



45 let maloprodajne mreže – s pogledom naprej

Že kmalu po ustanovitvi Alpine so razmere na trgu vzpodbudile tedanje vodilne, da so razmišljali o organizaciji lastne prodajne mreže.

V začetku petdesetih let se je začelo sproščati tržišče, skupno slovensko prodajno podjetje Triglav je bilo pripojeno k Peku. Alpina je sicer predlagala, da se takratna skupna trgovska mreža Triglav, ki je prodajala obutev vseh slovenskih podjetij, razdeli med vse slovenske čevljarje, toda predlog ni bil sprejet. Alpina je tako ostala odvisna od drugih trgovskih mrež. Takratni odgovorni so se zavedali, da je razvoj Alpine vprašljiv, če bomo odvisni le od dobre volje drugih trgovcev in njihovih naročil. Kot pravi Žirovec so imeli močno željo in voljo postaviti se na lastne noge, biti odvisni le od lastnega dela, graditi na lastnih temeljih, prodajati v svojih prodajalnah.

Idejo je moralno in finančno podprl tudi okrajni ljudski odbor Kranj. 13. julija leta 1953 je delavski svet zato lahko sprejel sklep, da pristopimo k ustanavljanju lastnih industrijskih prodajal.

Že decembra istega leta je bila v Sarajevu odprta prva naša prodajalna.

V naslednjih letih se je število prodajalnih hitro povečevalo in trgovska mreža je postala temelj razvoja Alpine.

Pomembnost industrijske prodajne mreže je lepo utemeljil gospod Jože Gantar v poslovnem poročilu za leto 1954, ko je izluščil glavne pozitivne značilnosti:

- neposredna povezava kupcev s proizvodnjo (razvojem),



Direktor domače prodaje Aleš Dolenc

- hiter dostop do podatkov o prodaji,
 - čas med posameznimi sezonami se lahko zapolni s proizvodnjo za lastne prodajalne,
 - odpravljena je odvisnost od drugih konkurentov,
 - Alpina aktivno poseže v konkurenčen boj na tržišču,
 - omogočena je kontrola cen.
- Svet se sicer zelo hitro spreminja, vendar te glavne prednosti lastne prodajne mreže ostajajo nespremenjene.

(nadaljevanje na 2. strani)

Poslovanje – skladno s sistemom kakovosti ISO 9001

Vsi zaposleni v Alpini želimo delati v dobrem, uspešnem podjetju. To pa bomo dosegali s tem, da bodo kupci zadovoljni s kvaliteto in cenami naše obutve. Pa še pravočasno jo moramo pošiljati. Skratka, izboljšati moramo celotno poslovanje.

Vse to so predpogoj poslovne uspešnosti, kar zagotavlja primerne pozitivne rezultate in s tem v največji meri zadovoljuje tudi lastnike Alpine.

Alpina bo dosegla uspeh le z dobrim delom vsakega posameznika. Največje možno prizadevanje za kakovost je tako prvenstvena naloga in obveznost vsakogar.

Sistem standardov ISO 9001 je orodje, s katerim bomo ob doslednem delu vseh, zagotovili kakovostno delo ter omogočili uresničitev poslovnih ciljev in uspehov Alpine.

V fazi razčiščevanja postopkov, oblikovanja uresničitev organizacijskih predpisov in postopka uvajanja standardov smo postavili temelje, ki zagotavljajo jasno opredelitev dela in odgovornosti posameznika.

Uspešno delo posameznika in uspeh Alpine zagotavlja zadovoljstvo vsakega izmed nas, kar prispeva še v večji učinkovitosti našega dela in s tem še k boljšim skupnim rezultatom Alpine.

Generalni direktor
mag. Franci Mlinar, dipl. oec.

Pred pregledom poslovanja po standardih ISO 9001

Dokažimo našo zavzetost za izgradnjo sistema kakovosti

V začetku leta 1997 postavljena naloga priprave celotnega podjetja za pridobitev certifikata sistema kakovosti ISO 9001, počasi prehaja v sklepno fazo, v kateri bodo vsi dogovorjeni postopki uvedeni v poslovanje in na koncu katere bodo opravili certifikacijsko presojo zunanji presojevalci.

S terminskim planom smo v začetku leta 1997 predvideli, da vse aktivnosti (izobraževanje, priprava ustreznih postopkov in dokumentacije) izvedemo do konca meseca junija 1998. Ne glede na vse težave pri usklajevanju

posameznih postopkov znotraj posameznih služb in med službami, ki so tudi posledica vsakdanjih obvez, ki jih imamo, lahko ugotovimo, da smo vse aktivnosti uspeli izvesti skladno s predvidevanji in da se lahko kvaliteto pripravimo na presojo delovanja dogovorjenega sistema v praksi, ki bo v celotnem podjetju potekala med 15. in 18. junijem. Presoja sistema bo izvedla slovenska podružnica mednarodnega podjetja BVQI, s sedežem v Londonu. Omenjeno podjetje ima svoja predstavništva praktično po vsem svetu in uživa velik ugled. Tudi v Sloveniji je največ certifikatov kakovosti po sistemu ISO 9001 doslej podelila prav BVQI Ljubljana.

(več na 7., 8., 9. in 10. strani)

45 let maloprodajne mreže...

(nadaljevanje s 1. strani)

Iz prve prodajalne je v 45 letih nastala veriga 70 prodajal v treh državah in dve novi podjetji z večinskim deležem Alpine. Ob tem nekaj prodajal še čaka na ponovno oživitve sodelovanja z Alpino (ZRJ, BiH).

V času ustanovitve prve prodajalne se je trg šele začel razvijati, ni še bilo prave konkurence. Danes je tržni boj neizprosno.

Ni problem nekaj narediti, problem je prodati! Ponudba presega povpraševanje, kupci imajo ogromno izbiri, težko jim je ustreči, jih prepričati, da bi kupovali našo obutev. Le zadovoljen kupec se bo še vrnil v našo prodajalno. To je temeljni kamen, na katerem moramo graditi. Seveda zadovoljstvo kupca ni samemu sebi namen, ampak mora postati osnova za naše preživetje, za razvoj. Zanj pa je nujen dobiček. V prodajalnah moramo zadovoljiti kupce na način, ki bo omogočal dolgoročen dobiček in čim boljše prodajo proizvodov Alpine.

Iz navedenega lahko oblikujemo tri temeljne dolgoročne cilje, v naslednjem zaporedju:

1. zadovoljiti kupce
2. povečati dobiček
3. prodati čim več proizvodov Alpine.

Če ne bomo dosegli prvega cilja, ne bomo dosegli ne drugega in ne tretjega. Brez drugega cilja nista smiselni ne prvi in ne tretji, brez tretjega so ogroženi tudi domača prodaja Alpine.

Cilji v tem zaporedju so pomembni tudi zato, ker se pri našem razmišljanju nujno moramo obrniti navzven, na trg, h kupcu, k njegovim potrebam, kajti od tega živimo. Naši notranji problemi in rešitve (sistemizacija delovnih mest, ISO standard, pravilnik o plačah, težave pri nabavi usnja, profitne enote, reorganizacije) kupcev ne zanimajo.

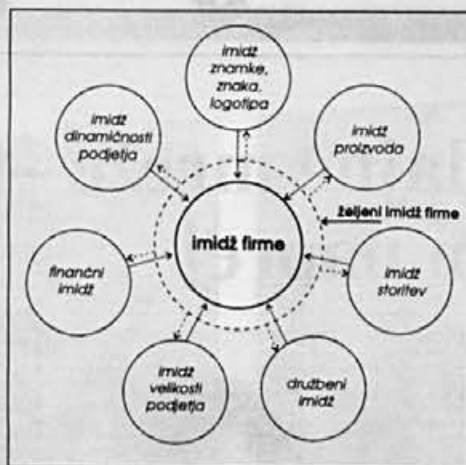
Preko prodajal kaže kupcu svoj obraz in svoje bistvo. Od tega, kako bo kupec zadovoljen z nami, je odvisen naš obstoj.

V letu, ko praznujemo 45 let od ustanovitve prve prodajalne, so cilji domače prodaje naslednji:

1. Doseči rekord prodaje (vrednostno v DEM), tako v Sloveniji, kakor tudi v naših podjetjih na Hrvaškem in v Bosni.
2. Nadaljevati z obnovo prodajal v novi enotni obliki, ki smo jo določili v preteklih letih.
3. Širiti mrežo pogodbenih prodajal tako v Sloveniji kot tudi na Hrvaškem in v Bosni. Poseben poudarek mora biti letos namenjen hrvaškim, kajti carine so nižje in moramo izkoristiti prednost pred ostalo konkurenco.
4. Odpreti prvo prodajalno Alpine zunaj meja nekdanje Jugoslavije in začeti z sistematičnim prodorom na trge držav nekdanjega vzhodnega bloka, s konceptom franšizing prodajal.
5. Postati prva maloprodajna mreža v Sloveniji, ki ima urejeno poslovanje po ISO standardih.
6. Težave, ki jih imajo naši konkurenti, čim bolj izkoristiti v prid nadaljnjemu razvoju prodajne mreže.

Ob jubileju pa ne smemo pozabiti tudi na kupce, zato smo jim v drugi polovici pripravili ugoden, 15% popust pri nakupu v naših prodajalnah.

Aleš Dolenc



Shema, ki nam da lahko veliko misliti

Blagovne znamke Alpine

Namesto uvoda

Pred kratkim sem imel po dolgem času priložnost leteti z avionom in naključje je hotelo, da sem moral sesti v letalo, ki nikjer – niti na trupu – niti na repu, ni imelo nobene oznake. Bilo je povsem belo pobarvano – NO-NAME letalo. Takoj so se mi začela porajati vprašanja, kot recimo, zakaj zaupati življenje letalski družbi, ki očitno nima denarja niti za pošteno celostno podobo svoje letalske flote. Nadalje, kdo mi jamči, da se za tovrstno brezimno blagovno znamko letalske družbe ne skrivajo številne nepravilnosti, ki bi s poimenovanjem družbe morda dobile negativno prepoznavnost v širšem merilu. Neprijetni občutki so se še stopnjevali z vsakim tresljajem letala. Med vožnjo sem se odločil, da se v prihodnje letalski blagovni znamki, ki ne premore niti osnovnih razpoznavnih znakov, izognem v kolikor je mogoče velikem loku.

Pri tej letalski družbi (na letalu se je izkazalo, da gre za Air Nostrum) so se politike vodenja lastne blagovne znamke lotili povsem napačno. Namesto, da bi v kupcih njihovih storitev ustvarjali prepoznavno podobo varne in zanesljive družbe, v potnikih ustvarjajo osnovne dvome o varnosti ipd.

Konec koncev je povsem na mestu vprašanje, kateri blagovni znamki bi zaupali svoje življenje: Lufthansi, Adrii Airways, Taiwan Airlines ali družbi brez imena in podobe.

Podoba blagovne znamke

Ko bomo odgovorili na gornje vprašanje, bo postalo očitno, v katerem grmu tiči zajec. Zaupali bi tisti, ki jo poznate po imenu ter zanj veste, da njeni avioni ne padajo prav pogosto na tla. V omenjenem primeru to velja na prvem mestu za Lufthanso, na

zadnjem mestu pa za Taiwance in omenjene družbe brez imena.

Očitno je torej, da za uspešnost (prodajnost) storitev ali izdelkov ni dovolj samo kvalitetna in zanesljiva usluga temveč predvsem prepoznavnost tovrstne usluge.

Če sedaj »preklopim« na Alpino. Ni dovolj zgolj narediti dober čevlji, morda najboljši čevlji, temveč je prav tako pomembno ustvariti prepoznavnost in vedenje o njegovi kvaliteti. To vedenje pa ustvarimo z nizom sporočil v postopku imenovanem komunikacijski proces.

