

Vážení návštěvníci,

vítajte v expozícii spoločnosti U. S. Steel Košice na 43. ročníku Medzinárodného strojárského veľtrhu v Brne.

Medzinárodný strojársky veľtrh je jedna z najvýznamnejších udalostí v Európe, prezentujúca výrobky a služby množstva popredných svetových dodávateľov stro-

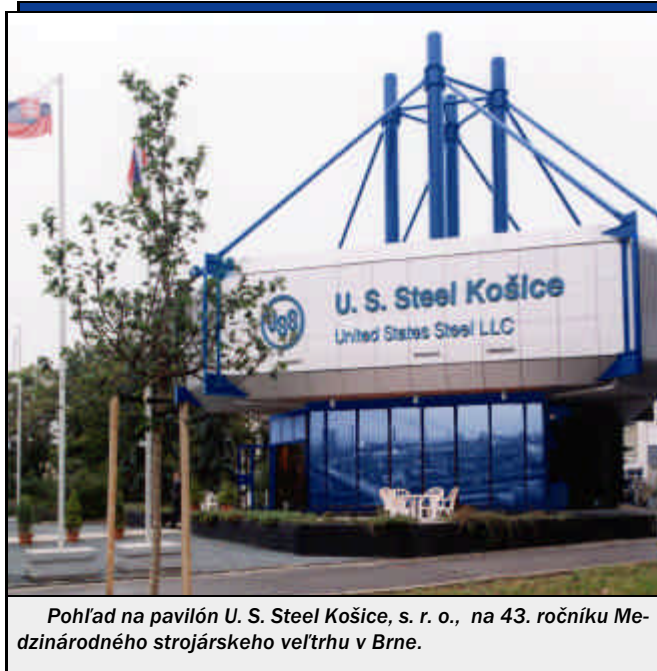
Keď U. S. Steel získal hutnícku časť a majetok, súvisiaci s hutníctvom vo VSŽ v novembri minulého roka, spoločnosť U. S. Steel Košice sa stala najväčším výrobcou plochých valcovaných výrobkov v strednej Európe. Na stredo európsky trh dodávame z celkovej ročnej produkcie 3,5 mil. ton surovej ocele takmer 40 percent. Medzinárodný strojársky veľtrh dáva našej spoločnosti príležitosť predstaviť náš závod, našich ľudí a kvalitné výrobky pre súčasných i potenciálnych zákazníkov na tomto strategickom trhu.

U. S. Steel Košice sústreďuje svoju pozornosť na dodávanie celého sortimentu výrobkov s pridanou hodnotou a služieb na domáci trh strednej a východnej Európy. Pustili sme sa do uskutočňovania ambiciózneho plánu investičných akcií, ktoré rozšíria a zvýšia našu schopnosť produkovať výrobky s pridanou hodnotou ako sú pocínované a pozinkované plechy. Veľmi skoro dokončíme rozšírenie zariadení na výrobu pocínovaného plechu, čím zvýšime produkciu tejto komodity o 220 000 ton za rok. Začiatkom budúceho roka sprevádzkujeme novú vákuovaciu stanicu, ktorá nám umožní vyrábať nízkouhľastých produktov a služieb pre strojársky priemysel. Máme radosť a sme hrdí na to, že sa U. S. Steel Košice zúčastňuje na tomto prestížnom podujatí.

John H. GOODISH
prezident
U. S. Steel Košice, s.r.o.



(pokračovanie na 2. str.)



Pohľad na pavilón U. S. Steel Košice, s. r. o., na 43. ročníku Medzinárodného strojárského veľtrhu v Brne.

Rozhovor s viceprezidentom pre marketing a predaj Jamesom P. Bouchardom

Efektívna a otvorená komunikácia

• Spoločnosť U. S. Steel Košice od začiatku svojej existencie realizuje novú organizáciu a stratégiu obchodu, založenú na priamych vzťahoch so zákazníkmi a na efektívnej komunikácii s nimi. Aké sú doterajšie skúsenosti s aplikáciou týchto zmien. Aké sú reakcie zákazníkov?

Cieľom spoločnosti U.S. Steel Košice je skvalitniť zákaznícky servis prostredníctvom otvorenej komunikácie. Aby sme dosiahli tento cieľ, uskutočnili sme mnoho organizačných zmien. V prvom rade sme reštrukturalizovali oblasť predaja a vytvorili sme tímy ľudí, ktorí sú v stálom kontakte s našimi zákazníkmi. Pre každý región a pre každého zákazníka je určený tím, ktorý sa bude zaoberať všetkými ich žiadosťami. Druhou zmenou je začlenenie plánovacej a logistickej skupiny do obchodného úseku. Prínosom týchto zmien je zabezpečovanie potrieb našich zákazníkov. Treťou zmenou je vytvorenie zákazníckeho, technického servisu. Jeho význam spočíva v pomoci zá-

kazníkom a ich informovaní o tom, kde sa nachádza nimi požadovaný materiál, za stanovenie najlepších produktov, ktoré zabezpečia ich potreby a za bezprostredné plánovanie ich požiadaviek v našich prevádzkach.

V minulosti bol značný počet obchodov realizovaný prostredníctvom sprostredkovateľov. Naším cieľom je zredukovať počet dodávok prostredníctvom sprostredkovateľov aj preto, že dnes môžeme komunikovať priamo s našimi zákazníkmi. V uplynulých šiestich mesiacoch sme zvýšili percento priamych dodávok našim zákazníkom, bez sprostredkovateľov na 80 % z celkového objemu. Len pre porovnanie, v závere roka 2000 to bolo 62 % a v roku 1999 iba 52 %. To znamená, že naša stratégia o priamom predaji konečným užívateľom a servis centráram je správna. Aj v budúcnosti budeme kladť veľký dôraz na komunikáciu medzi predajcami, prevádzkami a plánovačmi.

Reakcie zákazníkov sú veľmi (pokračovanie na 2. str.)

Dear Visitors:

Welcome to U. S. Steel Košice's exhibit at the 43rd International Machinery Fair.

The International Machinery Fair is one of the most notable marketing venues in Europe, showcasing the products and services of many of the world's elite suppliers of industrial products and services. It is with great pleasure and pride that U. S. Steel Košice is participating in this prestigious event.

When U. S. Steel acquired VSŽ's steel and steel related assets in November 2000, U. S. Steel Košice became the largest integrated flat rolled producer in Central Europe. Nearly 40 percent of our annual finished production of 3.5 million tons of raw steel is shipped to the Central European market. The International Machinery Fair in Brno gives U. S. Steel Košice the opportunity to publicize its plant, its people, and its high-quality steel products to existing and potential customers in this strategic market.

U. S. Steel Košice is focusing its attention on serving our home market of Central and Eastern Europe with a full line of value-added products and services. We have embarked on an ambitious capital spending plan to expand and upgrade our ability to produce value-added products such as tinplate and automotive steels. We will soon complete an expansion of our tinning facilities, increasing our tinplate production by 220 000 tons per year. Early next year we will commission a new vacuum degasser to produce ultra-low carbon steels. Commercially, we have re-organized to create industry-focused customer care teams, and a Customer Technical Service Group to help our customers maximize innovation and profitability in the use of our products.

