

V Kongres Stolarki Polskiej – pod znakiem ekspansji zagranicznej i montażu



Zakończony niedawno V Kongres Stolarki Polskiej zgromadził liczne grono ekspertów. Dwa dni kongresowych obrad pełne były interesujących, stojących na wysokim poziomie merytorycznym treści. W programie tegorocznej edycji wydarzenia dominowały dwa zagadnienia: działalność eksportowa i prawidłowy montaż stolarki budowlanej.

Program merytoryczny V Kongresu Stolarki Polskiej został podzielony na trzy bloki tematyczne. W ramach każdego z nich realizowane były panele dyskusyjne, w których uczestniczyli specjaliści z danej dziedziny. Do dyskusji aktywnie włączali się obecni na sali uczestnicy wydarzenia. Tematykę pierwszego dnia imprezy determinowało hasło przewodnie Kongresu: „Razem otwieramy świat”.



Ekspansja zagraniczna imperatywem rozwoju

Pierwszy blok kongresowy poświęcony został zagadnieniom związanym z internacjonalizacją przedsiębiorstw z sektora stolarki budowlanej i motywacjom, które przyświecały firmom przy wyborze tego kierunku działalności. Moderatorem panelu była prof. dr hab. Elżbieta Duliniec z Instytutu Międzynarodowego Zarządzania i Marketingu Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. W dyskusji, którą poprzedziła prezentacja interaktywna przygotowana przez ASM Centrum Badań i Analiz Rynku, wzięli udział: prof. dr hab. Elżbieta Mączyńska, Prezes Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego, Barbara Alhers, Prezes firmy Roto Frank Polska, Artur Ro-

manik, Wiceprezes firmy MS więcej niż OKNA, Arkadiusz Froń, Dyrektor ds. Eksportu firmy Aluprof i Jerzy Drózdź, Dyrektor Biura Współpracy z Zagranicą Krajowej Izby Gospodarczej.

Paniści dzielili się ze zgromadzonymi na sali uczestnikami Kongresu swoimi doświadczeniami dotyczącymi prowadzenia działalności eksportowej i specyfiki danych regionów. Obecność na zagranicznych rynkach została określona jako imperatyw niezbędny do wejścia przedsiębiorstwa na wyższy poziom organizacji. Artur Romanik podkreślał, że eksport jest wpisany w rozwój firmy i odpowiedź na pytanie czy eksportować jest jednoznaczna.

Branding jako sztuka

Podczas realizowanego w ramach I bloku kongresowego panelu poświęconego wykorzystaniu potencjału konkurencyjnego i budowaniu silnej marki na rynkach zagranicznych w rolach panelistów wystąpili: Katarzyna Świdarska, Dyrektor Marketingu firmy WIŚNIEWSKI, Oskar Ciałowicz, CEO Innowacyjnej Grupy Reklamowej Aveex i Adam Mikołajczyk, Prezes Zarządu Fundacji Best Place – Europejski Instytut Marketingu Miejsc. Moderatorem dyskusji była prof. dr hab. Marzanna Witek-Hajduk, Prodziekan Kolegium Gospodarki Światowej w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

We wprowadzającej do tematu prezentacji, prof. dr hab. Marzanna Witek-Hajduk przedstawiła funkcje i atrybuty silnej marki, która we współczesnej gospodarce stanowi źródło przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Odwołując się do specyfiki branży sektora stolarki budowlanej, dyskutanci zwracali uwagę na elementy, które decydują o powodzeniu brandu. Według Oskara Ciałowicza sukces ten zależy od wielu czynników. Ekspert wymienił m.in. ludzi, otoczenie biznesowe, obsługę posprzedażową oraz kontakty z potencjalnym klientem i dopasowanie się do jego oczekiwań. Katarzyna Świdarska podkreśliła rolę tożsamości marki w budowaniu jej wartości i potrzebę ochrony przed naśladownictwem ze strony nieuczciwej konkurencji. Konkluzją panelu było stwierdzenie, że nie ma jednej, skutecznej metody tworzenia silnego brandu – jest to proces wymagający wykorzystania zarówno „twardych” narzędzi, jak i swego rodzaju sztuka.

Polowanie w grupie

W trakcie pierwszego dnia obrad realizowany był również II blok kongresowy, dotyczący doświadczeń polskich liderów z działania na rynkach zagranicznych i przygotowania do prowadzenia tego typu aktywności. W roli moderatora dyskusji wystąpił prof. dr hab. Zbigniew Dworzecki z Instytutu Zarządzania Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Panelistami byli: Kamila Łukowicz z firmy Drutex S.A., Jacek Michalak, Wiceprezes ds. Rozwoju Grupy Atlas, Janusz Komurkiewicz, Dyrektor Marketingu firmy FAKRO, Prezes Związku POiD, Maria Andrzej Faliński, Dyrektor Generalny Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji, Jacek Sarnowski, Prezes Zarządu firmy PORTA KMI i Marek Kłoczko, Wiceprezes i Dyrektor Generalny Krajowej Izby Gospodarczej, członek Rady Fundacji Promocja POLSKA.

