

45

PIONIR

GRADBENO INDUSTRIJSKO PODJETJE NOVO MESTO



Johannes Clobucciarich: Novo mesto (1604)
Najstarejša upodobitev Novega mesta.
Izvirnik hrani Steiermärkisches Landesregierungsarchiv v Gradcu.

Delavcem doma in po gradbiščih v tujini
ter vsem poslovnim partnerjem želimo
SREČNO, ZDRAVO in USPEŠNO 1991. leta

Iz krize z novimi spoznanji

Slavko Guštin

Vsem investitorjem, kupcem, poslovnim bankam, poslovnim partnerjem, ki so nam v petinštiridesetih letih zaupali in z nami sodelovali, se najtopleje zahvaljujem

Uspešnih 45 let dela od ustanovitve podjetja so največje reference, ki jih cenijo investitorji doma in v tujini. Ni še dolgo, ko smo na veliko praznovali štiridesetletnico obstoja PIONIR-ja. Nismo pričakovali tako velikih sprememb, ki so se pri nas zgodile zadnjih pet let. Velika ekonomska kriza, ki je zajela naše gospodarstvo, je imela izreden vpliv na investicije. Investicijska gradnja se je prepolovila, stanovanjska gradnja je le še omembe vredna, republiške in občinske meje se še bolj zapirajo. V teh pogojih praznujemo naših 45 let uspešnega dela.

Podjetje smo na hitro reorganizirali in ga prilagodili tržnim pogojem dela. Vsi TOZD-i so se na referendumu odločili, da ostanejo v skupnem podjetju. Oblikovali smo gospodarsko zaozročene enote ter dali poseben poudarek trženju. Hitro smo se še bolj usmerili na tuji trg, kjer se realizacija nekajkratno povečuje. Za lažje premagovanje likvidnostnih težav smo ustanovili delniško družbo Hranilnico in posojilnico PIONIR. Tako organizirani smo prepričani, da bomo prebrodili vse težave, ki so še pred nami.

Kljub vsem trenutnim težavam mislimo na še hitrejši razvoj z ustanavljanjem novih podjetij na osnovi skupnega vlaganja in mešanih podjetij, za kar imamo vse možnosti, zlasti kader, ki smo mu vedno posvečali veliko pozornosti.

Veliko zaupanje investitorjev, zlasti iz Sovjetske zveze in Poljske, kjer izvajamo zelo zahtevne objekte, nekatere kot kompletni inženiring, ki zajema tudi šolanje njihovih gradbin-

cev, nas navaja z optimizmom, da bo PIONIR iz te krize prišel obogaten z novimi spoznanji tujega trga, kar mu bo omogočalo še hitrejši razvoj.

Vsem investitorjem, kupcem, poslovnim bankam, poslovnim partnerjem, ki ste nam v teh 45 letih toliko zaupali, se najtopleje zahvaljujem.



Tudi vašim podjetjem želim veliko novih uspehov ter sreče v letu 1991.

Delavci PIONIR-ja, bodite ponosni na našo prehojeno pot in dosežene rezultate, prizadevajte si, da še naprej, v novih tržnih pogojih, razvijamo naše skupno podjetje. Tudi vam in vašim družinam želim obilo zdravja in sreče v prihodnjem letu.



SMERNICE STRATEGIJE TEHNOLOŠKEGA RAZVOJA

Evropa 92, Pionir 2000

Tone Zupanc, dipl. gr. ing.

Med strateško pomembnimi cilji je načrt, da bi tretjino celotne Pionirjeve proizvodnje prodali na zahtevnem mednarodnem trgu – Zato smo sposobni – Obrat k človeku

Kot je razvidno iz naslova, pričujoči članek v kratkem opisuje stanje in navaja usmeritve, ki jih bo GIP PIONIR upošteval pri strategiji tehnološkega razvoja v prihodnjih letih. Pri tem je potrebno takoj v uvodu poudariti, da so družbene razmere vse naše plane in strategije postavile na glavo. Kot večino drugih podjetij smo načrtovali našo postopno prilagoditev tržnemu gospodarstvu, danes pa smo direktno postavljeni v njegovo popolnoma nove pogoje in razmere.

Strategijo tehnološkega razvoja GIP PIONIR moramo na naš položaj in čas gledati v smislu prilagajanja evropskim integracijskim procesom. S to usmeritvijo mora biti povezano oblikovanje naše razvojne strategije in v tem okviru izdelana strategija tehnološkega razvoja. Pomemben moment v usmeritvi predstavlja naša ocena tehnološkega razvoja pri nas doma in njena vrednost v primerjavi z evropskim gradbenim in industrijskim trgom na področju specialnih programov in storitev. Proizvodni programi so že v tem trenutku vključeni v mednarodne gospodarske tokove, čeprav je naša proizvodnja še vedno preveč usmerjena na domači trg.

Eden izmed strateških ciljev nam mora biti doseg tretjine celotnega proizvoda na mednarodnem trgu. Zakaj je tehnološki razvoj tesno povezan z nastopom na tujem trgu? Prisotnost v mednarodnih gospodarskih tokovih nam zagotavlja, da zlasti tehnološko in ekonomsko ne zaostanemo za evropskim in svetovnim razvojem.

Usmeritev na mednarodni trg je hkrati prvi del celovitih priprav našega prilagajanja evropskim procesom, ki se dogajajo v

našem okolju. Zavedamo se, da bo veliko razvojnih projektov povzročilo precejšnje težave in da je potreben čas za prilagajanje. Vendar pa je kakovosten tehnološki razvoj nujna potreba, saj je dosežani preživetni koncept razvoja veliko breme, ki nas priganja, da pripravimo spremembe za naš večji napredek, blaginjo in zaposlenost, kar lahko prinese vključevanje PIONIR-ja v Evropo po letu 92. V tem trenutku nam mora biti popolnoma jasno, da je naša osnovna smer v strategiji tehnološkega razvoja prilagajanje notranjemu trgu Evropske skupnosti ter s tem sočasna gradnja kompatibilne organizacije GIP PIONIR, ki je pogoj za uspešno prilagoditev.



Intertrade Zagreb

Projekt Evropa po letu 1992 Evropske skupnosti v osnovi predvideva, da se članice sporazumejo o odpravi vsakršnih pregrad in hkrati sprejetje ukrepov, ki so potrebni za spodbujanje evropskih podjetij k sodelovanju. V GIP PIONIR se moramo zavedati, da naš tehnološki razvoj in hkrati proces prilagajanja in povezovanja v Evropo ne sme zaostajati. Razmere se lahko v hipu spremenijo in na ta trenutek moramo biti dobro pripravljeni.

GIP PIONIR ima v svojem sestavu vrsto kakovostnih proizvodnih programov, ki ga vlečejo naprej in mu predstavljajo zdravo proizvodno jedro. Tem je potrebno v razvojnem in investicijskem pogledu posvetiti glavno pozornost in podporo.

Gradbeni program s svojo proizvodnjo še naprej zaseda prvo mesto, kar potrjujejo njegovi dobri rezultati pri nastopu na mednarodnem trgu. Tehnologiji izgradnje poslovnih, industrijskih, stanovanjskih in turističnih objektov v visokogradnji, moramo dodati programe, ki so aktualni in zanimivi za širši trg.

V tem trenutku so na mednarodnem trgu najbolj profitabilni ekološki objekti: čistilne naprave, odpadne deponije, kanalizacijski sistemi... Hkrati bo na našem in evropskem trgu velik poudarek na izgradnji infrastrukture, ki nas bo povezala v enoten evropski prostor in predstavlja za naše podjetje velik izziv.

Področje specialnih programov s svojimi rezultati in položajem na trgu gotovo dviguje raven podjetja iz gradbenega v industrijskega. Usmeritev pri programih in storitvah mora biti mednarodni evropski trg in čim večji dobiček pri delu. Med programi mora zavladati tekma o čim večji profitabilnosti, ki bo osnova za usmeritev v razvoju in novih investicijah. Zavedati pa se moramo, da v času, ki prihaja, ne moremo prodajati samo svojih izdelkov in storitev, temveč moramo v čim večji meri vnovčiti tudi svoje znanje.

Podjetja v Sloveniji se skušajo po svojih možnostih in potrebah prilagajati Evropi 92. Na različne načine. Vsem pa je skupna naslednja strategija, ki je naša glavna usmeritev na tehnološko razvojno področje:

- prilagajanja proizvodnega programa, proizvodnih in kontrolnih postopkov Evropske skupnosti,
- prilagajanje mednarodnim standardom,
- aktivno vključevanje v evropske informacijske tokove,
- izboljšanje kakovosti izdelkov in storitev.

Dobri strateški plani in razvojni načrti niso nikoli bili dovolj za doseg uspešnega rezultata. V strategiji dela moramo nujno napraviti obrat k človeku, našemu delavcu v GIP PIONIR. Cilje podjetja moramo razdeliti in prenesti na vodilno ekipo, strokovne delavce in vse ostale zaposlene, da jih dojamemo in jih hkrati uskladimo z njihovimi osebnimi cilji.

GRADBENIŠTVO V NOVIH RAZMERAH

Merilo za uspeh je znanje

Feliks Strmole, dipl. gr. ing.

Do 30 odstotkov naših zmogljivosti mora na tuje trge – Rešitev ni v odpuščanju delavcev – Ustrezno nagradjevati dobro delo, znanje, inovativnost

GIP »PIONIR«, področje gradbeništva, je v novi organiziranosti sestavljeno iz šestih profitnih centrov, ki s svojo dejavnostjo pokrivajo projektiranje in izvedbo vseh vrst gradbenih objektov ter Tehnične službe in Inženiringa kot dveh strokovnih služb. Omenjene organizacijske enote zaposlujejo 2560 delavcev, kar predstavlja 70 % vseh zaposlenih v našem podjetju, v približno enakem razmerju pa so

udeležene tudi v ustvarjeni neto realizaciji podjetja.

Skrajno zaostrene gospodarske razmere so nam predvsem v zadnjih dveh letih narekivale izredno restriktivno politiko pri zaposlovanju novih kadrov. Posledica tega je upadanje števila zaposlenih, saj je v okviru takoimenovane naravne fluktuacije naše podjetje samo v letošnjem letu zapustilo cca 8 % delavcev iz različnih področij.

Glede na vsesplošen upad obsega gradbenih del razmere ne bi bile zaskrbljujoče, v kolikor v strukturi ne bi šlo za nesorazmerno visok delež visokostrokovnega kadra s področja projektiranja, priprave in vodenja proizvodnje. Tako pa se s takimi gibanji ne smemo sprijazniti, ker niso v skladu z našo razvojno politiko, zato jih je nujno potrebno zaustaviti oz. preusmeriti.

V naslednjem srednjeročnem obdobju se mora Pionir skupno transformirati iz podjetja, ki obvladuje predvsem fizično izvedbo prevzetih del v podjetje, ki bo sposobno nuditi kompletne usluge po sistemu inženiringa.

Za tak nastop na trgu pa so ključnega pomena visokostrokovni kadri, zato moramo v njihovo pridobitev in usposobitev ter v razvoj sodobnih tehnologij in posodobitev strateške tehnološke opreme vložiti čim več naših razpoložljivih sredstev. V to nas silijo tudi analize, ki kažejo na to, da se v Sloveniji zmanjšuje zanimanje za gradbene poklice, še posebej fizičnega značaja.

Z uvajanjem sodobnih tehnologij, s čim večjo stopnjo mehanoopremljenosti, bomo delno nadoknadjali pričakovan upad v prilivu nove delovne sile, v večji meri pa se bomo morali tudi na področju gradbenih uslug posluževati kapacitet izven podjetja.

Vsekakor merilo za uspešnost naše delovne organizacije ne sme biti več število delavcev in obseg lastnih proizvodnih kapacitet, pač pa znanje in ustvarjalni dobiček, kot je to normalno v razvitem svetu.

Razmere na trgu nas silijo, da našo dejavnost iz pretežno visoko-gradbene v večji meri razširimo na cestogradnjo ter na komunalno in energetske infrastrukture, kamor bomo odločneje usmerili tudi naše projektantske zmogljivosti. Ob tem moramo našo tehnološko usposobljenost in visoke reference, ki smo si jih v 45 letih obstoja pridobili na področju gradnje hotelov, kot tudi poslovnih objektov in stanovanj, maksimalno izkoristiti pri prodoru na vse bolj zahtevnih tržiščih, še posebej tujih, kjer v zadnjem času beležimo ugodne rezultate. Prepričan sem, da bo v naslednjih nekaj letih bitka za Pionirjev obstoj in nadaljnji uspešni razvoj v veliki meri odvisna od plasmaja cca 20–30 odstotkov naših kapacitet na evropski trg, tako vzhodni kot zahodni, saj nam zmanjšana investicijska vla-

ganja in padeč kupne moči prebivalstva doma ne zagotavljata polne zasedenosti, rešitve pa ne smemo iskati v zmanjševanju realizacije oz. odpuščanja delavcev.

Pri prodaji naših uslug bi rad poudaril znanje, za katerega smatram, da ga ni malo in je kvalitetno, kar nam potrjujejo začetni uspehi pri plasmaju v druge jugoslovanske republike in nekatere evropske države.

Pred nami je leto 1991, ko praznujemo 45-letnico ustanovitve podjetja. Kam bomo v tem jubilejnem letu usmerili pretežni del naših moči? Nedvoumno v maksimalna prizadevanja za polno zasedenost naših kapacitet, s čimer bi zagotovili uspešen razvoj podjetja ter socialno varnost zaposlenih.

Za doseg teh ciljev pa je po mojem mnenju potrebno izpolniti nekaj pogojev, med katerimi bi posebej poudaril potrebo po dopolnitvi, organiziranosti na področju pridobivanja del in priprave proizvodnje in pa ustrezno nagradjevanje ključnega proizvodnega oz. strokovnega kadra.

OD KOMERCIALNE DO SODOBNEGA MARKETINGA

Podrobneje o 'krovni' organizaciji

Anton Virc, gr. ing.

Na področju proizvodno-tržnih strategij nas čaka še izjemno veliko dela – Področje marketinga je le en segment celotne organizacijske strukture Pionirja

S 1. januarjem 1990 se je Pionir preoblikoval v enovito podjetje v družbeni lastni. V smislu makro in mezoorganizacije je delovanje razdeljeno na več področij. Eno od teh je tudi **PODROČJE MARKETINGA**, ki ga sestavljajo naslednje službe:

- Marketing in domači trg (z oddelki)
- Marketinško tržne informacije
- Predstavnštva v domovini
- Predsedništva v domovini
- Prodaja za trg
- Investicijski programi.
- Skupna komerciala (z oddelki)
- Gradbene kalkulacije
- Obrtniške kalkulacije.
- Tuji trg (z oddelki)
- Prodaja gotovih proizvodov in industrijska kooperacija
- Operativni uvoz in izvoz
- Predstavnštva v tujini.
- Nabava (z oddelkom)
- Skupna nabava.

S posameznimi službami **Področja marketinga** so funkcionalno povezani vsi oddelki trženja v okviru Temeljnih enot gospodarjenja (TEG).

Elaborat organizacije in poslovnik **Področja marketinga** podrobneje opredeljujeta vsebino in organizacijo poslovanja, obveznosti, poslovna pooblastila ter povezave z drugimi organizacijskimi enotami podjetja.

Osnovna izhodišča organiziranja marketing funkcije v podjetju:

TEG-i so samostojne enote (divizije ali profitni centri) / odgovornostjo za poslovni uspeh in vključujejo funkcijo trženja, razvoja in proizvodnje, eventualno tudi funkcije računovodstva in interne ekonomike ter kadrovske in finančne operativne. TEG-i imajo torej vse vitalne funkcije v svoji organizacijski strukturi.

TEG-i morajo biti odvisni od uspeha svojega dela, med njimi se odvija zdravo poslovno tekmovanje za uspeh.

Med seboj poslujejo na osnovi tržnih odnosov.

TEG-i so izrazito **tržno orientirani** v nasprotju z bivšimi TOZD-i, kjer je prevladovala **proizvodna orientacija**.

Marketing organizirati tako, da bomo:

- Zagotovili agresiven nastop na tržišču. Za vsak tržni segment je potrebno izdelati ustrezno tržno strategijo od ekonomske propagande, do akvizicije pri pridobivanju poslov.



Stanovanjsko naselje Malesnica v Zagrebu

• Izpostaviti odgovornost za akvizicijo in pridobivanje poslov.

• Decentralizirati odgovornost za pridobivanje poslov na posameznih tržnih področjih.

• Doseči fleksibilnejše – predvsem pa hitreje in kakovostnejše izvajanje nalog skupnega marketinga na domačem in tujem trgu (enoten nastop na tržišču).

• Posebej zagotoviti odgovornost za obdelavo inozemskega trga na nivoju podjetja, vendar v okviru strategije posameznih TEG.

Marketing funkcija se decentralizira, s tem se porazdeli odgovornost za tržni uspeh na posamezne TEG.

Odgovornost za marketing na nivoju podjetja je na pomočniku generalnega direktorja.

Odgovornost za zaposlitev kapacitet TEG je na direktorju TEG, zato ima ta organizirano ustrezno službo za komercialo, oziroma pomočnika za komercialo. To konkretno pomeni, da ima vsaka TEG organizirano komercialo s prodajo in nabavo.

Direktorji TEG, oziroma pomočniki za komercialo, odgovarjajo za to funkcijo pomočniku generalnega direktorja za marketing.

Nabava je organizirana dvonivojsko. Strateške materiale kupujemo s skupno nabavo v področju marketing, operativne

odpoklice in nabave pa ima vsaka TEG za svoje potrebe.

