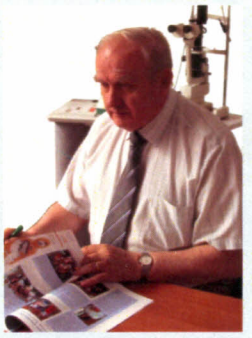
Nie(d)oceniona moc światła laserowego

Rozmowa z Ludwikiem Pokorą, prezesem zarządu CTL – Centrum Techniki Laserowej – LASERINSTRUMENTS Sp. z o.o.



Ludwik Pokora, prezes zarządu Centrum Techniki Laserowej Laser Instruments Sp. z o.o.

– Innowacja musi być okupiona wysiłkiem, gdyż z definicji wynika, iż jest to osiągnięcie zupełnie nowe, nie powielone. Podstawą jest pomysł dobrze ugruntowany w wiedzy. Jeśli jest pomysł i wiedza, to są też duże szanse na komercyjny sukces stworzonego na ich bazie produktu.

Co skłoniło pana do założenia zarządzanej firmy i co dokładnie stanowi podstawę jej działalności?

– Firma powstała w 1991 roku z mojej inicjatywy, za którą stało przekonanie, że lasery są potrzebne zarówno lekarzom, jak i inżynierom w fabrykach. Przy takiej motywacji zdecydowałem się zorganizować Centrum Techniki Laserowej.

Zajmujemy się trzema segmentami zastosowań laserów od prac badawczych nad wykorzystaniem możliwości światła laserowego, poprzez prace konstrukcyjne, produkcję, kontrolę jakości wyrobów, certyfikację, aż po sprzedaż krajową i zagraniczną. Dominującym sektorem naszej działalności jest szeroko rozumiana medycyna, ze stomatologią i weterynarią włącznie. Drugim w kolejności obszarem naszej aktywności są urządzenia laserowe dla nowoczesnych technologii przemysłowych. Trzeci segment to zastosowanie światła laserowego w badaniach naukowych, pomiarach i edukacji.

Zapewne mają państwo własne patenty?

– Tak, mamy 36 własnych świadectw autorskich w randze patentu lub wzoru użytkowego lub zdobniczego. W najbliższym czasie chcemy ze świadectw krajowych przejść na ochronę zagraniczną, która jest bardzo kosztowna, ale i korzystna, a szansą są środki unijne na wspomaganie innowacji. W ten sposób chcielibyśmy się wspomóc w finansowaniu bardzo drogich procedur prowadzących do wejścia z ochroną patentową na obszar Europy, Stanów Zjednoczonych i Azji w tym Japonii.

Reprezentowana przez pana branża wymaga wciąż nowych pomysłów, rozwiązań. Zespół własnych specjalistów wystarcza, czy korzystają państwo również z wiedzy i doświadczenia kadr naukowych uczelni i placówek badawczo-rozwojowych?

– Oszacowałbym, że ponad 50 proc. to wyniki naszych własnych prac badawczych. W pozostałej części mieszczą się wspomagający nas partnerzy z państw zachodnich: Szwajcarii, Francji, Szwecji, Włoch, Niemiec, Wielkiej Brytanii, Kanady, Stanów Zjednoczonych. W mniejszej części odpłatną pomoc uzyskujemy z placówek badawczych w Polsce, zwłaszcza uniwersytetów medycznych i politechnik.

Jaki jest zasięg terytorialny działalności Centrum?

Laseroterapia bez leków i bólu

– Miarą sukcesu naszych dokonań jest stale rosnący udział rynków obcych, na które kierujemy swoją ofertę. W 2009 roku eksportowaliśmy nasze wyroby do ponad 18 krajów, a w bieżącym roku chcemy ten zakres rozszerzyć, między innymi poprzez powołanie 2 zakładów filialnych w Niemczech i w Indiach. W przyszłym roku chcielibyśmy także zorganizować własną firmę w USA, gdzie dynamicznie rośnie nam eksport i jest ogromne zapotrzebowanie na nasze lasery medyczne. Do Indii chcemy przenieść blisko 30 proc. produkcji realizowanej dziś w drogich, jak się okazało, warunkach Warszawy. Mamy nadzieję, że zakład w Indiach pomoże w ekspansji na inne rynki dalekowschodnie i kraje arabskie.

