

DARIO AGOSTINI, DIREKTOR, TOPLING DOO, PRNJAČOR:



DRŽIMO KORAK SA EVROPSKIM PROIZVOĐAČIMA

Tekst Rašid Hakić
Fotografije Topling doo

Na privrednoj mapi makro okruženjaj Topling je već dvadesettri godine.

Bilježeći konstantu razvoja svih segmenata poslovanja, na čijem pijadestalu vrijednosti je kvalitet, na tržištu je izgradio respekta vrijednu poziciju. Menadžment Toplinga predvodi diplomirani mašinski inženjer Dario Agostini, kojemu ne manjka energije za sva izazove koju funkcija na kojoj se nalazi sa sobom nosi.

Okružen stručnim kadrom i iskusnim proizvodnim radnicima, tržištu nude proizvode jedinstvene po kvalitetu i cijeni.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Gospodine Agostini, kada je osnovan Topling, ša je bila početna djelatnost i u kakvim prostornim uslovima?

D. AGOSTINI:

Sada već davne 1986. godine otac Danilo osnovao je projektantski biro koji se bavio izradom projekata centralnog grijanja.



DARIO AGOSTINI

Poslovno-proizvodni objekat Toplinga u Prnjavoru



Proizvodnja je počela 1993. godine, kada je Topling i osnovan, a proizvodni asortiman činili su nosači oluka, gromobrani i drugi čelični elementi.

Proizvodni prostor bio je smješten u garaži, sa velikim brojem trofaznih utičnica, u koje su bili uključeni aparati za zavarivanje.

Broj uposlenih činila su dva radnika, otac i njegov prijatelj, koji je svih ovih godina ostao vjeran Toplingu i poslovođa je u proizvodnji.

UGLED STVARAN GODINAMA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Kada je počela proizvodnja kotlova ?

D. AGOSTINI:

Topling je kotlove počeo proizvoditi 1997. godine, što se odnosilo na preuređenje tadašnjih tipova peći na čvrsto gorivo.

Prvi kotao na drva, tipa TKP 25 KW napravljen je 1999. godine, a vrlo

brzo se uvidjelo da bi budućnost u oblasti centralnog grijanja mogli da budu i kotlovi na pelet, koji su usvojeni 2000. godine.

To je bio početak ovakve vrste proizvodnje, ne samo u Bosni i Hercegovini nego i u evropskim zemljama, pa tako i u Austriji.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Kojom dinamikom su povećavani proizvodni kapaciteti ?



D. AGOSTINI:

Širenje usvojene djelatnosti zahtijevalo je veće poslovno-proizvodne prostore, te se 2001. godine prešlo na novu lokaciju pored magistralnog puta Prnjavor-Derventa.

Proizvodni prostor bio je površine 370 metara kvadratnih, što je bio veliki napredak u odnosu na početak rada.

U tom prostoru izrađivano je oko stotinjak kotlova godišnje i zapošljavano dvanaest radnika, od kojih njih deset i danas rade u Toplingu.

Zbog nemogućnosti širenja na navedenoj lokaciji, a povećanjem obima proizvodnje, 2014. godine kupili smo objekat i nekretnina privrednog društva Alpos. Nova lokacija raspolaže sa 12 000 metara kvadratnih proizvodnog prostora, koji je u upotrebi i 36 000 metara kvadranih zemljišta, od čega 10 000 pogodnog za gradnju proizvodnih kapaciteta.

BH BUSINESS MAGAZINE:

U kojoj mjeri zaposleni odgovaraju potrebama poslovno-proizvodnog ciklusa?

D. AGOSTINI:

Kao mnogo drugih privrednih subjekata ,suočeni smo sa problemom obezbjeđenja kvalitetnog proizvodnog kadra.

Specifičnost proizvodnje prije svega odnosi na zavarivanje, obzirom na činjenicu da su zavari na kotlovima vodonepropusni.

U Toplingu je trenutno zaposleno oko 160 radnika, od kojih 40 su profesionalni zavarivači.

Dvadesetak radnika zaposleno je



Detalji iz proizvodnog procesa



u moneterskim ekipama, na montaži velikih sistema. Radno je angažovano dvanaset diplomiranih mašinskih inženjera, dva elektro inženjera i tridesetak radnika u upravi, raznih profila.

Stručnost i iskustvo sa posvećenošću poslu dobitna su kombinacija koja u Toplingu rezultira kvalitetnim proizvodima, a pozicioniranje na tržištu na najbolji način potvrđuje naše domete.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta Topling izdvaja od konkurencije?

D. AGOSTINI:

Topling se od ostalih proizvođača slične ili iste djelatnosti razlikuje po tome što uvijek insistiramo na dvije stvari, koje su naš poslovni moto koji glasi PRESJEK KVALITETA KROZ CIJENU.

To znači da u kotlove ugrađujemo izuzetno kvalitetne komponente, nastojeći da imamo što konkurentniju cijenu.

U paketu s tim, dizajn proizvoda nam je izrazito bitan što sa aspekta kupca, što sa aspekta montera u kontekstu što jednostavnije, ali



Najsavremenijom tehnologijom do vrhunskih rezultata

VRHUNSKA TEHNOLOGIJA

BH BUSINESS MAGAZINE:

Šta čini proizvodni asortiman Toplinga?

D. AGOSTINI:

Proizvodnog program su mali i veliki kotlovi. Prvi su u untermalu snage od 20 do 500 KW, a veliki kotlovi su od 500 KW do 12 MW.

