

# Pogumno iz območja udobja

Kaj naredi podjetje, če zaradi spremenjenih razmer na trgu čez noč ostane brez pomembnega dela posla? Premišljeno, a drzno in samozavestno izbere novo pot, zapre usta dvomljivcem in se usmeri proti vrhu. S **Tanjo Skaza**, direktorico podjetja Plastika Skaza, smo spregovorili o pogumu, nekonservativnem razmišljanju in postavljanju ob bok svetovnim velikanom.

**Plastika Skaza je podjetje, ki je v poslovnih vodah že dobrih petintrideset let. Ampak pravi razcvet doživljate prav v zadnjih letih.**

Drži, da že desetletja združujemo izkušnje, znanje, vrhunsko tehnologijo, skrb za zaposlene in odgovorno okoljevarstveno politiko. Smo specialisti za razvoj in brizganje plastike ter predelavo plastičnih mas, hkrati pa smo uspešno, rastoče družinsko podjetje, ki z jasno vizijo in strategijo posega po novih izzivih prihodnosti. Naš cilj so vrhunski izdelki, napredni tehnološki postopki ter visoka uporaba ekoloških in biološko razgradljivih materialov. V zadnjih letih smo izbrali drugačno, drznejšo pot in prvi rezultati so že opazni.

**Minulo leto je bilo za vas zelo uspešno. Prejeli ste zlato gazelo 2014 za najboljše hitro rastoče podjetje, vaše poslovne rezultate in delovanje zdaj nagrajuje tudi žirija Gospodarske zbornice Slovenije.**

Ne bom pretiravala, če rečem, da je za nami zelo adrenalinsko leto. Ampak prav to vznemirjenje, izzive, novosti smo si tudi želeli. Ne želimo si ostajati na navidezno varnem, udobnem področju. Želeli smo si pokazati partnerjem in kupcem, kaj zmoremo. Prihodke smo v letu 2014 povečali za petino, na okrog trideset milijonov evrov. Postavili smo jasno strategijo do leta 2020 in naslednje vprašanje je, kako bomo dosegli svoje cilje, in ne, ali jih bomo dosegli.

**Pred našo kamero ste tik pred tem pogovorom zanimivo opisali pogum in strah: »Če smo dovolj pogumni, da se soočimo s strahom, smo lahko dobri in uspešni. Strah nas premakne iz cone udobja, nam da spodbudo za razmislek in razvoj.«**

**Ampak ko ste podjetje pred nekaj leti povsem prestrukturirali, ni šlo le za udobje, ampak najbrž tudi za preživetje. Koliko poguma ste**

**potrebovali za korak v novo in po svoje tudi neznano?**

Ko je prišla kriza, so nas vsi opozarjali, naj racionaliziramo poslovanje, naj se ustavimo in ne razmišljamo o širjenju, o rasti. Ampak mi smo čutili, da je čas za nas pravi. »Ne bomo skromni, ker vemo, da veliko znamo in da lahko veliko naredimo,« smo si rekli. Začeli smo si postavljati vprašanja, želeli smo izvedeti, kaj potrebuje kupec in kaj dobrega mu lahko ponudimo. Vprašali smo se, ali smo se pripravljene povsem spremeniti, in ko smo si odgovorili pritrdilno, smo zavihali rokave.

**Take korake je težko narediti čez noč. Ampak časa niste imeli na pretek.**

Težko je obrniti stvari na glavo, če je v glavah zakoreninjen ustaljeni model razmišljanja. V podjetju je to proces, ki še vedno traja. Najtežje je spremeniti kulturo podjetja, prepričati zaposlene, da ti verjamejo in so pripravljene stopiti s teboj na novo skupno pot. Ta korak je gonilo rasti. Ljudje, zaposleni so tisto, kar odloča o uspehu podjetja. Za nas je bil to velik izziv tedaj in je še vedno prioriteta danes. Sejemo skupaj, zato da lahko tudi žanjemo.