Blagovno znamko torej tvori poseben (a celovit) specifičen komunikacijski splet. Cilj tega spleta je ustvariti učinkovit, prepoznaven in zapomnljiv niz podob, ki v zaznavanju in zavesti potrošnika izoblikujejo specifičen odnos do določene skupine izdelkov ali storitev. V primeru Alpine blagovno znamko ne predstavlja niti čevlji (pa naj bo še tako dober ali slab) niti grupa modnih ali športnih čevljev, tudi ne Alpina kot delniška družba itd., temveč je oblikoval niz podob v preteklosti, kot se še vedno oblikuje z novimi podobami v sedanjosti. Te podobe so lahko povsem vizualne – znak, logotip, oblikovanost izdelkov, oglasi, reklame na TV, itd., lahko pa zvočne, poslovne, arhitekturne itd.

Komunikacijski proces, kjer nastajajo ustrezne podobe, je torej naslednji: Alpina kot proizvajalec zakodira informacije o svojih izdelkih (kvaliteta, trendi, oblikovanost, izvirnost, itd.) v – izdelke same, oglase, celostno grafično podobo itd. – torej v medije, ki glede na izbrano strategijo komuniciranja, prenašajo sporočila ciljnim kupcem. Ti jih potem v večji ali manjši meri razberejo (dekodirajo) in si ustvarijo določeno mentalno sliko (predstavo) o podjetju in njegovi blagovni znamki ter preko nje o izdelkih. Mentalna slika je lahko pozitivna ali negativna (recimo podoba blagovne znamke avta mercedes proti blagovni znamki avta trabant).

To nadalje rezultira v dejstvu, da ko gradimo blagovno znamko, pravzaprav gradimo mentalno sliko oziroma podobo te znamke. Na primeru Alpine bi to pomenilo, da ni dovolj samo izboljšati 'finiš' (kot se pogosto meče pesek v oči), temveč predvsem podobo o kvaliteti teh čevljev v očeh javnosti – tako na modnem kot na športnem programu.

Temeljna vprašanja ureditve blagovnih znamk

Prav na tem področju je bil poudarek na prvem delu projekta oblikovanja celostne grafične podobe. Z analizo obstoječega stanja komunikacije med Alpino in različnimi javnostmi (posredniki, distributerji, končni kupci) se je namreč izkazalo, da temeljni problem ni zgolj v obstoječi celostni podobi

in obstoječem znaku in logotipu, temveč bolj v odsotnosti ustrezne komunikacije. Da ne bo pomote, s tem seveda ni mišljena komunikacija kot način pogovora posameznikov iz Alpine s posamezniki iz tujine, temveč komunikacija kot način posredovanja informacij o podjetju, preko ustreznih medijev, do ciljnih javnosti.

Nadalje je raziskava tudi pokazala na nujnost spremembe poimenovanja blagovnih znamk. Ime Alpina preprosto ni več ustrezno tako za »imidž« izdelkov, ki jih proizvaja športni program (zlasti pancerji in rolerji, nekoliko manj tekači in trekking) ter hkrati za povsem modne in funkcionalne čevlje. Če poenostavim: klasične modne čevlje človek potrebuje predvsem zaradi njihove primarne funkcije (brez njih bi bil bos), medtem ko specifično športno obutev (pancerje in rolerje) pravzaprav ne potrebuje – so zgolj namenjene užitku (smučanju, rolanju), zato jih z lahkoto pogreša. Po drugi strani pa je hitro pripravljen zanje odšteti veliko več (užitki pač stanejo). Spričo te razdvojenosti se je potrebno lotiti graditve obeh podob blagovnih znamk na povsem različnih koncih. Na eni strani je potrebno za javnost, ki želi klasične, ne predrage čevlje zgraditi imidž modnih, kvalitetnih in

funkcionalnih čevljev, povsem na drugi strani pa povsem drugačen »imidž« »IN« izdelkov kakršni so športni izdelki.

Strategija

Predvidena strategija razvoja Alpininih znamk tako predpostavlja tri temeljne blagovne znamke: (a) športno, (b) modno in (c) znamko za mlade. Športno znamko bodo predstavljali klasični športni izdelki za našo relativno konservativno klientelo: pancerji, tekači ter gorska in pohodniška obutev. V to kategorijo bi bili po potrebi uvrščeni tudi povsem klasični, vendar športni modni čevlji. Obdrži se obstoječe poimenovanje z imenom Alpina in ustreznim znakom. Drugo znamko bo predstavljal klasičen ženski modni program. Zanj bo potrebno izdelati povsem novo podobo, z novim imenom in znakom, saj obstoječa niti ni v trendu, niti ne dohiteva več kvalitete samih proizvodov. S tretjo znamko pa bi zaokrožili ponudbo tudi za mladino in bi vsebovala predvsem 'odštekano' modno in športno obutev (rolerje, bulerje, trendovsko obutev ipd.). Po eni varianti naj bi jo poimenovali z že zaščitenim imenom Speedbull, oziroma z izpeljankami iz besede – korena bull.

Zaključek

Za konec naj še enkrat poudarim, da blagovne znamke niso zgolj izdelki ali njihova imena. Niti jih ni mogoče ustvariti čez noč, medtem ko jih je na žalost čez noč veliko lažje uničiti. Dejstvo je, da je podoba obstoječe blagovne znamke Alpina razdrobljena. Ustvarjenih je ogromno podob, bolj ali manj ustreznih, ki ustvarjajo zelo zmedeno (konfuzno) sliko, kar se konec koncev odraža tudi v prodajni uspešnosti Alpine d.d.

Po drugi strani pa je pri spremembah nujno upoštevati, da je obstoječa znamka »Alpina« že razmeroma poznana in uveljavljena, zato jo je povsem nesmiselno rušiti. Z ustrezno strategijo jo je le potrebno nadgraditi, obogatiti in narediti bolj dobičkanosno.

Prav izdelava in izvedba ustrezne strategije blagovnih znamk je, ob sočasnem povečevanju vloge ISO standardov (v smislu boljše organizacije in posledično manjših stroškov), pravzaprav edino jamstvo za preživetje Alpine d.d. Samo sprememba celostne grafične podobe, torej znaka, tiskovin ipd. bi, ob ostalih nespremembah, bila le nekakšen svež obliž na rani. Znano pa je, da tudi tako dober obliž rane ne zaceli.

Matjaž Mazzini

Sprašujemo se kaj bo jeseni

»Po novem letu smo izdelali okoli 20.000 parov rolerjev, večinoma za izvoz«, je povedal vodja oddelka termoplastov Ciril Vidmar.

»Tako priprava kot oskrba proizvodnje je dobra, zato je tudi delo kar lepo teklo. Le z enim artiklom smo imeli nekaj več težav, ker je bil novejši model. Ostali rolerji so bili stari modeli, v novih kombinacijah barv. Aprila smo začeli z vlivanjem in sestavo pancerjev, s tem da so nam plan stalno popravljali, od začetnih 800 parov, na sedanjih 400 – 450 parov.

Pomanjkanje dela se je začelo kazati že pred novim letom, ko smo začeli premeščati delavce v druge oddelke. Nekateri so odšli sami.

Planirali smo, da bomo letos potrebovali 7, 8 delavcev več, sedaj pa jih je štirideset manj.

Tako smo morali ukiniti dve izmeni, pa še na tej je manj delavcev kot jih je bilo prej na posamezni izmeni.

Morali smo zmanjšati režijo in to je najhuje, nekateri so mo-



Jože Bogataj pri vlivanju šal za smučarske čevlje

rali brez lastne krivde na slabše plačano delovno mesto.

Sicer skrbimo, da imamo ti delavci, ki so ostali, dovolj dela in delajo na normo.

Toda naše zmogljivosti so povsod zapolnjene komaj polovično. Zasedenost je sicer enakovredna, tako na brizganju, obrezu ali tampoprintu. To seveda ni enostavno; ljudje se bojijo kaj bo. Vsi skupaj smo v strahu kaj bo septembra, oktobra, ko je bila proizvodnja smučarskih čevljev ponavadi na višku.

Te razmere so slabše kot pred dvema letoma, ko smo potem začeli velikopotezno s proizvodnjo rolerjev.

Delno nas sedaj rešuje to, da izdelujemo pete za modni program in tekaško obutev ter sestavne dele za drugo obutev.

Medtem, ko smo bili lani prosti samo kakšnih deset sobot, letos delamo lažje, brez nadur. Vsi skupaj bi seveda raje videli, da bi bilo dela preveč, kot da ga je premalo.

(nadaljevanje na 4. strani)

Iskrice

Organizacija

Organizacija je lahko samo skelet, ki nima nobenega pomena, če vsebina ni kombinirana z ustreznimi praktičnimi prijemi.

Organizacija

Organizacija je lahko le pot; če je le cilj, lahko nismo danes.

Kadri

Kadri so kakor zdravje; ni vse, če pa zdravja ni – ni ničesar.

Kadri

V trenutku, ko se zavedamo svoje pomembnosti, smo že nepotrebnosti in moteči.

Denar

Pri denarju je tako, da ga lahko grabimo ali grabimo, za slamico. Nerodnost je v tem, da le slutimo lahko – kje in kako je to mogoče; vedeti ne moremo.

Uredništvo

Dober delavec ni dovolj dobro plačan

»Na športnem traku trenutno izdelujemo notranje čevlje za smučarske čevlje. Dokončali smo proizvodnjo rolerjev; tako pancerje izdelujemo od srede aprila naprej«, je pojasnjevala mojstrica **Martina Peljhan**.

»Moram reči, da je izdelava fizično zelo zahtevna, težja kot notranji čevlji za smučarsko obutev. Pa še pancerje smo bolj navajeni delati. Seveda je zahtevnost odvisna tudi od vrst materiala ali pa tudi od ustrezne priprave. Ta pa tudi ni vedno popolna.

Eden večjih problemov je tudi »poln trak«, torej preveč ljudi imamo za premalo strojev. Tudi stari, manj izpopolnjeni stroji so včasih kar ovira, saj je treba pri delu bolj paziti. Tako se naredi manj, delavke na takih strojih pa so prizadete. Ocenjujemo, da bi potrebovali 3 do 4 nove šivalne stroje.

»Stroji po oddelkih po mojem mnenju niso enakomerno porazdeljeni,« je pripomnila **tehnologinja Tanja Burjek**, s katero sva skupaj obiskala obrat na Colu.

Navedbe so potrdile tudi delavke, s katerimi sem se zapletel v pogovor. Težko je dosegati norme. Pa še to so povedale, da za dobre delavce ni pravih stimulacij.

Nekoliko bolj optimistično vzdusje sem zaznal v sekalnici.

Mojstrica Rozi Michelizza je pripovedovala: »Sedaj sekamo za treking obutev, pancerje in rolerje. Nasekane dele tu tudi oštevilčimo in če gre za tako proizvodnjo, tudi potanjšamo. Za nas je važno, da vse teče usklajeno; da so materiali v proizvodnji pravočasno in da so seveda ustrezni.

Pestijo nas tudi premajhne zmogljivosti sekalnice. Imamo tako premalo sekalnih strojev, kakor tudi usposobljenih ljudi, saj ima le ena poklicno šolo.

Seveda je ob tem zelo pomembno, da je delo dobro pripravljeno in organizirano. Tudi oskrba je zelo pomembna; prav tako materiali ustrezajo. Kar zadeva le-te, sedaj delamo »iz rok v usta«, kar je po eni strani prav, po drugi pa to predstavlja določeno tveganje, če se kaj zatakne.

