

Dynamiczny rozwój

Rozmowa z Robertem Kożuchem – Kierownikiem Biura Zarządu „Stalprodukt” SA
<https://dx.doi.org/10.65748/fiqf-2007-0006>

Pragnienie rozwoju leży w ludzkiej naturze. Gdy dodać do niego ambicję, determinację, realnie wyznaczony kierunek rozwoju i jasno postawiony cel – to wszystko owocuje dynamicznym rozwojem przedsiębiorstwa. Firma, podejmując kolejne wyzwania, dąży do zdobywania nowych rynków, unowocześniania technologii. Przykładem podmiotu, która swój sukces już osiągnęła, jest Stalprodukt SA. To bocheńska firma, której świetna passa wciąż trwa, a najlepszym dowodem na to jest wycena walorów Spółki na GPW.

Stalprodukt rozpoczął działalność jako Zakład Przetwórstwa Hutniczego Stalprodukt SA 1 lipca 1992 r. na bazie dwóch bocheńskich wydziałów produkcyjnych Huty im. Tadeusza Sendzimira w Krakowie. Kapitał założycielski wynosił 2,6 mld zł (po denominacji – 260 tys. zł). Kolejne emisje akcji doprowadziły do podniesienia kapitału akcyjnego i szybkiego wzmocnienia pozycji spółki na rynku. Dzięki zwiększeniu zdolności kredytowych Spółka zyskała dodatkowe źródło finansowania inwestycji, co pozwoliło na rozbudowę zakładu i jego możliwości produkcyjnych.

Rozwój firmy

„e-Finanse”: Jak bardzo firma zmieniła się przez ponad 14 lat istnienia?

Firma zmieniła się diametralnie, przychody w okresie 14-letniej działalności wzrosły ponad 8-krotnie, zysk netto już po 3 kwartałach br. (2006 – przyp. red.) jest ponad trzydzieści razy wyższy niż ten osiągnięty w roku 1993. „Baza produkcyjna” uległa poważnym przeobrażeniom, Spółka wdraża nowe technologie, zatrudnia – i co ważne dla lokalnej społeczności – będzie zatrudniała nowych pracowników, otwiera kolejne oddziały, „rozwasta się” Grupa Kapitałowa. Nie da się ukryć, że obecne wyniki są efektem wcześniejszych działań restrukturyzacyjnych, które przyczyniły się do poprawy sytuacji finansowej. Jest to także efekt dynamicznego rozwoju sieci dystrybucji i inwestycji zarówno w segmencie blach, jak i profili. Zmienia się również struktura sprzedaży: coraz większe znaczenie mają produkty najbardziej przetworzone, a co za tym idzie – z najwyższymi marżami.

„e-Finanse”: Dlaczego zdecydowano się na budowanie struktur Grupy Kapitałowej, a nie prowadzenie działalności w ramach jednego podmiotu?

Wynikało to z założenia, by Stalprodukt skoncentrował się na działalności podstawowej, tj. produkcyjnej, a działalność pomocniczą prowadziły osobne, choć zależne od „spółki-matki” podmioty. Grupa Kapitałowa obejmuje obecnie, oprócz jednostki dominującej, 9 jednostek powiązanych, stanowiących spółki zależne w 51% i 52 % (po jednej spółce) oraz 100% (pozostałe siedem).

„e-Finanse”: Kolejne emisje akcji prowadziły do pozyskania środków na dalszy rozwój firmy, a ukoronowaniem wysiłku było wejście spółki na Warszawską GPW – 6 sierpnia 1997 r. Co dało Firmie wejście na GPW?

Rzeczywiście, w 1997 r. nasze akcje zostały dopuszczone najpierw do obrotu publicznego, a później giełdowego. Wtedy też miała miejsce publiczna emisja walorów serii G, a jej celem było pozyskanie środków na inwestycje (ok. 30 mln zł). Przeznaczono je na zakup i modernizację tzw. drugiej walcarki Sendzimira oraz dobudowę niezbędnej hali produkcyjnej.

„e-Finanse”: Kolejnym sukcesem w umacnianiu pozycji Firmy było „wejście” 16 czerwca do indeksu MIDWIG (1,87% udziału) – to tylko prestiż czy z „przebywaniem” w gronie tak dużych firm, jak MILLENNIUM czy ING BSK, wiąże się inne postrzeganie Spółki?