Wszystkie nasze wyroby dadzą się zakwalifikować do innowacji, a te, jak wiadomo, wykraczają poza standardy, a tym samym wymagają stałego modyfikowania i doskonalenia. Każdy nowy produkt poprzedza szereg wysokospecjalistycznych badań prowadzonych często metodą prób i błędów. Zwieńczeniem prac jest wyrób finalny, który musi być w 100 proc. zgodny z normami i standardami. Szczególnie wyrób laserowy dla medycyny nie daje żadnego marginesu na błąd.

Jak szybko zmieniają się technologie w państwa branży? Tempo zmian można przyrównać do branży motoryzacyjnej?

– Tempo jest porównywalne, ale my jesteśmy w o wiele trudniejszej sytuacji, gdyż w motoryzacji tradycje procedur produkcyjnych, łańcuchów logistycznych, sprzedaży i serwisu są opanowane od kilku pokoleń. Technika laserowa ma raptem 40 lat, a my w roli pionierów przecieramy nieznane szlaki, opanowując wszystkie zakamarki technologii, logistyki, homologacji, certyfikacji i wszystkich innych niezbędnych w tej dziedzinie procedur – trudnych i chwilami znacznie bardziej wymagających niż przemysł motoryzacyjny. Medycyna laserowa i precyzyjne, laserowe technologie produkcji należą do wyższej półki wymagań, norm, reguł i praw.

Czy były próby wykupienia pańskiej firmy?

– Mieliśmy kilkanaście propozycji zakupu firmy pochodzących z Izraela, Wielkiej Brytanii, Stanów Zjednoczonych, Niemiec, a ostatnio dwie ze strony włoskich konsorcjów. Wciąż nie chcemy się sprzedać – może należałoby, ale wciąż w nas drzemie jakieś tradycyjne przywiązanie do polskości, toteż chcemy zachować własność. Może przez to jest nam trudniej, niż gdybyśmy dali się wykupić przez jakiegoś giganta, ale wówczas z pewnością zatracilibyśmy polską tożsamość i możliwość rozwoju według własnej koncepcji i wyobrażeń opracowywanych wyrobów, którymi się szczycimy.

Jak duża jest konkurencja wśród firm specjalizujących się w podobnym obszarze działań?

– Naszą konkurencją jest kilkanaście firm zachodnich oferujących przez swoich przedstawicieli i dystrybutorów gamę produktów o podobnych możliwościach zastosowań.

Czym państwo z nimi walczą?

– Staramy się konkurować przede wszystkim jakością i wiedzą. Po drugie – szybkością reakcji na ewentualne usterki. Cenowo akurat słabo udaje nam się konkurować, ponieważ uważamy, że laser wykonany z podzespołów i komponentów wysokiej jakości, a co za tym idzie drogich, nie może być tani. Co ważne, sprzedajemy nie tylko wyrób, ale wyrób z wiedzą. Dostarczamy klientowi cały zestaw procedur, informując co może uzyskać dzięki zakupionemu laserowi w przypadku konkretnych zastosowań technologicznych czy też konkretnych zabiegów medycznych. Uczestnicząc w rozwoju technologii opartych na wiedzy, sami nie tylko posiłkujemy się książkami i czasopismami, lecz także wydajemy książki własnego autorstwa, dzieląc się z innymi naszym doświadczeniem, wiedzą i wynikami prac badawczych. Prowadzimy też kursy szkoleniowe zarówno dla klientów krajowych, jak i odbiorców zagranicznych.

Żeby wiedzę przekazać, trzeba ją samemu przyswoić, zwłaszcza, że wiedza to podstawowa wartość firmy. Jak udaje się pozyskiwać i utrzymywać dobrych pracowników?

– Nieskromnie powiem, że podstawową wiedzę, z której powstaje nowy produkt

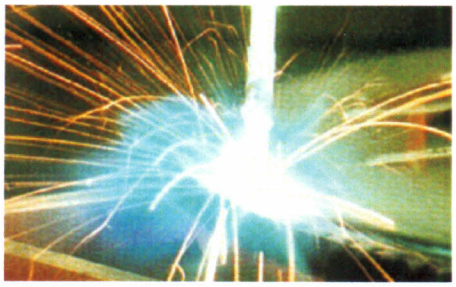
laserowy dla medycyny, technologii czy nauki, czerpię z mojej wieloletniej praktyki i gruntownej wiedzy akademickiej. Sam piszę też wydawane książki, artykuły, procedury zastosowań, ale jednocześnie staram się uczyć pracowników i współpracowników. Sam też – ze względu na unikalność tej dziedziny – wspomagam się wiedzą specjalistów spoza firmy.