Tudi pri nas je težava z ustreznim nagrajevanjem. Minimalno plačo mora dobiti vsak, dobri delavci pa zato ne morejo dobiti toliko kot bi sorazmerno z rezultati zaslužili. Saj tudi dela ni mogoče opraviti le delno, temveč mora biti izvedeno stoodstotno.



Trak za šivanje notranjih čevljev za pancerje



Mojstrica v sekalnici Rozi Michelizza



Dogovor pri delu – Beti Pregelj in mojstrica Martina Peljhan

Poleg sekanja imamo še oštevilčenje (označevanje z ustreznimi številkami oz. označevanje artiklov – pr. p) in tanjšanje. Tudi pri tem delu je treba vedeti koliko in kako mora biti opravljeno, da je čevljev potem kvaliteten in udoben. Ljudem moramo zaupati, da znajo delati, da delajo s pravim občutkom. Ko sem prej govorila o premajhnih zmogljivostih, naj povem, da zato sekalci delajo na dveh izmenah, tanjšanje in oštevilčenje pa opravljamo le dopoldne. Seveda pa moramo včasih delati tudi ob sobotah in kakšno naduro,« je še ugotavljala Rozi Michelizza.



Maja Rehar pri oblikovanju opetja



Ciril Alič vliva napetnike

Sprašujemo se kaj bo jeseni

(nadaljevanje s 3. strani)

Sedaj bomo vse naredili pravočasno; tudi nekaj zaloge ne škodi. Toda, to ima svoje meje, saj je zelo narobe, če že izdelamo veliko količino s kakšnimi napakami, namesto da bi jih odkrili sproti, pravočasno.

Ne vem zakaj je do vsega tega prišlo. Na vrhu bodo morali dobro premisliti kako naprej, saj je res nerazumljivo, da se v treh, štirih mesecih položaj toliko spremeni,« je še dodal Ciril Vidmar.

N. P.

N. P.

Prodati in narediti bi morali več

Že dalj časa se v Alpini zavedamo, da smo na športnem programu, na področju poletne kolekcije, glede na proizvodne kapacitete, prodajno prešibki. Letos pa se nam, kot kaže, slaba prodaja obeta tudi na zimskem programu, predvsem pri smučarskih čevljih, kar se in se bo verjetno še najbolj odražalo v proizvodnji in na koncu pri skupni realizaciji športnega programa.

Zaradi premajhnih naročil smučarskih čevljev in rolerjev smo bili prisiljeni v oddelku termoplastov narediti nekatere organizacijske spremembe. Proizvodne kapacitete smo morali zmanjšati približno za polovico. To smo napravili s premestitvami delavcev in v montažnem oddelku pancerjev s prehodom na eno izmeno. Zaradi narave dela v oddelku brizganja termoplastov tega ni bilo mogoče storiti. V tem oddelku se zato v manjšem obsegu še vedno dela na tri izmene, pri čemer pa so, na žalost, naše strojne kapacitete zelo slabo zasedene.

V montažah z lepljeno obutvijo trenutno končujemo z izdelavo treking obutve in pričenjamo, oziroma že izdelujemo smučarsko tekaško obutev za naslednjo sezono. Tudi tukaj ne gre brez težav. Naročila tekaške obutve naj bi bila približno na lanski ravni ali pa vsaj ne občutno manjša. Zato smo zmogljivosti montaž na športnem programu ohranili približno enake kot lansko leto. Težave imamo predvsem z oskrbo z zgornjimi deli. Prepogosto se dogaja, da so dosegi naših šivalnic premajhni in s tem pod planom, to pa povzroča, da moramo tudi v montaži zmanjševati kapacitete. To običajno storimo na dva načina. Zaposlene v montaži »posodimo« za določen čas v drug oddelek ali pa jim omogočimo, da izkoristijo lanski dopust. Vsekakor to poskušamo storiti tako, da je za zaposlenega in za firmo najugodnejše oz. najmanj boleče.



Vodja proizvodnje športne obutve je sedaj Zvone Kopač

Pogosto imamo problem z oskrbo z zgornjimi deli, ki jih trenutno delamo v naših oddelkih v Žireh in na Colu ter pri kooperantih na Kalu in v Bosni. V preteklih letih smo imeli tudi zelo solidnega kooperanta na Hrvaškem, s katerim pa smo lansko leto zaradi različnih razlogov sodelovanje prekinili. S firmo Kalpo s Kala dobro sodelujemo. Zapleta pa se predvsem pri dobavih zgornjih delov iz Bosne. Pri kooperaciji iz Bosne največji problem predstavljajo oddaljenost, carine in poslovanje preko posrednika. Zaradi dokaj neplanskih dobav je v oddelku montaže težko imeti stalno zapolnjene kapacitete.

Primanjkljaj zgornjih delov poskušamo nadomestiti z neprijetnimi delovnimi sobotami na Colu in v Žireh. To se bo še posebej odrazilo v naslednjih mesecih, ko se bodo roki izdovab obutve iztekali.

Del kompletne tekaške obutve nam bodo izdelali v firmi KTK iz Visokega. Gre predvsem za enostavnejšo tekaško obutev, ki so jo v tem obratu že izdelovali.

Tudi v proizvodnji se dobro zavedamo, da je upoštevanje dobavnih rokov zelo pomembno. Zamujen dobavni rok lahko za seboj potegne dodatne stroške pri pošiljanju obutve ali pa celo odpoved nadaljnjih naročil, s tem pa posredno izgubo še tistega dobička, ki bi ga ob dobri prodaji ceni in kvaliteti lahko imeli. Da proizvodnja lahko izdela obutev do dobavnega roka, mora biti izpolnjeno več pogojev. Za izpolnjevanje le-teh pa so odgovorne druge službe.

Zvone Kopač

Alpina CRO se širi

Naša firma na Hrvaškem odprla novo prodajalno v Veliki Gorici, v Petrinji pa pogodbeno prodajalno

Alpina Cro je bila osnovana pred leti, z osamosvojitvijo držav na tleh nekdanje Jugoslavije. To je bilo nujno tudi zaradi različne zakonodaje, ki je nastajala v novih državah.

Vojna, ki je tu divjala, je močno spremenila razmere. Zlasti močno je vojna vplivala na kupno moč prebivalstva. V takih pogojih ni bilo lahko, vendar je Alpina Cro ob racionalizaciji lastnega poslovanja in ob izdatni podpori in razumevanju matične firme, počasi napredovala, poplačala dolgeve in se uveljavila. Sedaj se dobro zavedajo, da morajo čim hitreje slediti potrebam tržišča. To pomeni, da je treba posodabljanje prodajalne, odpirati nove ali se posluževati drugih oblik trženja.



Direktor Alpine Cro Bojan Končan in poslovodja prodajalne v Veliki Gorici Nikola Fortunić pred novo prodajalno

Pred kratkim so zato v Veliki Gorici, v bližini Zagreba odprli novo prodajalno.

Gre za prodajno točko, v mestu z okoli 40.000 prebivalci, v poslovnem središču, ki se počasi oblikuje.

Res je, da so v tem mestu zelo navezani na Zagreb, kamor se jih veliko vozi vsak dan, vendar tudi zato, ker tu zaenkrat še ni dovolj široke in vsestranske ponudbe. Pa še okolica mesta je precejšnja. Vse to obeta, ob solidnem poslovanju, da bo nova prodajalna lahko uspešna.

»Osnovna investicija je veljala 210.000 DEM, oprema in ostalo delo pa še dodatnih 100.000 DEM, kar pomeni okoli 29 milijonov tolarjev. Upam, da bo kolektiv prodajalne izkoristil priložnost in uspešno prodajal,« je razmišljal direktor Alpina Cro Bojan Končan.

Tudi arhitekt Marko Šenk je bil kar zadovoljen: »Po eni strani je dobro, da smo lahko v značilnem Alpinem slogu uredili in opremlili prodajalno; po drugi strani pa so bile tudi omejitve, ki smo jih morali upoštevati. Poleg arhitektonskih je tudi prostorski dejavnik vplival na naše odločitve. Skušali pa smo prostor izrabiti čim bolj, da je pro-



Najprej je govoril Bojan Končan

dajalna tako funkcionalna, kot tudi lepa in moderna.«

Potem, ko so prodajalno kot tudi skladišče napolnili z obutvijo, je izgledalo res lepo in obetujuče. Tudi poslovodja prodajalne Nikola Fortunić je optimist. Res je bilo kar nekaj težav, predno smo vse skupaj uredili. Ves čas smo sodelovali tako z vodstvom Alpine Cro kot tudi z izvajalci del. Mislim, da je kar dobro uspelo. Sedaj je res super.

(nadaljevanje na 6. strani)

Alpina CRO se širi

(nadaljevanje s 5. strani)

Upam, da bo ponudba kvalitetne in modne obutve pravočasna, mi pa se bomo tudi potrudili kolikor bo le mogoče.

Temu mnenju se je pridružil tudi namestnik direktorja Alpine Cro Stjepan Novoselec: »Razmere so take, da moramo delati postopno in previdno. To velja tako za širjenje ponudbe, kot zaradi razmeroma nizke kupne moči.

Na Hrvaškem bomo tudi prenavljali lastne prodajalne. Osnovali pa smo tudi službo za grosistično prodajo. Pred kratkim smo tako v Petrinji z nekim zasebnikom odprli pogodbeno prodajalno. Ko bomo imeli izkušnje, bomo s tem nadaljevali.«

Prodajalno sta slovesno odprla Bojan Končan, ki je zaželel prodajalni uspešno delovanje in gospodarstvo občine Velika Gorica, ki je pozdravil prizadevanja za odpiranje takih obratov in prodajaln, ki tudi dvigujejo okus potrošnikov na tem področju. Za pomoč in sodelovanje se je zahvalil tudi Nikola Fortunić.

Že med pripravami na odprtje prodajalne je bilo kar precej zanimanja, morda tudi zaradi ustreznega obveščanja preko lokalnega radia. Tudi obisk je bil za prvi dan kar obetujoč. Upamo, da se bo to nadaljevalo. Sigurno pa to ne bo samo od sebe, saj je odvisno tako od modne kolekcije, kvalitete obutve, promocije, do strokovnosti in prijaznosti prodajalcev. Kot kaže, je volje veliko.

N. P.



Zadovoljstvo ob novem dosežku: Bojan Končan, Stjepan Novoselec in Nikola Fortunić



Notranjost prodajalne v Veliki Gorici



Prvi kupec dobi obutev zastonj



S seminarja za prodajalce in poslovodje, na katerem so se pogovarjali o pospeševanju prodaje, o izboljšanju dela in drugih operativnih vprašanjih



Polemična razprava na zadnji seji sveta delavcev

Dokažimo našo zavzetost za izgradnjo sistema kakovosti

(nadaljevanje s 1. strani)

V začetku leta 1997 postavljena naloga priprave celotnega podjetja za pridobitev certifikata sistema kakovosti ISO 9001, počasi prehaja v sklepno fazo, v kateri bodo vsi dogovorjeni postopki uvedeni v poslovanje in na koncu katere bodo opravili certifikacijsko presojo zunanji presojevalci.

Z terminskim planom smo v začetku leta 1997 predvideli, da vse aktivnosti (izobraževanje, priprava ustreznih postopkov in dokumentacije) izvedemo do konca meseca junija 1998. Ne glede na vse težave pri usklajevanju posameznih postopkov znotraj posameznih služb in med službami, ki so tudi posledica vsakdanjih obvez, ki jih imamo, lahko ugotovim, da smo vse aktivnosti uspeli izvesti skladno s predvidevanji in da se lahko kvalitetno pripravimo na presojo delovanja dogovorjenega sistema v praksi, ki bo v celotnem podjetju potekala med 15. in 18. junijem. Presoja sistema bo izvedla slovenska podružnica mednarodnega podjetja BVQI, s sedežem v Londonu. Omenjeno podjetje ima svoja predstavništva praktično po vsem svetu in uživa velik ugled. Tudi v Sloveniji je največ certifikatov kakovosti po sistemu ISO 9001 doslej podelila prav BVQI Ljubljana.