Že iz do sedaj povedanega je možno ugotoviti, da je **področje marketinga na nivoju služb krovna organizacija, ki ima poleg samostojnih nalog tudi izredno važno povezovalno in usklajevalno funkcijo marketing aktivnosti v vseh organizacijskih enotah podjetja.**

Naloge in opravila **Področja marketinga** za domače in tuje tržišče je možno najkrajše izraziti takole:

- raziskava trga in obdelava tržnih informacij,
- izdelava tržnih analiz in ugotavljanje tržnih možnosti,
- izdelava predlogov za poslovne odločitve,
- reklama in ekonomska propaganda,
- izboljševanje in distribucija prodaje,
- priprava ponudb vseh vrst,
- priprava osnovnih in dodatnih pogodb,
- naročanje projektiranih rešitev,
- pogajanja z investitorji in kupci,
- spremljanje izvajanja projektov in obračuna,
- investicijske priprave gradnje za trg,
- prodaja objektov gradnje za trg,
- določanje tehnologije, lastne in prodajne cene,
- izdelava in realizacija planov gradnje za trg.

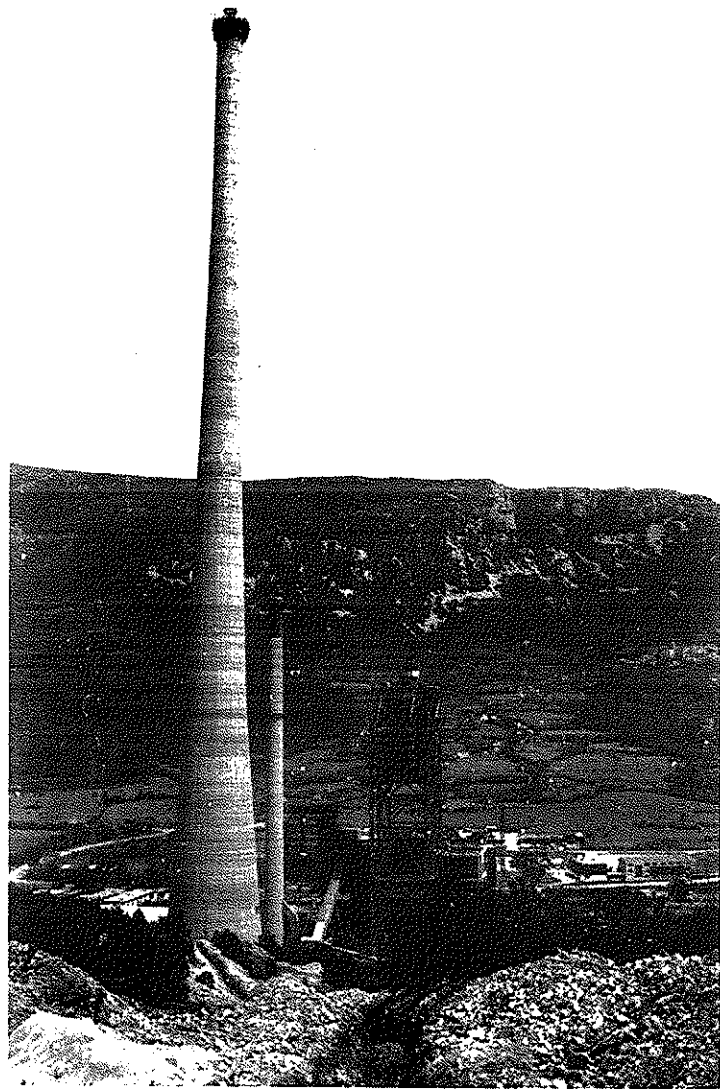


DRUGI O NAS

NAGRADE PIONIRJEVIM INOVATORJEM

Komisija za inventivno dejavnost je v zadnjem letu prejela 11 inventivnih predlogov izven organiziranih akcij in 109 predlogov, prispelih v okviru akcije – "Imaš idejo, na dan z njo!". Letos prvič se je zgodilo, da so inventivni predlog prejeli tudi izven delovne organizacije; poslal ga je Viktor Zupan iz ljubljanskega Saturnusa. Komisija je 29 predlogov ocenila za inventivne, ostale pa je razvrstila med ideje, ki jih pri Pionirju nagradujejo s pavsčalnimi nagradami. Po besedah predsednika komisije Milana Campe interes za inventivno dejavnost pada. Dokler bodo naše delovne organizacije zaradi nepopolnega tržišča neskončno dolgo prodajale na domačem trgu vse svoje proizvode, ne bodo čutile potrebe po razvoju in inovacijah.

DOLENJSKI LIST št. 43,
29. oktobra 1987



Plomin – drugi najvišji dimnik v Evropi visok 340 m

– oblikovanje nabavne politike, predvsem z vidika preskrbe glavnih repromaterialov in stroškov ter sklepanje pogodb,

– vodenje poslovne politike do kooperantov in ostalih poslovnih partnerjev z vidika marketing funkcije,

– sodelovanje in usklajevanje svojih aktivnosti s proizvodnimi enotami in strokovnimi službami v okviru podjetja.

Navedena izhodišča in ugotovitve so torej osnova za delo in poslovanje marketing funkcije v podjetju Pionir. Iz celotnega teksta je razvidno, da se medsebojno prepletajo trije izrazi, in sicer: **marketing, trženje in komerciala.**

Za boljše razumevanje podajamo kratko definicijo pojmov:

Marketing je družbeni proces, s katerim na osnovi proizvodnje in menjave proizvodov in vrednosti z drugimi posamezniki in skupine dobivajo tisto, kar jim je potrebno ali kar želijo. (Definicija je po Kotlerju, znanem visokoškolskem ameriškem profesorju marketinga).

Marketing je torej vsota procesov menjave, je celotni tržni mehanizem od raziskave tržišča, reklame, propagande, nakupa, prodaje, tržnih analiz in podobno.

Trženje je lep slovenski izraz za marketing in ima isti pomen.

Komerciala je ožji pojem od marketinga, je segment marketinga, največkrat pomeni prodajo in nabavo, trgovino itd.

Ocena uspešnosti in razlogi za opisano organizacijo **Področja marketing:**

Zaradi družbeno-političnih, zakonskih in tržnih sprememb je bila reorganizacija odnosno transformacija bivše delovne



Podpis pogodbe za izgradnjo 1000 stanovanj v Zagrebu

organizacije v novito podjetje v družbeni lastni potrebna in nujna ter s tem v zvezi tudi nova organiziranost marketing funkcije, ter je doživela največje spremembe. (Samostojno formiranje inženiringa za gradbeno dejavnost in posebej za specializirane programe, formiranje operativne in tehnološke priprave dela v okviru področja gradbene dejavnosti, priključitve komercialnih predstavništva TEG-om gradbene proizvodnje, kjer se teritorialno pokrivajo, izločitev prodaje od nabave, itd.).

Če upoštevamo še podatek, da so se investicijska vlaganja družbe v nekaj več kot enem letu prepolovila in da kupna moč tako družbenega kot privatnega sektorja rapidno pada, kar ima

za posledico slabo prodajo proizvodov gradnje za trg, je jasno, da se marketing funkcija v podjetju kot celota intenzivno ukvarja z dvema problemoma: – čimprej premagati prehodno obdobje organiziranosti in s tem v zvezi slabosti in pomanjkljivosti,

– zagotoviti operativno zasedenost zmogljivosti podjetja oziroma proizvodnih enot, ki se niso bistveno zmanjšale.

Priznati moramo, da le s težavo vzdržujemo potrebno ravnotežje, tekoči poslovni rezultati podjetja to ugotovitev potrjujejo. Glede na burne spremembe tržnih pogojev doma in na tujih tržiščih je pričakovati nadaljnje dopolnjevanje organizacije podjetja in seveda tudi marketing funkcije.

Nasploh pa menim, da nas čaka na področju **proizvodno-tržnih strategij** še izjemno veliko dela, kjer je **Področje marketing** le en segment celotne organizacijske strukture Pionirja.

Takoj se morata uveljaviti oba tipa proizvodno-tržnih strategij: – strategija, namenjena zagotavljanju kratkoročnih ukrepov (dobičkov),

– strategija za dolgoročno usmeritev podjetja.

Razumljivo je, da je sestavni del teh dokumentov strategija marketinga, ki mora vsebovati med drugim:

- prodor na nove proizvodno-tržne segmente doma in v tujini,
- iskanje novih kupecev,
- Opuščanje starih in dodajanje novih proizvodnih programov,
- popoln ali delni umik s posameznih tržnih segmentov,
- cenovna politika glede na strategijo zmanjševanja proizvodnih stroškov,
- iskanje novih poslovnih priložnosti,
- način pridobivanja in analiza tržnih informacij,
- itd.

Za zaključek še nekaj misli o **marketingu** in **internem marketingu**, pri čemer seveda izhajamo iz teoretičnih izhodišč različnih avtorjev.

Značilnosti organizacije, ki poseduje **marketingo kulturo**, so naslednje:

– stalna in s številnimi raziskavami podprta usmeritev k trgu in potrošnikom;

– integralni pristop k načrtovanju, ki omogoča doseganje sinergije, potrebne za oblikovanje željene konkurenčne prednosti. Tako je problem marketinga na primer tudi **kakovost**

izdelkov, rokov predaje, itd., ne pa le menjava;

– usmerjenost v prihodnost z namenom graditve trajnih pozicij v očeh potrošnikov. Vse marketingške investicije so usmerjene v trg in potrošnika in morajo na dolgi rok seveda vrniti vložena sredstva;

– visoko razvit marketingški informacijski sistem. Nobena odločitev v podjetju se ne sprejme brez uporabe le-tega;

– marketing preveva organizacijsko kulturo. Vodilni in vodstveni delavci so po pravilu marketingo usmerjeni kadri.

Marketingška kultura organizacije pa ni usmerjena le navzven k potrošniku, pač pa tudi navznoter k lastnim delavcem. Podjetje si lahko predstavljamo kot veliko družino. Vodstvo podjetja (pri čemer ni misljam samo generalni direktor in naj- ožji sodelavci) deluje v smeri razvoja ljudi s tem, da skrbi zanje, jih usposablja, določa cilje in standarde odličnosti pri delu.

Vsak član, od generalnega direktorja pa do vratarja, nosi del odgovornosti za izdelke ali storitve podjetja. Posebnost načina izpolnjevanja delovnih nalog ločuje tako »družino« od drugih. Kulturo ohranjamo tako, da vsak član prenaša vrednote na bodoče generacije.

Področje ki predstavlja revolucijo v koncepciji marketinga, je vezano s spoznanjem, da marketing ni usmerjen le navzven k potrošnikom izdelkov, oziroma storitev, pač pa tudi k lastnim delavcem, k tako imenovanim notranjim potrošnikom. Ljudem je treba za prehod h kakovosti ponuditi tudi ustrezno protivrednost, ki je izražena skozi splet **internega marketinga**, ki ga tvorijo: samo delo, plača, lokacija, pogoji dela, sodelavci, možnost napredovanja in seveda ustrezna interna komunikacija.

Nekateri avtorji celo menijo, da interni marketing ni le enakovredno pomemben za marketingško funkcijo organizacije, marveč je celo predpogoj uspešnega eksternega marketinga.

Tudi na omenjenih dveh področjih imamo pri Pionirju določene uspehe in rezultate, čeprav se ugotavljajo in spremljajo verjetno na drugačen način; odkrito pa je treba povedati, da nas glede na vse intenzivnejšo **tržno orientacijo** čaka še večina dela ali drugače rečeno, čas in tržni pogoji zahtevajo od nas, da tovrstno strategijo zastavimo na novo.

Ko zaključujem ta prispevek, ocenjujem, da prikazana vsebina opravičuje nadnaslov teme »od komerciala do sodobnega marketinga«.

DOLGOROČNI POGLED NA RAZVOJ

O globalni organizacijski strukturi

Milan Čampa, dipl. oec.

Sposobno in okretno podjetje mora znati pravočasno oblikovati nove programe – Do krize pride tudi zaradi nepravilne organiziranosti – Važna motivacija ljudi

Ko se v podjetjih pojavijo težave z rastjo, se največkrat pojavi predlog za rešitev tega problema: reorganizacija. Vprašanje pa je, ali je boljša ali slabša organizacija edini problem, ki je pahnil podjetje v padajočo linijo. Največkrat ni tako.

Če to drži, potem je potrebno najprej odkriti dejanske probleme. Teh je največkrat več, pri tem pa se problem organizacije največkrat ne pojavi kot edini.

Uspešnost ali neuspešnost preprečevanja entropije je odvisna od sposobnosti podjetja, da oblikuje nove celice (programe, ki morajo uspešno nadomestiti odmrle celice. Seveda mora nov program pravočasno nadomestiti odmrlega, tako da ne bi prihajalo do opaznih cikličnih nihanj.

Iz dosedaj navedenega se vidi, da govorimo o programih, življenjskih ciklikih. To so tipične značilnosti projekta. Torej je uspešen razvoj nekega sistema v

veliki meri odvisen od pravočasne in uspešne aktiviranja, koncipiranja, definiranja in izvedbe projektov.

Če analiziramo dosedanja razvoj naših podjetij iz projektnega vidika, lahko ugotovimo:

Planski razvojni procesi s katerim smo določali in planirali projekte, so bili predpisani z zakonom, ki je zahteval planiranje v naprej določenih obdobjih: kratkoročnih, srednjeročnih, dolgoročnih. Poleg tega pa je poudarjal planiranje rasti organizacijskih delov podjetij in ne programov.

Zaradi nedorečenosti konceptov strateškega razvoja so podjetja pri planiranju dajala prednost projektom, ki zagotavljajo kvantitativno rast, pri tem pa se niso vzporedno aktivirali projekti, ki bi posredno zagotavljali dobro trženje ter razvoj proizvodov in tržišč.

Projekt največkrat predstavlja določeno motnjo v kontinuiteti

proizvodnje in poslovanja – odpor.

Celotno organiziranje projektnega vodenja je osredotočeno na izoblikovanje projekt-nih (odločitvenih) odborov (namesto, da bi odločanje prevzelo poslovodstvo ali vodstvo samo), in projekt-nih skupin za izvajanje ter imenovanje vodij projektov, ki so najpogostejše brez prave odgovornosti in pristojnosti. Projektno vodenje se je omejilo na poskuse uporabe mrežnih planov, ki pa niso postali stalno orodje.

Prekoračitve rokov in stroškov podjetja ni analizirana z vidika ekonomskih in drugih posledic. Največkrat je v takšnih primerih prišlo do funkcijsko linijskega avtokratskega modela vodenja. Tak način sicer pripelje projekt do konca, vendar pa je tak model lahko uspešen le kratke čas.

Zaradi nedorečenega nosilca priprave zagona projekta (nedorečenost skrbništva tržnih programov, problem usklajevanja tehničnega razvoja in razvojnega marketinga, investicij), je šlo veliko časa v izgubo, projekti so se izvajali po zaporednem faznem načinu, kar je njihovo izvajanje podaljšalo.

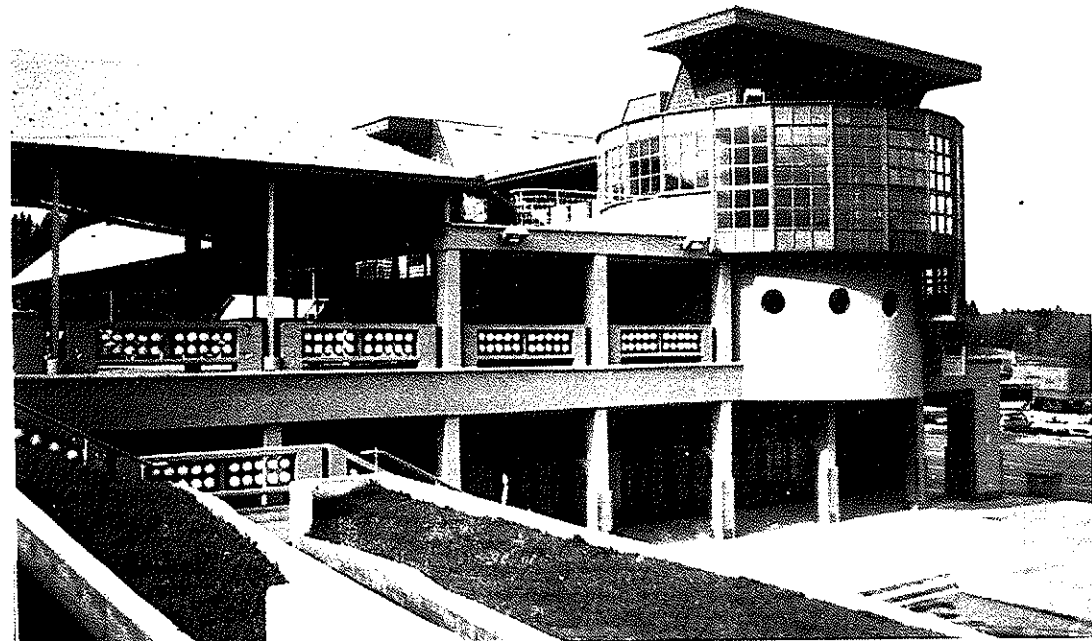
Zaradi necelovitega zbirnega planiranja projektov, projektna organizacija ne more projektov voditi po prioriteti.

Opazna je nizka projektna kultura, ki podpira različne poglede, ne samo na cilje projekta, ampak tudi na izvedbo, prioriteto, pomembnost za podjetje ter nagrajevanje za delo na projektih.

Pogosto je prisotno nepravilno razumevanje projektov za razvoj in rast podjetja ter njihovo



Trgovsko poslovni center Metlika



Avtobusna postaja Novo mesto

vih vlog za večanje konkurenčne sposobnosti.

Ob krizah v življenjskem ciklusu podjetja, posebno pri prehodu v degeneracijo rasti, daje podjetje praviloma velik poudarek projektom reorganizacij.

V večini primerov se to izkaže kot slaba strateška in taktična poteza, ki stanja prav nič ne izboljša, prikrije dejansko stanje, pravega oživljanja pa ni.

Kaj se pogosto dogaja v podjetjih, ki zaidejo v degenerativno fazo rasti?

Ko zaide podjetje v takšne težave, je zelo pogosta ugotovitev, da je do krize prišlo zaradi nepravilne organiziranosti. In podjetje se odloči za reorganizacijo.

Ko se tak projekt izpelje, se največkrat ugotovi, da ni rešil dejanskega problema, marveč je dejansko stanje samo zamaglil, tako da je diagnosticiranje dejanskega problema bistveno težje.