In order to grow our business and our reputation throughout the region, U. S. Steel Košice has implemented six critical business drivers - safety, environmental compliance, cost of manufacturing, product quality, customer service, and operating productivity. We are using these drivers to achieve significant and continuous improvements in customer service, cost reductions, product quality, process efficiency, and environmental and safety performance.

It is U.S. Steel Košice's greatest desire to stimulate economic, industrial, and manufacturing development in Central and Eastern Europe. The annual International Machinery Fair contributes immeasurably to that goal each year. That is why U. S. Steel Košice is pleased to be here. This may be our first time at the International Machinery Fair, but it won't be our last.

Thanks for visiting the U.S. Steel Košice exhibit. Please contact one of our representatives if there is any way we may be of service.

JOHN H. GOODISH, President U. S. Steel Košice, s.r.o.

Our customer - key to our success!

This is a motto of the first presentation of U.S. Steel at this important fair event. You can find U.S. Steel exhibition in separate pavilion where you will be sincerely welcomed by our salesmen and marketing officers.

The exhibition shall include "three-dimensional" insight in ironmaking history in Slovakia through historical exhibits and presentation of all products offered by company U.S. Steel Košice. You will be able to watch large-scale movie about our company in pavilion area.

INTERVIEW WITH U. S. STEEL KOŠICE VICE-PRESIDENT FOR MARKETING AND SALES JAMES P. BOUCHARD

Efficient and open communication

• From the beginning of its existence the company U. S. Steel Košice has put into practice a new organization and strategy for sales based on direct contact with customers and efficient communication with them. What is the experience so far with the application of these changes, and what are the customers' reactions?

U. S. Steel Košice goal is to improve customer service through open communication. We have implemented a number of organizational changes toward this goal. First, the sales organization has been restructured so that there are dedicated teams of inside, outside and technical sales personnel people who are in constant contact with our customers. Each region or customer has a dedicated team that will handle all of their requirements. The second change that has been made is to move the planning and logistics groups into the commercial organization. The effect of this act has been to focus planning and transportation on customer needs. The third change has been to create a customer technical service organization. This core business unit is designed to assist customers in identifying what their material requirements are, determining the best U.S. Steel Košice product to satisfy their needs and immediate schedule their requirements on our facilities.

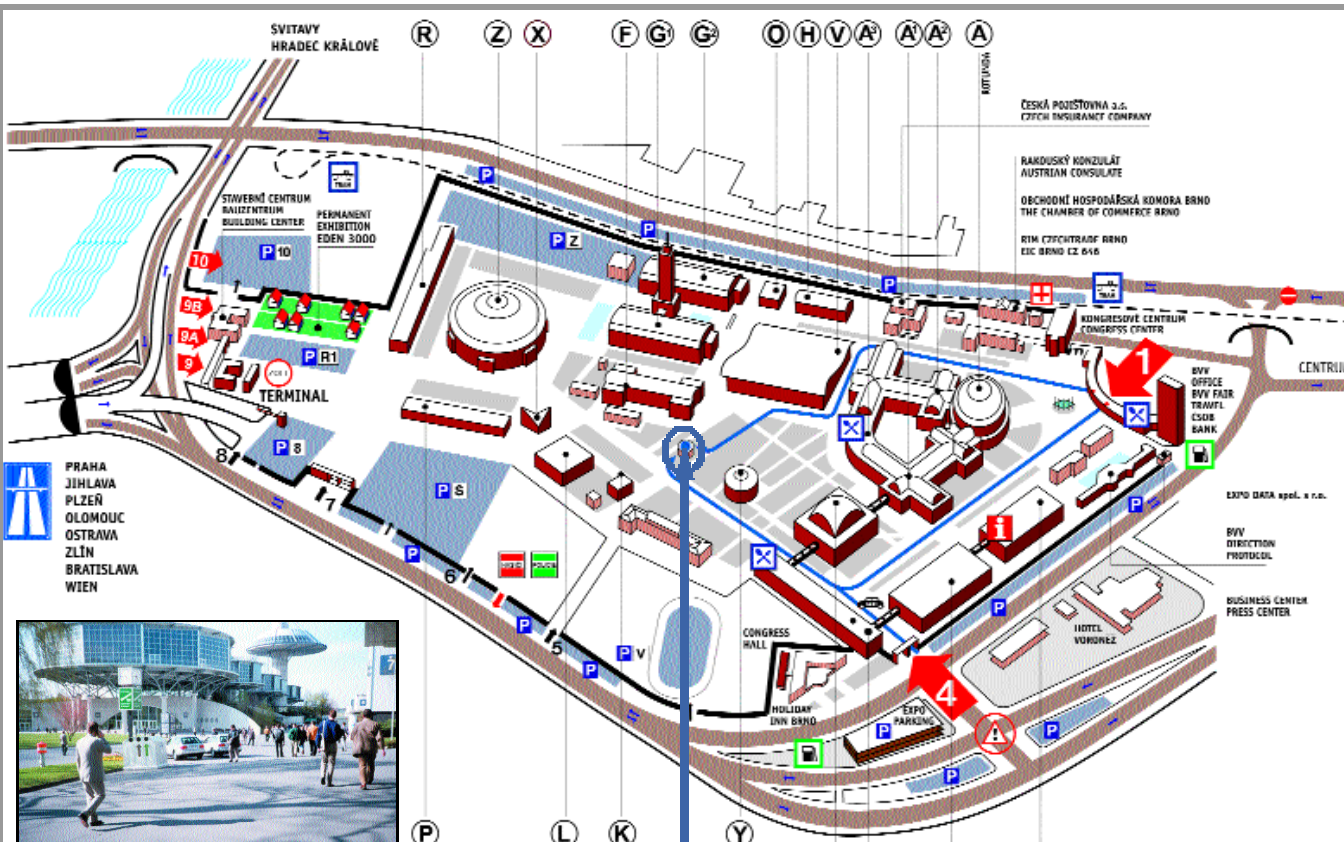
In addition to these internal organizational changes, U.S. Steel Košice has implemented a commercial strategy to increase our tier 1 value-added customer base. In the past, a large amount of sales were directed through middlemen; Our goal is to reduce the volume of deliveries with middlemen so that we can stream line communication with our customers. Over the past six months, we have increased the volume of deliveries to our tier 1 customers /without middlemen/ up to 80% of the total. Just for comparison, at the end of 2000 this share was 62% and in 1999 it was only 52%. This means that we are executing our end-user, converter, and service-center strategies. We will continue to place significant importance on communication between sales, operations, and planning.