Jak docierają państwo do klientów, zwłaszcza zagranicznych?

– Oprócz kursów wyjazdowych, jakie organizujemy, podstawową formą promocji naszych wyrobów jest udział w targach, kongresach, konferencjach i sympozjach naukowych, które stwarzają okazję zaprezentowania dokonań i produktów oraz skutecznego dotarcia do odbiorców nimi zainteresowanych. Rzecz jasna, współcześnie dobrą drogą pozyskiwania klientów jest Internet. Nie stosujemy natomiast marketingu bezpośredniego „twarzą w twarz", gdyż nasz produkt jest zbyt szlachetny, unikalny i trudny na taką formę sprzedaży.

W minionym roku wiele firm zmagało się z różnymi problemami rynkowymi. Jak pan podsumowałby kryzysowy rok 2009?

– Dla nas też był trudny. Może nie tyle ze względu na załamanie gospodarcze, lecz ogromne inwestycje w nowe wyroby. Drugi rok kontynuowaliśmy 3-letni, własny program przeprojektowania 12 laserów dla medycyny i 6 dla przemysłu. Przeszliśmy przez najtrudniejsze i aktualnie jesteśmy w 3-cim roku prac badawczo-konstrukcyjnych. Po tym etapie rozpoczniemy produkcję absolutnie nowoczesnych wyrobów – jednoznacznie identyfikowalnych. Ośmielę się powiedzieć, że gdy wdrożymy cały ten projekt, to przypuszczalnie awansujemy do laserowej czołówki w hierarchii światowej – jeśli nie do pierwszej trójki, to do piątki na pewno. Będzie to ogromny skok technologiczny i nobilitacja dla firmy, będąca uwieńczeniem dotychczasowej działalności i dobrym podsumowaniem na zbliżające się 20-lecie. Będzie to też milowy krok ku wzrostowi sprzedaży o 100–150 proc. w stosunku do skali obecnej. Opracowywane na najbliższe lata biznesplany wskazują, że wkrótce będziemy nie tylko bardziej innowacyjni, lecz także awansujemy z rangi krajowego do rangi światowego lidera laserowego. Nowa produkcja, będzie modułowa, jak w przypadku samochodów czy komputerów, co wpłynie na jej umasowienie oraz umożliwi serwis przez internet. Przykładowo, nasz laser pracujący w Japonii czy w Brazylii, będzie mógł być zdiagnozowany i w razie potrzeby naprawiony, siedząc przy komputerze w Warszawie.



Laserowe wycinanie

Z tego, co pan mówi, wynika, że laser cały czas się rozwija. Jak będzie przebiegał dalszy postęp w technologiach laserowych?

– My nadal będziemy koncentrować swoje wysiłki wokół laserów dla medycyny i technologii przemysłowych. Przyszłościowym obszarem jest dla nas zastosowanie światła laserowego w walce z nowotworami. Nie potrafię zrozumieć tego, że mamy narzędzia do bezinwazyjnego lub małoinwazyjnego niszczenia nowotworów, a ministrowie zdrowia na nie umierają. Nam, nawet przy wsparciu autorytetów, bardzo trudno jest docierać do świadomości decydentów, że zamiast farmakoterapii często z lepszym skutkiem można stosować laseroterapię, ale z całą pewnością jest to przyszłość. Podobnie w przypadku operacji okulistycznych – mając do wyboru klasyczne metody zabiegu albo mało inwazyjne laserowe sposoby dotarcia do źródła schorzenia, każdy, kto choć trochę się orientuje, wybrałby metodę laserową. Niestety powodem ich rzadkiego wykorzystywania jest brak dostatecznej wiedzy i pieniędzy na jej upowszechnianie. Ktoś musi to finansować. No i trzeba mieć pomysł, jak na szeroką skalę dotrzeć z wiedzą laserową pod strzechy. Pytał pan o konkurencję. Jednym z naszych naturalnych konkurentów są firmy farmaceutyczne, mające ogromne środki finansowe na szeroką propagację informacji o nowych lekach. Nasze laserowe, niechemiczne metody leczenia są w opozycji do metod chemicznych i farmakologicznych.