Priprava na certificiranje sistema kakovosti bo opravljena v naslednjih fazah:

- pregled in potrditev poslovnika kakovosti, organizacijskih predpisov in delovnih navodil uprave in poslovnega sveta
- razdelitev organizacijskih predpisov in delovnih navodil v vse službe in oddelke
- uvedba zahtev v poslovanje in interna presoja sistema kakovosti
- oddelčni sestanki, na katerih bodo predstavljene zahteve in naloge
- obveščanje vseh zaposlenih

Seveda je v tem trenutku najpomembnejše, da se vsi dogovorjeni postopki začno uporabljati, kot je predpisano v dokumentaciji in da bo v času presoje vse na svojem mestu. To pa s stališča namena, ki nas je pri razvoju sistema ves čas spremljal (dvig kakovosti naših izdelkov in storitev), še ni dovolj; doseči namreč moramo, da bo izgrajeni sistem resnično prispeval k dvigu kakovosti našega poslovanja. To pa pomeni, da je za nami šele prva faza, ki je sicer nujno potrebna, ni pa še zadostna in da bo v prihodnje sistem potrebno neprestano izboljševati.

Sama presoja sistema kakovosti bo, kot je bilo že omenjeno, potekala po predvidevanjih – tri dni. V tem času bodo presojevalci pregledali poslovanje vseh oddelkov v Zireh, vseh obratov



Janko Rejc

in v nekaj prodajalnah. Certifikat kakovosti pridobivamo za osnovno dejavnost Alpine (razvoj, proizvodnjo in prodajo obutve) in za domačo prodajo maloprodaje. Smo prvo podjetje v Sloveniji, ki vstopa v ta proces na področju maloprodaje, zato ni odveč posebno opozorilo zaposlenim v prodajalnah, da se na to posebej dobro pripravijo. Seveda je pomembno, da smo na postopek certificiranja pripravljeni vsi zaposleni, vsak v skladu s svojimi odgovornostmi in delovnimi nalogami. Priprava na certificiranje bo izvedena na oddelčnih sestankih, ki bodo potekali v naslednjem mesecu.

Rezultat presoje BVQI bo poročilo o ugotovljenem stanju in seznam ugotovljenih nepravilnosti. Iz prakse pri presojah v ostalih podjetjih je razvidno, da se v tako velikih podjetjih pojavlja do 50 ugotovljenih nepravilnosti, ki jih je potrebno odpraviti v predpisanem roku (običajno v treh mesecih), tako da lahko pričakujemo, da bi certifikat kakovosti ISO 9001 lahko pridobili (vključno s podelitvijo) v mesecu septembru.

Velikokrat se je ob definiranju postopkov postavljalo vprašanje birokratskega reševanja določenih problemov. V našem primeru razvoja sistema kakovosti lahko zagotavljam, da smo se dosledno izogibali vsem nepotrebnim dokumentom in da so v sistem vgrajeni samo dokumenti in zapisi, ki so nujno potrebni pri ugotavljanju vzrokov za posamezne neskladnosti ali so za normalno poslovanje in zagotavljanje izpolnjevanje osnovnih zahtev standardov kakovosti ISO 9001, in sicer:

- zadovoljevanje želja kupcev v celotnem poslovanju
- definicija delovnih postopkov in odgovornosti za izvedbo
- nadzor in kontrola delovnih postopkov
- nadzor in kontrola sprememb delovnih postopkov, ki so posledica bodisi spreminjenih zahtev kupcev, bodisi sprememb v našem poslovanju
- evidentiranje in obvladovanje neskladnosti, z namenom, da neustrezni izdelki ne pridejo do kupca in da se na podlagi zapisov ugotovi vzroke in odredi korektivne in preventivne ukrepe, z namenom, da se napake ne bi ponavljale.

Poslovanje tako velike organizacije je brez dokumentacijske podpore praktično nemogoče. Bo pa v naslednjih letih potrebno več pozornosti posvetiti informacijskemu sistemu, ki s povezavami računalnikov v mreže, omogoča prenos obvestil v nematerializirani obliki. To ne velja samo za dokumentiranje sistema kakovosti, temveč za prenos vseh podatkov in dokumentov.

Za konec, postopek certificacije bo pokazal na našo skupno pripravljenost izboljšati kakovost poslovanja in na našo resnost in zavzetost pri izgradnji sistema kakovosti. Upam, da bo v nas še toliko pripravljenosti na sodelovanje, da bomo pridobili certifikat kakovosti, ki bo v poslovnem okolju naše spricevalo, da smo normalno podjetje, ki posluje skladno z mednarodno uveljavljenimi in priznanimi zahtevami.

Janko Rejc

Usposabljanje za delo bo tudi spremljano

Tudi usposabljanje je ena od zahtev oziroma elementov standarda ISO 9001. Zahteva standarda v zvezi z usposabljanjem je, da so določene (definirane) zahteve glede usposobljenosti delavcev, da imajo delavci



Mojca Gantar

ustrezno formalno in posebno izobrazbo, da se izdelujejo programi in plani izobraževanja za kakovost za vse zaposlene; da se to izobraževanje izvaja.

V poslovniku kakovosti, kot osnovnem dokumentu sistema kakovosti, je tako v skladu z zahtevo standarda, v posebnem poglavju opredeljeno tudi usposabljanje in način njegovega izvajanja. Osnovni cilj usposabljanja je zagotoviti usposobljenost delavcev za kakovostno opravljanje dela in poslovanja ter s tem uspešnost podjetja. V usposabljanje za kakovost so vključeni vsi delavci.

Potrebe po izobraževanju in usposabljanju se bodo ugotavljale na podlagi razvojnih in

planskih aktov, predlogov in pobud vodij, kadrovske službe in delavcev samih, in sicer z anketnimi listi. Na podlagi tako izraženih potreb bo izdelan plan izobraževanja in usposabljanja za vsako posamezno leto, ki ga bo potrjevala uprava in poslovodni svet. Za izvedbo planiranega izobraževanja in usposabljanja bo v sodelovanju z vodji posameznih organizacijskih enot skrbela kadrovska služba.

Oblike izobraževanja in usposabljanja, ki se bodo izvajale, obsegajo tako štipendiranje dijakov in študentov v času rednega šolanja, počitniško prakso, pripravništvo, kot izobraževanje že zaposlenih ob delu, njihovo dopolnilno in funkcionalno izobraževanje, priučevanje in usposabljanje novo zaposlenih in že zaposlenih delavcev ipd.

Kot že rečeno, je v zvezi z usposabljanjem ena od zahtev standarda tudi, da morajo biti definirane zahteve glede usposobljenosti delavcev za opravljanje določenega dela, na konkretna dela pa razporejeni temu ustrezno usposobljeni delavci. Zahteve po usposobljenosti so določene s pravilnikom o organizaciji in sistemizaciji delovnih mest, oziroma z opisi delovnih mest. Ugotavljanje ustrezne usposobljenosti delavcev oziroma zagotovitev, da delo opravljajo ustrezno usposobljeni delavci, pa se izvaja v fazi razporejanja delavcev, oziroma z dodatnim usposabljanjem delavcev. Dolžnost vsakega vodje je, da delavca ob nastopu dela pouči o delu in seznani z vsem, kar je pomembno v zvezi z opravljanjem dela. Določena je tudi obveznost spremljanja usposobljenosti delavcev za opravljanje posameznih proizvodnih faz, kar bo dolžnost vodij oddelkov oziroma mojstrov. Usposobljenost za opravljanje posameznih faz bo spremljana na posebnem kartonu usposabljanja delavcev. Spremljala se bo seveda tudi usposobljenost delavcev za opravljanje režijskih delovnih mest.

ISO 9001 torej v zvezi z izobraževanjem in usposabljanjem zahteva od nas predvsem še bolj načrtno ugotavljanje potreb po izobraževanju in usposabljanju in njegovem izvajanju, tako teoretičnem kot praktičnem, s ciljem tudi na ta način zagotoviti kakovostno opravljanje dela vsakega od nas in s tem podjetja v celoti.

Mojca Gantar

Kupci na cene pozabijo, na kakovost pa ne

Naš cilj za prihodnost je, da postanemo boljši in poslujemo z večjimi dobički. Še vedno bomo morali zadovoljevati kupčeve želje in pričakovanja in mu nuditi celo več kot trenutno.

Kakovost odločilno vpliva na imidž podjetja, oziroma na poslovno uspešnost. To pa bomo dosegli s sistemom celovitega vodenja in zagotavljanja kakovosti v vseh fazah na-



Franci Kavčič

stajanja in uporabe izdelka in storitev. S tem naj bi se naša konkurenčnost povečala. Višja ko bo kakovost, bolj bomo konkurenčni. S tem se nam bo povečala tudi prodaja, večja bo proizvodnja. Posledica bo spet je višja produktivnost in s tem zmanjšanje stroškov na enoto proizvoda.

Da pa bi dosegli zgoraj omenjene cilje, smo si predpisali sistem celovitega obvladovanja kakovosti v razvoju, nabavi, proizvodnji, trženju in servisiranju. S tem bomo poslovnim partnerjem dokazali, da smo sposobni izpolniti njihove zahteve glede kakovosti. Ugled in s tem cena nam bo počasi rasla. Vemo, da v Evropi prodaja trenutno slabo teče, da je kriza v Nemčiji. Le dobre in prilagodljive firme bodo preživele. Moramo bolje in več ustvariti, da si bomo lahko tudi delili. Zato je izrednega pomena, da pošljamo tako obutev kot je bil vzorec in v želenem roku.

Sistem naj bi nam pomagal, da bi bile zadeve prej in pravilno pripravljene, da bo več procesne kontrole, da bomo pravočasno odkrili napake. Odvrčal nas bo od slabega dela in neustreznih dobaviteljev. Prodaja bo dodatno poskrbela, da bodo naročila kupcev izpolnjena pravilno in pravočasno; poskrbeti mora, da kupec ostane zadovoljen. Ne moremo si dovoliti napak ne v proizvodnji ne v ostalih službah in s tem prevelikih stroškov.

Sistem naj bi v proces dela uvedel več reda.

Kakovost je nujna, vendar vedno ne zadošča. Potrebno jo je neprestano izboljševati, ker postajajo kupci vse bolj zahtevni. Kupci so zadovoljni, kadar se njihova pričakovanja izpolnijo in se veselijo, kadar so njihova pričakovanja presežena. Zadovoljni kupci ostajajo zvesti dalj časa, kupijo več, so manj občutljivi na ceno in imajo dobro

mnenje o podjetju. Kupec mora biti vedno v središču pozornosti.

Celovito obvladovanje kakovosti je danes ključni pristop za zagotavljanje kupčevega zadovoljstva in dobičkonosnosti podjetja. Kakovost je najboljše jamstvo za zaveznitvo s kupci. To je naša najmočnejša obramba pred tujo konkurenco in edina pot k rasti in dobičku. Zavedati se moramo, da ceno potrošniki pozabijo, dobre ali slabe kakovosti pa ne.

Franci KAVČIČ

Večje stroške nabave pokriti z boljšim delom

Osnovni namen nabave, kot poslovne funkcije, je nabavljanje samo tistih materialov, polizdelkov, izdelkov in storitev, ki ustrezajo zahtevam podjetja, ob upoštevanju optimalnih stroškov nabave in minimalnih zalog.

