

A portrait of an elderly woman with short, wavy grey hair, smiling gently at the camera. She is wearing a black blazer and a dark scarf with a vibrant floral pattern in red, purple, and green. Her hands are clasped in front of her. The background is a plain, light grey.

S predlogi zaposlenih do 450 tisoč evrov

Barbara Perko, foto: Barbara Reya

dr. Jožica Rejec

DOMEL, d. o. o., Železniki

Več kot petsto predlogov inovacij zaposlenih je Domelu omogočilo, da so privarčevali skoraj pol milijona evrov. Zaposleni so ponosni, da so inovatorji, pravi dr. Jožica Rejec.

S podjetjem ste povezani že 37 let. Kako se je začela vaša pot v podjetju?

Začela sem kot študentka v srednji šoli, potem na fakulteti. Vsako poletje sem prihajala za en mesec na prakso. Nato sem v glavnem delala na razvoju kot elektroinženir, nekaj časa sem razvoj tudi vodila. Zdaj bo vsak čas deset let, kar podjetje vodim.

Pogrešate delo v razvoju?

To me vedno zanima. Spremljam razvojne projekte, tudi na programskem svetu vsak mesec o tem poročajo. Ne obremenjujem se s tem, vendar kakšen projekt pa že želim vsaj približno razumeti in se o njem na kratko pogovoriti.

Kako ste oblikovali vizijo in poslanstvo podjetja?

Kar nekaj časa smo potrebovali, da smo se dogovorili in razumeli, kaj hočemo imeti v poslanstvu in kaj v viziji. Naše poslanstvo je kot razvojni globalni dobavitelj zagotavljati kvalitetna delovna mesta, kar je povezano z našo lokalno umestitvijo in z lastništvom. Naša vizija je, da smo razvojni globalni dobavitelj elektronsko komutiranih pogonov in da ohranimo vodilni položaj na trgu sesalnih enot.

Kje se vam zdi, da je v podjetju najbolj viden vaš pečat?

Moje mnenje je, da predvsem v gradnji zaupanja. V tem, da je treba poudariti tisto, kar je dobro in iskati v vsakem tisto, kar je njegovo najboljše. Spoštovati je treba različnost, iz česar lahko pridemo do najboljših

rešitev. Menim, da je moj pečat viden tudi pri tem, da si na sestankih sedaj res vsak upa reči tisto, kar misli. Sodelavce poskušam navduševati in motivirati, da se bodo tudi sami razvijali. Zelo sem vesela, ko vidim, da nekdo prevzame pobudo in pride na dan z dobrimi idejami.

V svoji karieri ste prejeli številne nagrade. Kaj vam pomeni ta nagrada?

To nagrado vidim kot nagrado Domelu, mojim sodelavcem. Prav bi bilo, da bi tam bila cela ekipa. Vesela sem, da zares postaja pomembno trdo delo, tisti rezultati v proizvodnem gospodarstvu, ki temeljijo na lastnem razvoju, na tistem tudi malo bolj počasnem, a trajnostnem razvoju.

Med drugim ste tudi ambasadorica znanja, priznanje, ki ste ga prejeli za delo pri izboru perspektivnih kadrov. Na kaj ste najbolj pozorni, ko iščete nove ljudi?

Mi jih večino dobimo s štipendiranjem. Sem in tja seveda poiščemo tudi koga od zunaj. Pri sodelavcih skušamo prepoznati temeljne vrednote, sposobnost iskanja rešitev, poštenost, pripravljenost sodelovati.

Podpirate več kot 50 dijakov in študentov. Kolikšen delež jih ostane v podjetju?

Letos imamo 73 štipendij, izobražuje pa se tudi 60 naših zaposlenih. Več kot 90 odstotkov štipendistov ostane v podjetju.

Naš cilj je zagotoviti kvalitetna delovna mesta čez deset, dvajset let.

DOMEL, d. o. o., Železniki

- Prodaja se je v zadnjih treh letih povečevala po 3,4-odstotni povprečni letni stopnji.
- Imajo 15-odstotni svetovni tržni delež in 60-odstotni evropski tržni delež na trgu sesalnih enot.
- Več kot 40 odstotkov izdelkov je mlajših od treh let.
- Iz naslova razvoja in inovacij so v zadnjih treh letih ustvarili 146 novih delovnih mest.
- Glavni slogan strategije in vizije družbe je Trajnostne inovativne rešitve.

Letošnji nagrajenci

Prisotni smo v baterijskih vrtnih orodjih proizvajalcev, kot sta Stihl in Husqvarna.

Podjetje je izjemno razvojno naravnano, letno namenite temu več kot tri odstotke prodaje. Imate veliko število zaposlenih v razvoju. Je to Domelova glavna prednost pred konkurenco?