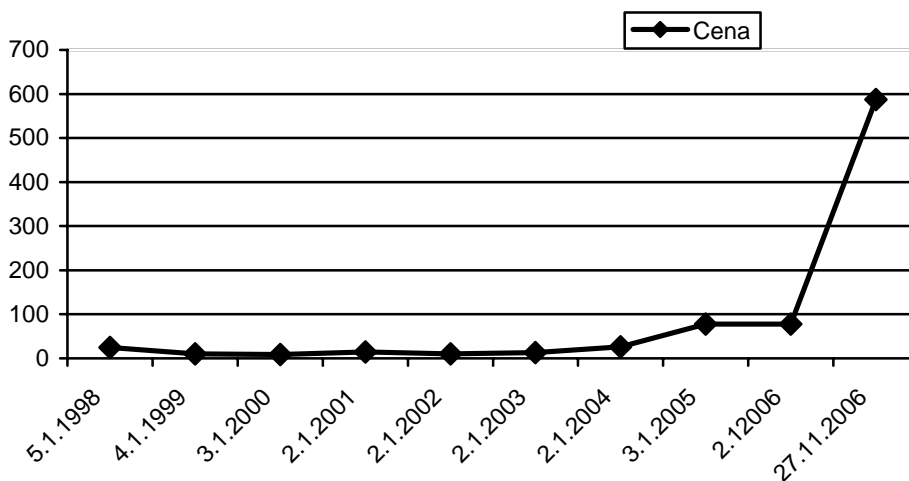
Stało się to stosunkowo niedawno ze względu na zwiększone obroty na akcjach spółki. Obecność Stalproduktu w indeksie MIDWIG wiąże się niewątpliwie z pewnym prestiżem. Dzięki temu Spółka jest także bardziej dostrzegana na rynku kapitałowym, co przekłada się również na zwiększone zainteresowanie ze strony potencjalnych inwestorów.

Wycena walorów

„e-Finanse”: Porozmawiajmy o obecności Stalprodukt na giełdzie. Debiutował w sierpniu 1997 r. ceną 25 zł. Obserwując zachowanie się kursu akcji na początku kolejnych lat, łatwo zaobserwować tendencję spadkową wyceny akcji (1998 r. – 24,90 zł, 1999 r. – 10 zł, 2000r. – 8,8 zł, 2001 r. – 14,20 zł, 2002r. – 10,05 zł) z małym wyjątkiem w roku 2001.

Tabela do wykresu:

Data	5.1.1998	4.1.1999	3.1.2000	2.1.2001	2.1.2002	2.1.2003	2.1.2004	3.1.2005	2.12.2006	27.11.2006
Cena	24,90	10	8,8	14,20	10,50	13	26	77,5	78	587



Autorski wykres kursu akcji Stalprodukt S.A.
wycena z pierwszego notowania w danym roku oraz wycena z 27.11.2006 r.

Spółka była niedoceniana przez inwestorów, nie cieszyła się wielkim zainteresowaniem. Wynikało to faktu, iż płynność akcji nie jest duża, bowiem tylko część z nich jest notowana na giełdzie – są to akcje na okaziciela, czyli serii C, D, F, G, natomiast pozostałe akcje są imienne i uprzywilejowane, z czego wynika ograniczona ich płynność.

Spółka od początku działalności przynosiła zyski i z roku na rok zwiększała przychody oraz zysk netto. Wyjątkiem jest tutaj okres 2000-2002, czas nieco gorszych wyników, w dużej mierze spowodowanych gorszą koniunkturą na oferowane przez nas wyroby.

„e-Finanse”: A od 2002 r. wzrost wartości papierów Spółki jest wręcz imponujący – kurs zaczął „szybować” w górę, by w skali roku wzrastać o 100% (2003 r. -> 2004 r.) lub 300% (2005 r. -> 2006 r.). Jednak największa reakcja nastąpiła po niedawnym ra-

porcie za III kwartał 2006 r. – obecny kurs stanowi ponad 700% tego obserwowanego na początku roku!

Z pewnością te wspaniałe wyniki były efektem wcześniejszych działań restrukturyzacyjnych, które przyczyniła się do poprawienia sytuacji finansowej. Jest to też efekt konsekwentnego rozwoju naszej sieci dystrybucji oraz inwestycji – zarówno w segmencie blach, jak i profili. Jak wspominałem, zainstalowaliśmy drugą „Walcarkę Sendzimira”, zmieniła się struktura sprzedaży – coraz większe znaczenie stanowiły produkty najbardziej przetworzone.

„e-Finanse”: Czy obecna wycena walorów Spółki nie jest sztucznie „napompowana” i gdy pojawiają się zlecenia kupna większej liczby akcji, to kurs automatycznie rośnie?

W niewielkiej części może być to spowodowane niską płynnością akcji, nie przeceniałbym jednak wpływu tego czynnika. Przecież wyniki osiągnięte przez firmę uzasadniają jej rynkową wycenę. Poza tym, mamy obecnie na GPW okres prawdziwej hossy. Wynika to z małej atrakcyjności lokat bankowych i większego zainteresowania indywidualnych inwestorów grą na giełdzie. Duże środki inwestowane są również przez fundusze emerytalne i inwestycyjne, co również winduje ceny akcji. Dotyczy to zwłaszcza małych i średnich spółek, które oferują stosunkowo wysokie zyski i dzięki temu cieszą się największym zainteresowaniem inwestorów.