Osnovo začetka postopka v nabavi pa predstavljajo:

- izračun materialnih potreb, izdelan v planski službi, na osnovi prodajnih naročil proizvodnji

- naročilnice za posamezne materiale, ki jih podpišejo direktorji programov in sektorjev.

Zelo pomemben je izbor dobaviteljev, ki mora upoštevati:

- sprejemljivost materiala, ki je potrjena že v fazi razvoja

- izkušnje z dobaviteljem

- reference dobavitelja

- certifikati kakovosti, ki jih ima dobavitelj.

Po sklenitvi pogodbe z dobaviteljem ali z izdajo naročila in njegovo potrditvijo, poslovni proces lahko steče.

Poleg osnovnih podatkov na naročilu moramo dodati tudi splošne kakovostne pogoje, ki jih mora dobavitelj tudi potrditi!

Vsemu temu pa seveda sledi tudi spremljanje kakovosti, ki je osnova za nadaljnje vrednotenje dobavitelja.

Splošni kakovostni pogoji so lahko sestavni del pogodbe ali naročila ali poseben dokument.

Pomembnejši dokument je tudi rang lista dobaviteljev, ki dejansko zahteva točno spremljanje dobav od dobaviteljev po kriterijih cen, plačilnih pogojev in dobavnih rokov!

Na osnovi teh kriterijev jih uvrstimo v A, B ali C razred. Dobavitelje iz C razreda skušamo zamenjati v najkrajšem možnem času.

Z ISO 9001 smo tako zapisali postopke, ki se tekoče že izpolnjujejo ali pa so samo dogovorjeni, niso pa natančno opredeljene dolžnosti in odgovornosti, in se potem tudi niso izvajale.

Zaradi poenostavitve pri tekočem delu pa se je tudi opustil kakšen predpis ali obrazec, ki ga sedaj ISO 9001 zopet uvaja.

Z ISO 9001 se vpeljuje večji red, več administrativnega dela in več dokumentacije, s tem pa seveda tudi več stroškov. Toda, če bomo uspeli te stroške z boljšim delom tudi pokriti, bo namen z ISO 9001 tudi dosežen.

Jana ERZNOŽNIK

Certifikat izboljšuje naše možnosti

V naši preveliki naravnosti k reševanju vsakodnevnih problemov, ki jih nikoli ni manjkalo, smo pozabili na znano dejstvo, da je poslovanje učinkovitejše, če poteka v skladu z določenimi, vnaprej opredeljenimi



Boris Markelj

in zapisanimi postopki, katere pa je možno tudi dopolnjevati.

Uvajanja ISO standardov smo se res lotili z namenom, da pridobimo certifikat, katerega bomo lahko uporabili tudi kot našo prednost (pozitivno poslovno referenco), še v večji meri pa nas je vodila nujna, da preverimo naše poslovanje s poslovanjem v razvitih deželah, kjer so osnovni postopki določeni z ISO standardi.

Že uvajalni razgovori so pokazali, da veliko stvari delamo pravilno, da pa smo marsikje predvsem premalo pismeni, kar nam onemogoča kvaliteten pretok informacij, večjo vlogo planiranja in spremljanja naših aktivnosti, večji poudarek na preventivnih aktivnostih in učinkovitejše reševanje nastalih problemov.

Od vseh aktivnosti v zvezi z pridobivanjem certifikata ISO 9001 pričakujem velik korak pri izboljšanju učinkovitosti poslovanja v Alpini, prav tako pa tudi kot pomemben argument pri uvajanju potrebnih sprememb pri poslovanju z našimi zunanjimi partnerji.

Zavedam pa se, da ISO ne ponuja konkretnih rešitev za posamezne težave in da bodo uspehi in rezultati odvisni le od naše pripravljenosti, da spoznamo nujno po večji učinkovitosti našega poslovanja in da sprejemamo navodila ISO standarda kot delovni pripomoček pri doseganju zastavljenih ciljev.

Naša pot v Evropo zahteva prilagajanje evropskim standardom. In standard ISO 9001 to tudi je.

Boris Markelj

V proizvodnji izkoriščamo rezerve

Namen poslovanja po ISO standardih je zagotavljanje predpisane kakovosti izdelkov in uslug (poslovanje). Predpisani so vsi postopki in tudi kontrola izvajanja in evidentiranja odstopanj, pri večjih odstopanjih pa tudi ukrepanje. Ker to preverja nevtralna firma za presojo in izdajo certifikata, je to za kupce jamstvo, (za nas pa eden od pridobljenih argumentov – če ga bomo znali vnovčiti), da bo vedno dobil izdelek v taki kvaliteti, kot ga je naročil oz. se kasneje skozi dokumentacijo tudi lahko ugotovi, zakaj je do morebitnih odstopanj tudi prišlo.

Taki standardi se lažje uvedejo v večji, serijski proizvodnji, kjer je tudi manj artiklov, saj sistem zagotavlja enako kvaliteto izdelkov pri vsaki ponovitvi procesa.

V čevljarstvu industriji je tega v svetu bolj malo, vsaj po informacijah, ki jih imam na razpolago. Razviti svet, ki sprejema standarde, to proizvodnjo vedno bolj opušta in jo seli na območja, kjer je cenejša delovna sila. Dokler so bili v čevljarstvu tehnologiji vodilni Nemci, je bil organizacijski sistem bolj urejen. Tudi v Alpini smo se zgledovali po Nemcih in je bilo poslovanje pred leti bolj dokumentirano. Potem pa je prišlo do me-

njave generacij in zmanjšanja režije: zgledovali smo se bolj po Italijanih in določene delovne naloge opuščali n. pr. vhodno kontrolo, laboratorijsko analizo usnja za vsako pošiljko.

Proizvodnja je obravnavana v več poglavjih, in sicer:

- 9 – Obvladovanje procesa
- 10 – Kontrola in preskušanje
- 12 – Status kontroliranja in preskušanja
- 13 – Obvladovanje neskladnih proizvodov
- 18 – Usposabljanje osebja.

Trenutno prihajamo v obdobje končnega pregleda predpisov in uvajanje v prakso, kjer se srečamo že z:

- sledenjem poizkusne proizvodnje
- procesno kontrolo
- ločevanjem izdelkov dobro – slabo.

V naslednji dneh moramo izdelati še pregled usposobljenosti delavcev, kjer bo za vsakega delavca potrebno vpisati, katere operacije obvlada. Začeli bomo s postopkom potrjevanja prvih parov v montaži in šivalnici, kjer bo mojster v kartoteko zapisal vsak artikel in z podpisom potrdil, da čevlji ali zgornji del ustreza predpisanim tehnološkim zahtevam, predpisom in vzorcem, in pa z izločanjem vseh nekvadratnih izdelkov na vsaki operaciji.

Možnosti za boljše poslovanje so, saj imamo še veliko rezerv neizkoriščenih. Problem je samo, da jih bomo pravočasno

izkoristili, dokler poslujemo – kasneje bo prepozno. Potrebno bo združiti tudi več operacij in kdor bo več in boljše delal, se bo to moralo odraziti tudi v večji razliki v plači – tako bo manj uravnilovke.

Bernard JESENKO

Spremeniti bomo morali miselnost

Z uvajanjem ISO standardov na prodajnem področju ne bo prišlo do bistvenih sprememb v načinu dela. Precej bo dodatnega dela, kot posledica zahtev ISO standardov po dokumentiranju vseh postopkov, ki se odvijajo v prodaji.

Gre namreč v veliki meri za stvari, ki smo jih delali že doslej, vendar niso bile obveza, temveč opravila zaradi lastne sigurnosti, oziroma kot nadgradnjo k obstoječemu delu.

Po ISO standardih bomo morali registrirati vse kratkoročne pogodbe s kupci, kakor tudi zagotoviti dolgoročno pogodbeno razmerje v pisni obliki. To sicer že delamo, vendar pa ne z vsemi kupci in za vsako naročilo posebej, kot bo v bodoče.

Največji poudarek dajejo standardi naročilom, kupcem in proizvodnji oz. posredovanju naročil kupcev v proizvodnjo. Na eni strani so določila tu dokaj stroga, po drugi strani pa je potrebno priznati, da se od tega področja tudi največ pričakuje.

Gre namreč za to, da je potrebno naročilo vsakega kupca pregledati, preveriti vse podatke v naročilu, če ustrezajo predhodno dogovorjenim, ugotoviti možnosti proizvodnje in potrditi oz. zavrniti naročilo. To pa je z vidika prodaje korak naprej. Tukaj na bi ISO standardi prinesli novo kvaliteto.

Po ISO standardih je potrebno vsako naročilo potrditi. Če ugotovimo, da je naročilo možno izdelati v zahtevanem roku, oziroma v roku, katerega mi predlagamo, tako odločitev potrdijo vsi, ki so vključeni v celoten proces (nabava, proizvodnja). To pa že daje težo in verodostojnost izjavam prodaje ob potrjevanju naročil, kar sedaj ni bilo vedno tako.

Dejstvo pa je, da ISO standardi sami ne bodo prinesli sprememb na nobenem področju, če ne bomo vsi spremenili naše miselnosti in začeli delati tako kot velevali standardi, če imamo certifikat ali ne.

Jure Orešnik

Z ISO standardi v prodaji – prvi v Sloveniji

V domači prodaji smo že dalj časa razmišljali, kako bi uredili, izboljšali svoje delo, poenotili način dela v vseh prodajalnah in s tem dvignili kvaliteto poslovanja. Že pred časom smo se odločili za pripravo pravilnika o delu v prodajalnah, ki naj bi bil v pomoč vsem poslovojem in prodajalcem. Tako nam je odločitev Alpine, da pridobi certifikat ISO 9001 prišla kot naročena.

Dela smo se lotili zelo praktično. Pregledali smo naš način dela, pobrskali po starih pravilnikih o organizaciji, pridobili nekaj konkretnih rešitev iz tuje prakse in se posvetovali tudi z zunanjimi strokovnjaki.

Rezultat tega sta dva pravilnika, in sicer: pravilnik o urejenosti prodajaln in pravilnik o dokumentaciji. V njih smo opredelili tudi naše naloge, ki jih ISO ne zahteva. V dokumente smo torej zapisali več kot ISO standard predvideva. To pa zato, ker se ISO standard ne ukvarja posebej z maloprodajo, ki je dokaj specifična dejavnost. Mi pa smo želeli celovito rešitev, ne pa samo za določene dele poslovanja.

Želimo, da je na enem mestu zapisano čim več o tem, kako se v domači prodaji dela, kako morajo biti urejene prodajalne, kakšni so naši medsebojni odnosi in odnosi s kupci, po kakšnih pravilih vsi delamo. Ob takem številu prodajaln si ne moremo dovoliti, da bo vsaka delala po svoje, brez enotnega koncepta. Ker vsi poznamo enoten način dela, tudi vsak lahko predlaga izboljšave, ki jih potem uporabijo tudi drugi. Pravilniki niso zapisani enkrat za vselej, ampak smo odprti za vse izboljšave. Ko jih bomo še zapisali, bodo dostopne tudi drugim.

Seveda pa je ureditev dokumentacije le prvi korak. Še bolj pomembno pa je, kako bomo to uvajali v prakso. Zaradi pravilnikov samih ne bodo naši kupci nič bolj zadovoljni, ne bomo prodali niti enega čevlja več. Bistveno je, da način dela, za katerega smo se dogovorili, izvajamo v praksi vsi in preko tega dvignemo kvaliteto našega dela. Zato smo v maju organizirali izobraževanje za vse prodajalce in poslovodje, vključno s pogodbenimi prodajalnami. Hkrati smo to znanje tudi utrdili in preverili.