W prelekcji wygłoszonej przed rozpoczęciem dyskusji, prof. dr hab. Zbigniew Dworzecki przedstawił rolę lidera jako „ojca sukcesu” przedsiębiorstwa, osobę, która wyznacza kierunki ekspansji firmy i skutecznie realizuje przyjętą wizję. Nawiązując do wagi dobrego przywództwa, Jacek Sarnowski podkreślił, jak ważny jest dopływ „świeżej krwi” i budowanie zespołu złożonego z kompetentnych pracowników. Wskazywał również, że innowacje są podstawą rozwoju przedsiębiorstwa i każdy moment zatrzymania się oznacza utratę możliwości rozwojowych. Roz-



mowy podsumował Janusz Komurkiewicz, który stwierdził, że aby prowadzić skuteczną ekspansję na skalę międzynarodową, rodzime firmy powinny ze sobą ściśle współpracować i „polować w grupie”. Wymaga to także odpowiedniego wsparcia instytucji rządowych. Dzięki temu silniejsza będzie cała polska gospodarka.

Prawidłowy montaż stolarki to podstawa

III blok Kongresu, realizowany w drugim dniu wydarzenia w całości został poświęcony niezwykle istotnej z perspektywy funkcjonowania branży, tematyce prawidłowego montażu stolarki, związanych z nią regulacji i obowiązków przedsiębiorców. Moderatorem dys-

kusji był Andrzej Błaszczyk, redaktor portalu oknotest.pl. W rolach panelistów wystąpili: Jan Bobrowicz, Dyrektor Instytutu Techniki Budowlanej, Eugeniusz Kola- tor, ekspert z Departamentu Inspekcji i Kontroli Główne- go Urzędu Nadzoru Budowlanego, Norbert Frąckowiak, właściciel firmy PPHU FIX Wrocław, Michał Michałowicz, Regionalny Przedstawiciel Handlowy firmy AIB i Mar- cin Tomczyński, Zastępca Dyrektora ds. Technicznych i Rozwoju firmy Vetrex.

Tematyka montażu stolarki wywołała duże zainteresowanie wśród uczestników Kongresu. Oprócz wypowiedzi panelistów, nie zabrakło również interesujących głosów z sali. W wystąpieniu poprzedzającym dyskusję, Andrzej Błaszczyk wskazywał na konieczność upowszechnienia wśród przedsiębiorstw z branży przygotowanej przez Instytut Techniki Budowlanej instrukcji montażu stolarki i określił bieżący stan rzeczy w tej materii jako „chaos”. Według redaktora, zapisy rozporządzenia wymagające- go całkowitej szczelności połączenia okna z ościeżą są w praktyce nie do spełnienia, co powoduje, że każdy inwestor może zakwestionować jakość wykonanych robót budowlanych. W podobnym tonie wypowiadali się także paneliści. Norbert Frąckowiak stwierdził, że pod- stawowy problem stanowi brak zapisów dotyczących montażu w projektach budowlanych.

Janusz Komurkiewicz podkreślił rolę architektów w proce- sie projektowania, który powinien uwzględniać prawidłowy montaż stolarki. W toku dyskusji powstała konkluzja wskazująca potrzebę modyfikacji wymienionego wyżej rozporządzenia i konsultacji w środowisku odnośnie in- strukcji montażu stolarki Instytutu Techniki Budowlanej oraz kompetencji montażysty, jako osoby bezpośrednio odpowiedzialnej za jakość prac montażowych.

Rezolucje kongresowe

Kongres zakończyło sformułowanie rezolucji, które wy- znaczą dalsze kierunki funkcjonowania Związku POiD i wpływają na rozwój całej branży. Zgodnie z wnioskami płynącymi z dyskusji w trakcie paneli ustalono, że zor- ganizowane zostanie spotkanie z przedstawicielami Mi- nisterstwa Infrastruktury i Rozwoju w celu przedyskuto- wania zapisów w warunkach technicznych dotyczących montażu stolarki budowlanej. Podobne spotkanie w gro- nie reprezentantów branży poświęcone będzie konsul- tacom instrukcji montażu stolarki opracowanej przez In- stytut Techniki Budowlanej. Uzgodniono także potrzebę cyklicznych rozmów ze środowiskiem architektów na te- mat prawidłowego montażu stolarki w projektach bu- dowlanych oraz konsultacje z Ministerstwem Edukacji Narodowej odnośnie możliwości stworzenia zawodu montażysty stolarki budowlanej i rozpoczęcia procesu kształcenia w szkołach budowlanych w tym zakresie. Zgodnie z rezolucjami, przedmiotem spotkania w śro- dowisku reprezentantów sektora będzie także Branżowy Program Promocji polskiej stolarki budowlanej na ryn- kach zagranicznych na lata 2015–2020.