Za izhod iz krize so potrebni še drugi projekti (morda je problem v tržno slabo zanimivem programu, slabo upravljanje, zastarela tehnologija, nepravilna kadrovska politika...). Odkrivanje dejanskih problemov podjetja je v vsakem trenutku življenjskega ciklusa podjetja odločilnega pomena.

Delovanje podjetja usmerjajo njegova filozofija, vizija, kultura, doktrina ter strategija.

Strategijo projektov pa ni možno določiti prej, preden je izdelana globalna in poslovna strategija podjetja. To pa zahteva najprej določitev področij, na katerih lahko deluje projektno upravljanje in vodenje. To pa so največkrat področja, ki so vitalnega pomena za uspešnost, razvoj in rast podjetja.

Za uspešna podjetja veljajo tista, ki si nenehno prizadevajo:

- usmeriti razvoj proizvodov in storitev v zadovoljevanje resničnih potreb uporabnikov,
- dosegati visoko stopnjo izpolnjevanja rokov in odprav napak,
- doseči vrhunsko kakovost,
- koncipiranje strateškega marketinga,
- določanje profitne uspešnosti posameznih programov,
- zagotavljanje pogojev za razvoj podjetja,
- razvijanje višje stopnje konkurenčne sposobnosti,
- razvijanje upravljanja in vodenja – managementa,
- razvijanje projektne kulture.

Posebno pozornost je potrebno posvetiti prav usmeritvi v zadovoljevanje resničnih potreb uporabnikov, kar je primarno področje razvojnega marketinga.

Vsako področje, če ni strateško razčiščeno, urejeno, dore-

čeno ali razvito, zahteva od poslovođstva (predvsem top managementa), da izoblikuje strategijo projektov za izboljšanje stanja na posameznem področju.

Koncipiranje strateškega razvoja podjetja je lahko:

Proizvodni, usmerjen v kvantiteto, ki jo mora prodaja plasirati na vsak način, upravljanje je usmerjeno v kontinuiteto ustvarjanja te kvantitete, inovacija proizvodov je zaradi takšne usmeritve največkrat obravnavana kot motnja, ocenjevanje rasti in njene življenjske krivulje pa sloni na kvantitativnih kazalcih.

Tržni koncept, ki poudarja profitnost trženja v konkurenčnih tržnih deležih, proizvodnja in razvoj sta lastna ali pa se na različne načine integrirata v podjetje.

Razvojni, pri katerem je poudarek na tehnično tehnološkem razvoju in implementacijskih projektih v raznih izvedbenih strategijah.

Razvojno tržni, pri katerem prevladuje usmeritev v tehnično-tehnološki razvoj, v trženje, iskanje in razvijanje novih profitnih enot, ostaja samo zahteva in ekonomsko zanimiva proizvodnja.

Kapitalni, pri katerem je vse usmerjeno v ustvarjanje novega profita in kapitala z različnimi poslovnimi profitnimi enotami in tudi različnimi strateškimi poslovnimi potezami.

Vzrokov degeneracije nekega podjetja je največkrat cel splet. Če o tem spletu govorimo iz

projektne vidika, lahko govorimo o naslednjih projektih:

- projektih razvoja-kadrov,
- organizacijskih projektih,
- projektih logistike komunikacij,
- projektih informacijskih sistemov,
- projekte organiziranja in upravljanja projektov,
- projekte uvajanja deficitarnih področij poslovanja,
- projekte pripadnosti podjetju.

V našem primeru lahko govorimo o problemih v večjih segmentih.

Zaradi poenostavitve lahko te segmente razdelimo na tri elemente sistema, in sicer:

- proizvodni,
- informacijski,
- upravljalški.

Ti elementi sistema se pojavljajo tudi na vseh nižjih nivojih, tako tudi v segmentu trženja.

Da pa bi jih lahko pravilno opredelili, si moramo najprej določiti koncept strateškega razvoja podjetja.

Smatram, da se moramo v današnjih pogojih poslovanja skoraj gotovo odločiti za razvojno-tržni koncept, pri katerem prevladuje usmeritev v tehnično-tehnološki razvoj, v trženje, iskanje in razvijanje novih profitnih poslovnih enot, pri čemer ostaja samo zahteva ali ekonomsko zanimiva proizvodnja.

Ob taki odločitvi in ob upoštevanju značilnosti Pionirja (njegova velikost, raznolikost programov, nastopanje na domačem in tujem trgu), lahko govorimo verjetno samo o organizaciji v obliki federalne decentrali-

zacije in v takšni obliki tudi organizirano trženje.

V tem smislu je potrebno zastaviti tudi globalno organizacijsko strukturo.

Če se omejim na segment trženja, je potrebno sistemsko obdelovati tako povpraševanje, kot tudi ponudbo na tržišču, pri čemer lahko razdelimo povpraševanje na:

- obstoječe povpraševanje,
- potencialno povpraševanje,
- pričakovano povpraševanje.

Naloga organizacije je torej postaviti tako organizacijsko strukturo, ki bo zadostila naslednjim potrebam:

- trženje na domačem in tujem trgu,
- zajet vse tri segmente povpraševanja (obstoječe, potencialno, pričakovano) na domačem in tujem trgu,
- raziskava ponudbe na domačem in tujem trgu,
- upoštevanje različnosti trženja investicijskih objektov, gradnje za tržišče, proizvodov.

Seveda sama postavitev nove organizacijske strukture prav gotovo ne zadostuje. Lansirati in izvesti je potrebno še vse ostale potrebne projekte, navedene v predhodnem delu. Cilj vseh aktivnosti pa bi bil povečanje profita podjetja, ki pa se ga ne da uresničiti brez ustreznega delovanja na vse elemente sistema. Pod pojmom delovanje pa menim vzpostavitev ustreznih povezav med elementi sistema, ki bodo najbolje dosežene z vzpostavitvijo tržnih principov delovanja in pa ustreznega motiviranja ljudi.

PIONIR NA TUJEM

Uspešni zaradi kakovosti

Niko Jaklič, oec.

Tudi naši gradbinci so kot ptice selivke, saj se selijo iz države v državo, s severa na jug, z juga na vzhod – Trenutno imamo v tujini sedem odprtih gradbišč

Takrat, ko je Gradbeno industrijsko podjetje (GIP) Pionir postalo toliko moči in usposobljeno z opremo in strokovnim kadrom, se je vodstvo podjetja s takratnim glavnim direktorjem Ivanom Kočevarjem odločilo konkurirati in delati v tujini. To je bilo po letu 1970. Vse od takrat naprej smo imeli manjša ali večja gradbišča na raznih koncih sveta. GIP Pionir se je povezal z različni inženiring podjetji in skupno pridobival dela na tujem trgu.

GIP Pionir je podjetje, ki je do sedaj v Jugoslaviji zgradilo največ hotelskih zmogljivosti. Tako je bil tudi naš prvi objekt v tujini hotel. Pogodili smo ga skupaj z IMOS INŽENIRINGOM na Poljskem v mestu Zakopani. Hotel je Lux kategorije. Pogojen je bil za vrednost



DRUGI O NAS

»PIONIR« V SOVJETSKI ZVEZI

Kot plod dolgoletnega uspešnega sodelovanja je bila dne 23. 9. 1988 med METALKO TOZD Zanjanja in notranja trgovina, Sektor inženiring in GIP »PIONIR« podpisana pogodba za izvajanje gradbenih in obrtniških del na objektih »Pitomnik« in »Skringinov blok«, ki sta del inštituta za bioorgansko kemijo M.M. Semjakina v mestu Puščino. Pogodbo sta podpisala generalni direktor DO Metalka Joško Štrukelj in predsednik PO »PIONIR« Slavko Guštin. Pogodbeno vrednost del je 2.500.000 klirinskih dolarjev, predvideni začetek del 15. 10. 1988, zaključek pa 31. 10. 1989.

GIPOSSOV VESTNIK,
november 1988

8.500.000 USD in zgrajen v letu 1973/74.

Tudi drugi hotel je bil pogojen preko Imos Inženiringa – prav tako na Poljskem, v Varšavi. Pogodbeno vrednost je 8.000.000 USD, zgrajen pa je bil v letih 1979/80.

S težko odločitvijo in velikim rizikom je GIP Pionir skupaj z RUDIS INŽENIRINGOM pogodil dela v Libiji. Pogodba je zajemala 33 lokacij v vrednosti 59.652.000 DEM. Objekti so bili zgrajeni v letih 1977 do 1983. Tu smo se srečali z velikimi težavami, predvsem zaradi razdalje. Vse glavne materiale, razen gramoza, peska, vode in goriv, smo vozili z ladjami iz Jugoslavije. Objekti so bili oddaljeni po nekaj 100 km drug od drugega. Tako so bili nekateri ob meji z državo ČAD. To je bilo pravo terensko delo in tu smo bili tudi pravi »PIONIRJI«. Kljub vsem težavam smo delo uspešno zaključili.

Poleg teh objektov je bilo še nekaj manjših, posebej pogojenih in uspešno dokončanih. Poseben velik projekt je bil pogojen v treh fazah preko SMELT INŽENIRINGA iz Ljubljane v Libiji, v kraju Seba. Ta lokacija je 1000 km južno od Tripolija, v puščavi in so nam transporti ter potovanja povzročali veliko težav. Projekt je bil pogojen v vrednosti 34.000.000 USD in v zadovoljstvo investitorja, Smelta in Pionirja, uspešno v dogovorjenem roku in zelo dobri kvaliteti zgrajen v letih 1983 do 1987.

V Libiji imamo pogojena še dva projekta v vrednosti 30 milj. USD, vendar zaradi težav z garancijami za plačila jih ne gradimo.

Skupaj z METALKO INŽENIRING smo se napolili v Sovjetsko zvezo. Tam smo v treh fazah obnovili GOSBANKE v Moskvi. Gradili smo s presledki od leta 1981 do 1986. Pogodbeno vrednost je bila



Grand hotel Krakowo Poljska

5.000.000 XSU. Prav tako izvajamo z Metalko Inženiring že drugo fazo objektov v kraju Puščino v bližini Moskve. Vrednost del je 6.265.000 XSU. Skupaj z Metalko Inženiring izvajamo tudi dela v Rigi v SZ, ki je precej oddaljena od Moskve.

V SZ, v kraju Kinešma, izvajamo gradbena dela skupaj s Slovenijales Inženiring. Pogodbeno vrednost je cca 5.000.000 XSU.

V SZ sodelujemo tudi s Smelton Inženiring iz Ljubljane. Tako smo izdelali projekte za bolnišnico-porodnišnico z ginekologijo in Dom veteranov. Sedaj te objekte gradimo še v mestu Solikamsk, ki je toliko na severu, da pade temperatura tudi do -45°C. Tu je gradbena sezona pod normalnimi pogoji zelo kratka.

S Smelton gradimo v SZ tudi v kraju Nebug ob Črnem morju. Dela izvajamo fazno za kompleks SANATORIJA, ki bo velik cca 30.000 m², v bližini tega kompleksa pa izvajamo še stanovanjsko naselje v velikosti 2.000 m² v mestu Agoj. Sanatorij v Nebugu projektiramo v Pionirjevem Projektivnem biroju.

Z Inženiringom Kovinotehne smo pogodili projektiranje kompleksa Vladimir Iljič Lenin v Moskvi. Tu je Projektivni biro Pionir s projektantom Miškom Sibilom, dipl. ing. arh., dobil posebno priznanje za izredno projektno rešitev.

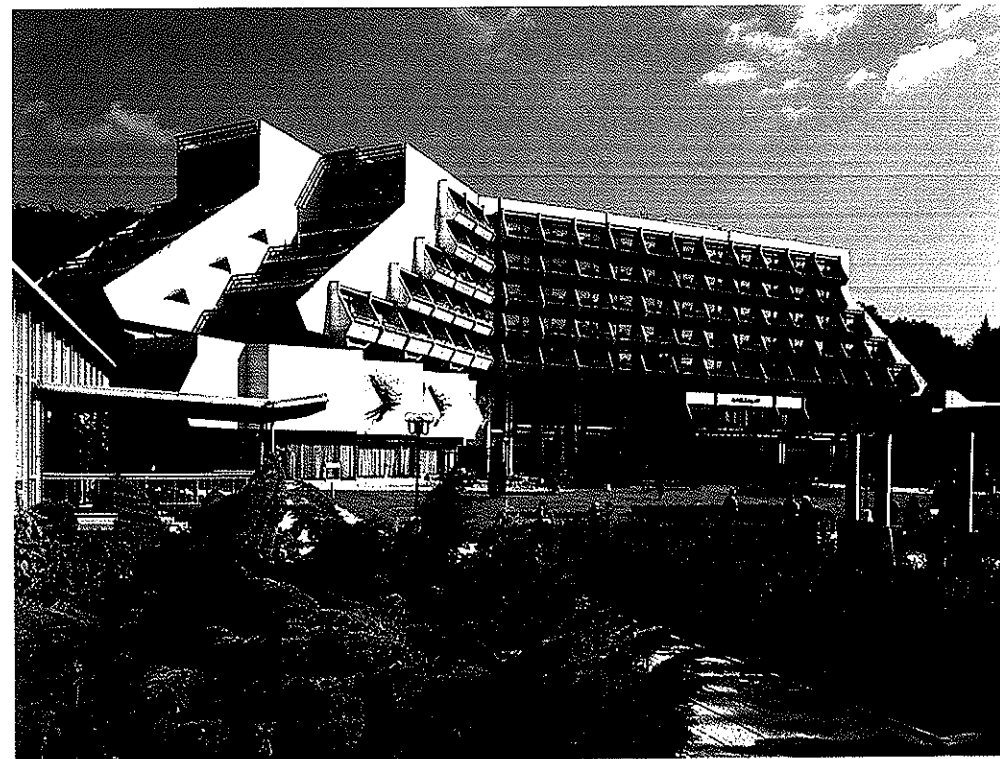
Z GIPOSSOV INŽENIRING-om smo izvajali dela v letih 1988-89

Objekti so bili stanovanjski, letališki in industrijski.

V letu 1989 smo se skupaj z Imos Inženiringom zopet vrnili na Poljsko. Tu smo z na novo ustanovljeno mešano firmo WAWEL-IMOS pogodili rekonstrukcijo hotela GRAND v Krakovu. Letos, v juniju, je bil dograjen v veliko zadovoljstvo investitorja. V času izvajanja del na hotelu GRAND smo pogodili izgradnjo novega hotela KRAK v Krakovu. Hotel bo imel 324 ležišč, pogodbeno vrednost pa je 9.775.700 USD. Pogodba zajema komplet projektiranje, izgradnjo in opremo po sistemu »ključ v roke«. Dela potekajo na načrtu in hotel bo zgrajen do 15. maja 1991.

Sedaj imamo 7 odprtih gradbišč v tujini. V komercialni obdelavi imamo še več projektov. V tujini je delo težko pridobiti. Treba je uporabljati drugačne prijeme, več strokovnosti, discipline in posebno se poznati tuje predpise ter standarde. Dela pogajamo v celoti po sistemu »ključ v roke«. Zelo zahtevno je zaključevanje finančne konstrukcije, kot so krediti, valuta, sprememba tečajev, roki plačil in zagotovitev likvidnosti na projektu v času izvajanja.

Vsi v Marketingu tuji trg se zelo trudimo in dobro sodelujemo z operativnimi izvajalci. Dokaz za to je, da smo do sedaj pogojena dela v tujini uspešno zaključili. Upamo, da bomo lahko s takim zagonom delali še naprej.



Hotel Donat Rogaska Slatina

PREDSTAVLJAMO SPECIALIZIRANE PROGRAME

Idejam moramo prisluhni

Marjan Zupanc, str. ing.

Prezgodaj je govoriti o uspešni reorganizaciji specializiranih programov, a danes se nam izpod peresa naših sodelavcev predstavljajo v nekoliko novi luči

Ravnokar spremenjena in sprejeta reorganizacija v podjetju GIP PIONIR je vse bivše TOZD zaključnih dejavnosti preoblikovala v TEG specializiranih programov znotraj GIP PIONIR.

Pri reorganizaciji smo upoštevali tudi specializacijo dejavnosti, tako da se je bivši TOZD MKI po reorganizaciji formiral v:

TEG MKI – Montaža, kovinarstvo, instalacije, s sedežem na Mali Cikavi 25. (v.d. direktorja Franci Brlan).

TEG MKO – Mehansko kovinski obrat s sedežem v Bršljinu, Kettejev drevored 37. (v.d. direktorja Milan Kapetan).

TEG AH – Avtohiša s sedežem v Novem mestu, Ločna 48. (v.d. direktorja Slavko Sever).

TOZD Lesni obrat se je preimenoval v **TEG PLI** – Program lesnih izdelkov s sedežem v Bršljinu, Kettejev drevored 37. (v.d. direktorja Andrej Žnidaršič).

TOZD Keramika in **TOZD Zaključna dela** v Metliki sta se združila v **TEG Keramika in finalizacija** s sedežem v Bršljinu, Slakova 5. (v.d. direktorja Stjepan Krsnik).

Ideja minulih let, da se v GIP PIONIR uvede tudi turistična dejavnost, je bila v letu 1990 uresničena z Enoto turizem (projekt v ustanavljanju), ki ga komercialno vodi Marjan Šonc in je ravno tako pod streho specializiranih programov.

Prezgodaj je govoriti o uspešni reorganizaciji specializiranih programov v GIP Pionir. Nekateri novi TEG so bili organizirani ravno v času največje družbene in ekonomske krize v naši državi. Pričakujemo in trdno smo odločeni, da bodo to obdobje uspešno preživel, saj je vodstvo vseh TEG specializiranih programov mlado in v letih naj-

večje ustvarjalnosti. Idejam bomo morali prisluhni!

Ob upoštevanju, da je cilj reorganizacije GIP PIONIR komercialni pristop na odprto tržišče Slovenije, Jugoslavije in Evrope tako samostojno kot tudi skupaj s TEG gradbene operative, nas taka tržna preorientacija pospešeno potegne na tržišče storitev in prodaje proizvodov manjših in elastičnih podjetij, kjer je obračanje denarja in plačil glede na proces dela hitrejši.