Istočasno bomo tudi povečali kontrolo na terenu, tako da bomo na presojo zunanjih strokovnjakov čim bolj pripravljeni. Ponuja se nam namreč enkratna priložnost, da smo prvi v Sloveniji, ki imajo certifikat ISO tudi v maloprodaji.

Aleš Dolenc



Aleš Dolenc

ISO standardi: Vzdrževanje, merila

Uvajanje ISO – standardov na področju vzdrževanja zajema (zaradi velikosti in razdrobljenosti proizvodnje in s tem tudi delovnih sredstev in priprav) zelo široko problematiko. Menim, da bo uvajanje ISO – standardov na našem področju v precejšnji meri vplivalo predvsem na boljšo preglednost, evidentiranost in boljše spremljanost (sledljivost) dogodkov na delovnih sredstvih,

kot tudi k preglednejšemu planiranju in sledenju stroškov.

Večji poudarek bomo morali posvetiti preventivnemu vzdrževanju, kajti namen tega je preprečevanje okvar na delovnih pripravah in napravah in s tem zastojev v proizvodnji. S predpisom je tudi urejena periodika čiščenja in mazanja strojev. To je naloga tako delavcev, ki delajo na strojih, kot tudi vzdrževalcev ob večjih posegih. Marsikatera okvara ali zastoj bi bila manjša ob rednem čiščenju in mazanju vitalnih delov.

ISO – standardi predpisujejo, da je potrebno na področju meroslovja vzpostaviti in nato vzdrževati tak sistem obvladovanja merilne in preizkusne kontrolne opreme, ki zagotavlja predvideno točnost oziroma brezhibnost meril v času njihove uporabe.

Za vzpostavitev sistema obvladovanja meril je potrebno popisati vsa merila, ki jih ima podjetje.

Merila delimo v tri skupine:

1. merila za javno uporabo in merila, ki se uporabljajo posledično za obračun.

2. merila, ki jih rabimo v tehnološkem procesu.

3. merila, ki se uporabljajo kot indikatorji.

Vsa merila so evidentirana, klasificirana in temu primerno tudi pregledana. Vsako novo nabavljeno merilo mora imeti opravljen prvi pregled. Vsa merila, ki jih izločimo iz uporabe kot merilo, morajo biti ravno tako primerno markantno označena.

Vse to naj bi pripomoglo k temu, da bi vsaka izmerjena vrednost tudi dejansko bila taka kot smo jo izmerili, kar bi v končni fazi, skozi tehnološki proces, vplivalo k boljši kakovosti proizvodnje.

Marko Kavčič

Politika kakovosti sega do kupcev

– zadovoljevanje kupčevih želja in potreb z visokokavostnimi izdelki in storitvami

– skrb za kupca: informiranje in izobraževanje kupcev o naših izdelkih in zakonu o varstvu potrošnikov. Primerno reševanje vseh reklamacij

– razvoj in proizvodnja kakovostnih izdelkov, skladno s potrebami tržišča in z zmožnostmi realizacije

– poslovanje, skladno s standardi kakovosti ISO 9001 ter neprestano izboljševanje sistema kakovosti, z namenom dviga kakovosti izdelkov in storitev ter zmanjšanja stroškov slabe kakovosti ter tudi na ta način izboljšati poslovno uspešnost

– skrb za izobraževanje zaposlenih, izboljšanje delovnih pogojev in uvajanje novih, človeku in okolju prijaznejših tehnologij

– skrb za utrjevanje in povečanje ugleda Alpine doma in v svetu



Janko Rejc skrbi za priprave



Iz obrata Kalpa na Kalu

Na Kalu zadovoljni

V nekdanjem obratu Cicibana na Kalu nad Kanalom, kjer so domačini sami organizirali obrat za izdelavo zgornjih delov, so zadovoljni.

Njihovo poslovanje je izključno vezano na Alpino, zato se skoraj smatrajo za naš obrt.

Direktorica **Nada Česnik** je pripovedovala: »Ta čas povečini izdelujemo zgornje dele za planinske čevlje (Luberon in treking). Dnevno sešijemo kakšnih tristo parov zgornjih delov, pri čemer je količina zelo odvisna od zahtevnosti obutve.

Če ocenjujem delo, lahko rečem, da je kar v redu pripravljeno, tako tehnološko kot po organizacijski plati (plan). Tudi oskrba z materiali je pravočasna. V zvezi s temi vprašanji največ sodelujemo s Tanjo Burjek, Marinko Eržen in Romano Tavčar. Če pride do kakšne težave, jo kar hitro razrešimo. Sicer pa teh ni veliko, saj povečini vse leto delamo po dva artikla. Malo bolj se zatika tedaj, ko se menja proizvodnja in vpeljujemo nove izdelave.

V takih razmerah sedaj norme povprečno presegamo 10 %,« je zatrdila **Nada Česnik**.

Z razmerami so torej v Kalpu zadovoljni. To je čutiti tudi iz razgovorov. Vsi zaposleni se močno zavedajo, da je veliko odvisno od njih samih. Če bodo dobro delali, bo tudi podjetje uspešno.

Odgovornost, povezana z dokaj optimističnim vzdušjem, ki vlada tu, pa je lahko le še nova spodbuda.

Nejko Podobnik



Tanja Burjek v pogovoru o nadaljnjem delu

V Ormožu novo prodajno mesto

Mercator Zarja je trgovsko podjetje v Ormožu, ki obsega 17 prodajal. Sedež profitnega centra Mercator SVS (severovzhodna Slovenija) je sicer na Ptuj.

Direktor Zarje v Ormožu je g. Jože Vaupotič, za komercialno v profitnem centru pa s sodobnimi pristopi skrbi g. Samo Gorjup.

(nadaljevanje na 13. strani)



Zunanost blagovnice Mercator Zarje v Ormožu, kjer imamo odslej pogodbeno prodajalno



Obnovo blagovnice so v Ormožu pospremili z zanimivo modno revijo na prostem



Z leve: direktor Zarje Jože Vaupotič, Miha Govekar, Aleš Dolenc in komercialist Mercatorja, s sedežem na Ptuj Samo Gorjup – na modni reviji pred blagovnico

KADROVSKE NOVICE za april

Tudi v mesecu aprilu je bila fluktuacija delavcev bolj majhna, saj se je zaposlila samo ena delavka, in to Irena Pivk v obratu Rovte. Z delom pa je v mesecu aprilu prenehala 6 delavcev.

Z delom so v obdobju zadnjega meseca prenehali iz oddelkov v Žireh: Jernej Oblak iz športne mon-

taže, ki je odšel na služenje vojaškega roka, Antonija Mivšek iz šivalnice, Metka Banič s končne kontrole. Heleni Kokelj iz vzdrževalne službe želimo v novem življenjskem obdobju predvsem mnogo zdravja ter razumevanja in zadovoljstva med domačimi.

Irma Dolenc



Poslovili smo se od Julijane Grošelj

V sredini meseca aprila smo se poslovili od naše upokojenke Julijane Grošelj iz Sela pri Žireh.

Julijana Grošelj je bila delavka v Alpini od novembra leta 1960 pa vse do junija leta 1980, ko se je upokojila. Normiranega dela v neposredni proizvodnji se je prav kmalu priučila in je bila pri delu vedno prizadevna in vztrajna. Kot vsaka mati se je tudi ona težko prebijala skozi življenje, skrbela je za dobro svojih otrok in družine. Po moževi smrti se je po izpolnitvi pogojev leta 1980 družinsko upokojila. Tudi po upokojitvi se je vseskozi spopadala s težavami vsakdanjega življenja in boleznijo, ki jo je dolgo časa spremljala.

Naše dolgoletne upokojenke in delavke Julijane Grošelj ni več med nami; vsi ki smo jo poznali, jo bomo ohranili v lepem in trajnem spominu.



V slovo Alojzu Gregoraču

Sredi maja nas je za vedno zapustil naš upokojenec in nekdanji delavec Alpine Alojz Gregorač, rojen leta 1926 v Žireh.

Svojo delovno pot v Alpini je Alojz Gregorač pričel leta 1951, najprej kot kvalificiran čevljar. Kasneje je opravil

izpit za visoko kvalificiranega čevljarja, leta 1962 pa je končal srednjo šolo za čevljarje tehnike.

Kot je bil prizadeven pri pridobivanju izobrazbe, tako je napredoval tudi na delovnih mestih v tovarni. Najprej je delal v neposredni proizvodnji, leta 1962 je opravljal delo v normirski službi, leta 1977 pa je bil razporejen na mesto vodje analiz študija časa.

S svojo prizadevnostjo in dobrim odnosom do dela je bil naš nekdanji sodelavec vedno pripravljen svetovati in biti v pomoč sodelavcem pri njihovem delu. Upokojil se je leta 1987.

Po dobrih dvanajstih letih po upokojitvi Alojza Gregorača ni več med nami. Vsi, ki smo ga poznali, ga bomo ohranili v lepem in trajnem spominu kot dobrega in vestnega delavca. Njegovi družini pa pa ob tej priliki izrekamo globoko sožalje.

Prehrana je bogatejša

S prvim aprilom so nas v kuhinji spet presenetili, kot smo zapisali že prejšnji mesec. Čeprav so uvedli kar tri vrste malic, so izračunali, da bo to za tovarno prihranek. Ljudje pa bodo bolj zadovoljni.

Ta izboljšava me je napotila, da se pogovorim z vodjem kuhinje Andrejem Poljanškom in ostalimi zaposlenimi.

»Do te spremembe smo pravzaprav prišli postopoma,« je zatrdil Andrej Poljanšek. »Dostikrat so se pojavile različne pobude, mi smo jim skušali ustreči.

je tu pripravljena, Zavod za zdravstvo ocenil ugodno. Tako z bakteriološkega kot kaloričnega vidika. Hrana v Alpini je ocenjena kot primerna celo za težko delo.

Sami se tudi prizadevamo, da uvajamo novosti in čim bolj zdravo hrano. Na primer, da je čim več jedi pripravljenih na olju, da je veliko zelenjave in sadja. Spremljamo vse novosti tudi s pomočjo seminarjev, sejmov, literature, receptur, itd.

Seveda, poleg pohval slišimo tudi kakšno pikro. Temu se pač ne moremo izogniti. Sicer pa mislim,



Kolektiv naše kuhinje misli tudi na novosti

Seveda smo ob tem upoštevali tudi zdravstvene potrebe zaposlenih. Tako je sedaj prva malica približno taka kot je bila doslej, druga je bolj vegetarijanska, tretja so bolj mlečne (zaenkrat še hladne) jedi. Mislim, da vse to z boljšo organizacijo zmoremo. Niti ni problem skuhati, težje je deliti. Pri tem mora sodelovati sedem ljudi. Če bi dobili pomivalni stroj, bi se s pomivanjem in pripravo pribora in posode zamudili bistveno manj. Tako pa se zgodi, da zmanjka pladnjev, pribora, krožnikov...

Pa še to, če so jedi pripravljene pravočasno, so lahko ponujene bolj estetsko, kar je tudi važno.

Ekonomski učinek je boljši, čeprav smo tudi doslej zelo malo metali stran.

Tudi prvi odmevi so ugodni in to je dobra spodbuda za vse nas v kuhinji. Mislim, da so pohvale upravičene, saj tudi vzorce hrane, ki

če bi se vsak na svojem delu prizadeval, da bi svoje delo opravil dobro in strokovno, bi bilo marsikaj drugače. Če bi vsak mislil tako, bi tudi nas upoštevali bolj.

Prehrano bomo skušali še izpopolnjevati, tudi s pomočjo ankete, ki jo bomo pripravili.

Podobno kot vodja razmišljajo tudi drugi v kuhinji.

