarówno komfortową pracę, jak i wypoczynek.

Nowa strategia

Zarząd Fabryki Mebli Forte SA przedstawił strategię działania, która połączy firmę na osiągnięcie dominującej pozycji w polskim przemyśle meblarskim. Kluczowe punkty tej strategii to: kontynuacja programu inwestycyjnego, umocnienie pozycji Forte na rynkach wschodnich, włączenie firmy Furnal do Grupy Forte

Medal za pomoc

Rektor Uniwersytetu Jagiellońskiego prof. dr hab. Franciszek Ziejka przekazał firmie Nowy Styl Medal 600-lecia Odnowienia Akademii Krakowskiej. Jest on dowodem wdzięczności spo-

łeczności akademickiej za przekazanie przez Nowy Styl wyposażenia nowych sal wystawowych w podziemiach Collegium Maius. Wyroby Nowego Stylu służyły użytkownikom sali konferencyjnej oraz kawiarenki (na zdjęciu).

Mikomax triumfuje

Salon Mikomax Neerland BV wyposażał ostatnio główną siedzibę Triumph International w Eindhoven w meble pracownicze i gabinetowe. Produkty firmy znalazły się również w salach szkoleniowych biurówca.

Salon firmowy w Eindhoven rozpoczął działalność w lipcu zeszłego roku. Jest usytuowany w dynamicznie rozwijającej się strefie przemysłowej ESP. Powierzchnia wystawiennicza salonu liczy 200 m². Jest to już trzeci salon Mikomax-u poza granicami kraju.

Prestizżowa realizacja w Holandii to efekt marketingowych starań firmy, do których zaliczyć należy m.in. konsekwentne doskonalenie jakości produktów i usług. Potwierdza to pozytywny wynik audytu recertyfikującego według norm ISO 9001:2000.



Wzrost obrotów

Wutech SA Toruń to dynamicznie rozwijający się producent mebli biurowych i hotelowych. Rok 2003 był kolejnym rokiem wzrostu obrotów firmy, głównie dzięki znacznej progressji sprzedaży eksportowej do krajów UE. Poszerzenie asortymentu, inwestycja w park maszynowy oraz zwiększenie zatrudnienia to kolejne osiągnięcia wyróżniające toruński Wutech na tle branży meblarskiej. Potwierdzeniem właściwej strategii funkcjonowania firmy są wyróżnienia, które otrzymała w ostatnim okresie: tytuł „Lidera Eksportu 2003”, „Europejskiej Firmy 2003”, Złoty Certyfikat Przedsiębiorstwa Fair Play.