„e-Finanse”: Na czym polega i czym jest podyktowana decyzja nabycia przez Spółkę akcji własnych w celu ich umorzenia? Jak zmieni się sytuacja dotychczasowych akcjonariuszy?

Teoretycznie można na pierwszy rzut oka stwierdzić, że po takiej operacji płynność walorów powinna zmniejszyć się, ale tak naprawdę to wyznaczony przez Zarząd próg dotyczący maksymalnej ceny za skupowane akcje spowoduje, że zbyciem akcji będą zainteresowani przede wszystkim posiadacze imiennych akcji uprzywilejowanych. Ograniczenia statutowe powodują bowiem, że takie akcje mogą być sprzedane tylko osobie, która już je posiada i to tylko w drodze umowy cywilno-prawnej. Propozycja Spółki jest więc niejako wyjściem naprzeciw akcjonariuszom posiadającym akcje imienne i chcącym dokonać ich zbycia po dość atrakcyjnej cenie.

Wyniki finansowe, kierunki rozwoju

„e-Finanse”: Raport za III kwartał pozwala bardzo optymistycznie patrzeć w przyszłość: przychody ze sprzedaży +56%, zysk netto +285%, tegoroczne inwestycje: zamykają się kwotą 77 mln zł, natomiast w ciągu 3 lat (2005-2007) wydatki inwestycyjne mają wynieść w sumie ok. 150 mln zł (na tle miasta Bochnia [10 mln zł] wyglądają imponująco). Jakich wyników możemy się spodziewać w przyszłości?

To trudne pytanie. Myślę, że nikt nie jest w tej chwili w stanie precyzyjnie na nie odpowiedzieć, ale z bardzo dużym prawdopodobieństwem można oczekiwać, że dobra koniunktura w branży utrzyma się w najbliższym okresie. Wynika to z faktu, iż rozwój gospodarczy następuje na całym świecie. Jest on jeszcze wyższy w takich krajach, jak Polska czy inne państwa Europy Środkowej, które przystąpiły do UE. Dzięki napływowi funduszy unijnych, a zatem większym inwestycjom, następuje rozwój takich sektorów, jak budownictwo, które jest jednym z głównych odbiorców naszych wyrobów – kształtowników. To wszystko powoduje, że perspektywy dla rozwoju branży są korzystne. Przekłada się to również na

perspektywy dla naszej Spółki. Ponadto ciągle rozwijamy naszą ofertę – sporo inwestujemy, zwiększamy zdolności produkcyjne w obu segmentach produkcyjnych.

Pod koniec 3 kw. bieżącego roku (2006 – przyp. red.) przekazaliśmy do eksploatacji urządzenia, które pozwolą nam zwiększyć moce produkcyjne najbardziej rentownych wyrobów, tj. blach transformatorowych, z 40 do 58 tys. ton rocznie. To oczywiście powinno wpłynąć na wzrost generowanej sprzedaży, a tym samym lepsze wyniki Stalproduktu.

Należy również zwrócić uwagę na to, iż ten rok był bardzo dobry pod względem osiągniętych wyników, m.in. dzięki dobrej koniunkturze w segmencie blach, głównie chodzi o blachy transformatorowe. W I półroczu br. zakończyliśmy produkcję drugiego gatunku blach elektrotechnicznych – tzw. blach prądnicowych – dzięki czemu mogliśmy maksymalnie zwiększyć produkcję blach transformatorowych.

„e-Finanse”: Czy nie jest tak, że na polski rynek Zarząd patrzy z mniejszą uwagą? W produkcji Spółki stanowi on przecież tylko 15%, a reszta to export.

To nie jest tak. Podany przez Pana poziom sprzedaży eksportowej dotyczy tylko segmentu blach. Biorąc pod uwagę sprzedaż wszystkich wyrobów, sprzedaż eksportowa stanowi 40% przychodów. Są tutaj pewne uwarunkowania, które musimy uwzględnić w naszej strategii marketingowej. Z powodu ograniczonego popytu, na rynku krajowym nie byłoby po prostu w stanie ulokować większej ilości blach. Inaczej sytuacja wygląda w przypadku profili, które znajdują nabywców głównie w kraju. Tym niemniej, nawet w tym segmencie produkcyjnym ponad 20% sprzedaży trafia za granicę.

To prawda, że na rynkach eksportowych jesteśmy obecni od dawna i przywiązujemy do nich dużą wagę. Dzięki temu nawet takie koncerny, jak ABB czy Siemens, miały okazję przekonać się o jakości naszych wyrobów, czego efektem jest już wieloletnia, regularna współpraca.

