

Rozmowy

Dystans technologiczny do nadrobienia

Rozmowa z Thomasem Jankowskim, prokurentem Egeplast Polska Sp. z o.o.

– Jakie są Pańskie pierwsze wrażenia z tegorocznej edycji konferencji w Cedzynie?

– Jesteśmy po raz pierwszy na tej konferencji, stąd na ocenę jest jeszcze za wcześnie. Więcej będę mógł powiedzieć, gdy widoczne będą jej efekty. Liczę, że przyniesie takie rezultaty, jak inne tego typu imprezy, w których braliśmy udział i byliśmy bardzo zadowoleni.

– Egeplast Polska Sp. z o.o. jest wystawcą w Cedzynie. Jakie są oczekiwania firmy związane z tą konferencją?

– Przede wszystkim oczekujemy popularyzacji produktów Egeplast, ponieważ mam sygnały z całego kraju, że nie wszędzie dociera nasza oferta, pomimo dużego wysiłku marketingowego z naszej strony.

– Jak ocenia Pan poziom organizacyjny targów i konferencji w Polsce?



– Wydaje mi się, że nie przynoszą one tylu efektów, ile dają targi fachowe, nasycone nieco większą profesjonalnością. W konferencjach uczestniczy 100 do 200 osób, z tego też powodu nie dają one takiego skutku jak targi branżowe, które są odwiedzane przez tysiące ludzi.

– Reprezentuje Pan firmę, której główna siedziba znajduje się w Niemczech. Jak wypada porównanie naszego rynku do niemieckiego?

– Rynek polski stawia dopiero pierwsze kroki w metodach bezwykopowych, które w Niemczech są znane od ponad 10 lat lub dłużej, i to na znacznie szerszą skalę. Dla przykładu powiem, że nasz produkt SLM 2.0, który w Polsce sprzedajemy od dwóch lat, stosowany jest na rynku niemieckim od 1994 r. To obrazuje dystans technologiczny.

– Z czego wynika ta różnica?

– Oczywiście głównie z wielkości środków finansowych, jakie są do dyspozycji inwestorów. Poza tym rzadko kto z nich myśli pragmatycznie. Istotne są tylko wydarzenia najbliższych lat, a mniej ważne jest to, co będzie później. Na rynku obowiązuje zasada „kupić najtaniej”. A szkoda, bo trzeba myśleć długofalowo.

– Czy Pana zdaniem opłaca się inwestować w Polsce?

– Inwestycje są opłacalne i liczę na to, że tak nadal będzie. Obecnie nie jest źle, ale mogłoby być lepiej. Co do sensu wchodzenia na polski rynek, to uważam, że warto. Wszystko jest tu w trakcie rozwoju i wiele rzeczy trzeba będzie zrealizować w najbliższych latach, m.in. z wykorzystaniem środków Unii Europejskiej. Stan polskiej infrastruktury wy-



maga kilkunastu lat pracy, aby doprowadzić ją do średniego poziomu europejskiego.

– Czy coś się zmieniło po wejściu Polski do UE? Czy odczuwa Pan zmiany w swojej firmie?

– Tendencje są bardzo pozytywne, aczkolwiek kwestia jakości w odniesieniu do usług oraz stosowanych produktów na rynku polskim pozostawia wiele do życzenia. Niewiele jest firm, które wykazują zainteresowanie tą problematyką. Pozyskujemy jednak coraz więcej klientów, dla których jakość jest priorytetem. To sprzyja rozwojowi naszej firmy i popularności naszych produktów, które mają bardzo dobrą markę na rynku niemieckim i szerzej – na rynku europejskim. Jesteśmy drugą pod względem wielkości firmą w Niemczech i piątą w Europie.

– Dziękuję za rozmowę i życzę sukcesów.

– Życzę tego samego.

Rozmawiał Mariusz Karpiński