Customer reaction has been extremely positive. Customers are pleased, first because they can pick up a phone and call their local U.S. Steel Košice representative directly - they don't have to go through a trader or middleman. Secondly, they are happy because they know whenever they contact either the sales office or Košice executive personnel, someone will answer their questions quickly in their own language, for example customers calling from Italy can speak to someone in Italian. We have reorganized our outside offices and have put some new people in Košice as well. Our French-speaking staff now working with the French market, and not on the German one. German-speaking customers can also call us here directly at the works and someone will answer them in German, which makes them feel a lot better. So cus-

Náš zákazník

• kľúč k nášmu úspechu!

Také je motto I. prezentácie spoločnosti U. S. Steel Košice na tomto významnom, veľtržnom podujatí. Expozície U. S. Steel Košice nájdete v samostatnom pavilóne, kde Vás srdečne privítajú naši obchodníci a marketingoví pracovníci. Súčasťou expozície bude "trojrozmerný" pohľad do histórie výroby železa na Slovensku prostredníctvom historických exponátov a samozrejme prezentácia všetkých výrobkov, ktoré spoločnosť U. S. Steel Košice ponúka. V priestoroch pavilónu si budete môcť zároveň pozrieť veľkoplošný film o našej spoločnosti.



Efficient and open communication

(...continued from page 1)

• **How successful has the creation of a new distribution network been, without traders but with your own sales representatives in each country?**

We have not only improved communication, but we are now getting orders more quickly and we are getting them first. If we were still trading through middlemen, we wouldn't be able to inquire of customers what quality of steel they want, we wouldn't get the dimensions or the finish correct, we wouldn't be capable of influencing the through-put of production. Our sales staffs work with specific orders from several customers, and that is good for us. It has been very important for us to build up our own sales channels. Thanks to them and to direct communication with customers we have achieved higher quality and better production throughput.

• **Which markets are of strategic importance for U. S. Steel Košice, and why?**

Regionally, they are the markets in Central Europe, where 40 percent of our shipments are headed. Our goal is to increase steel shipments in Slovakia by encouraging development of the local economy. The Czech Republic, Hungary and Poland are important strategic regions, first of all, due to their close proximity and second as they are growing economies. The second strategic market is the European Union, specifically Germany, France, Italy and the UK. These are the driving economies of the EU and we want to concentrate on end-users in these areas. Longer term, we are looking at Central Europe and Turkey as these economies begin to emerge.

By consuming markets, our target industries are automotive, electrical, containers, construction, white goods, and pipe converters.

• **What other steps do you mean to take in the sales activity of U. S. Steel Košice, which will link up with the positive changes made so far?**

Various key projects are underway within the customer service improvement program. First of all, is confirmation of orders for production in specific weeks. I am not happy with the delivery performance because at the moment we are only able to complete 75% of orders within a week. We are improving, but we must make more progress in this area. Additionally, a new method of electronic order processing has been implemented, saving time required to confirm accepted orders for production. Order entry is immediate from Bohemia do Košice's mainframe - eliminating faxes or letters. Order status is also immediately available from the plant facilities. The next thing is that we have to further expand our high-tensile hot rolled construction and API grades of steel. We need more hot-rolled sheets of higher quality, with more tensile strength, so we need to work on that. These are the objectives we're working on at the present.

INTERVIEW WITH ING. PETER UHRÍK - MANAGING DIRECTOR OF COMPANY U. S. STEEL KOŠICE - BOHEMIA

Open customer approach

• **Is company U.S. Steel Košice - Bohemia a.s. an exclusive seller of U.S. Steel Košice products on Czech market, or the Košice's parent company supplies its products directly to this territory?**

- Company U.S. Steel Košice Bohemia a.s. is not an exclusive seller of U.S. Steel Košice s.r.o. products on Czech market. The company represents only one of business channels enabling our products to be delivered to Czech customers. Products with higher added value as automobile industry supplies, coated sheets and radiators, are directly supplied to customers from U.S. Steel Košice. There is a simple reason - close connection between our production and customer providing 100% service.

• **What is the philosophy of the new company U.S. Steel Košice s.r.o. entering the market and what was the customers' response?**

- U.S. Steel Košice s.r.o. entered on Czech market with two basic goals: maximum support of Czech market and improvement of customer service. Our customers have appreciated the fact that we are able to confirm orders on weekly basis and we are even able to fulfill it. Our direct electronic order entry has also been beneficial in reducing response time to our customers.

• **What are the principal changes related to customer approach made upon management of U.S. Steel Košice; are there any changes you intend to make and when?**

- The first and the most significant change is, that 95% of our customers know USSKE Vice-President Sales and Marketing - Mr. Bouchard in person and it was unusual in the past. Mr. Bouchard met a few customers last year during International Engineering Fair Trade in Brno at traditional "Wine Bowl". This meeting then continued directly at the customers' with Mr. Bouchard and Mr. Broglie - GM Central European Region.

• **Do you follow customers' requirements when improving customer approach using any specific American methods?**

- The old proverb applies - our client - our master, We have added something we have taken from our American colleagues - sincere and open customer approach. Our customers should have clear and comprehensive answers to their questions. In the past, it was sometimes difficult to provide information. With our new organization and customer focus, we can easily give them the information they need much faster.

WE TALK TO MR. LESLIE J. BROGLIE - GENERAL MANAGER CENTRAL EUROPE

Prompt communication

Mr. Leslie J. Broglie is a General Manager of Sales Department U. S. Steel Košice for Central Europe. Similar changes of organizational structure as have been made at Sales section of Vice-President, were implemented at Sales Department dealing with Central European Customers and commodities - cold rolled sheets, hot rolled sheets in the form of strips, coils and plates, pickled and galvanized sheets.

We asked Mr. Broglie, what were the particular news implemented in his section and how customers evaluate such changes: "Our business strategy is based on the quickest and the most effective way to communicate with customers. In support of this strategy we have established three sales centers to cover central Europe. One is in Košice to cover Slovakia and Poland, our office in Prague - USS - Bohemia handles the Czech Republic and USS - Hungary in Budapest services Hungary. All the sales centers were reorganized on a territorial and customer basis. The first stage of the reorganization involved outside employees and the second stage involved inside employees. Outside employees have responsibility for contacting new clients; they travel a lot and visit their customers. Inside employees are responsible for every action inside the company - they know the processes of order entry, material status, inventory management and transport provisions.

Response of our clients is very positive. They appreciate intelligent communication and care they are given by our people. They know exactly who is responsible for what and who they have to address to."

We asked whether all organizational changes have finished:

Vážení návštěvníci,

(dokončení z 1. str.)

líkaté ocele. Čo sa týka obchodu, túto činnosť sme reorganizovali vytvorením pracovných tímov, zameraných na starostlivosť o zákazníkov. Zároveň sme vytvorili špecializovanú skupinu, zabezpečujúcu technický servis pre zákazníkov, ktorá našim zákazníkom pomáha maximalizovať ziskovosť z využitia našich výrobkov.