Da bi prodajo storitev ter opreme in nakup opreme in repromateriala opravljali po najkvalitetnejših virih in cenah, smo v sklopu TEG specializiranih programov formirali tudi enoto »Inženiring za opremo«, (v.d. direktorja Alojz Zoran), ki naj trži tako na jugoslovanskem kot na tujem trgu.

Vsem TEG specializiranih programov želimo uspešno razvojno in tržno usmeritev na dejavnosti in proizvodne programe, ki jih zahteva sedanji čas in širši trg.

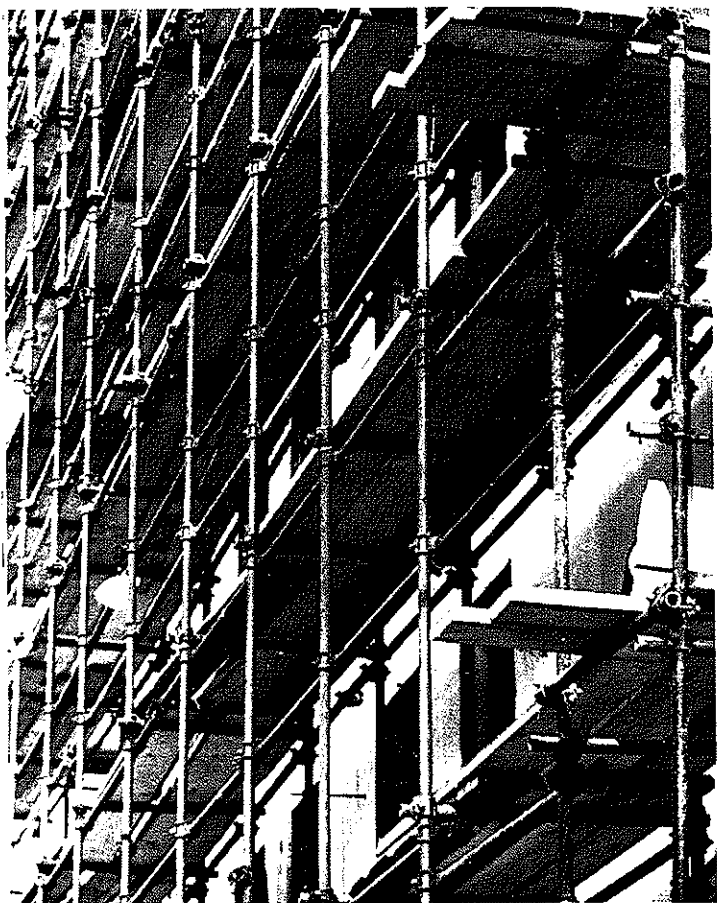


DRUGI O NAS

PIONIR ZGRADIL NOVO AVTOBUSNO POSTAJO V VRŠARJU

Delavci novomeškega Pionirja, so pred kratkim v Vršarju zgradili novo avtobusno postajo, poleg nje pa še objekt s poslovnimi prostori. V zgradbi je še prodajalna spominkov, tobaka in časopisov. Vrednost opravljenih del je znašala 350 milijonov dinarjev.

DELO



PREDSTAVLJAMO SPECIALIZIRANE PROGRAME

Prisotni pri vseh projektih

Franci Brlan

Do 60 odstotkov svojih zmogljivosti namenjamo Pionirjevim projektom v domovini in v tujini – Vse več pozornosti posvečamo kakovosti, trženju, kadrovski politiki

V TEG Montaža, kovinarstvo, instalacije s skupno 295 delavci, organiziramo, vodimo in izvajamo dejavnosti s področja:

- elektro instalacij,
- vodovodnih instalacij,
- instalacij centralne kurjave,
- instalacij prezračevanja,
- plinskih instalacij,
- kleparstva,
- izdelave kioskov in pločevinastih izdelkov in
- izdelave elektro razdelilnih omar.

Kakovostne kadre za izvajanje del smo načrtovano pridobi-

vali z ustrežno štipendijsko politiko in dopolnilnim izobraževanjem za specialno znanje. Proizvodnjo na vseh področjih spremlja tehnični in poslovni kader, ki skrbi za pridobivanje del, tehnično pripravo in vodenje proizvodnje ter razvoj.

Veliko pozornost posvečamo kakovosti na vseh področjih, spremljanju tehnološkega razvoja naših dejavnosti v svetu, trženju, ustreznim kadrovski politiki, uvajanju avtomatske obdelave podatkov, ki bo povezovala celoten poslovni proces ter novih spremljajočih dejavnosti.

V zaključni fazi imamo uvedbo trgovine na debelo in drobno, za ves material iz naših dejavnosti, z dopolnilnimi programi, ob istočasni ponudbi tehničnih uslug.

Vključujemo se v izvajanje del pri večini projektov Pionirja v domovini in tujini, kjer plasi-ramo cca 55–60 % svojih kapa-

citet, ostala dela pa pridobivamo neposredno pri investitorjih, kjer smo si s poslovnim pristopom, kvalitetnimi in v rokih izvedenimi deli pridobili tudi največji renome (IMV, Krka, Novoles, TESAL Anhovo, RIKO Ribnica, LIK Kočevje, Avtomontaža Ljubljana, TPK Kamanje, Novoteks Metlika, Kordun – Mali Erjavec).

PREDSTAVLJAMO SPECIALIZIRANE PROGRAME

Tehnološko prilagojeni in posodobljeni

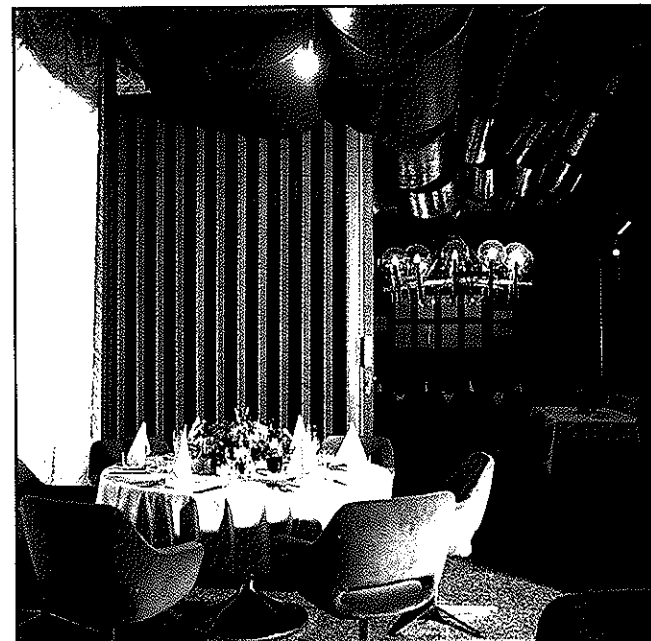
Franc Medle

Intenzivno razmišljamo o prihodnosti in znanju, kajti do znanja težko, z znanjem lahko. Tako pravi stara ljudska modrost – V programu novi polizdelki

V našem obratu se tako kot v vsej lesni industriji in ostalih panogah srečujemo z mnogimi težavami. Na eni strani imamo nemalokrat nevednosti pri nakupu materiala in zaradi tega zastoj v proizvodnji, na drugi strani pa, zaradi pomanjkanja denarja pri naših kupcih, težave pri prodaji, odnosno plačevanje že gotovih proizvodov. Zaradi takih razmer smo prisiljeni prilagajati se trgu.

Približno 60 odstotkov proizvodnje imamo zasledene z rednim programom, ostalo pa so

kooperantska dela v obliki polfinalnih izdelkov. V programu imamo še nekaj novih polizdelkov, v glavnem za izvoz. Tu mislim predvsem na masivne in furnirane fronte, s katerimi bomo zapolnili nihanja in izpade na domačem trgu. Za izvajanje teh programov smo se tehnološko delno pa se bomo še morali. Tehnološko in ekološko imamo trenutno v najslabšem stanju lakirnice. Za rešitev tega problema pa smo zelo omejeni, predvsem prostorsko.



PREDSTAVLJAMO SPECIALIZIRANE PROGRAME

Z optimizmom in jasnimi cilji

Milan Kapetan, str. ing.

Naš strateški cilj je zunanji trg, na katerem imamo dobre izkušnje in ravno takšno ime – Proti krizi s poštenim delom, z novo opremo in stroji

Z reorganizacijo GIP »PIONIR« v letu 1990, je s 1. julijem 1990 začel kot nova organizacijska oblika poslovati tudi TEG MKO (Mehansko kovinski obrat). V TEG-u je zaposlenih okoli 180 delavcev, pokriva pa sledeče proizvodne dejavnosti:

Vzdrževanje gradbene kmetijske in ostale mehanizacije ter voznega parka za potrebe PIONIR-ja in izven. Tu so tudi pooblaščenji servisi: TAM, ZASTAVA in TORPEDO, skupaj z italijanskim partnerjem pa pripravljamo še pooblaščen servis za IVECO vozila.

Konstrukcija, izdelki in gradbena galanterija je druga dejavnost, ki podpira gradbeno operativno predvsem s programom ključavničarskih izdelkov in gradbenih kovinskih konstrukcij, z višji kapacitet pa nastopa tudi samostojno na trgih izven podjetja.

Tretja, najmlajša dejavnost, je STROJEGRADNJA, ki smo jo začeli razvijati pred okoli desetimi leti. V okviru te dejavnosti izdelujemo izdelke za jugoslovansko in tuja tržišča.

Hidravlični program obsega razne merilne instrumente in naprave, filtrirne naprave ipd.

Valjarski program obsega proizvodnjo valjarjev 2–13 ton in sanitarnih kompaktorjev SK–15 ter kooperacijo v ZRN. Program slednje gradbene mehanizacije obsega proizvodnjo gladilcev betona, vibrirnih letev, mešalcev betona, strojev za vakumiranje in ostale manjše gradbene mehanizacije in opreme.

V okviru te dejavnosti smo v sodelovanju z razvojno investicijsko službo razvili in izdelujemo tudi opazne sisteme od opažev tipa PIONIR »Standard«, PIONIR 2000 do PIONIR ALU – stena/strop.

Vsaka izmed teh dejavnosti je zastopana s približno eno tretjino proizvodnih kapacitet TEG MKO.

Seveda pa naša tehnologija dela zahteva tudi ustrezna sredstva in opremo. Tu lahko rečemo, da smo v zadnjih letih storili precej predvsem na objektih, saj smo poleg dveh proizvodnih hal (stara hala Kovinskih izdelkov in hala SPO), v 1989 letu zgradili moderen preventivno vzdrževalni center s periščem in vulkanizersko delavnico, letos pa smo dokončali še objekt za površinsko zaščito in montažno linijo strojogradnje. S tem smo tudi zaključili tehnološko linijo objektov, ki so nujno potrebni za našo dejavnost. Žal pa moramo ugotoviti, da smo na področju ostale opreme in strojev še na zelo nizkem nivoju, kar je posledica večletnega zanemarjanja te dejavnosti, zato bo potrebno v bodoče temu posvetiti več pozornosti, moči in sredstev, saj vemo, da je to pogoj za doseg kakovosti, ki jo zahteva Evropa.

In kako naprej? Gotovo je, da je potrebno del kapacitet plasi-rati za domače potrebe (vzdrževanje in podpora gradbeni operativi), vendar pa so naše kapacitete samo za lastne potrebe predemencionirane. Zato je nujno potrebno prodrati na zunanji trg – širši jugoslovanski in v tujino. Tu že imamo določene reference in kooperacijske posle, ki pa jih še razširjamo in utrjujemo, saj se dobro zavedamo, da homo le tako lahko prebroditi krizo, ki že dlje časa spremlja naše gospodarstvo.

To pa se doseže le s kakovostnim delom, dobro opremo in ne nazadnje z dobrim visokostrokovnim kadrom, ki pa je prisoten v naši TEG, zato z optimizmom in jasnimi cilji zremo v prihodnost.

PREDSTAVLJAMO SPECIALIZIRANE PROGRAME NAŠA NOVOST

Pionir je tudi turizem

Marjan Šonc

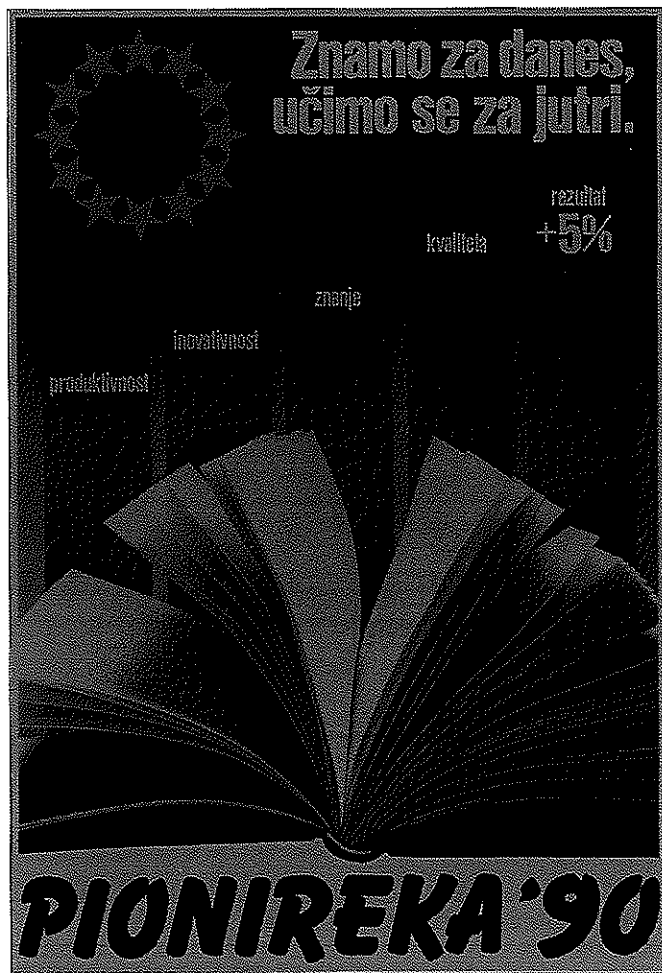
Dolga leta smo sodelovali s turističnimi organizacijami in nemalokrat smo ugotovili, da bi bili lahko tudi na tem področju uspešni – Od načrtov k dejanjem

Na podlagi dolgoletnih izkušenj pri izgradnji turističnih objektov in APP naselij, se je v okviru DO PIONIR izoblikovala ideja o lastni turistični ponudbi. V začetku je turistična ponudba temeljila le na lastnih zmogljivostih, tako v obmorskih in zdraviliških krajih, kot tudi na planinskih domovih v Bohinju in Veliki planini.

Začetna ideja je pričela dobivati pravo podobo šele v zadnjih dveh letih, ko se je pravilnost odločitve začela obdržati v ugodnih finančnih učinkih. Kmalu se

je pokazala potreba po novem in širšem obsegu delovanja, saj Pionirjeve zmogljivosti, ki vsebujejo več kot 340 ležišč, zahtevajo tudi dodatno ponudbo, ki jo je možno udejaniti le skozi s sodobno in tržno usmerjeno organiziranostjo.

S predvideno ustanovitvijo turistične agencije kot delniške družbe bi postali eden nosilcev razvoja turizma na Dolenjskem in bi aktivno posegli tudi na tuje trge z lastnimi in tujimi aranžmaji.



'PIONIREKA' IN RAZVOJNA RAZMIŠLJANJA

21. stoletje se hitro približuje

mag. Jani Gabrijelčič

Spremembe so tako hitre, da znanja, ki smo si ga v večini primerov dobili za včeraj in danes, ne bomo mogli uporabljati jutri, zato postanimo »učence se podjetje«

Soočamo se z množico sprememb na vseh področjih človekovega delovanja. Tudi v poslovanju podjetij se srečujemo z živahno dinamiko spreminjanja. Zaradi tega je pomembno sprejembe pravočasno uveljaviti in jih pravilno razporediti, še pomembneje pa je le-te ustrezno razumeti, jih učinkovito povezati in uporabiti v praktičnem poslovnem procesu.

Žal je dinamika tega spreminjanja v naših jugoslovanskih razmerah precej upočasnjena. Na številnih organizacijskih področjih se srečujemo z določenimi koncepti, ki veljajo kot dogme učinkovitega poslovanja. Tradicionalna organizacijska doktrina s svojimi racionalnimi

načeli ima še vedno prevladujočo vlogo v naši vsakodnevni praksi. Pri svojem delu smo preobremenjeni s hipertrofijo administrativnih predpisov, odlokov, zakonov in podobno birokratsko navlako, ki nam jemlje dragocene strokovne moči.

Toda 21. stoletje se nam hitro približuje, ves poslovni svet dobesedno hiti v vedno nove in boljše načine proizvodnje, v vedno bolj oplemeniten medsebojna razmerja. Tudi mi se bomo morali vključiti v to dogajanje. Potrebna nam je »organizacijska modrost«, kar pa pomeni nekoliko več kot »znanstvena organizacija«, ki temelji

na izključno tehnični racionalnosti.

V gospodarstvu smo prišli z ekonomijo obsega do mej, ki zahtevajo prevrednotenje naših dosedanjih vzorcev vodenja in poslovanja. Vsekakor pa se pri tem postavlja kot cilj iskanje možnosti, da se čim bolj vsestransko uveljavijo človekove potencialne sposobnosti in zadovoljijo čim bolj njegove razvojne potrebe.

Pri Pionirju smo že leta 1986 pričeli razmišljati o tem, da samoupravljanje kot način gospodarjenja v tekmi s tržnim načinom gospodarjenja ne more uspeti, zato smo naslednje leto 1987 izdelali dolgoročni strateški program Pionirjevega razvoja, ki smo ga imenovali »Pionireka«. V njem smo opredelili vse tiste dolgoročne cilje, ki jih lahko danes le še enkrat ponovimo ter določimo tudi aktivnosti, ki naj bi jih izvajali, da bi se približali evropskim normativom in standardom.