Zagotovo. Razvoj in tudi same kapacitete. Ti projekti so lahko do neke meje idejno ali konceptualno pred-projekti, potem pa se vse odvija naprej v sodelovanju s kupci. Če sodeluješ s kupci, potem tudi dobiš podatke, kaj pravzaprav potrebujejo. Tudi kompetence gredo v smer širitve poznavanja končnih izdelkov.

Znotraj podjetja imate poseben sistem, s katerim zbirate nove predloge. Koliko časa ga že izvajate?

Program SORA je postavljen že petnajst, šestnajst let. Vsakdo, ki ima računalnik, lahko dostopa do njega, proizvodnim delavcem pa vlogo vnesejo mojstri. Na začetku je bilo nekaj nevoščljivosti in skepticizma. Ljudje v sistem vnesejo svojo idejo, ki jo je pogosto treba še nadgraditi, bodisi skupaj s tehnologom bodisi skupaj z oddelkom za vzdrževanje. Že nekaj let imamo koordinatorja za ta program, ki se z vsemi pogovori in skupaj poiščejo način, kako idejo uresničiti. Enkrat na leto podeljujemo nagrade za inovativnost. Ljudje so ponosni na to, da so inovatorji. Poskušamo vzpostaviti kulturo, da je vsako delo kvalitetno, če so ideje nove.

Program se je izkazal kot zelo učinkovit. Na podlagi predlogov tudi privarčujete.

Predlogi so z vsakim letom boljši. Lani jih je bilo nekaj manj kot petsto. Smo pa v lanskem letu na račun predlogov iz leta 2013 in 2014 imeli več kot 450 tisoč evrov prihranka.

Kako nadzorujete tiste, ki vam sledijo? Kitajski trg je znan po tem, da radi kopirajo stvari.

Kitajci nas kopirajo po dolgem in po čez. Rešitev je v tem, da vsaka tri leta na trg damo novo generacijo, ki ima manj materiala in je boljša. Mi imamo nekaj patentov. Na Kitajskem smo pred leti, ko smo začeli z novim zelo inovativnim izdelkom, zaščitili obliko. Če kopirajo, kopirajo tako vse. Sicer pa smo pri patentih zelo selektivni. Če gre res za kakšno novo rešitev, jo patentiramo. Patent je treba spremljati, kršilce pa moram sam preganjati, kar je strošek. Bolj kot preganjanje je pomembno vlaganje v nov razvoj.

Se partnerji obračajo na vas z na videz nemogočimi zahtevami?

Nam je to vedno izziv. Že kar nekajkrat se je na videz nemogoča zahteva izkazala za izvedljivo. To je predvsem odvisno od karakteristik, zanesljivosti, življenjske dobe. Izjemen pritisk je na cenovni del, zato je s cenovnega vidika ogromno inovacij.

Vaš glavni trg je tujina, saj 90 odstotkov prodate tam. Na katere tuje trge v prihodnje še računate?

S sesalnimi enotami smo omejeni na sedanji krog. Z bolj profesionalno izvedbo, tudi iz programa elektronsko komutiranih pogonov, pa smo lani vstopili na ja-



Zdi se mi, da se je spremenila meja, kaj vse je še pošteno.

Lojze Demšar, sodelavec, o Jožici Rejec

»Razvijmo najboljše produkte na svetu!«

»Naša direktorica je predana firmi in zasleduje cilje, ki si jih zastavimo. Praviloma postavlja visoke cilje. Pri njej cenim to, da je človek dejanj. Brez oklevanja se bo vkrcala na letalo za Azijo ali Ameriko, ko to narekujejo okoliščine. Dokaj heterogeno ekipo je uspela uglasiti in usmeriti k skupnim ciljem. Direktorica zna pohvaliti uspehe. Pogosto reče, "Poglejmo, kje smo boljši od konkurence, razvijmo produkte, ki so najboljši na svetu", zato je Domel uspešen.«

T. K.

ponski trg. Tipljemo malo po Indiji, nekaj prodajamo tudi že v Ameriko. Tudi na amerškem trgu nastopamo s profesionalnimi aplikacijami in motorji oziroma sistemi za prezračevalne sisteme. Prisotni smo v baterijskih vrtnih orodjih proizvajalcev, kot sta Stihl in Husqvarna. Rešitve, ki jih imamo, so zelo dobre. Kar nekajkrat se nam je že zgodilo, da so do nas prišli konkurenti naših kupcev in nam rekli, da so videli naš izdelek in bi ga radi imeli tudi v svojih izdelkih.