Aby sme ďalej zlepšovali dobré meno spoločnosti U. S. Steel Košice, uviedli sme do života firmy šesť rozhodujúcich princípov podnikania: bezpečnosť, environmentálny súlad, výrobné náklady, kvalita produkcie, zákaznícky servis a produktivita výroby. Uplatňovaním týchto princípov chceme dosiahnuť výrazné a postupné zlepšenia v zákazníckom servise, v znižovaní nákladov, vo zvyšovaní kvality, v oblasti bezpečnosti a ochrany životného prostredia a v efektívite výroby.

Našou veľkou túžbou v U. S. Steel Košice je podporiť ekonomický, priemyselný a výrobný rozvoj v strednej a východnej Európe. Každoročný Medzinárodný strojársky veľtrh v Brne významne prispieva k dosiahnutiu tohto cieľa. Preto sa tešíme, že U. S. Steel Košice je tu. Síce prvýkrát, ale určite nie naposledy.

Ďakujem Vám za návštevu expozície U. S. Steel Košice. Prosím, kontaktujte niektorého z našich obchodných zástupcov v prípade, že Vám môžeme byť užitoční.

(dokončení z 1. str.)

dobré. Zákazníci sú spokojní, pretože môžu zatelefonovať ich partnerom v U. S. Steel Košice priamo a nemusia ísť prostredníctvom tradera alebo sprostredkovateľa. Po druhé, spokojní sú aj preto, lebo vedia, že kedykoľvek sa skontaktujú či s našimi obchodníkmi alebo prevádzkou, vždy je

chodník pracuje s balíkom objednávok od mnohých zákazníkov a to nie je pre nás dobré. Pre nás je veľmi dôležité vybudovať si vlastné obchodné kanály. Vďaka nim a priamej komunikácii so zákazníkmi sme dosiahli vyššiu kvalitu i priepustnosť výroby.

• **Ktoré trhy majú pre U. S. Steel Košice strategický význam a prečo?**

preto skonzentrovat svojich konečných odberateľov v týchto regiónoch.

V dlhšom časovom horizonte sa chceme zaoberať hľadaním nových trhov v krajinách strednej Európy a Turecku, ak dôjde k rozvoju ekonomík týchto krajín.

• **Aké ďalšie opatrenia v ob-**

Efektívna a otvorená komunikácia

tu niekto, kto odpovie na ich otázky rýchlo a dokonca v ich jazyku. Napríklad, zákazníci, ktorí volajú z Talianska môžu hovoriť s obchodníkom, ktorý ovláda taliansky jazyk. Reorganizovali sme naše obchodné skupiny zodpovedne za vonkajšiu komunikáciu a v Košickej kancelárii sme zamestnali nových ľudí. Naši francúzsky hovoriaci zamestnanci teraz pracujú na Francúzskom trhu a nie na Nemeckom. Nemecky hovoriaci zákazníci sa s nami môžu tak isto skontaktovať priamo a vždy nájdu niekoho, kto im odpovie v nemeckom jazyku. Naši zákazníci môžu komunikovať s našimi ľuďmi na rôznych úrovniach - od manažmentu, cez obchodníkov, alebo s inžiniermi či technikmi.

• **Ako sa osvedčilo budovanie novej distribučnej siete bez traderov, s vlastnými obchodnými zástupcami v jednotlivých krajinách?**

Nielen, že sme zlepšili komunikáciu, ale my dostávame objednávky rýchlo a dostávame ich prví. Ak by sme obchodovali cez obchodníkov, nemohli by sme si od zákazníkov vyžadovať, aké kvality ocele chcú, nedosiahli by sme ten správny rozmer, správnu akosť, neboli by sme schopní ovplyvniť priepustnosť výroby. Ob-



Z regionálneho hľadiska sú to trhy v strednej Európe, kde predávame 40 percent našich dodávok. Naším cieľom je zvýšiť predaj na Slovensku v závislosti od rozvoja ekonomiky. Česká republika, Maďarsko a Poľsko sú dôležité, strategické regióny kvôli ich blízkosti a tiež kvôli rozvoju ich ekonomík. Ďalším strategickým trhom je Európska únia a najmä Nemecko, Francúzsko a Taliansko - vedúce ekonomiky Európskej únie. Chceli by sme

chodnej činnosti, ktoré nadviažu na pozitívne zmeny, chcete ďalej uplatňovať v U. S. Steel Košice?

Máme rozpracované viaceré kľúčové projekty v oblasti skvalitňovania zákazníckeho servisu.

Najdôležitejšie je potvrdzovanie objednávok do výroby v danom týždni. Nie som spokojný s tým, že v súčasnosti sme schopní skompletizovať iba 75 percent objednávok v priebehu týždňa.

Aj keď k rozvoju dochádza aj v tejto oblasti, musíme byť omnoho progresívnejší. Nové metódy elektronického procesu zadávania objednávok, ktoré boli implementované, šetria čas potrebný na prijatie objednávok výrobou. Objednávky prichádzajú z Čiech okamžite do Košíc, na určené miesto, bez potreby faxov či listov. Objednávky sú ihneď prístupné prevádzkam.

Ďalšia vec je, že musíme rozšíriť objemy našich vysokoťažných, za tepla valcovaných konštrukčných plechov s vyššou pevnosťou v ťahu a ocelí akosti API. Po tretie, musíme vyhadzovať ďalších konečných užívateľov a serviscentrá. Toto sú ciele, na ktorých v súčasnosti pracujeme.

Rozhovor s riaditeľom spoločnosti U. S. Steel Košice - Bohemia, a.s. Ing. Petrom UHRÍKOM



• **Je spoločnosť U. S. Steel Košice - Bohemia, a.s. výhradným predajcom výrobkov U. S. Steel Košice na českom trhu, alebo dodáva košícká "matka" svoje produkty na toto teritórium aj priamo?**

- Spoločnosť U. S. Steel Košice - Bohemia, a.s. nie je výhradným predajcom výrobkov z produkcie U. S. Steel Košice, s. r. o. na českom trhu. Je iba jedným z obchodných kanálov,

Otvorený prístup k zákazníkom

ktorým sa naše výrobky dostávajú k českým zákazníkom. Výrobky s vyššou pridanou hodnotou ako sú napríklad lakoplastované plechy a radiátory, sú dodávané odberateľom priamo z U. S. Steel Košice. Dôvod je jednoduchý. Úzke prepojenie medzi našou výrobou a zákazníkmi zabezpečuje pre nich sto-percentný servis.

• **S akou filozofiou vstúpila na tento trh nová spoločnosť U. S. Steel Košice, s. r. o. a ako ju prijali zákazníci?**

U. S. Steel Košice, s. r. o. vstúpila na český trh s dvoma základnými cieľmi: maximálna podpora českého trhu, zlepšenie zákazníckeho servisu a prístupu k zákazníkovi vôbec. Naši zá-

kazníci doteraz najviac oceňujú skutočnosť, že sa nám podarilo prejsť na týždenné potvrdzovanie zákazok a predovšetkým, že plnenie tomu aj vo väčšine prípadov zodpovedá. Došlo aj k skráteniu času potrebného na odpoveď našim zákazníkom vďaka priamym elektronickým objednávacím vstupom.