V letu 1991 bomo pospešili naš tehnološki prodor, ki odseva zahteve trga po hitri in gibki gradnji vseh gradbenih segmentov. V marketinškem in tehnološkem smislu bomo pri vseh gradnjah upoštevali tako imenovani »3 F sistem«, ki ponazarja tri imperativne sodobne poslovne pristope, in sicer:

- fleksibilnost – gibkost, fleksibilnost
- fast – hitrost
- fluid – spremenljivost, mobilnost

Z »Rastočo tehnologijo«, ki bo v marketinškem smislu temeljila na »3 F sistemu«, bo poslovanje tehnološko temeljilo na proizvodnji in montaži gradbenih elementov v Togrelu.

S temi elementi bomo gradili naslednje vrste objektov:

1. stanovanjske objekte
2. trgovske objekte
3. proizvodne objekte
4. turistične objekte
5. upravne – poslovne objekte
6. začasne – bivalne objekte

Naš osnovni marketinški slogan bo, da projektiramo, izvajamo in prodajamo »**kvalitetni m² prostora**«.

Tržišče, kupci in investitorji morajo vedeti, da pri Pionirju razmišljamo, kako zadovoljiti tržišče, oziroma povpraševanje s cenjenim, pa kljub temu kvalitetnim prostorom. »**Kvalitetni m² prostora**« je osnovno izhodišče, iz katerega izhajamo pri vseh nadaljnjih aktivnostih.

Naš poudarek torej ni na projektiranju, proizvodnji in prodaji samo rastoče hiše, rastoče vrstne hiše, rastoče trgovine ali rastočega poslovnega lokala itd., pač pa na vsestransko kakovostnem prostoru, ki smo ga multi-

funkcionalno obdelali in pripravili! Našega kupca želimo obravnavati kot poslovnega partnerja, ki naj bo vsestransko zadovoljen z našimi izdelki in storitvami.

Čim prej, najkasneje pa do jeseni 1991, naj bi sprojevali in tehnično pripravili celotno »rastočo tehnologijo« in ki smo jih po vrstah že našli. Omenimo naj, da je potrebno prikazane vrste objektov še bolj detajlno obdelati.

Tako naj bi stanovanjske objekte delili:

- a) individualna rastoča hiša
- b) vrstna rastoča hiša
- c) rastoči blok itd.

Turistične objekte bi delili na:

- a) mediteranska hiša
- b) alpska hiša
- c) zidanica itd.

Pri vseh vrstah in tipskih objektih naj bi pripravili prototipe izdelkov, ki bi nosili oznako »Nulta serija 1991«. Te oznake bi nato vsako leto nadaljevali v skladu s tem, da moramo vsako leto priti na trg z novimi izboljšavami in kvalitetnimi dopolnitvami, vse v slogu načela »+ 5 %«.

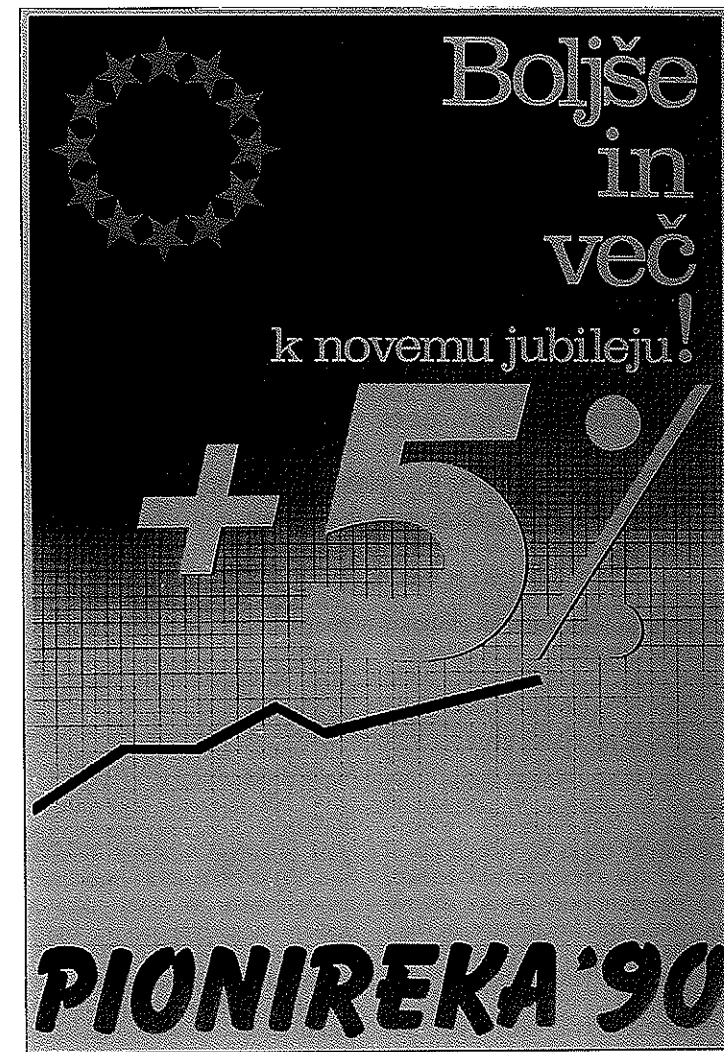
Pri proučevanju organizacijskih sposobnosti ter tržnih prednosti podjetij, imamo podobno kot na drugih področjih velike in vsebinske spremembe.

Tako nam je konvencionalna organizacijska modrost učila, da so temelji, na katerih bazira sposobnost in moč podjetja, na variablah, ki se jih vidi, ki so fizične oprijemljive. Tudi človeka se je pojmovalo kot »instrumentum orale – orodje, ki govori«.

Sodobna organizacijska znanost obravnava tudi teme, ki se jih fizično ne vidi in spadajo torej na področje, ki ga opredeljujemo kot nevidni kapital (invisible, embedded, hidden capital). Tudi ta kapital je potrebno vključiti v poslovni proces, ga povezati z drugimi sestavinami poslovanja, da pridemo do uspešnega in učinkovitega cilja.

Nevidni kapital, sem pa sodijo predvsem znanja, strategija, organizacija, organizacijska kultura in druge »mehke« sestavine, ki niso v bilancah stanja podjetij, pomenijo razvojno gledano ključno moč podjetja.

Spremembe so tako hitre, da znanja, ki smo si ga v večini primerov pridobili in včeraj in danes, ne moremo uporabljati jutri in pojutrišnjem. Zato je izrednega pomena, da hitro zastareva znanje dopolnjujemo in oplemenjujemo. Prav tu ima pomembno vlogo nenehno izobraževanje in vzgoja sta torej obr-



njena in usmerjena v razvoj za jutri in pojutrišnjem in kdor bo v tem uspel, bo tudi uspešen v poslovanju in gospodarjenju.

O izobraževanju se danes govori in razmišlja kot o najbolj vitalnem faktorju človeške aktivnosti, kot o pogojih in rezultatu družbenega in gospodarskega napredka ter o temelju vsestranskega razvoja osebnosti. Izobraževanje prežema vse sfere človekovega dela in življenja, začneja deliti usodo vseh človeških dejavnosti in potreb ter postaja sestavni neločljivi del vsake družbe. Z izobraževanjem in samoizobraževanjem bogatimo svoje izkušnje, ki jim hkrati dajemo globlji pomen in višjo vrednost.

Zato smo se odločili, da bo koncept nadaljnega izobraževanja v našem podjetju vseboval dve smeri, in sicer:

- a) celotno izobraževanje vseh 3800 Pionirjevih delavcev
- b) ne kampanjsko, temveč sistematično izobraževanje zaposlenih

Menimo, da moramo glede na burne spremembe in z ozirom na nenehne vsestranske poslovne dejavnosti postati tudi »učence se

podjetje«. Nikakor ni dovolj, da se izobraževanje in vzgoja konča z dokončanjem rednega šolanja. Nenehna revolucionarna dogajanja v poslovanju zahtevajo, da naše znanje dopolnjujemo skozi vso delovno dobo. Opravka imamo torej s tako imenovanim neprekinjenim, stalnim in permanentnim izobraževanjem, ki ga naj iz klasičnih šolskih klopi prenesemo na delovna mesta, na naše objekte, delavnice, pisarne in tudi na svoje domove.

Nikakor namreč ne smemo pozabiti, da je znanje kapital in moč, ki je čedalje bolj cenjen vir na poti k blagostanju. Seveda pa je zato potreben določen napor, toda saj vemo, da brez nič ni nič.

Dejali smo, da so naši postavljeni cilji kakovost, znanje, produktivnost in inovativnost. Ti cilji ne smejo biti samo na papirju. V razviti svet bomo prišli le na osnovi dejanskih rezultatov.

In na tej poti je povečanje in izboljšanje našega znanja eden izmed osnovnih pogojev, ki ga poiščemo doseči s projektom »PIONIR UČENCE SE PODJETJE« in s tako imenovano »Rastočo knjigo«, ki je opredmetenje tega projekta.

Preživeli bodo najboljši

Jože Peterlin, dipl. oec.

Nezmanjšani državni apetiti, vse večja splošna poraba, inflacija, liberalizacija uvoza, vse to je tudi nam onemogočilo normalno delo in uspeh

V decembru leta 1989 sprejeti ukrepi ZIS so ob odklonih, ki so se pojavili letos zarezali globoko rano v uspešnost gospodarstva severnega, razvitejšega dela Jugoslavije. Svoje sta napravila predvsem že v startu nerealni tečaj dinarja, ki je kljub skoraj 100 odstotni inflaciji nespremenjen še danes in praktično popolna liberalizacija uvoza. Dodajmo temu še visoke obresti, ki jih zaračunavajo banke, pa nezmanjšane apetite države in ostale splošne porabe in slika škripajočega gospodarskega mehanizma letošnjega leta je popolna.

Gradbeništvo, kot radi poudarjamo, je barometer gospodarstva. Trditev se, žal, potrjuje tudi v zadnjem obdobju. V tem trenutku skoraj ni gradbene tovarne, ki se ne bi otepal s težavami, predvsem so te povzročene s pomanjkanjem del in nelikvidnostjo investitorjev na eni strani, na drugi strani pa z rapidnim padcem povpraševanja na področju stanovanjske gradnje.

Pionir kot veliko gradbeno podjetje, usmerjeno v času sprejetja ukrepov v pretežnem delu gradnje za trg, zaostrene pogoje gospodarjenja dodatno čuti. Kljub preorientaciji na investicijsko gradnjo in v tujino, je delež gradnje za trg še vedno izredno velik. Pereč problem so velike zaloge gradnje za trg in s tem povezano financiranje, ki ob pomanjkanju lastnega denarja v pretežni meri sloni na tujih virih. Že v mesecu

februarju smo zaradi tega sprejeli ukrepe za sanacijo finančnega stanja podjetja, ki se uresničujejo na nekaterih področjih bolj, na drugih manj uspešno, v celoti gledano pa se stanje ni bistveno popravilo, saj so zunanji vplivi sprosti izničevali vsa naša prizadevanja.

V teh izjemno težavnih trenutkih je skoraj nemogoče dosežati pozitivni rezultat poslovanja, saj se ob znižani zasedenosti zmogljivosti v vsej krutosti kažejo negativni učinki fiksnih stroškov.

Rezultat poslovanja smo uspeli šele ob periodičnem obračunu I-IX spraviti v pozitivno, pozabiti pa ne smemo, da moramo pretežni del ustvarjenega v tem obdobju še vnovečiti na trgu, kar ne bo prav lahko.

V teh trenutkih govoriti o oživljanju gospodarstva zveni skoraj utopično, pa vendar vemo, da lahko ponoven razcvet gradbeništva prinese le ponovno oživljanje, se pravi prav novi investicijski cikel.

Po trenutnih indikacijah ta še ni na vidiku, zato se moramo zaradi kriznega obdobja še bolj usmeriti na tuj trg in poskrbeti za brezhibno organizacijo proizvodnje na domačem trgu. Vse-skozi nas mora spremljati dejstvo, da je slovenski trg za vse slovenske gradbine absolutno premajhen, da je torej naša prisotnost na tujih trgih nujna. Prav tako moramo vedeti, da bodo krizno obdobje preživeli le najboljši. Torej, napnimo vse moči in bodimo med njimi.



Ob otvoritvi novih prostorov HKO PIONIR – Karel Vardijan v.d. direktorja

HRANILNO KREDITNA ORGANIZACIJA

Vloge v HKO Pionir so varne!

Karel Vardijan, dipl. oec.

Za hranilne vloge v naši banki jamči Republika Slovenija – Hranilna služba je imela v tem letu povprečno 5600 varčevalcev, kar je, glede na razmere, dobro

Znano je, da je PIONIR v letu 1980 ustanovil in registriral interno banko za opravljanje nalog finančne funkcije za vse TOZD in skupne službe. Skoraj 10 let je interna banka uspešno vodila vse finančne posle za svoje ustanoviteljice in skrbela za financiranje tekočega poslovanja, kakor tudi razvojnih projektov. V celotnem obdobju je zagotavljala likvidnost in solventnost vseh TOZD.

V skladu z uveljavljenimi spremembami gospodarskega sistema je bil v letu 1989 sprejet nov zakon o bankah in drugih finančnih organizacijah, na osnovi katerega so z dnem 31. 12. 1989 morale prenehati poslovati vse interne banke v Jugoslaviji. O transformaciji interne banke PIONIR smo začeli raz-

mišljati sočasno s pripravo reorganizacije GIP PIONIR, pri tem pa smo izhajali iz naslednjih dejstev:

– interna banka je uspešno povezovala finančne tokove med investitorji in PIONIR-jem ter med kooperanti in PIONIR-jem,

– uspešno je zbirala prosta sredstva ostalih pravnih oseb na širšem področju Dolenjske in Posavja,

– vzpostavila je dobro sodelovanje z zavarovalnicami in bankami,

– organizirala je zbiranje hranilnih vlog.

Skratka, uveljavila se je na finančnem trgu in s tem postavila temelje za bodoči razvoj, nikakor pa ne bi bilo pametno sprejeti odločitev o likvidaciji.

Na osnovi izdelanega elaborata in sklepov delavskega sveta GIP PIONIR ter nekaterih kooperantov, investitorjev in zavarovalnic, je bila 8. 12. 1989 ustanovljena

Hranilno kreditna organizacija PIONIR kot delniška družba (prva na Dolenjskem), PIONIR je večinski delničar in ima na tej podlagi določene pravice, ki jih uveljavlja neposredno na skupščini. Na osnovi večinskega deleža ima 2 predstavnika v izvršilnem odboru, in sicer predsednika in namestnika predsednika izvršilnega odbora ter 2 predstavnika v nadzornem odboru. To navajam predvsem zato, ker nekateri člani kolektiva mislijo, da lahko PIONIR odloča o dnevnih finančnih oz. kreditni politiki in poslovanju HKO.

Za tekoče poslovanje HKO odgovarja le direktor. V kolikor železničarji niso zadovoljni z direktorjevim delom ali s poslovnim rezultatom, lahko edino na skupščini z večinskim glasom zamenjajo direktorja.

V novo delniško družbo smo s 1. januarjem 1990 prenesli vsa sredstva po bilanci stanja bivše interne banke in povečali izvirna sredstva za vplačani delniški kapital novih delničarjev. Z ozirom na to, da smo v novo družbo prenesli posle:

- kreditno poslovanje,
- potrošniško in stanovanjsko kreditiranje,
- hranilne vloge in
- blagajniško poslovanje,

smo bili v družbo prestavljeni tudi delavci, ki so ta dela opravljali v bivši interni banki.

Za potrebe GIP PIONIR je bila v skladu s sprejeto organizacijo organizirana finančna služba, ki je zaposlila ostale delavce bivše interne banke. Po dolgotrajnih pripravah in izvedbi del, se je HKO kot samostojna družba preselil v lastno poslovno stavbo na Novi trg 3, 12. 10. 1990 in si tako zagotovil normalne pogoje za delo s strankami.

POSLOVANJE DRUŽBE

Družba je začela delati 1. januarja 1990 kot pravni naslednik interne banke, zato je nekaj časa poslovala preko obeh žiro računov. Družba je bila vpisana v register pri Temeljnem sodišču v Novem mestu 29. 3. 1990 in samostojno nastopa na finančnem trgu.

Poslovanje nove družbe v navedenem obdobju ni bilo lahko niti enostavno. Učinki ukrepov gospodarske politike za leto 1990 so že v začetku leta izredno poslabšali likvidnost. Ukinitvev oziroma zmanjšanje inflacije in fiksni tečaj dinarja v

primerjavi z DEM, sta zmanjšali količino denarja v obtoku. S tem so se pojavile na finančnem trgu določene omejitve kot n.pr.:

- podaljševanje rokov plačil zapadlih obveznosti,
- omejitve plasmajev bank,
- blokade žiro računov in številni stečajni,
- padec življenjskega standarda in s tem manjša možnost za varčevanje.

Z ozirom na to, da imamo večji del finančnih odnosov s pravnimi osebami iz področja gradbeništva, se njihovo finančno stanje delno odraža tudi v obsegu poslovanja družbe in v poslovnem rezultatu.

Kratkoročno kreditno poslovanje družbe je bilo najboljše, saj so bili potrebni številni krediti, predvsem za likvidnost delničarjev. Tako je bilo sklenjeno 588 kreditnih pogodb oz. odobrenih kreditov.

Glede dolgoročnih kreditov moram omeniti, da smo jih odobrvali predvsem za stanovanjsko kreditiranje in za kreditiranje obrtne dejavnosti. Sredstva za stanovanjske kredite smo pridobili pri Stanovanjsko komunalni banki Ljubljana, za kreditiranje obrti pa pri ZS Triglav.

ZANIMIVO RAZMIŠLJANJE, PREBERITE

Projektiranje ni samo risanje

Tone Globokar, dipl. ing. gr.

Za izdelavo vse mogočih projektov bomo morali poskrbeti za prave možnosti, le na ta način bomo zadostili zahtevam vse bolj izbirčnih naročnikov

Rojstni dan je običajno dan čestitk, dobrih želja, dan veselja in optimizma.