To znači da radimo kotlov za zagrijavanje individualnih stambenih objekata, a isto tako i kotlove za zagrijavanje velikih poslovnih objekata i gradova.

Proizvodni program čine dvije vrste kotlova na pelet i to robnih marki BT i EKO TOP.

Tip BT kotla namijenjen je za zagrijavanje manjih jedinica, te se radi o snagama 25, 40 i 50 KW. Automatika na kotlu pruža mogućnost cjelodnevnog upravljanja preko sobnog termostata i GSM mrežom. Uz kotao se isporučuje i koš za pelet standardne zapremine, a po zahtjevu kupca možemo ponuditi transport peleta iz većeg silosa. Kotao je usaglašen sa evropskim direktivama MD 2006/42/EC, PED 97/23/EC, EMC 2004/108/EC I EN 393-5:2012.

Najnovija generacija toplovodnih kotlova na pelet u ponudi su EKO TOP proizvodi. Prilagođeni su za centralno zagrijavanje stambeno-poslovnih objekata korisnika koji žele vrhunski komfor uz pristupačnu cijenu. Dizajnirani su tako da se savršeno uklape u prostor gdje se ugrađuju.

Kompaktnog su oblika, sa spremnikom peleta koji omogućava veliku autonomiju. EKO TOP proizvodi zadovoljavaju sve Evropske standarde u pogledu tehničkih karakteristika kao i standarde zaštite životne sredine. Tokom godina poslovanja stvorili smo dugačku referensnu listu realizovanih projekata, čije navođenje bi iziskivalo i vremena i prostora.



i kvalitetne montaže, pri čemu nastojimo da obezbijedimo komfor i onda kada treba nešto da se koriguje ili popravi.

Tako je u jednoj rečenici sažet zadatak koji je jako komplikovan. Međutim, smatram da smo uspjeli da ga usvojimo i pridržavamo.

Razlika Toplinga u odnosu na konkurenciju jeste činjenica da radimo kotlove od 15 KW, pa do velikih postrojenja, koji su u stanju

da griju gradove veličine Prnjavora ili Balja Luke.

**KVALITET POTVRĐEN NA
INO TRŽIŠTU**

BH BUSINESS MAGAZINE:

Na koji način ste riješili pitanje plasmana proizvoda?

D. AGOSTINI:

Što se tiče domaćeg tržišta i malih kotlova, plasiramo ih putem trgovačkih partnera, sa kojima veoma dugo i na obostrano zadovoljstvo saradujemo.

Što se tiče velikih kotlova, najčešće radimo direktno sa kupcima, zato što veći sistemi zahtijevaju znatno veće angažovanja.

Veći sistemi nisu trgovačka roba, jer su cjenovno znatno iznad malih kotlova, tako da i sami trgovci nemaju interesa da rade sa tako velikim postrojenjima.

Što se tiče ino tržišta plasman vršimo putem poslovnih partnera u Veliku Britaniju, Francusku, Švedsku, Njemačku, Austriju, Srbiju i Hrvatsku.

**BLAGOVREMEN I
STRUČAN SERVIS**

BH BUSINESS MAGAZINE:

Jedna od itekako važnih stavki jeste servis, odnosno održavanje. Na koji način ste riješili to pitanje?

D. AGOSTINI:

Na cijeloj teritoriji Bosne i Hercegovine imamo partnerske firme koje se bave servisiranjem naših kotlova.

To su najčešće monterske kuće i električari, a da bi stekli potreban status moraju proći obaveznu obuku u Toplingu.

Ovome pridajemo posebnu pažnju, jer ako tokom grejne sezone kupac i korisnik našeg kotla ima bilo kakav problem, to mora biti riješeno



Posebna pažnja poklanja se promociji proizvoda

što hitnije.

Zato imamo veliku odgovornost, a time i agilnost sa aspekta organizacije servisne službe.

Na evropskom tržištu ne vršimo plasman kotlova u one države u kojima nemamo kvalitetno oranizovanu servisnu mrežu.

BH BUSINESS MAGAZINE:

Gospodine Agostini, šta predstavlja strateške planske aktivnosti razvoja Toplinga?

D. AGOSTINI:

Dugoročna vizija u kontekstu razvoja ogleda se u povećanju proizvodnih kapaciteta u oblasti izrade

kako malih tako i velikih kotlova, te proširiti na tržišta, na ona područja na kojima nismo prisutni ili nismo prisutni u mjeri u kojoj bismo željeli da budemo.

Niti jedna od navedenih stvari ne smije da ide na uštrb kvaliteta ili nezadovoljstva kupca ili poslovnih partnera u bili kojem smislu.

Topling je u Evropi poznat po velikim sistemima i nama je u mnogo većem interesu da se u evropske zemlje širimo po tom osnovu iz prostog razloga što smo konkurentniji od bilo kojeg evropskog proizvođača, kako po osnovu kvaliteta tako i cijene.

Respekta vrijedno mjesto smo osigurali i sve ćemo učiniti kako bismo ga i sačuvali.



Dario Agostini rođen je 10. Augusta 1986. godine u Prnjavoru, gdje je završio osnovnu školu i Gimnaziju.

Na Mašinsko fakultetu u Banja Luci, Odsjek termotehnika i motorizacija, diplomirao je 2012. godine, nakon čega je u punom kapacitetu angažovan u Toplingu, u funkciji direktora.

Oženjen je i otac dvoje djece.