• **Aké zásadné zmeny v prístupe k zákazníkovi ste uskutočnili pod taktovkou U. S. Steel Košice, ktoré ešte plánujete zrealizovať a v akom časovom horizonte?**

- Prvá a veľmi podstatná zmena je, že 95 percent našich zákazníkov osobne pozná viceprezidenta U. S. Steel Košice, s. r. o. pre marketing a predaj pána Boucharda, čo v nedávnej minulosti nebývalo zvykom. Pán Bouchard

sa už počas vlaňajšieho ročníka Medzinárodného strojárkeho veľtrhu v Brne pri tradičnej "časi vína" stretol s niekoľkými zákazníkmi. Na toto stretnutie potom nadväzovali jeho stretnutia a stretnutia generálneho manažera pre stredoEurópsky región pána Broglieho priamo u zákazníkov.

• **Riadite sa v skvalitňovaní prístupu k zákazníkovi priamo ich požiadavkami, alebo aplikujete do systému obchodovania aj nejaké špecifické americké prvky?**

Staré príslovie hovorí - náš zákazník - náš pán. My dodávame to, čo sme prevzali od našich amerických kolegov - úprimnosť a otvorený prístup k zákazníkovi. Naši zákazníci by mali mať jasné a kompletne odpovede na ich otázky. V minulosti bolo niekedy ťažké poskytnúť požadované informácie. Vďaka nášmu novému organizačnému usporiadaniu im vieme veľmi ľahko a omnoho rýchlejšie poskytnúť informácie, ktoré potrebujú.

Hovoríme s generálnym manažerom pre Strednú Európu Lesliem J. Broglie

Pohotová komunikácia

Generálnym manažerom Obchodného úseku U. S. Steel Košice pre Strednú Európu je Leslie J. Broglie. Podobné zmeny v organizačnej štruktúre, aké boli realizované v rámci celého úseku viceprezidenta pre obchod, uviedli do praxe aj na obchodnom úseku, ktorý sa zaoberá práve zákazníkmi z krajín Strednej Európy a komoditami - plechy valcované za tepla a za studena v páskach, zvitkoch a tabuliach, plechy morené a pozinkované. Pána Broglieho sme sa opýtali, ktoré konkrétne novinky zaviedol do praxe na svojom úseku a zaujímalo nás tiež, ako tieto zmeny hodnotia naši zákazníci:

najefektívnejšom spôsobe komunikácie s našimi zákazníkmi. Na podporu tejto stratégie sme zriadili tri predajné centrá, ktoré pokrývajú strednú Európu. Predajné centrum v Košiciach pokrýva Slovensko a Poľsko, kancelária v Prahe - USS Bohemia obchoduje v Českej republike a USS Hungary v Budapešti má na starosti Maďarsko. Všetky tieto predajné centrá boli reorganizované na teritoriálnej a zákazníckej báze. Prvá časť reorganizácie sa týkala takzvaných "vonkajších" - outside zamestnancov a druhá časť "vnútorných" - inside zamestnancov. Outside pracovníci sú zodpovední za spoluprácu a kontakt s

zamestnanci sú zodpovední za všetko vo vnútri spoločnosti - sú informovaní o postupe vo výrobe, o vstupoch, materiálom zabezpečení, riadení zásob a spôsobe do-pravy.

Reakcie našich zákazníkov na tieto zmeny sú veľmi pozitívne. Oceňujú kvalitnú komunikáciu a starostlivosť zo strany našich ľudí. Presne vedia, kto je za čo zodpovedný, na koho sa môžu obrátiť."

Na otázku, či sú všetky organizačné zmeny skončené, Leslie J. Broglie odpovedal: "Nie. Naďalej budeme pokračovať v skvalitňovaní zákazníckeho servisu. Naša štruktúra bude pohyblivá a bude sa odvíjať



Predstavujeme produkty spoločnosti U. S. Steel Košice

Prípravujeme výstavbu
pozinkovacej linky

Vyššia kvalita plechov pre automobilky

Karosériové plechy sú určené pre najnáročnejšie použitie vo výrobe osobných, úžitkových aj nákladných automobilov, ich karosérií, podvozkov a nadstavieb.

U. S. Steel Košice vyrába zvitky, plechy a pásy rôznych rozmerov a akostí, pretože svoje využitie tu nájdú akosti komerčné, konštrukčné, hlbokoťažné aj mikrolegované s vysokou pevnosťou. Týka sa to plechov za tepla i studena valcovaných, morených aj pozinkovaných.

Výroba týchto plechov v Košiciach je úzko spojená s vlastným výskumom a ich vývoj a zdokonaľovanie je v značnej miere spojené so začiatím dodávok pre Škodu Mladá Boleslav.

Výskum a vývoj týchto plechov podlieha pravidelným inováciám a modernizáciám. Charakteristická je spolupráca so zákazníkmi už pri vývoji nových výrobkov. U. S. Steel Košice pripravuje na nasledujúce roky dve významné modernizačné akcie, ktoré výraznou mierou prispievajú k ďalšiemu zvyšovaniu kvality dodávok pre automobilky. Bude to výstavba nového vákuovacieho zariadenia a najmä výstavba novej žiaro vo pozinkovacej linky.

Výrobky určené pre automobilový priemysel majú certifikáty ISO 9001, VDA 6.1, EN ISO 14 001.

Z týchto sortimentov plechov sa ďalej vyrábajú vnútorné a vonkajšie časti karosérií, disky a ráfiky kolies, brzdové komponenty, časti výfukov a tlmičov, prívesy a návesy, fažné zariadenia a skriňové nadstavby automobilov.



Zvyšujeme produkciu výroby obalových plechov

Takzvaný obalový plech je vlastne oceľový pás jedenkrát, resp. dvakrát redukovaný za studena, kontinuálne, alebo poklopovo rekryštalizačne žiháný, povrchovo zušľachtený elektrolytickým nánosom cínovej vrstvy, pasivovaný a olejovaný. Je možné deliť ho do tabúl a lakoť jednostranne, alebo obojstranne.

Materiál je určený na výrobu

technických obalov, potravinárskych obalov, alebo korunkových uzáverov. Vyrába sa v hrúbkach 0,14 až 0,40 mm, šírke 710 až 970 mm, dĺžka tabule je 510 až 1150 mm.

Elektrolyticky pocínovaný plech je vo výrobnom programe košických železiarní od roku 1972. K najdôležitejším modernizačným akciám patrila prechod na nový druh elektrolytu ENZA na elek-

trolitickej pocínovni, rekonštrukcia dvojstolicového tandemu a poklopové žihanie.

V súčasnosti je realizovaná výstavba nových kapacít (kontinuálna žihacia linka, elektrolytická pocínovňa), ktoré znamenajú zvýšenie kapacity o 220 tisíc ton ročne.