»Čeprav nimamo prave norme,« pravijo, »mora biti vse pripravljeno pravočasno. Kar pomislite, kaj bi se zgodilo, če bi kdaj zamudili!

Priznanja smo veseli, neupravičene kritike nas seveda prizadenejo.

Tukaj delamo kot ena družina, drug drugemu si pomagamo. Seveda pa smo zaposleni in pričakujemo za to tudi ustrezno plačilo. Tu pa se pri nas kar hitro ustavi,« so še pripomnili, ko so si deset minut odtrgali za malico.

N. P.

Vsi cvetovi bodočnosti so v semenu sedanjosti

Kulturno oblačenje je del splošne kulture – dokazujejo učenci STOGŠ

Osem let že učence in učenci srednje tekstilne, obutvene in gumarske šole v Kranju leto za letom pripravljajo modno revijo, na kateri predstavijo svoje zamisli oblačil. Po novem, ko je na šoli tudi frizerski oddelek, tudi ta pripomore, da so modne revije še na višji

ravni, saj dobra frizura gre k ustreznim obleki in modni obutvi.

Tisti, ki so spremljali to elitno prireditev že prej, vedo povedati, da je čutiti napredek iz leta v leto; danes je že na tako visoki ravni, da bi lahko nastopili tudi drugje, ne samo na šoli, in na modnih pistah

dostojno predstavili obleko, obutev, celo nakit ali frizure...

Že sprejem gostov je bil presenetljiv. Ob vratih so nas pričakale učenke s programom natisnjem na reciklažnem papirju. Pri tem pa so nas korak za korakom bolj presenečali. Predstavili so kar enajst kolekcij, od Jutra do Večera, potem pa so s kolekcijami: ročno poslikana svila, rože, celo momarji, lan, jeans, prešito, pletenine, fantazije...

Domiselnost ustvarjalcev kolekcij kaže še posebno pohvaliti.

Ob vsem tem učenci niso pozabili na današnji čas, ko s svojim ravnanjem ogrožamo mater Zemljo in sami sebe. Dostojanstveno in ganljivo so v zaključnem nastopu opozorili na naše hrepenenje po miru v čisti naravi – in nevarnosti, ki ogrožajo to naše življenje.

Naj povem še to, da so učenci ob tej priliki izdali čudovito revijo škarjice, ki se jih ne bi sramoval



Učenci tekstilnega centra v Kranju so se spet izkazali

Profesionalni nastopi, z odmori, ki jih je zapolnil zabavni ansambel in pevka, vse to je navdušilo številne obiskovalce; od učencev samih, profesorskega zbora, do ostalih gostov iz podjetij in drugih institucij.

noben profesionalce, in jo kaže prebrati tudi nam odraslim.

Za vsem tem je bilo seveda čutiti skrbno misel, strokovnost in voljo mentorice Zdenke Freljih in nosilke projekta Barbare Komel.

Nejko Podobnik

V Ormožu novo prodajno mesto

(nadaljevanje z 11. strani)

Očitno je tržna logika botrovala odločitvi tega podjetja, da iz svojih prostorov v blagovnici umaknejo Planiko, ker jih le-ta ni več sproti oskrbovala z ustrezno obutvijo niti se niso kaj veliko brigali za usodo prodaje v Ormožu.

Tako so z našimi vodilnimi predstavniki domače prodaje kar hitro našli skupni jezik in po kakem mesecu priprav, v treh dneh uredili pogodbeno prodajalno.

Adaptacija z novo opremo, računalnik, osebje in reklama preko medijev so skrb Mercatorja – Zarje, Alpina pa je poskrbela za obutev in siceršnje solidno ponudbo, za računalniški program pa tudi za predstavitev in propagandno gradivo.

Skladnost poslovnih konceptov je torej bila osnova usklajeni akciji – in sedaj je prodajalna tu.

Tako poslovodkinja blagovnice gospa Zvonka Meško kot prodajalka Jolanda sta bili ob otvoritvi navdušeni tako s sodelovanjem z našimi strokovnjaki (za koordinacijo je konkretno skrbel Miha

Govekar), kot tudi z obutvijo, ki je napredaj.

Podobno mnenje sta izrazila tudi vodilna moža Jože Vaupotič in



Prvi kupec je bila tale deklica

komercialist Samo Gorjup. Seveda po prvem dnevu ne moremo soditi; zanimanje pa je bilo kar veliko. Ormož sicer ni veliko mesto (nekaj več kot 3000 prebivalcev), ima pa



Še dogovor sodelavcev za naprej

precejšnjo okolico in očitno kar izostren okus. Res zaposlenost ni tako velika, toda kupna moč je prav zaradi dodatnih (tudi domačih) zaslužkov kar solidna. Tudi to pogotuje zahtevnost kupcev.

Moram reči, da so vodilni v Zarji dostojno predstavili in promovirali prenovljeni program bla-

govnice (usklajeno z oddelkom Alpina obutev), saj so prvič pripravili modno revijo na prostem. Če sodimo po tem, koliko ljudi se je nabralo, bodo domačini kar pogostoma obiskovalci naše prodajalne.

To pa je namen, kajne!

Nejko Podobnik



Goste je sprejel tudi generalni direktor mag. Franci Mlinar

Tudi tehnološko se prilagajamo

Pred kratkim se je v Alpini mudila gospa Mea Simons, Angležinja, ki v okviru znane firme SATRA sodeluje z EBRD in je v Alpini poskušala našim strokovnjakom predstaviti tehnologijo na področju sekanja zgornjih delov in šivanja.

Tiste dni, ko sem jo iskal, je bila očitno zelo zaposlena, saj sem komaj prišel na vrsto za pogovor, pred novim krogom dogovorov z našimi strokovnjaki.

Potem pa je prijazno pojasnila, da je njena naloga v Alpini, da pomaga izboljšati profitabilnost na omenjenem delu procesa.

Povedala je, da z našimi ljudmi zelo uspešno sodeluje, saj poznajo svoje delo.



Gospa Mea Simons je pomagala tehnologu

Seveda pa je uspeh odvisen tudi od tega, da vsi ljudje (s treningom) obvladajo nove procese.

N. P.

Aktualni intervju

Od profitabilnosti do dividend

Pogovarjamo se z g. Antonyjem Clothierjem iz Anglije, svetovalcem pri Evropski banki za obnovo in razvoj



Antony Clothier, sodelavec EBRD, pomaga k izboljšanju našega dela s svojimi bogatimi izkušnjami

Delo-življenje: G. Clothier, že dalj časa sodelujete z Alpino. Ste že kaj spoznali Žiri in okolico? Veste, da imamo poleg čevljarjev, veliko zelo znanih slikarjev in da izdelujemo tradicionalne čipke?

Antony Clothier: Čeprav ni veliko časa, sem kar precej hodil v okolico Žirov in spoznaval lepo naravo. Na izlete sem hodil kar z Alpininimi čevlji.

Drugače po Žireh še nisem kaj prida spoznaval; izvedel sem sicer za vaše čipke, za slikarje pa nisem vedel. Me pa to zanima; prav rad bi koga obiskal, če bo kdaj kasneje kaj časa.

Delo-življenje: Če se sedaj pogovoriva o Alpini; katere so po vašem mnenju dobre plati naše firme?

Antony Clothier: Kot sem spoznal, ima Alpina, v primerjavi s Pekom in Planiko, boljši razvoj. Zelo pomembno je, da že velike količine obutve prodajate pod lastnimi blagovnimi znamkami. To še posebno velja za športni program. Kar zadeva modni program, to ni toliko pomembno, ker je tržišče tako veliko in se lahko uveljavite predvsem s prilagodljivostjo. Pri tem je dobro, da poglobite sodelovanje s trgi, kjer boste lahko prodajali s profitom. Tu mislim na države centralne in vzhodne Evrope.



Dobro se mi zdi tudi to, da ste uspešno prebrodili krizo.

Seveda pa ni dovolj le posamična prednost. Usklajeno je treba delovati na vseh področjih.

Delo življenje: Katere pa so po vašem mnenju naše slabosti?

Antony Clothier: Slabosti so zato, da jih izboljšujemo. Ena izmed slabosti je morda še vedno premajhna povezanost s čevljarstvo industrijo v svetu. Prihajam iz okolja, kjer je to povezovanje bolj izraženo. Seveda pa se mi zdi smiselno tudi vaše povezovanje n. pr. z Elanom.

Z odprtostjo pridete do več informacij, kar pomaga k izboljšanju dela.

Delo življenje: V svetu je čutiti na eni strani potrebo po specializaciji, po drugi strani pa po večjem sodelovanju. Tako mora priti do specializacije. Za to pa je potrebno znanje in sposobnost, da to preživite.

Antony Clothier: Alpina ima nekatere dobre programe, ki bi jih lahko po obsegu tudi razširila; s tem zmanjšala stroške in dosegla profit (n. pr. tekaški program). Tudi trekking program bi morda lahko razširili. Na vsak način mora biti proizvodnja taka, da zadovoljite potrebe trgovske mreže (modni program). Sicer pa ima Alpina zelo razširjeno prodajno mrežo. Tu bi moralo priti do selekcije. Mislim, da je preveč trgov, kjer ne ustvarjate profita.

Delo-življenje: Načrti so torej potrebni. Za izpeljavo je potrebna načrtnost, znanje, doslednost, pa tudi denar!

Antony Clothier: Da, gre za zelo kompleksna vprašanja. Pot do profitabilnosti ni lahka.

Zato je treba narediti plan, doseči večjo učinkovitost, zmanjšati stroške (tudi pri materialih), vzpostaviti poslovanje, ki bo bolj donosno.

Mislim, da tehnologija in strojna oprema nista problem, ampak prizadevanje za obstoj sistema, ki bo poslovno uspešen.

Delo-življenje: Kaj bi vi naredili najprej, če bi bili menedžer Alpine?

Antony Clothier: Ne mislim le na eno stvar. Skrivnost uspeha bil lahko bila veliko delati in to na organizaciji, z metodološkimi pristopi – in to na številnih področjih. Vse v smeri učinkovitosti in profitabilnosti.

Delo življenje: Kje pa je pretežen problem?

Antony Clothier: V tem, da dosegate prenizke cene, kar pomeni, da so tudi plače tako prenizke, pa tudi dividend ni. Nimate dovolj manevrskega prostora.

Delo življenje: Koliko časa boste še sodelovali z nami in kakšen je vaš cilj?

Antony Clothier: Še približno eno leto. Nameravam pomagati pri prizadevanjih za doseganje večjega dobička (profita). V tem času bom še kaj svetoval.

Delo-življenje: Hvala lepa za sodelovanje.

Nejko Podobnik

Za Žiri več kot 50 milijonov

10. aprila se je nadaljevalo medobčinsko srečanje s predstavniki vlade, ki sta ga organizirali krajevni vodstvi LDS in SLS.

Žirovska lokalna odbora teh dveh strank sta tokrat v Idrijo pripeljala ministra za okolje in prostor dr. Pavleta Gantarja, da bi se pogovorili o problematiki sofinanciranja komunalne infrastrukture – s pomočjo države, o sanaciji odlagališča komunalnih odpadkov Raskovec, ki je sicer v idrijski občini, ogroža pa nas. Razprava je tekla tudi o novi zakonodaji o ravnanju s komunalnimi odpadki ter o možnostih nadaljnega sofinanciranja države v obeh občinah.

Kot je povedal organizator in predsedujoči sestanka mag. Bogo Filipič (predstavniki občinskega odbora LDS in ne predsednik LDS za Žiri, kot smo pomotoma poročali prejšnji mesec – predsednik je Borut Istinič – op. ured.) je minister Gantar s svojim prihodom in pripravljenostjo za reševanje žirovskih in skupnih (z Idrijo) problemov v okolju – izpolnil obljubo, saj se srečanja prejšnji mesec zaradi službenih obveznosti ni mogel udeležiti. Poročali smo že, da sta bila v Žireh državna sekretarja prometnega ministrstva Žare Pregelj in Igor Zajc.