Razmere, v katerih trenutno živimo in delamo, nam ne dajejo razlogov za pretirano veselje in optimizem. Ostajajo pa, kljub vsem težavam, razlogi za čestitke doseženemu, predvsem pa so na mestu dobre želje za boljšo prihodnost.

Prihodnost ne bo postala boljša sama od sebe. Morali ji bomo krepko pomagati.

Pomagati ji bomo morali predvsem z znanjem. Znanje pa bo moralo obsegati mnogo več kot samo stroko. Obvladati bomo morali računalništvo, nove tehnologije, nove materia-

dolenjski območni skupnosti Novo mesto. V obdobju I-IX smo odobrili 81 stanovanjskih posojil v znesku 7.630.914,40 din in 103 potrošniška posojila v znesku 679.242,50 din za nakup proizvodov Keramike in Lesnega obrata. Veliko je bilo povpraševanje po potrošniških kreditih za ostale namene, vendar jih zaradi padanja hranilnih vlog nismo mogli odobriti.

V hranilni službi smo poleg hranilnih vlog na vpogled sprejemali tudi vezane hranilne vloge na 1, 3, 6, 12 in 24 mesecev. Delavci ostalih ustanoviteljev – delničarjev in občani niso pokazali interesa za varčevanje, dokler je bil sedež in blagajniško poslovanje v Bršljinu. Po preselitvi na Novi trg 3 je zanimanje večje, vendar na odločitve varčevalcev močno vplivajo predvsem naslednje razmere:

- rast maloprodajnih cen ob zamrznjenih osebnih dohodkih,
- negotovost glede tečaja dinarja, zato množičen nakup deviz,
- negotovost glede varnosti in jamstva hranilnih vlog pri HKS,

Kljub navedenemu je imela hranilna služba v tem letu povprečno 5600 varčevalcev v

skupni dinarski protivrednosti 2.500.000,00 DEM. To je sicer veliko manj od načrtovanega zneska, vendar upoštevajoč razmere še kar dobro.

Da bi zagotovili varnost hranilnih vlog, smo:

- deponirali pri Stanovanjsko komunalni banki 10 % od stanja hranilnih vlog,
- na osnovi tega pridobili garancijo Stanovanjske banke za izplačilo hranilnih vlog, če bi bila družba nelikvidna,
- s sklepom izvršilnega odbora omejili dolgoročne naložbe iz hranilnih vlog največ 20 % povprečnega stanja,

– na osnovi izpolnitve teh pogojev jamči za hranilne vloge subsidiarno Republika Slovenija.

Iz navedenega izhaja, da so hranilne vloge v HKO PIONIR varne!

Na osnovi registrirane dejavnosti smo opravljali agencijske posle Stanovanjskega kreditiranja v imenu in za račun Stanovanjsko komunalne banke ter tako realizirali 44 kreditov.

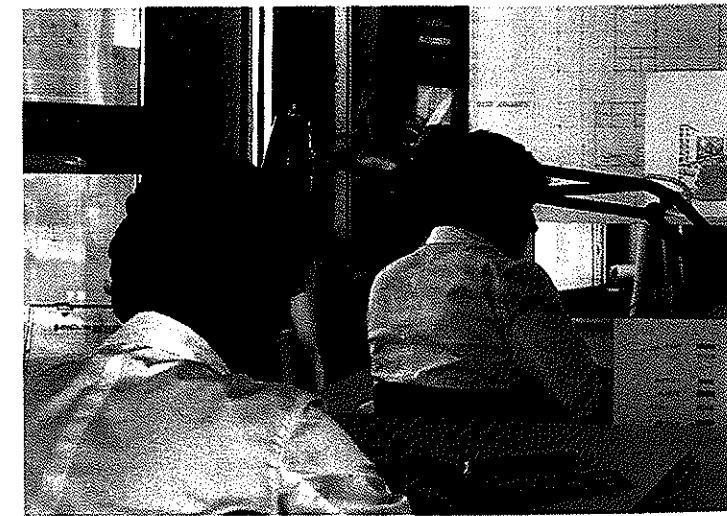
Poslej bomo še bolj razvili in povečali promet z vrednostnimi papirji ter agencijske posle.

le, organizacijo dela, nova področja dela, trženje itd.

Da bomo uspeli, moramo sebe in ostale prepričati, da projektiranje ni samo risanje. To bo pomenilo, da bodo morebiti za izdelavo projektov ustvarjanje možnosti, dobre možnosti za izdelavo takšnih projektov, kakršne uporabnik in izvajalec potrebuje in želita. To pa pomeni: pravočasna in kompletna projektna naloga, realen rok in cena projekta, ki bo omogočila stimulatивно nagrajevanje.

Verjetno podobno razmišljajo tudi drugod v Pionirju.

Z željo, da bi se naše skupne dobre želje uresničile, čestitam Pionirju ob 45. rojstnem dnevu.



TRADICIJA, DOLGA 90 LET!

Peči, trajen pomnik delu

Stjepan Krsnik

Pridne roke naših keramičarjev so oblikovale ter ustvarile našo skupno preteklost, obenem pa so nakazale pot v prihodnost – Konkurenčni s cenami in s kakovostjo

Tovarno šamotnih peči in študilnikov KERAMIKA je okoli leta 1900 osnoval njen lastnik Josip KLEMENČIČ. Sam naslov nam pove osnovno dejavnost tovarne, ki se v teh 90 letih ni spremenila. Proizvodnja je potekala na obrtniški ravni in v zelo težkih delovnih razmerah. Pridne roke so oblikovale in ustvarile našo preteklost ter nakazale pot v prihodnost, saj so izdelane peči trajen pomnik našega dela. Ob priključitvi te dejavnosti k PIONIRJU se začne naša razvojna poti.

Proizvodnja je posodobljena, kadrovske je okrepljen kolektiv tako, da z našimi izdelki zadovoljimo tako domačega kot tudi kupca iz zahodnih držav, ne glede na to, kako je zahteven.

Zavedamo se, da vedno hitrejši tehnološki razvoj v svetu terja nove rešitve, nove pristope v proizvodnji in pri ponudbi izdelkov na trg, kajti nobena razvojna pot ne more biti dokončna in trajna. Zato smo našo proizvodnjo iz serijske preoblikovali v proizvodnjo za

»individualnega kupca«. Proizvodni spekter izdelkov smo razširili, povečali smo mnogostranost uporabe izdelkov, izdelki so »po meri« kupca, kakovostni in v roku izdelani.

Z našimi izdelki smo prisotni na tržišču celotnega jugoslovankega prostora. Iz leta v leto beležimo povečanje izvoza v evropske države, po kakovosti in ceni smo konkurenčni in zanimivi.

Zavedamo se, da v letu, ko praznujemo dva jubileja, 90 let obstoja proizvodnje keramičnih peči, hkrati pa 45 let podjetja »PIONIR«, morajo biti naše sile usmerjene v prihodnost. Z nenehno izpopolnitvijo tehnologije, uvajanjem novih oblik in novih sistemov izgradnje peči, moramo slediti željam in potrebam naših kupcev. Z razvojem prototipa »PIOBOTERM« montažnega keramičnega kurišča, se nam odpirajo velike možnosti na področju proizvodnje in plasmaja peči, ki ne zahtevajo klasičnih postopkov postavitve, temveč je to sistem, ki omogoča kupcu, da jo sam montira po sistemu »NAREDI SAM«.

Pomemben del našega poslovanja predstavljajo tudi dejavnosti zaključnih del v gradbeni-

stvu. S celotno Pionirjevo gradbeno operativno smo prisotni praktično na vseh objektih, ki jih gradimo po Jugoslaviji in svetu. Naši delavci iz zaključnih dejavnosti dajejo pomemben prispevek h kakovosti in pravočasni izgradnji pomembnih objektov v Sovjetski zvezi, LR Poljski. Aktivno se vključujemo in razvijamo sodelovanje z ostalimi gradbenimi podjetji v Sloveniji in Jugoslaviji. V okviru sektorja zaključnih dejavnosti Metlika usmerjamo delež naših zmogljivosti v proizvodnjo kleparskih in kamnoseških izdelkov za potrebe individualnih graditeljev, ravno tako želimo postati pomemben del na vseh objektih. Strokovno, rokovno točno izvajanje, organiziran in profesionalen pristop nam zagotavlja rezultate in zadovoljstvo naših partnerjev.

Ob zaključku poslovnega leta se želim vsem poslovnim partnerjem zahvaliti za dosedanje uspešno sodelovanje, kupcem pa za izkazano zaupanje, ki je za nas obveza in vspodbuda za še boljše in kakovostnejše delo.

Vsem poslovnim partnerjem želim veliko sreče, zadovoljstva in uspehov polno Novo 1991 leto.

PETNAJST LET INOVATIVNOSTI

Vsak četrty delavec je inovator

Jože Gril

Kar 44 odstotkov vseh inovacijskih predlogov je uresničenih, tako da se je zaradi te dejavnosti povečala tudi gospodarska korist – Za boljše dosežke smo odgovorni prav vsi

Prvi odločilni koraki v zgodovini Pionirjevega razvoja na področju inovativne dejavnosti se začnejo z letnico 1975. V tem času so strokovnjaki v Pionirju uvideli, da je znanje zaposlenih veliko večje, kot ga lahko posredujejo ob uresničitvi tekočih nalog. Zato je takratni delavski svet sprejel prvi Pravilnik o inventivni dejavnosti, na osnovi katerega je bila imenovana prva komisija za inventivno dejavnost. Naloge takratne komisije niso bile lahke, saj je bilo potrebno vzbuditi inovativno klimo zaposlenih, jim predstaviti pomembnost inoviranja na področju razvoja podjetja in industrijske lastnine.

Skrumni rezultati prispelih inventivnih predlogov v prvih letih so nas prisilili k analizi stanja in sprejetju ustreznih ukrepov, od katerih sta bistvena dva: 1. Vodilne in vodstvene strukture se morajo maksimalno vključiti na področju inventivne dejavnosti, inovatorjem pa nuditi ustrezno pomoč (moralno in materialno) 2. Na področju inventivne dejavnosti se mora vključiti tudi razvojno-raziskovalni oddelek v smislu strokovne pomoči in prenosa inovacije v prakso. Večjo pozornost je potrebno posvetiti marketingu – urediti področje trženja.

Pomembna je tudi vsakoletna akcija, ki jo izvajamo od leta 1983 dalje pod geslom »Imaš idejo – na dan z njo«. Akcija je potekala v mesecu maju in je prerasla v letošnjo akcijo pod geslom »Imaš idejo – imaš znanje«. S tem smo si pridobili velik krog inovatorjev, kar prikazujejo statistični podatki prispelih predlogov po letih s skupnim številom 751 inovacij.

Realno se je večala tudi gospodarska korist uresničenih inovacijskih predlogov v operativni, saj je 44 odstotkov inovacijskih predlogov realiziranih.

Pri tem ne smemo pozabiti na skupno število naših delavcev, ki so sodelovali z inovacijami v obdobju petnajstih let in z zadovoljstvom ugotavljamo, da je vsak četrty delavec Pionirjev inovator.

Delovni ljudje podjetja vse bolj ugotavljajo, da inventivni predlogi prinašajo korist podjetju, odškodnina avtorjev pa je odraz kvalitete in višine izkazane gospodarske koristi realizirane inovacije. Z uvedbo kolektivne pogodbe se tudi odškodnine inovatorjem bistveno spremenijo.

Zbiranje predlogov je urejeno na področju podjetja, točneje, predlogi so arhivirani po letnikih v Razvojno investicijski službi. Urejanje podatkov poteka tako, da je te posle opravljal tajnik komisije za inventivno dejavnost, pripravljal je gradivo za sestanke komisije (komisijo je mandatno potrdil DS podjetja), zbiral strokovna mnenja in izračune gospodarske koristi.

Komisija zbrano gradivo preuči in poda vrsto predloga (TI – tehnična izboljšava, KP – koristen predlog, KI – koristna ideja), na podlagi zbranega gradiva in izračuna gospodarske koristi, se po Poslovniku izračuna odškodnina inovatorju. To delo je ustaljeno in poteka tudi v sedanji sestavi komisije.

Novosti, ki so bile vpeljane pri obdelavi podatkov na področju inventivnega poslovanja so: 1. Delovno mesto v Razvojno investicijski službi za področje inventivne dejavnosti, 2. Računalniška obdelava podatkov.

1.a) Koncem leta 1987 je bilo organizirano novo delovno mesto za pokrivanje področja invencijsko-inovativne dejavnosti v podjetju, kar pa lahko ugotavljamo, da se je s tem časom bistveno povečalo število prijavi invencij in inovacij.

2.a) Kot posledica uvedbe delovnega mesta je tudi nov način spremljanja podatkov. Z marcem 1988 smo uvedli vodnje inovacij na osebem računalniku s programom: evidenca inovacijskih predlogov – Program je bil za tedanje razmere zadovoljiv in je delal kompletne analize stanja predlogov. Z letošnjim letom smo prešli na nov način spremljanja podatkov preko sistema IBM, podatke urejamo s pomočjo terminala v Razvojno investicijski službi.

Prehodu na tovrstno obdelavo je botrovala potreba stanja v podjetju in širše: – kadrovska informacija za posameznega inovatorja, – področje tehnike (gospodarska panoga) inovacije, – možnost vpogleda in listanje po področjih inovacije, – izračuni odškodnine inovatorjem po izkazani gospodarski koristi.

Na področju nagrajevanja invencijsko-inovacijskih predlogov poznamo več načinov:

1. Odškodnina inovatorjem zaradi gospodarske koristi za realizirane inovacije 2. Nagrade za invencijo – koristno idejo

V podjetju smo uvedli podelitev diplom in značke inovator, kar se je v zadnjih letih s porastom števila inovatorjev preveč posplošilo in ni izkazalo pravega zanimanja. V pripravi je podeljevanje priznanja pod naslovom »INOVATOR – PIONIR«.

V zadnjih letih je Pionir sodeloval s svojimi inovacijami na razstavi v občini Novo mesto



DRUGI O NAS

INOVATIVNA DEJAVNOST V PIONIRJU SE ŠIRI

NOVO MESTO, 6. aprila – Odkar so se v novomeškem gradbenoindustrijskem podjetju Pionir odločili za inventivno akcijo *Imaš idejo – na dan z njo*, zanjejo že lepe uspehe. Lani je inovacijska komisija prejela 28 predlogov tehničnih izboljšav in 95 idejnih predlogov. Poleg tega so štirje Pionirjevi inovatorji lani prejeli nagrade občinske raziskovalne skupnosti. DELO, 6. aprila 1988

(1986) »Inovacija za stabilizacijo«, leta 1988 na regijski razstavi »Inovacije 88« in z razstavo inovacije Pionir in z okroglo mizo v Kočevju »Inovacije pri Pionirju«.

V letu 1989 je bila prva razstava inovacij na gradbenem sejmu v Gornji Radgoni, na katerem je naša inovacija prešla priznanje »Inovator leta« in »Inovacija leta«, ki jo podeljuje TV Slovenija za »Pionireko« program.

Do teh rezultatov smo prišli z inovatorji, ki so vpisani v register invencijsko – inovacijskih predlogov, za boljše dosežke pa smo odgovorni vsi.

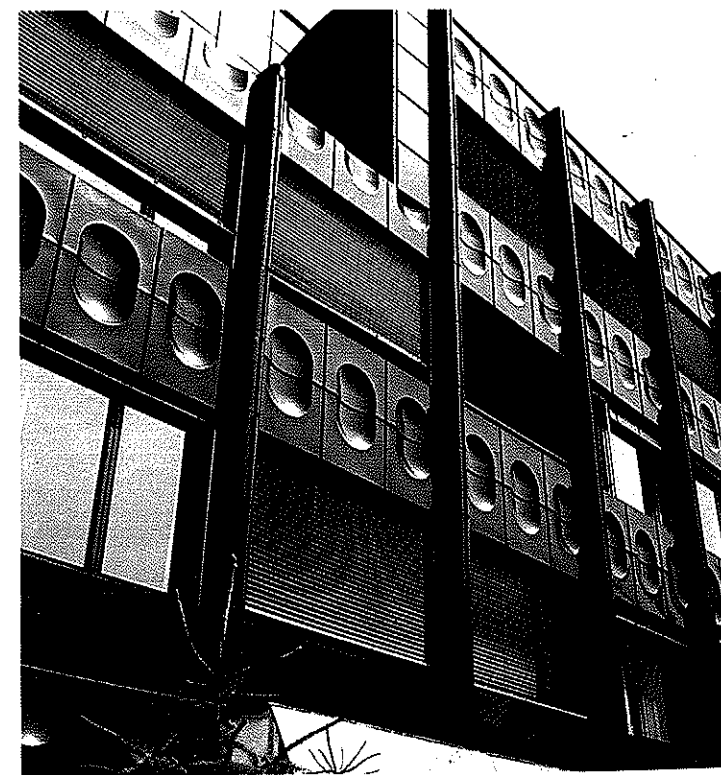
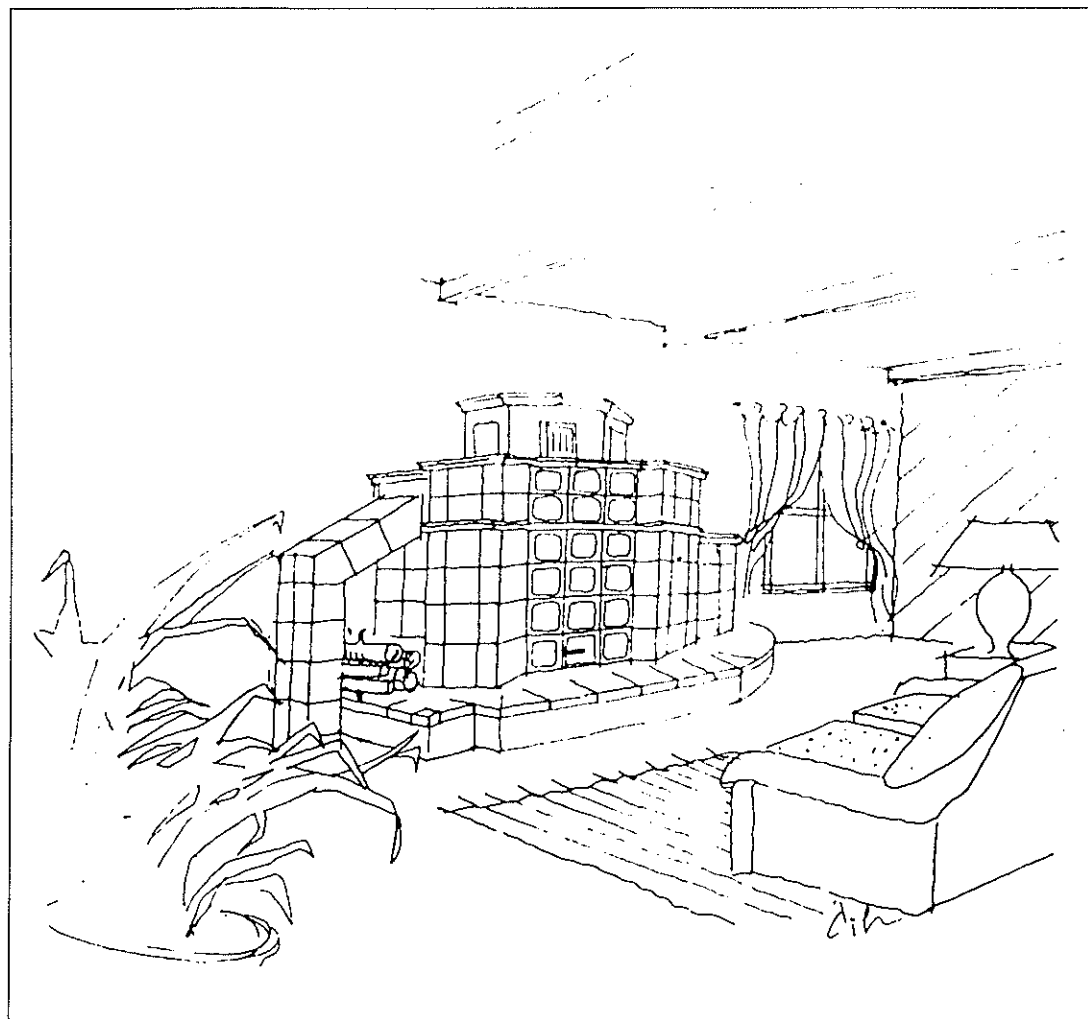