Obalové plechy sa využívajú najmä v konzervárskom priemysle.



Takmer jedna tretina produkcie dynamoplechov smeruje do Čiech

S výrobou dynamoplechov sú bohaté skúsenosti, pretože dynamo linky boli postavené ešte v rokoch 1967 - 1968. Až po vstupe USS boli urobené zásadné zmeny v oblasti obchodu, logistiky a technického servisu. Vytvorená bola skupina na predaja Elektropolechov. Dynamo plechy sú stále viac žiadaným výrobkom s dobrou perspektívou a vyššou pridanou hodnotou.

Dynamo plechy, alebo oceľové plechy izotropné pre elektrotechniku typu finiš a semi-finiš sa vyrábajú v hrúbke 0,5 mm a 0,65 mm a šírke od 75 mm do 1000 mm. Plechy pre elektrotechniku vo zvitkoch a páske sa vyrábajú na dvoch dynamolinkách. V súčasnosti sa pripravuje rozsiahlejšia rekonštrukcia zariadení naplánovaná na tento a budúci rok.

Výrazný posun kvalitatívny aj kvantitatívny sa očakáva od spustenia vákuovacej stanice v budúcom roku. Po rekonštrukcii stávajúcich zariadení a použitím IF oceľí z vákuovacej stanice predpokladáme, že sa vo všetkých parametroch vyrovnáme najvyšším výrobcom dynamo oceľí vo svete.

Oceľové plechy izotropné pre elektrotechniku sú certifikované Elektrotechnickým Skušobným Ústavom v Prahe. Systém riadenia kvality výroby podľa noriem ISO 9001 je certifikovaný spoločnosťou TUV CERT. Z plechov typu finiš sa vyrábajú magnetické obvody pre výrobu elektromotorov ako aj transformátorov malých výkonov. Z plechov typu semi-finiš sa vyrábajú magnetické

Introduction of U.S. Steel Košice products

PREPARING FOR INSTALLATION OF GALVANIZING LINE

Higher quality of sheets for automobile industry

Car-body sheets are intended for the most demanding use of production for personal, utility cars and trucks, their bodies, chassis and super-structure.

U. S. Steel Košice produces coils, sheets and strips of various size and quality - commercial, construction, deep-drawn and micro-alloyed quality with high hardness. It applies to cold rolled, hot rolled, pickled and galvanized sheets. Production of these sheets closely relates to company's own research. Development and improvement of these sheets has mostly related to supplies to company Škoda Mladá Boleslav.

Production and development of such sheets follows regular innovations and upgrading. Customer cooperation for development of new products is typical. U. S. Steel Košice plans two significant modernization actions for the two next years, which will substantially contribute to further quality improvement of supplies for automobile industry - construction of new vacuum facility and new galvanizing line.

Products intended to automobile industry have been awarded with certificates ISO 9001, VDA 6.1, ISO 14 001.

Internal and external parts of car-bodies, discs, wheel clinchers, brake components, damper and exhaust parts, trailers, pull devices and box car structures are produced from U. S. Steel Košice products.

Expanding production of packing sheets

So called packing sheet is a steel strip that is once or twice cold reduced, continuously or batch re-crystallizing annealed, surface refined with electrolytic tin layer, inactivated and lubricated. It can be cut into plates and one or both side coated.

The material is intended for production of technical, food packings or capsules. It is produced in 0,14 - 0,40 mm thickness; 710 - 970 mm width and 510 - 1150 mm long plate.

Electrolytic tin-plated sheet has been included in Košice's Steel Shop production program since year 1972. Replaced electrolyte type ENZA at electrolytic tin-plating facility; reconstruction of 2-stand tandem and hood annealing represented the most significant modernization actions.

Construction of new facilities (containing annealing line, electrolytic tin-plating facility) is currently in-process, resulting in increasing capacity by 220 000 t/year. Packing sheets are mainly used in cannery.

More than one third of dynamo-sheets production is sold Czech Republic

We have had a rich experience with dynamo-sheets as dynamo lines were installed in 1967-68. Principal changes were made in area of trade, logistics and technical service after USSKE entering on the scene. Sales group was established for electric sheets. Dynamo sheets are more and more required product with good prospect and higher added value. Dynamo sheets or steel isotropic finished or semi-finished sheets are produced of 0,5 mm and 0,65 mm thickness and 75 or 1000 mm width.

Electrotechnical sheets in the form of coils and strip are manufactured at two dynamo - lines. Extensive reconstruction of the facility is prepared for this and the next year. We expect significant increase of quality and capacity after running vacuum station in the next year. We expect to touch to the most advanced producers of dynamo steel worldwide in all parameters after the reconstruction of existing facility and using IF steel from vacuum station.

Steel isotropic sheets for electrotechnical industry have been awarded with Electrotechnical Testing Institute in Prague. Certificate of Quality Management System according to standard ISO 9001 was awarded by company TUV CERT.

Finished sheets serve to production of electric motor circuits as well as transformers of low output. Semi-finished sheets serve to production of magnetic circuits of low output electric motors. Coated sheets - a new product with higher added value.

Coated sheets - a new product with higher added value

Coated sheets have been produced in Košice for four years. Product-mix (0,50 - 1,5 x 800 - 1400 mm) is supplied in coils made of black or galvanized material (Zinc layer of 100 - 350 g/m² on both sides). Customers can choose four-layer system or sheets with foil. Used coatings - Polyester, Plastisol, PVDF.

10-year guarantee applies to coated material produced at U.S. Steel Košice as well as Quality Management Certificate awarded to all production range of former VSŽ Oceľ s.r.o.

Almost 65% of production is sold abroad.

Coated sheets are use in production of roof tiles, various

Lakoplastované plechy

- novinka s vyššou pridanou hodnotou

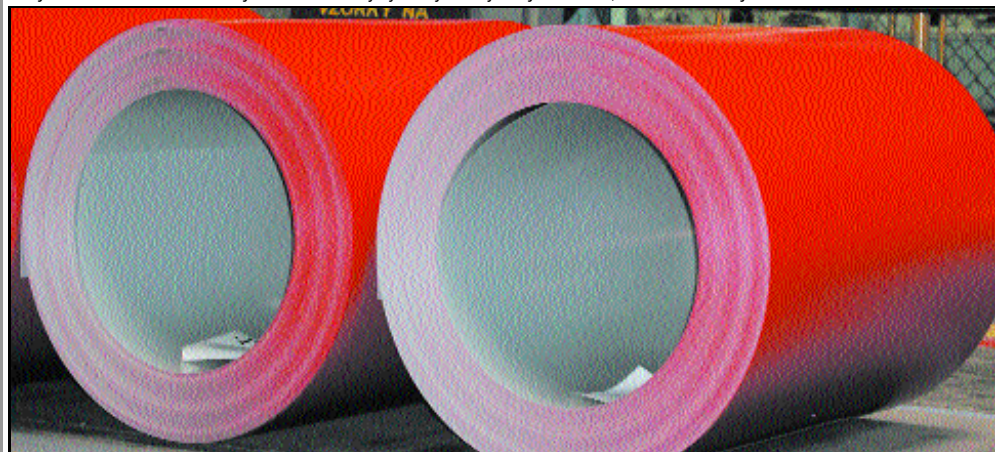
Lakoplastované plechy sa v Košiciach vyrábajú štvrtý rok. Sortiment (0,50 - 1,5 x 800 - 1400 mm) je dodávaný výlučne vo zvitkoch, základný materiál je buď čierny alebo pozinkovaný (zinkový nános 100 - 350 g/m² obojstranne), zákazníci majú možnosť zvoliť si aj nános

štvornáterového systému, vieme dodať tieto plechy s fóliou. Laky, ktoré používame sú Polyester, Plastisol, PVDF.