**Kako daleč ste že prišli na začrtani poti?**

Lahko bi rekli, da smo uspešni že danes, ampak naša zgodba se je resnično šele dobro začela. Smo zelo mlado podjetje in imamo mlade blagovne znamke. Še pred tremi, štirimi leti smo ime Plastika Skaza uporabljali le za ime podjetja, ni pa to bila znamka, ki bi nekaj pomenila kupcu. Zdaj šele prihaja čas, ko je treba energijo, znanje in moč vložiti v razvoj in promocijo. Močne »brande« ustvarjajo včasih tudi desetletja, mi pa si želimo biti močni. Lahko slovensko znamko pripeljemo med sto najmočnejših ali najprepoznavnejših v svetovnem merilu? Mogoče je naša kultura v Sloveniji pri tem res za kanček preveč konservativna, malo nas je strah, ko se je treba pokazati in pohvaliti. Mi želimo to spremeniti. Ni mi težko povedati, da imamo za podjetje visoke cilje.



**Kaj so najpomembnejše lastnosti, ki jih potrebujete za to?**

Zgodbo, ki jo pripoveduješ drugim, moraš živeti, v sebi moraš imeti pogum in strast. Želimo si priti med najboljše, želimo na vrh. Želimo si, da bi se v našem delu opazila naša strast. Z linijo izdelkov naše znamke Cuisine smo na trgu res še novinci, ampak po kakovosti lahko konkuriramo globalnim velikanom. Primerjati se želimo z znamkami, kakršni sta Koziol ali Joseph and Joseph, pokrivati želimo ne dvajset, ampak morda tudi petdeset držav in več. S Plastiko Skaza pa si želimo, da partnerji še bolj spoznajo naše znanje, razvoj in tehnologijo ter ugotovijo, da lahko skupaj naredimo res veliko, ponudimo na trgu vrhunske izdelke. Želimo si, da bi naši partnerji še bolj spoznali naše znanje, razvoj in tehnologijo ter ugotovili, da lahko skupaj naredimo res veliko, ponudimo na trgu vrhunske izdelke.

**Rekli ste, da mora biti posel tudi strast. Plastika Skaza je še vedno družinsko podjetje, ali sploh lahko potegnete mejo med delom in zasebnim življenjem?**

Če si kot podjetnik zadovoljen zasebno in imaš vedno zdrave temelje za pogum, lahko svoje osebnostne lastnosti preneseš v delo. Če te podpira dobra ekipa, je vse lažje. Doma potrebujem

© Plastika Skaza ustvari 89 odstotkov prihodkov kot dolgoročni strateški partner tujih podjetij. Poslovanje širi s trgov EU v Severno Ameriko in Rusijo ter uveljavlja svoji znamki Cuisine in Organko. Rast izvoza že tri leta zapored presega slovensko povprečje.

podporo družine, ko pridem na delovno mesto, pa svoje ekipe. Moja naloga je, da prepričam tiste, s katerimi lahko skupaj pišemo dobro in lepo zgodbo. Delam lahko dobro, če vem, da mi zaupajo in da delijo moje ideje, vizijo, cilje. Kot menedžerka, kot mama in žena imam iste cilje štiriindvajset ur na dan. Želim si uspeti in biti srečna na vseh področjih.

**O izzivih v poslu sva že govorila. Kakšne izzive pa si postavljate zasebno?**

Mislím, da je največji izziv za človeka njegova starševska vloga. Ali svoje otroke lahko vzgojimo v samostojne in razmišljajoče odrasle? Bodo znali izbrati pravo pot, bodo odločali s svojo glavo, se bojevali in imeli posluš za druge? Zame je to največji izziv: da lahko dam svojima sinovoma tisto, kar je prav, in da sem lahko taka mama, kakršno potrebujeta.

**Na fotografiranju za Glas gospodarstva vas je spremljal slonček. Zakaj?**

Pred leti, še v srednji šoli in pozneje med študijem, sem razlagala vsem, ki so me hoteli poslušati, da bom nekega dne nastopala pred množico ljudi. Ampak poguma nisem imela. Potem so mi prijateljice za rojstni dan prinesle slončka. »Imej ga za spomin in opomnik, da se boš zavedala, da si močna,« so mi rekly. Odtlej me spremlja pri vseh novih izzivih, daje mi moč in oporo ter me opominja na to, kako pomembni lastnosti sta drznost in vztrajnost.



**Delam lahko dobro, če vem, da mi zaupajo in da delijo moje ideje, vizijo, cilje. Kot menedžerka, kot mama in žena imam iste cilje štiriindvajset ur na dan.**



**Ko je prišla kriza, so nam rekli, naj se ustavimo. Ampak mi smo čutili, da čas za nas je pravi. »Ne bomo skromni, ker vemo, da veliko znamo in da lahko veliko naredimo,« smo si rekli.**