DRUGI O NAS

»PIONIR« SPET NA POLJSKEM

NOVO MESTO – Novomeški Pionir je na Poljskem doslej zgradil dva hotela: V Zakopanah največji poljski hotel Kasprowy in v Varšavi hotel Vera. Zdaj sta z jugoslovanke strani IMOS Inženiring in dubrovniški Atlas ter s poljske strani turistična agencija Wawel turist iz Krakova ustanovila mešano poljsko-jugoslovansko podjetje. V imenu tega mešanega podjetja bo novomeški Pionir gradil na Poljskem svoj tretji hotel, tokrat v Krakovu. Vrednost gradnje bo okoli 19 milijonov dolarjev. Pionir bo projektiral stavbo, gradil in oskrbel hotel z opremo. Vsa oprema, razen tiste, za katero poljska zakonodaja izjemno določa, da mora biti poljska bo jugoslovanska. Hotel bodo pričeli graditi letos v jeseni.

DNEVNIK – TOREK, 31. maja 1988



Zavarovalnica Triglav Novo mesto

OPIS DEJAVNOSTI AVTOHIŠE

Do ugleda pred tridesetimi leti

Slavko Sever

Pot od avtoservisa do Avtohiše je bila dolga, naporna, a očitno uspešna – Zaposlenih približno sto delavcev in delavk – Kmalu tudi butik oprema

Avtoservis »PIONIR« je že pred samim preimenoivanjem v AVTOHIŠO »PIONIR« pridobil svoj ugled že pred 29. leti, ko se je uveljavljala kot servisna dejavnost za vozila ZASTAVA in leta 1964 z RENAULT. Sami začetki servisne dejavnosti so bili v Bršljinu, kjer je bil tudi sedež podjetja. Leta 1961 je bil »PIONIR« imenovan, za pooblaščen servis vozil ZASTAVA, kasneje pa tudi za vozila RENAULT prodajnega predstavnika COSMOS Ljubljana. Trdne vezi z RENAULT-om so se nadaljevale, tudi s proizvajalcem vozil Litostroj Ljubljana ter kasneje z IMV Novo mesto,

danes pa z REVOZOM iz Novega mesta.

Pod dejavnost servisa je v začetku bil tudi oddelek za tovorna vozila, oziroma za gradbeno mehanizacijo in pa tehnični pregledi za širšo novomeško regijo. Glede na vedno večji obseg dela so začeli s projektiranjem novega servisa na novi lokaciji v Ločni.

Najprej smo pričeli s tehničnimi pregledi za osebna in tovorna vozila, in sicer leta 1973. Za tiste čase je bil to vzorčni objekt za tehnične preglede za področje Slovenije, ki je služil tudi za nadaljnji koncept razvoja v drugih republikah.

Istočasno so strokovnjaki projektirali nov servis. Namenu je bil dan leta 1978. S pridobitvijo novih prostorov je Avtoservis postajal vse bolj znan, k nam so prihajale tudi stranke iz cele Jugoslavije.

Kot avtoservis smo imeli kompletno dejavnost, in sicer:

- pooblaščen servis za ZASTAVA vozila,
- pooblaščen servis za RENAULT vozila,
- pooblaščen servis za ADRIA karavan prikolice.

Pri vseh dejavnostih za pooblaščen servis smo strankam nudili kompletne usluge, in sicer:

- avtomehanična popravila,
- kleparska dela,
- ličarska dela,
- avtoličarska dela ter zaščito vozil.

Leta 1984 se je Avtoservis začel intenzivno usmerjati s prodajo vozil po sistemu »staro za novo« ter leta 1990 s kompletno prodajo vozil (staro za novo, samo novo, odkup rabljenih vozil, prodaja rabljenih vozil itd.).

Pri nakupu »staro za novo« omogočamo našim potencialnim kupcem ugoden nakup novega vozila, ker se mu v računu obračuna njegovo staro vozilo, razlika do novega pa je tudi davčna osnova za nakup vozila.

Trend prodaje vozil po letih od 1984 dalje je naslednji:

- 1984– 30 n. vozil in 30 rab.
- 1985– 69 n. vozil in 69 rab.
- 1986– 108 n. vozil in 108 rab.
- 1987– 141 n. vozil in 141 rab.
- 1988– 445 n. vozil in 445 rab.
- 1989– 532 n. vozil in 532 rab.
- 1990– 462 n. vozil in 462 rab.

Leta 1984 dobimo v objektu Avtoservisa prizidek, ki je bil namenjen za lažja tovorna vozila iz programa »ZASTAVA«. To smo letos maja preselili na lokacijo v Bršljinu. V obstoječih prostorih tovornega programa pa so meseca junija prostore obnovili, tako da je v tem delu sedaj razstavni salon za nova vozila.

Leta 1985 je Avtoservis Pionir podpisal tudi pogodbo o servisiranju vozil iz programa VOLKSWAGEN – TAS. Navesti moram še, da je za vse programe izšolan tudi kader, ki svoje znanje prenaša na mlajše sodelavce, s tem pa skrbi tudi za ugled podjetja, v katerem so zaposleni.

V Avtohiši »PIONIR« je trenutno zaposlenih približno 100 delavcev, od katerih je v režijskih službah 20–25 odstotkov.

V letu 1991 bi radi vpeljali še prodajalno z rezervnimi deli za vse zgoraj omenjene programe, kjer bomo nudili kupcem rezervne dele po konkurenčnih cenah in butik opremo za nova vozila iz programa RENAULT. Po to opremo so morali do sedaj v tujino.

Novo mesto, 14. 11. 1990

TRŽNO KOMUNICIRANJE V MARKETINGU

Javnost spoznavati, spoznati in prepričati

Irena Vide, oec.

Uspeh organizacije je še kako odvisen od njenega ugleda, danes radi rečemo imidža – Pionirjev ugled temelji na znanju, lastnih izkušnjah in številnih uspehih

Tržno komuniciranje je prav gotovo integralni del razvijajočega se marketinga v Pionirju. Z uvedbo organiziranega pristopa k raziskavi tržišča skušamo s pridobitvijo ter analizami pridobljenih informacij vplivati na oblikovanje poslovnih odločitev v okviru strategije marketinga.

Krute gospodarske razmere in poslovne usmeritve našega podjetja v tržno gospodarstvo so tudi nam narekovala drugačno organiziranje marketinško-pro-

pagandnih akcij. Le-te naj obvezno temeljijo na vsestranski raziskavi tržišča, bodisi da gre za pridobitev del ali plasma proizvodov na trg, pa naj se gre za

– Komunikacija je ključ do vsega!

I. specializirane programe, stanovanja, poslovne prostore ali večje investicijske objekte.

Rezultati in analize naših akcij so pokazali precejšnjo učinkovitost glede na vloženi denar, mar-

sikje (sopadajoč z drugimi elementi), pa tudi povečano realizacijo.

Kako nam to uspeva? Pri vsaki akciji si zastavimo cilj, ki pelje v dve smeri. Naša naloga ni le predstaviti javnosti kaj podjetje dela in počne, temveč tudi, kaj si o njem mislijo drugi. Poskušamo najti pot do nenehne izmenjave informacij, ki pa ni tako enostavna in preprosta, kot se včasih dozdeva nepoznavalec stroke. Praksa nas je naučila spoznavati javnost, ki pa je zelo različna: treba ji je znati ponuditi svojo stran medalje, pa tudi »priti« do njihove plati. In prav to je včasih težka naloga izvajalcev tržnega komuniciranja.

Iz časopisov in ostalih medijev lahko včasih razberemo tudi temno plat, ko se govori o Pionirju. Zavedati se moramo, da je tudi naša organizacija vsak dan bolj izpostavljena sodišču javnosti. Smo sposobni, delovni, uspešni, kar dokazujejo mnoge naše reference, zato si ne smemo dovoliti, da bi bili v očeh javnosti poraženci.

Tržno informiranje prodaja ne samo izdelek, »prodaja« tudi ugled organizacije.

– Nekomunikacija ne rešuje ničesar!

Uspeh organizacije je danes še kako odvisen od njenega ugleda v javnosti. To so potrdile tudi številne raziskave evropskih integracijskih procesov za leto 1992. Z različnimi oblikami sistematičnega komuniciranja poskušamo v marsičem vplivati na ugled organizacije. Optika pogledov na Pionir je včasih krivična – pogosto tudi po zaslugi slabih in pomanjkljivih informacij, povračilnih ukrepov konkurence in neetičnih novinarjev.

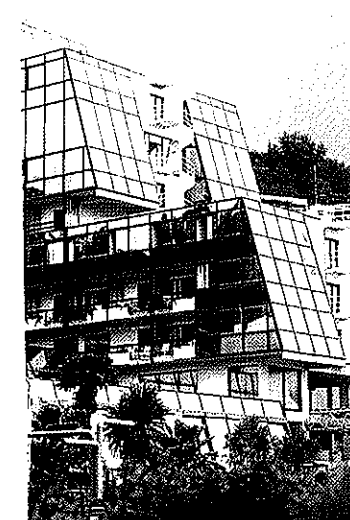
Naš ugled – to, kako nas subjektivno vidijo v javnosti temelji na našem znanju in na naših izkušnjah – te pa so lahko dobre, slabe ... in ne sme nam biti vseeno! Naj bodo dobre, da bo naš ugled močnejši.

– V kriznih okoliščinah je potrebno pospešeno komunicirati!

Ugled v javnosti gradimo dolgoročno, zaslužili smo si ga v 45-letih plodnega dela – ne zapravimo ga po malomarnosti, ker bo trajalo zelo dolgo, da se spet povrne.

Letos smo ga v tržnem komuniciranju soustvarjali:

– z enournu televizijsko oddajo »Poletje v Stinici«, ki je imela v javnosti presenetljivo pozitiven



odmev, oddajo, ki je bila prva tovrstno zasnovana marketing – akcija v Jugoslaviji:

- s sejmsko prezentacijo Pionirjeve ponudbe v Milanu,
- z domačimi razstavami na zagrebškem velesajmu, Ambienti 90, na sejmu gradbeništva v Beogradu, Ljubljanskem pohištvenem sejmu ter sejmu tehnika za okolje,
- s sponzorstvom nad prvotligasem »OK PIONIR« in drugimi sponzorstvi,
- z akcijami »Obveznice Pionir«.

– z ekonomsko propagandnimi sporočili gradnje za trg z geslom »Moj novi naslov bo«, s katero smo se uspešno predstavili tudi na festivalu tržnih komunikacij v Portorožu.

Način, kako organizacija sodeluje z mediji, je enako pomemben, kot njene poslovne odločitve.

– s plakati za inovacije, s programom Pionirka, s programom lesnih izdelkov.

– s prospekti za nov program pečnic in peč, harmonika in preklopnih vrat, kioskov Piki, ter proizvodnim programom MKO,

– s filmsko predstavitvijo in TV spoti:

– opazni sistem PIONIR-ALU, kioski Pionir, objekti gradnje za trg v izgradnji, turistično naselje Stinice in Čatež.

– z oglasi in članki v časopisih, revijah in strokovni literaturi,

– z glasilom Pionir.

Nekatere od naših akcij so vam znane, druge morda ne. Kakorkoli že, v vsaki je delček vseh nas, delček našega doprinosu kolektivu za lepši in varnejši jutri.

Vsakdo izmed nas pa naj bi vedel, da je tudi on del javnosti in da brez javnosti in njenega sodelovanja ni uspeha. To velja za vse nas, ne glede na našo moč in velikost.



TUDI PRI NAS V KORAK S ČASOM

Trgovina z delovnim naslovom PIMEX

Danica Puljak, dipl. oec.

Pimex pomeni Pionir-import-export in priložnost, da s trgovino oplemenitimo prihodek podjetja in na ta način znižamo materialne stroške – Kupcem pomagati tudi z nasveti

Z uvajanjem tržnih načel v jugoslovanskem gospodarstvu, z usklajevanjem porabe z realno ustvarjenim dohodkom in s sprostitvijo uvoza tujega blaga in storitev, se bo konkurenca na jugoslovanskem trgu močno povečala.

Zato si moramo že danes s prilaganjem poslovanja novim pogojem zaslužiti dohodek za spopad s še težjimi jutrišnjimi izzivi.

Z registracijo trgovine na debelo, na drobno ter z uvozom in izvozom proizvodov, se odpirajo možnosti pridobivanja dohodka s prodajo blaga in storitev drugim podjetjem, trgovskim organizacijam, kot tudi obrtnikom in zasebnikom.

Organizacijsko je trgovina, za katero predlagamo delovno ime PIMEX (Pionir-import-export), samostojna organizacijska enota v področju marketinga. Glede na obseg in način poslovanja, bi bila to grosistična trgovina, ki bi prodajala blago predvsem iz svojega skladišča in oskrbovala detaljistične trgovine, uporabila tranzit ter prodajala lastne proizvode podjetja.

Odprta naj bi bila nadaljnja možnost razvoja ter organizacija lastnih detaljističnih trgovin na področju, na katerih niso TEG-i

zainteresirani, skrbela bi za sovlaganje ali poslovno sodelovanje z drugimi podjetji, za skupno nastopanje na tujih tržiščih ter izrabila možnost organiziranja trgovskih predstavništvi v tujini.

Posebno pozornost bomo posvetili prodaji preko stalnih trgovskih predstavništvi (Rijeka, Ljubljana, Zagreb, Novo mesto), kakor tudi prodaji s pomočjo trgovskih potnikov.

Predvidena je organizacija specializiranih trgovin po TEG-ih za lastne izdelke in za tehnično blago, sestavljenega sortimenta, na katerih bodo specialisti za to blago lahko kupcem pomagali z dobrimi nasveti pri odločitvah in dajali strokovne nasvete o načinu uporabe.

Na ravni podjetja bomo usklajali cnotno izvajanje poslovne politike in ostalo, kot so skupne letne pogodbe z dobavitelji, pravilnik o delitvi osebnega dohodka in prodajne cene lastnih proizvodov.

Smo gradbeno industrijsko podjetje, trgovina pa je oplemenitenje prihodka podjetja ter namen doseganja boljših pogojev nabave blaga od dobaviteljev, kar bi imelo za posledico znižanje naših materialnih stroškov.



Naš pevski zbor na enem od kulturnih srečanj gradbenih delavcev Slovenije – Brežice 1986.

O KULTURNI DEJAVNOSTI

Malo, a bogato

O bogatem kulturnem življenju v Pionirju ne moremo pisati

Le v zadnjih nekaj letih smo dali mesto tudi tej dejavnosti: – ustanovili smo svoj mešani pevski zbor, – organizirali nekaj proslav za 8. marec, 1. maj in ob srečanju jubilaritov in upokojencev. – Organizirali smo ogled razstav in prireditve izven Novega mesta, izvedli kviz med nekdanjimi TOZD-i, ki je imel dober odmev, na temo »NOVO MESTO – PIONIR – GRADBENIŠTVO«, – letos pa vsak mesec organiziramo likovne razstave in razstave fotografij.

TUDI JUBILEJ PEVK IN PEVCEV

V kratkem času do kakovosti

Katjuša Borsan

Pevski zbor smo dobili pred desetimi leti in očitno ni šlo za eno lastovko – Zaradi rednih vaj si je tudi Pionirjev pevski zbor pridobil veliko poslušalcev

Skupna ljubezen do zborovske pesmi je kmalu obrodila tudi prve sadove. Pevke in pevci so se zbrali na prvem sestanku pred desetimi leti – septembra 1981, z željo, da ustanovijo pevski zbor. Pobude za ustanovitev so prihajale iz različnih vrst.