Na lakoplastovaný materiál z produkcie U. S. Steel Košice sa vzťahuje 10-ročná záruka a Certifikát systému riadenia kvality, ktorý bol vydaný pre celý výrobný tok bývalej VSŽ Oceľ, s.r.o.

Takmer 65% celkovej výroby predávame do zahraničia.

Lakoplastované plechy slúžia na výrobu strešných krytín; rôznych trapézových profilov na stavbu plotov, podhľadov; ako sendvičové panely a kazety na stavbu budov a vyrába sa z nich aj takzvaná biela technika.



Introduction of U. S. Steel Košice products

Radiators KORAD can withstand demanding competition

Production of panel radiators KORAD has a long tradition at company U. S. Steel Košice. It began in year 1969 with rather local nature until 1976. A significant change was reported in 1976 after purchase of welding line Schlatter.

Interest in a new product had increased, the line was reconstructed during period 1987 - 1990, a new modern line of the same production was bought and electrophoresis line Eisenman was installed. These changes enabled to manufacture product comparable to top European producers in quality and product-mix. Currently, there are radiators of five heights produced - 300, 400, 500, 600 and 900 mm with 400-3000 mm length. So called narrowed type 21 K represents a new product launched on the market last year and the product-mix was extended in radiators with flat face and central connection.

Radiators KORAD were awarded with certificate EN ISO 9001 and other certificates for supplies to countries not accepting measurement according to EN 442.

Pipes for gas and water conduits and for construction purposes

High-quality steel tubs with helical welding have been produced in Košice for 41 years. Hot rolled coils made of oxygen converter steel represent a basic material. Helically welded steel tubes are produced with diameter 406 - 1420 mm, 5,0 - 12,5 mm thick wall and 8 - 14 mm long.

The supplies follow standards DIN, API, STN or the others. Tubes are made of low-carbon micro-alloyed steel with guaranteed weldability. Produced tubes are checked with non-destructive methods (ultrasonic, X-ray method) that guarantee high quality and reliability. Tubes are only temporarily surface treated with pitch or polyethylene insulation and inner cement-mortar insulation.

Tubes are used for construction of gas, oil, hot water, tap water, sewage conduits, for construction purposes. U. S. Steel Košice sells 92% of produced tubes abroad. Extension of product-mix in small diameters (406 mm) represented the most significant innovations in the past. Extension of product-mix up to 18 m length is prepared currently.

Certificates of product quality :

- API Spec Q1, API Spec 5L (USA)
- RW TÜV (Germany)
- AD-Merkblatt W0/TRD 100 (Germany)
- AD-Merkblatt HPO/TRD 201 (Germany)
- ZETOM Katowice (Poland)
- TSU Piešťany (SR)
- Certificate of construction product conformance, Piešťany (SR)

Magnetic materials for electric motors can be found in washing machines

Magnetic circuits - components (blocks) for electric motors - armatures, casings, side ventilator covers and transformer cuttings have been produced in Košice's Steel Shop for seven years. Isotropic electro-technical sheet with surface treatment Sulfizol or Remizol, 0,5 - 0,65 mm thick, 250 mm wide, loss number 25-80 W/kg, black plate without insulation max. 1 mm thick represent a basic material.

Types:

- packed and clamped armatures + casings at packing machines
- sealed armatures (aluminum) at pressurized casting press

Our products serve as electric motors for automatic washing machines and ventilators in air-condition units. Reconstruction and upgrading of the operation is prepared now.

We asked some of our customers from Czech market: How do you evaluate the mutual business cooperation after the half year of changed strategy at U. S. Steel Košice?

- Miroslav Horák, General Manager - Sales, Feron, a.s.
- There is an improvement of mutual cooperation, of course. Mainly weekly supplies were improved that is the most significant change since the last fall. Our company purchases various cold and hot rolled sheets from U. S. Steel Košice. In the future, we would appreciate improved quality of hot rolled sheet product-mix.
- Jan Halla, General Manager - finances, Femax, a.s.
- The cooperation is very good. Recently we had many problems with in-time supplies as sheets were sold by numerous dealers and sellers. Fortunately, it finished. Cooperation with salesmen is very good indeed.
- Miroslav Knot, director of division Separation and Ventilators, ZVVZ a.s. Milevsko
- We purchase various types of sheets, coils and plates. We are satisfied with up-to-date cooperation. We would appreciate possibility of customer consultations and we have already use it in case of some cold rolled sheets. I cannot say a bad word about the cooperation.
- Dobroslav Novotný, General Manager, Železářny Velký Senov s.r.o.
- I consider the cooperation with salesmen as undoubtedly better. I would appreciate more initiative at production of new sheet product-mix, according to our requirements. Our annual purchase represents 6000 tons of hot rolled sheets and 4000 tons of cold rolled sheets. Recently we have cooperated with your research cen-

Predstavujeme produkty spoločnosti U. S. Steel Košice

Výroba panelových radiátorov značky KORAD má v spoločnosti U. S. Steel Košice dlhoročnú tradíciu. Jej začiatky sa datujú do roku 1969. Od tohto

mi renomovaných európskych výrobcov v oblasti kvality, ako aj šírky sortimentu.

V súčasnosti sa vyrábajú radiátory 5 výšok - 300, 400,

Radiátory KORAD obstoja aj v náročnej konkurencii

roka až po rok 1976 mala skôr lokálny charakter. K výraznému posunu došlo v roku 1976, po zakúpení zväzacej linky Schlatter.

Záujem o nový produkt narastal, takže v rokoch 1987-1990 sa uskutočnila rozsiahla rekonštrukcia linky, kúpená bola ďalšia, moderná linka rovnakej produkcie a inštalovaná bola elektroforézná linka Eisenman. Tieto zmeny umožnili vyrábať produkt porovnateľný s výrobka-

500, 600 a 900 mm a dĺžky od 400 do 3000 mm. Novinkou, ktorá bola uvedená na trh len v minulom roku, je takzvaný zúžený typ radiátora 21 K a sortiment bol ďalej rozšírený aj o radiátory s prednou hladkou stenou a radiátory so stredným zapojením.