Na sestanku so bili tokrat: župan občine Idrije Cvetko Koder z nekaterimi sodelavci, žirovski župan Bojan Starman, podžupan Tone Oblak ter člani občinskega odbora LDS Žiri.

Dogovorjeno je bilo, da bi ministrstvo za okolje in prostor iz letošnjega proračuna za že izvedena dela na področju komunalne infrastrukture namenila nekaj čez 20 milijonov tolarjev, s tem, da je financiranje tudi samih projektov še vedno mogoče. Žiri naj bi tako skupaj dobile več kot 50 milijonov SIT (500.000 DEM) nepovratnih sredstev države, predvsem za investicije v komunalno in ceste.

Kar zadeva Raskovec, je bilo dogovorjeno, da se izdela profilni projekt možne sanacije, ki bi ga delno financirali ministri za okolje oz. za kmetijstvo.

Morda še novost: po novem bo država zaračunavala takso za vsako (tudi črno) odlagališče. Tako bodo občine res prisiljene, da ta vprašanja res rešujejo dosledno, premišljeno in učinkovito.

Rezultati dveh srečanj v zadnjih dveh mesecih, ki sta jih organizirali občinski vodstvi LDS in SLS, je torej zelo koristna in dobra osnova za nadaljnje medobčinsko sodelovanje.

N. P.



Tudi žirovske navijačice so navdušile

Najboljša šola v šolski ligi

Ponovno lahko z veseljem govorimo o uspehu, ki smo ga dosegli na šoli. Dokazali smo, da smo pripravljeni delati, sodelovati in vztrajati v prizadevanjih za uspeh, čeprav ni vedno lahko.

Ponovno smo postali najboljša šola v skupnem seštevku točk, ki smo si jih pridno nabirali med šolskim letom. V šolski košarkarski ligi (ŠKL) sodeluje večje število učencev z različnih področij. Poleg športnikov – košarkarjev – še učenci, ki radi fotografirajo ali pišejo različne prispevke, pa zelo uspešne plesalke in navijačice ter učenci videokrožka. Vsi sodelujoči so se trudili, da bi bili na svojih področjih kar se da uspešni. To jim je tudi uspelo in končno razvrstili takole:

plesna skupina – 1. mesto
košarkarji – 5. mesto

navijaška skupina – 4. mesto
fotografski krožek – 2. mesto
fotografi – 2. mesto
Renata Šifrar – 3. mesto
Klemen Andreuzzi
videokrožek – 1. mesto
novinarski krožek – 2. mesto
novinarji – 1. mesto
Marko Bačnar

Za uspehe učencev so seveda zaslužni tudi mentorji, ki se tudi trudijo, da bi bili njihovi varovanci čim boljše. Trud je bil ponovno poplačan, saj je mentor velikokrat zadovoljen, ko vidi kako srečen je učenec, ki je prejel zaslužen nagrado. Čestitamo vsem, ki so sodelovali in dosegli lepe rezultate in prispevali k temu, da smo že drugo leto zapored najboljša šola v ŠKL.

Barbara Peternel

Turistično društvo vabi k sodelovanju

V prejšnji številki vašega časopisa smo prebrali nekaj pohvalnih in pikrih besed ob izidu priložnostne zbiranke, izdane predvsem za potrebe predstavitve kraja na sejmu Alpe – Adria v Ljubljani.

Zbiranka je nastala v izredno kratkem času in je rezultat dela nekaj zanesenjakov, ki s krajem živijo, čeprav vsi niti niso člani Turističnega društva.

Že več let želimo pripraviti kakovostno predstavitev Žirov, ki bi seznanila z našimi zgodovinskimi, kulturnimi in geografskimi posebnostmi, pa tudi z možnostmi nastanitve, gostinskih uslug in športnih dejavnosti. Skratka, kot je bilo že v našem članku omenjeno, nas okoliški kraji krepko prekašajo in že lepo vrsto let skrbno načrtujejo svoje delovanje, skupaj z občinskimi vrhovi in seveda gospodarstveniki svojega kraja. To v Žireh turistični delavci vseskozi pogrešamo, saj na veliko danih pobud nikakor ni pravega odziva.

Izredno smo bili veseli povabila na sestanek o prihodnosti turizma v Žireh, na katerem so se udeleženci skoraj brez izjeme strinjali o nujnosti izdelave kvalitetne predstavitve kraja in ureditve kašipotov v žirovski okolici.

Kritične pripombe in predloge pa bomo z veseljem upoštevali pri naslednjem projektu.

Turistično društvo Žiri, kot nosilec teh aktivnosti, nujno potrebuje novih sodelavcev, ki bi prinesli svežih idej in nove energije v naše delo. Zato izrabljamo to priložnost in iskreno vabimo vsakogar, ki želi sodelovati, naj se nam pridruži. Želimo, da bi nam vrnil čim več izpolnjenih anketnih vprašalnikov, ki so priloženi časopisu, saj nam bodo pri delu v veliko pomoč.

Turistično društvo Žiri
Milan Gantar



Minister za okolje dr. Pavel Gantar v razgovoru z žirovskim vodstvom LDS



Načelo zaupanja v prometu – toda kazni so visoke

Tik pred prvomajskimi prazniki smo Žirovci imeli možnost podrobno in bolj od blizu spoznati novosti s področja predpisov v cestnem prometu.

Predaval je nekdanji prometni inšpektor za Gorenjsko Ivan Demšar, ki je v zanimivem tonu predstavljal novosti, ki jih bomo morali odslej upoštevati.

Mala dvorana, kjer je sedaj galerija, je bila skorajda premajhna za vse tiste, ki so želeli slišati iz ust strokovnjaka, kako bo na naših cestah.

Očitno je večina vsaj zaskrbljena, če bomo kos novim, zahtevnim predpisom. Na to kaže mnogo vprašanj, ki so jih prisotni postavljali predavatelju. Res je bilo med poslušalci večina starejših, razveseljivo pa je, da tudi mladi čutijo potrebo, da se seznani z zakonodajo, ki naj bi predvsem preprečila zastružujoče število nesreč (tudi smrtnih) na naših cestah in nas približala Evropi, kjer so ta problem že precej uspešno rešili.

Nejko Podobnik



Državne prvakinja Bombe v trenutku, ko so za hip obmirovale (glej str. 15)

Zmaga gre spet v Žiri

Sreda, 22. aprila je bil zame zelo pomemben dan, saj smo se z Bombami potegovali za naslov državnih prvakinj. To tekmovanje je potekalo v ljubljanski Hali Tivoli. Tam smo se za naslove državnih prvakov borili tudi košarkarji, novinarji, fotografi, navijaške ter plesne skupine. Naša šola se je povsod zelo dobro odrezala, vendar pustimo to za pozneje.

Jaz sem bila med tekmovalci v plesni skupini. Ko smo prišle v Ljubljano, smo se najprej šle prijaviti. Nato smo dobile ključ sobe, kjer smo se v miru pripravile za nastop. Takoj, ko smo z Bombami prišle v dvorano, smo že videle naše žirovske navijače. Posedle smo se in čakale na nastop, pri tem pa spremljale druge tekmovalce.

Nestrpnost smo pričakale razglasitev zmagovalcev in drugih mest. Kot sem napisala že na začetku, se je naša šola zelo dobro odrezala. Najprej so razglasili najboljšega fotografa, novinarja, najboljši videokrožek, fotograf-ski krožek, novinarski krožek in zmagovalcev košarki. Naša šola je pobrala skoraj vsa prva in druga mesta. Proglašeni smo bili tudi za najboljšo šolo in naš ravnatelj je zato dobil za nagrado stol ŠKL in potovanje v ZDA, kar pa je odstopil naši mentorici Mini Kavčič. Sedaj so nastopile navijačice. Naše so bile spet med najboljšimi, četrte v Sloveniji. To pa še ni vse. Plesne skupine, pozor! Takoj ko je napovedovalka rekla, da je drugo mesto zasledila OŠ Lucije, je sledil bučen aplavz, saj je to pomenilo ponovno zmago OŠ Žiri, oziroma zmago Bomb. Bila sem tako srečna, da sem skoraj jokala. Še bolj pa sem bila vesela, ko je Nena dvignila pokal in je vsaka dobila medaljo okrog vratu. Potem je sledilo pravo obleganje fotografov. Potem smo odšle na avtobus in domov; voznik nas je odpeljal še na pico.

Asja Zajc

Ekipa Alpina A2 TEAM spet zmagala v pokalu »SKI OPEN«

Tudi letošnja zimska sezona je bila uspešna za ekipo Alpine, kakor tudi posamezne tekmovalce v šestih tekmah za pokal SKI OPEN 98.

Ekipo Alpine je sestavljalo okrog 20 tekmovalcev po posameznih kategorijah; končni rezultati pa so bili naslednji:

Ženske nad 41 let: 2. Milena Dolčič, 3. Anuška Kavčič

Ženske 30 do 40 let: 1. Mateja Krek, 2. Mojca Pečelin

Moški 51 do 60 let: 4. Franc Plesec,

Moški 41 do 50 let: 1. Tomaž Pogačnik, 6. Marjan Oblak

Moški 31 do 40 let: 1. Marko Ribnikar, 2. Marko Podobnik, 3. Dušan Seljak

Moški 19 do 30 let: 6. Erik Burjek

Moški 15 do 18 let: 1. Dušan Oblak,

Dečki 10 do 14 let: 1. Grega Seljak

Anuška Kavčič

Top lestvica kraja

Uspehe ocenjujemo CVETOČE VEJE, neuspehe ČRNE LUKNJE, lestvico popularnosti pa ZVEZDNI PRAH.

Ta mesec je lestvica naslednja:

CVETOČE VEJE

1. Začetek delovanja vrtca sv. Ane

2. Obnovljen del ceste na Selu

3. Skrb za igrišče Jezera

4. Gradnja balinišča

5. Organizacija odmevnega predavanja o varstvu v cestnem prometu

ČRNE LUKNJE

1. Neurejena Jezerska cesta

2. Črna odlagališča v žirovski okolici

3. Makadamska cesta sredi mesta (Cesta ob potoku)

4. Kljub industrijski in obrtni coni – moteči obrati v ostalih delih kraja

5. Katastrofalen izgled starih Žirov

ZVEZDNI PRAH

1. Osnovna šola najboljša v šolski košarkarski ligi

2. Plesna skupina Bombe, ki jih vodi Mina Kavčič, najboljša v državi

3. Dramska skupina DPD Svobode med tremi najboljšimi v državi

4. Župnik Jože Stržaj in njegovo delo pri vrtcu

5. Jure Gregurovič – upanje za družbeni dom Partizan

Za nove lestvice glasujete tako, da predlagate vrstni red s točkami: 1. mesto: 5 točk, 2. – 4 točke, 3. – 3 točke, 4. – 2 točki, 5. mesto – 1 točka

Vaše predloge oziroma glasovanje pošljite na uredništvo časopisa, Strojarska ulica 2, Žiri ali posameznim članom uredniškega odbora.

Uredništvo

Kolofon

„DELO-ŽIVLJENJE“ je glasilo Alpine Žiri. Ureja ga uredniški odbor: Jana Eržnožnik, Jožica Kacin, Slavko Kristan, Jana Peternel, Ivo Pivk, Rada Žakelj, Nejko Podobnik – glavni in odgovorni urednik. Fotografije: N. Podobnik. Naklada: 2.400 izvodov. Tisk: Gorenjski tisk, Kranj