



induplati

# konoplan

glasilo podjetja induplati jarše

december 1998

## *Spoštovane delavke in delavci družbe Induplati Jarše, spoštovane gospe in gospodje*

Ko smo pregledovali stare izvode glasila Konoplan, smo se zavedli vrednosti sporočila, ki ga nosijo. Zavedli smo se pomena tradicije in imena, ki nas združuje že 75 let. Odločili smo se, da s skromnim izvidom Konoplana nadaljujemo tradicijo zapisovanja dogodkov, ki so pomembni za našo tovarno in vse nas, ki v njej delamo.

Letošnje leto je bilo za vse nas, milo rečeno, naporno. Dogodki so se vrstili z veliko hitrostjo. K sreči moram ugotoviti, da se je kolo zgodovine vrtelo v pravi smeri in obstajajo utemeljeni razlogi za optimizem glede prihodnosti družbe Induplati Jarše. Veliko zadev smo opravili od 1.marca 1998, ko sem prevzel vodenje družbe. Brez pomoči vseh vas bi bilo to nemogoče. Seveda pa nas zdaj čaka nič manj naporen drugi del, ko si moramo izbojevati večji kos svetovnega trga. Ta priznava samo kakovost in konkurenčno ceno. Ne pa tudi naših slabosti in pomankljivosti. Konkurenca na svetovnem trgu

je na našem področju huda in kruta.

Da bi obvladovali in povečali tržni delež, moramo posodobiti proizvodnjo tekstila in izboljšati kakovost vseh področij proizvodnega procesa. Medtem ko prva naloga zadeva predvsem mene, je druga stvar nas vseh, pa tudi nasvet kakšnega že upokojenega induplatčana ne bo odveč. V tem kratkem času sem vas spoznal, zato verjamem da bomo zadano tudi izpeljali.

Bližajo se prazniki, zato dovolite, da vam ob tej priložnosti zaželim veselo praznovanje in veliko zdravja poleg vsega, kar si želite. Prenesite prosim moje čestitke tudi svojim bližnjim in vsem, ki imajo Induplati radi.

S spoštovanjem,

Janez Režun



VSEM ZAPOSLENIM,  
UPOKOJENIM SODELAVKAM IN SODELAVCEM  
TER VSEM, KI BODO BRALI TO GLASILO,  
ŽELI VODSTVO PODJETJA  
VESELE BOŽIČNE PRAZNIKE  
IN SREČNO, ZDRAVO TER USPEŠNO NOVO LETO 1999.

### **Namesto uvoda**

Triindvajsetega septembra je preteklo natanko 75 let, odkar so se zavrteli prvi stroji na bivšem pogorišču Majdičevega mlina, vendar to ni bil več mlin, temveč tekstilno podjetje Induplati. Letošnji rojstni dan praznujemo vsi, ki smo kakor koli povezani z imenom Induplati. To so zdajšnji zaposleni in tudi naši bivši sodelavci, ki so se upokojili ali pa so si iz takšnih ali drugačnih razlogov poiskali novo delovno okolje.

O rojstvu in razvoju podjetja tokrat ne bom govoril, saj jebilo vse to temeljito opisano ob praznovanju 60-letnice podjetja v Konoplenu septembra 1983.

V tokratni številki bomo pozitivno delovali in sledili naslednji misli:

"Moč pozitivnega delovanja gradi na temeljih pozitivnega mišljenja in govorjenja. Hkrati pa to pomeni korak naprej, saj poslovnežem, stokovnjakom in posameznikom ponuja izčrpen vir delujočih strategij, da dosežejo, kar si pač želijo na tako različnih področjih, kot so kariera, zasebnost duhovnost, prosti čas, družina itd.

povzeto po Ivanu Burnellu

### **Predstavitev uprave Induplati d.d.**

Za direktorja uprave in generalnega direktorja je bil imenovan dne 24.2.1998 g. Janez Režun.

Za svoje pooblaščenca oz. svetovalce je direktor uprave imenoval naslednje sodelavce:  
Za področje analitično finančnega sektorja:

g. Franca Velepca

za področje komercialnega sektorja:

go. Jožico Hribar

za poročje kadrovskega sektorja:

g. Vinka Vodnika

za področje proizvodnje:

go. Ireno Žavbi (konfekcija) in

g. Jadrana Stevanoviča (tkalnica)

### **Predstavitev nadzornega sveta Induplati d.d.**

predsednik: g. dr. mag. Pavel Kunc dipl. ing.

člana: ga. Tadeja Čampa-Levstek dipl. oec

g. Miran Kalčič dipl. iur.

### **Zadnja novica**

Druga redna skupščina je bila 10. decembra 1998, kjer je bil sprejet sklep o vključitvi družbe Induplati Jarše v projekt prestrukturiranja.

### **Agresivnejše trženje v letu 1999**

Leto 1999 bo za podjetje Induplati ena večjih kakovostnih prelomnic. Letošnje leto je bilo leto vsebinskih sprememb. Načrti za leto, ki prihaja, vključujejo povečanje prodaje za 25 odstotkov. Po vrednosti naj bi med tkaninami najbolj porasla prodaja markiz, prav tako pričakujemo močno povečano prodajo prigrad in šotorov. Z učinkovitejšim zadovoljevanjem kupčevih potreb ter agresivnejšim trženjem se bo oddelek marketinga osredotočil na naslednje dejavnike:

- kar najhitrejši odziv na povpraševanje kupcev, kakovostno dobavo, na izpolnjevanje rokov in količino po dogovoru in za kupca sprejemljive cene.