Podjetje je v lasti zaposlenih, bivših zaposlenih in upokoencev.

Želja, da postanemo lastniki, je bila prisotna že od začetka. Naš cilj je zagotavljati kvalitetna delovna mesta čez deset, dvajset let, vlagati v to in iskati vedno boljše rešitve. Tega prej ni bilo. Če smo sami lastniki, lažje to zagotavljamo, kot če bi bil to kdo od zunaj, ki bi imel kratkotrajne interese.

Podjetje je močno vpeto v lokalno okolje. Kako bi opisali sodelovanje z lokalno skupnostjo?

Letno lokalnemu okolju damo okoli 100.000 evrov. Zadnji dve leti dajemo več kot prej. Denar namenjamo za športne dejavnosti, kulturo, gasilce, 50.000 evrov smo dali občini za obnovo bazena. Predvsem želimo, da so mladi aktivni in živijo naše vrednote – vztrajnost, ambicioznost in delavnost. Če bo to zdravo okolje, so to potem tudi naši bodoči sodelavci. Sama se aktivno vključujem v Zavod za spodbujanje podjetnosti mladih. Gre za sistem praktičnega izobraževanja podjetništva v srednjih šolah, običajno v 3. letniku. Mladi ustanovijo podjetje, razvijejo idejo in izdelek, ki ga naredijo in nato prodajajo. Vse skupaj zaključijo s finančnim poročilom. Priredi se zaključno tekmovanje, najboljše podjetje pa se potem udeleži evropskega tekmovanja. To poteka sedaj tretje šolsko leto. Sodelujem kot predsednica sveta zavoda in vodja komisije. Pomagam pridobivati sponzorje za financiranje izobraževanja mentorjev, za pripravo zaključnega tekmovanja, itn. Vsako leto se število sodelujočih povečuje. Prepričana sem, da je to za vse bodoče startupe, podjetnike dokaz, da je v podjetju treba delati skupaj.

Kdo je vplival na vas in kako?

Na žalost nisem imela priložnosti imeti nekega mentorja. Iskala sem na različnih koncih. Zgled so mi bili tudi slovenske direktorice in direktorji. Od vsakega sem skušala vzeti najboljše. Učila sem se tudi iz literature in iz napak.

Kaj je bilo odločilno, da ste uspeli?

Vztrajnost in učenje iz napak. Pa tudi gradnja zaupanja. Iz tega so prišli jasna vizija in jasni cilji, ki smo jim vsi skupaj sledili.

Kdaj ste se zavedli, da je bila vaša formula uspeha prava?

V to sem verjela. Trajalo je nekaj let, vmes so bile poplave, kriza in vlaganje, kar nekaj projektov. Spominim se nekega trenutka, ko se mi je zdelo, da samo plezamo in plezamo, ne vidimo pa konca. Takrat se vprašam, če boš kdaj prišel na vrh.

Kako iščete rešitve za ovire, ki se vam postavljajo na pot?

Tako da jih razstavim in poskušam pogledati take, kot so. Ko nekako problem definiram, se že kažejo rešitve, ali pa tudi vzrok, zakaj se je to zgodilo.

Kakšen nasvet bi dali Sloveniji pri iskanju formule uspeha?

Začeti bi morali z osnovnimi vrednotami, kot je poštenost. Zdi se mi, da se je spremenila meja, kaj vse je še pošteno. Da je danes pošteno vse, kar ni v navzkrižju z zakonom. Na eni strani imamo pogoltnost, na drugi pa ogromno dobrih stvari, za katere je treba biti hvaležen. Treba se je naučiti živeti danes, a hkrati ne čakati, da bomo zadeli na loteriji, ampak graditi. Ceniti je treba čisto vsakdanje stvari in lepo graditi kamenček po kamenčku. Tipičen primer se mi zdi turizem. V Poljanski dolini je sirarna, kjer so pred več kot 20 leti začeli delati sir na domačem kuhinjskem štedilniku. Danes imajo fantastičen izbor in so uspešni pri prodaji. Zavedati se je treba, da je treba delati in vztrajati.

Kako se nagradite po uspešnem dnevu?

Nagradim se tako, da berem. Pri 58. letih sem se začela učiti igrati klavir. Privoščim si in grem igrat. To je zdaj moja strast. Pa vrt in rože. ^{gg}

Več o nagrajenki



Formula uspeha:

Želimo, da so mladi aktivni in živijo naše vrednote – vztrajnost, ambicioznost in delavnost.

Bolj kot preganjanje tistih, ki nas kopirajo, je pomembno vlaganje v nov razvoj.

Rešitev je v tem, da vsaka tri leta na trg damo novo generacijo, ki ima manj materiala in je boljša.