Laseroterapia w rehabilitacji

Z której spośród wielu zdobytych nagród jest pan szczególnie dumny?

– Są dwa takie wyróżnienia: 1. miejsce w konkursie Polski Produkt Przyszłości za rok 2000 za zestaw laserów medycznych nowej generacji oraz blisko 10 zdobytych grand prix targów i wystaw branżowych. Od 1999 roku, przez kolejne trzy lata, zdobywaliśmy też laury w konkursach NOT jako mistrz techniki. Od 2001 roku po zdobyciu bardzo wielu wyróżnień, nagród i dyplomów za nasze wyroby, zaprzestaliśmy uczestniczenia w konkursach i akcjach promocyjnych. Teraz, znowu chcemy rozpocząć drugi etap promocji naszych nowoczesnych i innowacyjnych wyrobów laserowych.

Naszym podstawowym sukcesem jest to, że zaczynając od zera w 1991 roku – w trudniejszych niewątpliwie niż dziś czasach – wystartowaliśmy z trudną tematyką i nie daliśmy się żadnym zawirowaniom koniunktury ekonomicznej czy politycznej, stopniowo dochodząc do dzisiejszej pozycji, a po drodze zdobywając wiele cennych nagród. Maszerowaliśmy w dużym tempie, wprowadzając na rynek minimum 2, a często 4 nowe produkty w ciągu roku.

Czy któryś z państwa produktów jest zdecydowaną wizytówką marki?

– Najbardziej prestiżowym produktem jest laser do zabiegów na dnie oka. Pozwala on leczyć schorzenia przez gałkę oczną, co jest szalenie skomplikowane, a przez to czyni nasz innowacyjny wyrób perełką może nawet brylantem. Natomiast rynkowo, to chyba laser mikrochirurgiczny na dwutlenku węgla (CO_2), na który dajemy nawet pięcioletnią gwarancję. Laser ten robi furorę w Stanach Zjednoczonych, w Polsce i w Europie dzięki najwyższej jakości i niezawodności oraz unikalności konstrukcji i wszechstronności procedur zabiegowych.

Dlaczego tak mało jest na polskim rynku innowacyjnych firm produkcyjnych?

– Obserwując otoczenie znalazłem na to pytanie taką odpowiedź: żeby nadążać za wymogami współczesności, trzeba czynnie uczestniczyć w globalnym życiu gospodarczym. Trzeba znać procedury produkcyjne i serwisowe, umieć je stosować, znać unikalną aparaturę badawczo-pomiarową, homologacyjną i umieć ją zastosować na zgodność z dziesiątkami norm i standardów krajowych, unijnych i międzynarodowych. Takiej praktycznej wiedzy niestety u nas w kraju brakuje. Absolwenci politechnik – często bardzo zdolni – nie znają norm technicznych, norm ISO 9000, nie mają dość praktyki „fabrycznej", aby kojarzyć interdyscyplinarną wiedzę potrzebną technice laserowej. Jeśli ktoś jest dobry z mechaniki, to nie zna elektroniki i na odwrót. Nam zaś potrzebni są tacy, dla których nie jest obca wiedza o obiektywie optycznym, sterowanym silnikiem elektrycznym, programowanym komputerowo, a całość zamontowana w podzespole mikromechanicznym. To już wysoka szkoła wtajemniczenia, wymagająca talentu, wiedzy, determinacji i chęci stałego podnoszenia kwalifikacji. Także znajomość języków obcych, zwłaszcza języka angielskiego, jest poważną barierą w komunikacji z najlepszymi. Mamy kilkunastu takich wybitnych pracowników u siebie, ale większość niestety to nasi współpracownicy za granicą.

Czy jest następca dzieła pańskiego życia?

– Mam syna, który skończył fizykę i już dźwiga dużą część obowiązków w firmie, przygotowując się pod moim okiem do przejęcia Centrum. Także córka, która jest lekarzem z powołania, zamierza stosować narzędzia laserowe w swojej praktyce medycznej.

Rozmawiał Mariusz Gryżewski