Začeli so vaditi. Najprej enkrat na teden, kaj kmalu pa so spoznali, da je potrebno več. Vaje so podvojili. Z veliko volje in truda jim je uspelo, da so se prav kmalu predstavili že na slavnostni seji delavskega sveta 17. oktobra 1981 ob 35-letnici Pionirja. Poželi so lep aplavz in s tem potrdilo, da so na pravi poti. Vrstili so se nastopi: od predstavitev svojim sodelavcem v športni dvorani Marof, pa v menzi takratnega gradbenega

sektorja v Zagrebu, v Artičah za delavce Togrela in krškega sektorja, peli so za jubilarite v Domu H.A. delavcem v Ljubljani, se udeležili vseh vsakoletnih kulturnih srečanj gradbenih delavcev Slovenije, občinskih revij pevskih zborov v Novem mestu. Res lepo število nastopov v tako kratkem času. Zbor je bil povsod prisrčno sprejet in je požel nemalo pohval.

Verjetno ni veliko zborov, ki so v tako kratkem času zaživeli in katerih pesem bi bila tako ubrana kot ravno Pionirjeva.

V načrtu imajo pester program. Vse to bodo z vztrajnim delom in voljo, ki so jo do sedaj pokazali, zlahka dosegli in prav je, da jim zaželimo še veliko uspehov in da bi pesem iz njihovih grl čim večkrat prišla do nas.

Ob visokem jubileju lahko izmed vodilnih delovnih organizacij na področju športne rekreacije.

2. V zadnjih letih je ta dejavnost zamrla in ostajajo le še spomini na dobre, stare čase.

Prav je, da nekaj besed namenimo Sindikalnemu športnemu društvu »Pionir«, ki je bilo nosilec takoimenovanega sindikalnega športa do sredine osemdesetih let. ŠSD »Pionir« je bilo ustanovljeno leta 1953, v letih entuziazma, v letih, ko je šport pomenil pomemben prestiž in je tudi pomembno vplival na poslovno politiko delovnih organizacij. Res je tudi, da v tistih letih ljudje niso imeli široke palete možnosti za vključevanje v različne druge dejavnosti in je bil šport najlažja oblika uveljavitve. Tega so se zavedale tudi delovne organizacije, ki so s tem kazale svojo dobro organiziranost in delovno uspešnost.

ŠPORT IN REKREACIJA:

Ostaja le spomin na dobre čase

Marko Grandovec

Pionirjevo športno društvo so ustanovili že davnega 1953. leta – Bili smo med najboljšimi športniki med slovenskimi gradbinci in dolenski delavci

Ob visokem jubileju lahko izmed vodilnih delovnih organizacij na področju športne rekreacije.

2. V zadnjih letih je ta dejavnost zamrla in ostajajo le še spomini na dobre, stare čase.

Prav je, da nekaj besed namenimo Sindikalnemu športnemu društvu »Pionir«, ki je bilo nosilec takoimenovanega sindikalnega športa do sredine osemdesetih let. ŠSD »Pionir« je bilo ustanovljeno leta 1953, v letih entuziazma, v letih, ko je šport pomenil pomemben prestiž in je tudi pomembno vplival na poslovno politiko delovnih organizacij. Res je tudi, da v tistih letih ljudje niso imeli široke palete možnosti za vključevanje v različne druge dejavnosti in je bil šport najlažja oblika uveljavitve. Tega so se zavedale tudi delovne organizacije, ki so s tem kazale svojo dobro organiziranost in delovno uspešnost.

Ob visokem jubileju lahko izmed vodilnih delovnih organizacij na področju športne rekreacije.

2. V zadnjih letih je ta dejavnost zamrla in ostajajo le še spomini na dobre, stare čase.



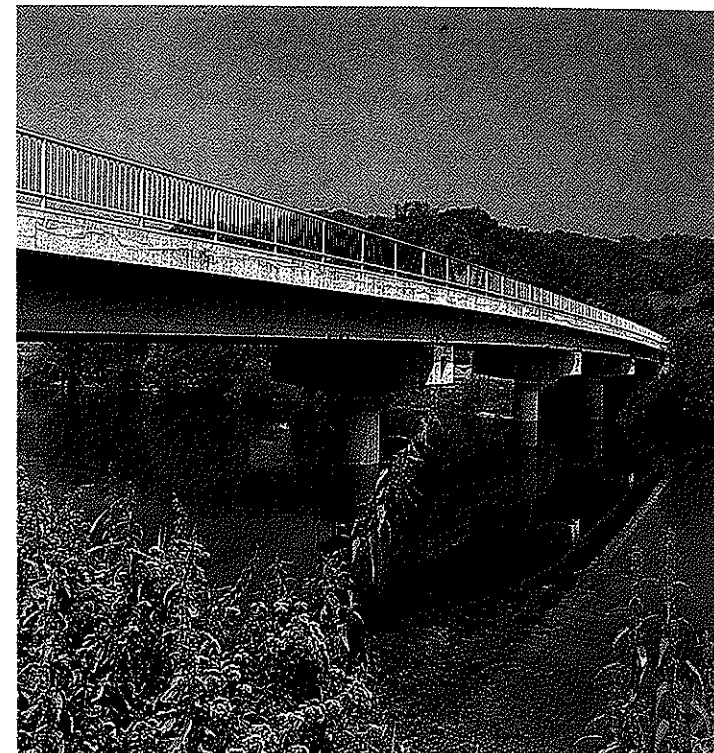
Zimske ŠIG v Kranjski gori

čarsko, namiznoteniško, teniško, planinsko, atletsko, kolesarsko in plavalno.

Vsaka sekcija zase je postala že mali klub, v katerega delo so se vključevali moški in ženske. Tekmovali so na delavskih športnih igrah, športnih igrah gradbincev, športnih dnevih podjetja in raznih drugih priložnostnih tekmovanjih.

V letih razcveta naše družbe, to je od sredine šestdesetih, do konca sedemdesetih let, se je v sekcijah ŠSD treniralo vestno in redno in temu primerni so bili tudi rezultati. Tekmovanja med delovnimi organizacijami so bila vse dražja, čedalje bolj mogočna in čedalje bolj odmevna. Športna rekreacija je izgubila svoj smisel. Postavila se je v službo rezultata za zmago podjetja.

Toda, kot pravi ljudski pregovor: vsega lepega je enkrat konec. Športna rekreacija ni več tisto, kar je bila nekoč. Težko se je sprijazniti s tem, da se prestrukturiranje ne more izvrševati samo v drugih družbenih dejavnostih ločeno od športa. Šport je pomemben kazalec razvitosti družbe in v ožjem smislu tudi podjetja. Zato ni naključje, da v



Most v Dragi

letu 1990 športnih iger gradbincev nismo imeli in jih še nekaj časa ne bo. Udeležba na delavskih športnih igrah je bila vse slabša in tudi ne kaže, da se bo izboljšala. To kaže, da je določene oblike športne rekreacije povozil čas.

V ospredje prihajajo sodobnejše oblike športne rekreacije, ki zahtevajo čas, denar in določena znanja. Prav zato se lahko ugotovi, da se čedalje manj delavcev ukvarja z rekreacijo. Živimo pač v času, ko je potrebno individualno potrošnjo močno racionalizirati. Športna rekreacija tako postaja stvar vsakega posameznika, ki sam odloči kam s svojim prostim časom in denarjem.

Seveda ne gre pozabiti dolgoletnega dela vseh amaterskih športnih delavcev, ki so vlagali svoj trud v razvoj športa v Pionirju. Verjetno so bili to časi, ki so zahtevali takšno organizacijo in načine delovanja. Glede na to je jasno, da je bil Pionir med najboljšimi. Iz tega je izšlo tudi pokroviteljstvo nad elitno športno panogo v Novem mestu odbojko. Odbojarski klub Pionir je edini novomeški klub, ki je tekmoval v prvi zvezni ligi in tudi trenutno najvišje rangirani dolenski športni kolektiv. Navkljub težavam GIP Pionir vztraja kot sponzor, saj gre za dolgoletno tradicijo.

V preteklosti je bil šport ena izmed pomembnih dejavnosti, ki so spremljale Pionirjev vsakda-

njk. Preteklo pa bo še precej časa, preden bo Pionir v novih pogojih delovanja in glede na drugačne zahteve, ki se postavljajo pred šport in športno rekreacijo, dosegel aдекватne rezultate na tem področju. Mogoče celo nikoli.



DRUGI O NAS

USPEŠNO SPOPADANJE S KRIZO

NOVO MESTO – Velik del zaslug za to, da Pionir uspešno krvari skozi krizo, imajo dela v drugih republikah, kjer je sicer zelo huda konkurenca in usmeritev v turistične gradnje. Pionir kar preko 50 odstotkov del izvaja v drugih republikah, predvsem na Hrvaškem ter v BiH. Tako smo bili zadnja leta polno zaposleni in smo dosegli primerne rezultate, tudi v razvoju podjetja in v prestrukturiranju. V zadnjih petih letih je Pionir zmanjšal število zaposlenih v gradbeni operativi za okrog 700 delavcev, širši so druge dejavnosti, zlasti kovinarstvo, instalacije, keramiko in zaključna dela, kar se jim obrestuje.

DOLENSKI LIST,
28. jan. 1988

NAŠI POGOVORI

V naslednjem zapisu vam bomo predstavili nekaj naših dolgoletnih starih sodelavcev.

Za imena in priimke se nismo odločali načrtno, pač pa smo se kar tako sprehodili med našimi delavci, da bi slišali nekaj njih-

vih mnenj in spominov. Skupno vsem našim intervjuvancem je to, da so že več kot trideset let v hiši, ki ji pravimo Pionir. Njihove zgodbe bi lahko bile tudi zgodbe vsakega od 3680-članskega kolektiva. Pa začnimo kar s prvim.

Spomini na lepe in težke dni



Alojz Štrasberger

Alojz Štrasberger ima na svoje začetke v Pionirju lepe spomine. Kako tudi ne, saj segajo v čas izpred trideset let, ko je bil Alojz mlad in močan in ko je prišel v Lesni obrat kot mnogo drugih mladih fantov. Takole niza svoje spomine: »Najprej smo delali okna in vrata za Zavod za socialno zavarovanje. Vodja obrata je bil pokojni Alojz Košir. Bilo nas je 50 delavcev, strojev je bilo malo, pomagali smo si le z nacionaliziranimi Jevškovi. Še danes se spominjam, da smo imeli eno debelinko, poravnalko, tračno žago, cirkular in frezar. To so bili lepi časi. Krasili so jih odlični medsebojni odnosi. Spominjam se, da smo več delali

kot danes, nobene sobote nismo imeli proste; odmor med malico je bil samo petnajst minut. Malico smo ponavadi prinesli kar seboj, malo marmelade, 1/4 kruha pa je bilo.«

Leta 1958 je Alojz Štrasberger zbolel za tuberkulozo. Sedem mesecev je bil v bolnišnici, nato na bolniški. Ko se spominja ostalih neprijetnosti, opozori na to, da se je na delo vozil iz Šmarjete, in sicer vsak dan s kolesom. Zaprošil je tudi za stanovanje, a ga ni dobil, čez leto pa se je lahko preselil v barako, tako da se mu ni bilo treba več voziti s kolesom. Takrat je naš Alojz prvič in tudi zadnjič pomislil, da bi zapustil Pionir.

Iz življenja za življenje



Silva Žnidaršič

Silva Žnidaršič je danes blagajničarka v Gradbeni operativi Novo mesto. V Pionirju je že od 1956 leta. Zase meni, da je bila vedno bolj v ozadju, da se ni nikoli gnala v ospredje. Tudi ona se rada spominja tistih pionirskih dni, ko je delal vsak po svojih močeh, ko prostega časa skoraj da ni bilo, ko so delavci z veseljem preživeli 10 dni rednega dopusta z družino.

»Res, delali smo od jutra do večera.« se spominja mladih in veselih dni v Pionirju naša blagajničarka. »Delali smo radi, bili smo sproščeni, zadovoljni, pa čeprav ni imel nihče plačane nadure. Nihče se ni upiral, takratno naše delo je bilo prepleteno z ljubeznijo. Povem kar

po pravici, da tista leta danes močno pogrešam.«

No to je Silva Žnidaršič malce po žensko pokritizirala. Ni ji všeč, da ni več poslovne morale, da ni več strpnosti, da ni več tisege za Pionir nekdanjega, človeškega stika. Ko prihajajo delavci k njej, so mrki, zanima jih izključno denar, in le malo jih je, ki zastavijo tisti človeško topel »kako si kaj«.

»Zanimivo je, da jih moramo poslušati in jim svetovati.« Silva Žnidaršič pač lahko govori iz svojega življenja za življenje.

To je le ena od zgodb, kakršnih se spomni naša intervjuvanka. Sama pravi, da je v Pionirju pač toliko zanimivih zgodb, kolikor je zaposlenih.



Franc Šlejkovec

Iskrene misli starega mojstra

Franc Šlejkovec je skromen človek. Zase je prepričan, da nima daru govora, zaveda pa se, da je iznajdljiv in pri delu priden človek. Sodeč po pogovoru z njim lahko zapišemo da je navkljub temu zgovoren in kritičen. Takole pravi:

»Nikoli si nisem mislil, da bo po petintridesetih letih v naši državi tako hudo. Nam osebno še ne gre za nohte, a moti me, da danes predvsem gledajo, kako bi čimveč zaslužili in čimmanj naredili. Včasih je bilo tako, da smo vedeli, koliko smo dobili za svoje delo, in bili smo zadovoljni. Danes se zdi, da bi nekateri radi najprej dobili plačilo, potem pa delo opraviti. Pri Pionirju sem trintrideset let. V tem

času v našem sektorju nismo posodabljali orodja. Takrat, ko sem prišel v našo delavnico, je bila ena najboljših, sodobno opremljena, danes je močno nazadovala.«

Franc Šlejkovec je kritiziral današnje izobraževanje. O mladih meni, da nimajo dovolj praktičnega znanja, stare generacije so poznale pilo, današnje Zakon o samoupravljanju. Danes se dela le serijsko in strojno. Moti ga tudi to, da so mladi v poklicni šoli tri leta, in skoraj nič v delavnici. Včasih je bilo ravno obratno, a škoda, ker takšnih mojstrov, kot so stari mački, ni več. Skratka, to so iskrene misli starega mojstra Franca Šlejkovca.

Z rokami in z znanjem



Stanislav Klobučar

Stanislav Klobučar je v Pionirju prišel 19. oktobra 1949. leta. Po kratkem času dela je odšel k vojakom in od 1954. leta naprej je vseskozi, kot pravi sam, Pionirjevec. Najprej je bil vajenec v tesarski delavnici in kaj kmalu je okusil vse pasti in tegobe vajenskega življenja. Z marljivim delom si je nabral veliko izkušenj, postal je inštruktor, zdaj pa je delovodja v tesarski delavnici.

Tudi on se na prve začetke spominja z nekakšno neznostjo. Gube na obrazu se mu ob tem

zmehčajo, in čeprav je zelo redkobeseden, mu stavki o prvih dneh v Pionirju hitro stečejo:

»Veste, delali smo predvsem z rokami in z veliko znanja. Danes so naše roke zamenjali stroji. Če bi primerjal tiste čase z današnjimi, bi v obeh primerih našel veliko pohvalnih pa tudi slabih stvari. Danes najbolj pogrešam tisto kleno prijateljstvo, ko smo bili v tesarski delavnici in v celem Pionirju kot ena sama velika družina. Danes pa veste kako je. Vsak skrbi le za sebe, ni več prave solidarnosti.«

Takole niza Stanislav Klobučar. Ko ga človek posluša, si ne more kaj, da mu ne bi pritrtil. Večkrat bi se morali pogovarjati z našimi stari mojstri, kajti na

ta način bi v mnogih primerih prišli do nekaterih naših ciljev po bližnjici. In to načelo smo v Pionirju, kot pravi Stanislav Klobučar, upoštevali.

Rešiteljica dolenjska trma



Alojz Simonič

»Snega je bilo za meter in čez. Na kolesa sem montiral stare verige. Zdržale so le do avtoceste. Tudi avtocesta ni bila pljučena tako, kot je danes. In v takšnih razmerah sem moral zapepljati Petra Ivanetiča, takratnega direktorja centralnih obratov, na Otočec.«

Takole se spominja ene svojih prvih nalog, ko je prišel v Pionir. Alojz Simonič, vodja skladišča v MKO. Tudi sicer Simonič raje kot o prihodnosti govori o preteklosti. V tem času je namreč naše podjetje iz majhnega in neznanega zrastle v evropsko podjetje in Alojz Simonič je prepričan, da gre za sluzga za to prav

vsem začetnikom, 'pionirjem' v PIONIRJU.

»Ko sem prišel v podjetje, ni bilo asfalta, videl sem le dva parkirana avtomobila. Eden je bil za takratnega direktorja, drugi od ing. Čmaka to je bil njegov lastni avto. V podjetje sem prišel v tistem času, ko je bilo v hudih težavah. Toda z dobro politiko, pridnimi in potrpežljivimi delavkami in delavci se je zgodil mali čudež. Zasluga zanj in za Pionirjev uspeh gre dolenjski trmi, kajti takrat nihče ni hotel reči ne bom delal. Vedeli smo, da delamo zase, za svoje otroke in delovna disciplina je bila na višku.«

Leto XXIV, številka 6.234

Izdano ob 45-letnici GIP Pionir.

Prilagodil oddetek za tržno informiranje v marketingu. Glavna in odgovorna urednica Katjuša Borsan. Glasilo je izšlo v decembru 1990 v nakladi 7000 izvodov.

Naslov uredništva: Glasilo kolektiva GIP »Pionir«, 68000 Novo mesto, Kettejev dvored 37. Stavek, film, tisk: Tiskarna Novo mesto.

CUOTJSKI oddetek
69(497.12 N.mesto)(07)
PIO

II 5309/1990

69(497.12 Novo mesto)(07)



919940402,6

KNJUZNICA M. JRROR, NOVO MESTO
COBISSE #E224