Radiátory KORAD vlastní certifikát EN ISO 9001 a ostatné certifikáty pre dodávky do krajín, kde nie je rešpektované meranie podľa EN 442.



Rúry pre plynovody, vodovody aj na stavebné účely

Už 41 rokov sa v Košiciach vyrábajú vysokokvalitné oceľové rúry so skrutkovicovým zvarom. Vstupným materiálom sú za tepla valcované zvitky z ocele vyrobenej v kyslíkových konvertoch. Špirálovo zvárané oceľové rúry sa vyrábajú v

priemerach od 406 do 1420 mm s hrúbkou steny od 5,0 do 12,5 mm, vo výrobných dĺžkach od 8 do 14 mm. Dodávky sú podľa noriem DIN, API, STN, resp. podľa iných noriem.

Vyrábajú sa z nízkouhlíkovej a mikrolegovanej ocele so zaručenou

zvariteľnosťou. Vyrobené rúry sa kontrolujú nedeštruktívnymi metódami (ultrazvuk, röntgen), ktoré garantujú vysokú kvalitu a spoľahlivosť dodávaných rúr. Rúry sa dodávajú bez povrchovej ochrany, s dočasnou povrchovou ochranou, s bitumenovou izoláciou, s polyetylénovou izoláciou, s vnútornou izoláciou cementovou maltou. Používajú sa na stavbu plynovodov, ropovodov, horúcovodov, vodovodov, odpadových potrubí a na stavebné a konštrukčné účely.

V zahraničí predáva U. S. Steel Košice až 92 percent produkcie rúr.

K najdôležitejším inovačným akciám patrilo v minulosti rozšírenie sortimentu rúr do malých priemerov (406 mm). V súčasnosti sa pripravuje rozšírenie sortimentu vyrábaných dĺžok rúr do 18 m.

Certifikáty kvality výroby :

- API Spec Q1, API Spec 5L (USA)
- RW TÜV (Nemecko)
- AD-Merkblatt W0/TRD 100 (Nemecko)
- AD-Merkblatt HPO/TRD 201 (Nemecko)
- ZETOM Katowice (Poľsko)
- TSU Piešťany (SR)
- Certifikát preukázania zhody pre stavebné výrobky, Piešťany (SR)



Magnetické obvody elektrických motorov nájdete aj v práčkach

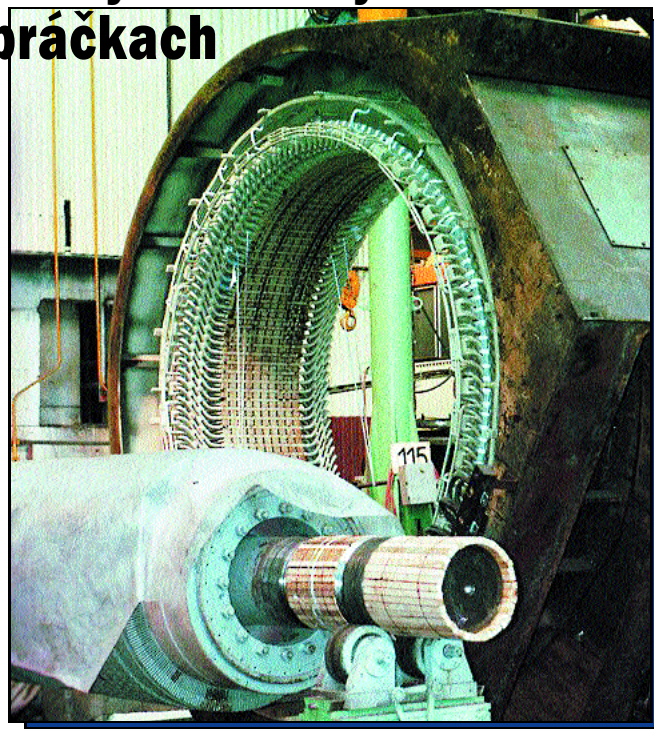
Už sedem rokov sa v košických železiarňach vyrábajú magnetické obvody - komponenty (pakety) pre elektromotory - stator, rotory, bočné kryty ventilátorov a ako doplnková výroba transformátorové výstrižky. Východiskovým materiálom je izotropný plech elektrotechnický s povrchovou úpravou Sulfizol alebo Remizol, hrúbky 0,5 - 0,65 mm, max. šírka 250 mm, stratové číslo 25 - 80 W/kg a čierny plech bez izolácie, hrúbky do 1 mm.

Prevedenie:

- pakované a sponkované rotory + stator na pakovacích automatoch
- zalievané rotory (hliník) na tlakových liacich lisochoch.

Naše výrobky slúžia ako elektro motory pre automatické práčky a ventilátory do klimatizačných jednotiek.

V súčasnosti sa pripravuje rekonštrukcia a modernizácia celej pre vádzky.



Ako hodnotíte po polroku, ktorý bol obdobím zmien v obchodnej stratégii U. S. Steel Košice, vzájomnú obchodnú spoluprácu?

• Miroslav Horák, obchodný riaditeľ, Feron, a.s.

- Určite je vo vzájomnej spolupráci badať zlepšenie. K veľkému zlepšeniu došlo najmä v

Opýtali sme sa niektorých našich zákazníkov z českého trhu:

systeme týždenných dodávok, čo od minulej jesene považujeme za najdôležitejšiu zmenu. Naša firma kupuje z U. S. Steel Košice rôzne druhy za studena a za tepla valcovaných plechov. V budúcnosti by sme uvítali zvýšenie kvality v sortimente plechov valcovaných za tepla.

• Jan Halla, finančný riaditeľ, Femax, a.s.

- Spolupráca je dnes veľmi dobrá. V minulosti sme mali veľké problémy so včasnosťou dodávok, ktoré boli spôsobené tým, že plechy predávali rôzni "potulni" predajcovia a priekupníci, čo sa už našťastie skončilo. Spolupráca s obchodníkmi je naozaj veľmi dobrá.

• Miroslav Knot, riaditeľ divízie Odlučovanie a ventilátory ZVVZ a.s. Milevsko

- Odoberáme rôzne druhy plechov, zvitky i tabule. So spoluprácou v poslednom období sme spokojní. Uvítali sme hlavne možnosť zákazníckych konzultácií, čo sme aj využili pre istý druh plechov valcovaných za studena. O spolupráci nemôžem povedať žiadne zlé slovo.

• Dobroslav Novotný, riaditeľ Železářny Velký Senov s.r.o.

- Spoluprácu s obchodníkmi hodnotím ako jednoznačne lepšiu. Prívatil by som viac iniciatívy pri výrobe nových druhov plechov, podľa našich požiadaviek. Ročne odoberáme 6000 ton za tepla a 4000 ton za studena valcovaných plechov. V uplynulom období sme spolupracovali aj s vašim výskumným ústavom kvôli technológii na výrobu pásov na zváranie pre zväzacie elektrody.