„e-Finanse”: Czy Zarząd planuje inwestycje poza terytorium kraju? Swego czasu mówiło się o naszym sąsiedzie – Ukrainie.

Rzeczywiście, planowaliśmy uruchomić tam produkcję profili zimnociętych, jednak po dogłębnej analizie zarząd wycofał się z tego pomysłu i w tej chwili projekt ten nie jest rozważany. „Zostajemy” więc w kraju.

„e-Finanse”: Czy jest szansa na zwiększenie zatrudnienia ponad obecne 2 100 osób, czy w firmie jest już tak wysoki stopień wdrożenia technologii i optymalnie dopasowanie stanowisk, że nie ma takiej potrzeby?

Dzięki inwestycjom w zwiększenie produkcji blach transformatorowych oraz budowę centrum serwisowego blach zwiększyliśmy znacznie zatrudnienie, w tym roku o ponad 10%, natomiast w przyszłym również mamy podobne plany. Jest to ukłon w stronę lokalnej społeczności, bowiem inwestycje, które prowadzimy, przekładają się również na zmiany na lokalnym rynku pracy. Takie informacje mieszkańcy Bochni i okolic na pewno przyjmują z zadowoleniem.

Perspektywy i wizerunek spółki

„e-Finanse”: Mówiliśmy już o zyskach, inwestycjach, pomówmy też o perspektywach dla Spółki. Za rok 2005 akcjonariusze otrzymali dywidendę na poziomie 5

zl/akcję. Jakie plany ma Zarząd za na ten rok odnośnie wypłat z zysków, które przecież są dużo wyższe niż poprzednio?

Zarząd przyjął i opublikował politykę wypłacania dywidend, która zakłada, iż Spółka będzie przeznaczala na ten cel około 30% wypracowanego zysku. Polityka ta jest realizowana. Wprawdzie nie znamy jeszcze wyników za cały rok, ale po 3 kwartałach już widać, że będzie rekordowy. Proporcjonalnie więc można spodziewać się wypłaty wyższej kwoty dywidendy. Oczywiście, o wszystkim zadecydują akcjonariusze.

„e-Finanse”: Niedawno Pan Prezes Spółki, Piotr Janeczek, otrzymał tytuł Honorowego Ambasadora Królewsko-Górniczego Miasta Bochni. W jaki sposób „eksportowane” jest miasto?

W wielu rozmowach i spotkaniach akcentowany jest fakt, iż „centrum” spółki znajduje się na terenie miasta Bochnia. O przywiązaniu do tego miasta świadczy również to, że siedziba firmy nie została przeniesiona np. do Krakowa. Tego typu podejście i zwracanie uwagi na „korzenie” Spółki jeszcze bardziej przyczyniają się do promocji naszego miasta. Tutaj skoncentrowaliśmy też podstawową działalność produkcyjną naszej firmy.

Warto wspomnieć, iż 16 listopada na uroczystej gali Prezes Stalproduktu, Pan Piotr Janeczek, odebrał prestiżową nagrodę w konkursie Top Manager Roku 2006 w kategorii „produkcja”, organizowanym przez miesięcznik „Manager Magazin” wraz z PKPP Lewiatan, przy współpracy merytorycznej KPMG.

Podstawą oceny dokonanej przez jury był wzrost wartości firmy w badanych 12 miesiącach, ale brano pod uwagę także inne czynniki, m.in. dynamikę przychodów, zysków oraz inne osiągnięcia menedżerskie i biznesowe, np. wyjątkową innowacyjność, poprawę efektywności, udaną restrukturyzację, reorientację modelu biznesowego.

Na początku grudnia już po raz trzeci Stalprodukt został wyróżniony w konkursie „Filarzy Polskiej Gospodarki” – w roku 2005 był pierwszy w Małopolsce, a w tym roku, podobnie zresztą jak dwa lata wcześniej – uplasował się na drugim miejscu. Plebiscyt organizowany jest przez wywiadownię gospodarczą Coface i redakcję „Pulsu Biznesu”.

Każdą z firm poddano szczegółowej analizie, zwłaszcza pod względem oceny wskaźników ekonomicznych oraz moralności płatniczej. Zastosowano tu rating Grupy Coface, czyli system oceny stosowany do określania wiarygodności ubezpieczeniowej i kredytowej firm. W drugim etapie wyłaniania zwycięzców decydowały głosy czytelników „Pulsu Biznesu” i opinie mieszkańców regionu, a także jego władz. Dostrzeganie przez niezależne kapituły wkładu pracy i energii Zarządu w tworzenie wartości spółki i dalszy rozwój Stalproduktu przynosi satysfakcję całej Firmie i wszystkim jej pracownikom.

„e-Finanse”: Dziękuję za rozmowę.

Rozmowę przeprowadził: Krzysztof Goryczka