Za izvedbo teh nalog smo trženje v podjetju Induplati vsebinsko reorganizirali, tako da področje marketinga po novem obsega:

- nabavo doma in v tujini, prodajo na domačem in tujem trgu, razvoj konfekcije in tkanin s poskusno šivalnico, promocijo izdelkov, svetovanje in servisiranje.

Podjetje Induplati se bo približalo kupcem z vključitvijo pospeševalcev prodaje, saj bomo tako močneje zastopani na domačem trgu. Prav tako iščemo nove tržne niše ter poslovne partnerje, s katerimi moramo zapolniti "mrtvo sezono". Za boljše razumevanje kupčevih potreb in želja smo že novembra pripravili Dneve Partnerjev, na katerih smo se njimi pogovarjali o poglobljenem sodelovanju.

Agresivnejše trženje bo mogoče le z močnim povezovanjem med vsemi oddelki Induplatija, še posebej pa razvoja proizvodnje in prodaje. Poudarek bo na trženju znanja, ki ga je v Induplatiju veliko, vendar ga za zdaj še nismo znali zadovoljivo izrabiti.

Z namenom slovenski javnosti, domačim ter tujim poslovnim partnerjem prikazati, da je Induplati ob svoji 75 letnici znova zaživel in se na novo razvija, smo sredi novembra v našem prodajnem centru predstavili novo kolekcijo tkanin za obdobje 1999-2002. Razvili smo nove vzorce markiznih, šotorskih in drugih tkanin. Naše osnovno vodilo pri razvoju so modni smernice, ki zahtevajo svetle, tople in močne barve. Osnovne barve so tako modra, rdeča in siva. Vsi vzorci, ki jih je mogoče tudi tiskati, so odtenki teh barv.

Marketinško področje čaka v letu 1999 veliko dela. Naša prednost pa bo v tem, da bo zaradi posodobitve proizvodnje in informacijskega sistema podjetje bolj konkurenčno.

## **Smernice razvojne strategije Induplati Holding d.d za obdobje 1999-2002**

Glede na program in organizacijo podjetja INDUPLATI, se je 1.10.1998 razvoj konfekcije in razvoj tkanin združil v enoviti razvoj na nivoju podjetja. Takšna organizacija je smiselna zaradi dopolnjevanja programov konfekcije in tkanin. Cilj podjetja je, da se v največji meri uporabi lastne tkanine in se jih vgradi v končni proizvod pod blagovno znamko INDUPLATI.

Dolgoročne naloge razvojnega področja so sledeče:

- slediti najnovejšim tehnološkim dosežkom na področju strojne opreme,
- v proizvodnjo vpeljevati nove materiale in jih uporabljati pri novih proizvodih
- razvijati nove proizvode z izboljšanimi lastnostmi, ki so dobičkonosni in tržno zanimivi,
- sodelovati pri načrtovanju novih investicij in pri izbiri optimalne tehnologije za konkretne proizvodne programe
- spremljati in uvajati vse ISO-standarde za optimizacijo in ponovljivost proizvodnega procesa

Kratkoročne razvojne naloge:

- razviti tisk na art 8049 za vojaške namene,
- pripraviti remisijo na tkanini art. 8049 za vojaške šotore,
- razviti nove premaze na tkaninah (poliuretanski premazi, silikonski premazi) in to na vseh vrstah tkanin za različne namene uporabnosti,
- razviti tkanine za podmetače po standardih NATO
- razviti prte za nemškega kupca
- razviti nove kolekcije markiznih platen za leto 2000
- razviti tkanine za oblazinjeno pohištvo
- razviti predprostore z lastno blagovno znamko
- razviti paviljone
- razviti senčnike
- razviti športni program (torbe za tenis, smučanje, prevleke za kolesa, za obleke, itd.)
- razviti šotore za posebne namene, za posebne pogoje dela (zima) ter prilagajene posebni uporabnosti (saniteta, dekontaminacija, itd.) po standardih NATO
- razviti nove tipe šotorov za tabornike, turistične šotore, itd.

Prototip vojaškega sanitetnega šotora je bil postavljen na vojaški vaji CAE, na kateri so sodelovale tudi vojaške enote zveze NATO in po prvih informacijah je bil šotor zelo pozitivno ocenjen. Šotor je plod lastnega znanja in uporabljena tkanina je izdelana z lastnim znanjem.

## **Promocijske dejavnosti v letu 1998**

Letos se samostojno nismo pojavili na nobenem sejmu v Ljubljani, vendar to ne pomeni, da nikjer nismo bili prisotni.

Na sejmu Alpe - Adria marca smo gostovali pri podjetju Caravan. Predstavili smo predprostor Emona. Ves čas so bili na sejmu prisotni predstavniki podjetja, tako da so obiskovalci lahko dobili vse potrebne informacije in bili napoteni v naše prodajalne.

Drugi pomemben sejem pa je bil sejem pohištva septembra. S svojimi izdelki in oblikovanjem smo bili prisotni na naslednjih razstavnih prostorih:

- z zavesami in prti smo opremili najnovejšo kuhinjo, kuhinje standardnega tipa in poslovni prostor podjetja SVEA Zagorje.

- za podjetje MARLES smo opremili hotelsko sobo in pisarniški prostor.

-za podjetje LIP RADOMLJE smo njihov razstaveni prostor opremili s prti in zavesami.

Na vseh treh razstavnih prostorih smo bili primerno predstavljeni in si prislužili marsikatero pohvalo ter seveda tudi naročilo.

Kot pokrovitelji smo se s šotorom pojavili v Lipici, na prireditvi EBU. Šlo je za prireditev na evropski ravni, ki jo je organizirala TV Slovenija. Najema so plačali z objavo našega logotipa pri napovedi konference ob osrednjih televizijskih terminih (teden pred in po prvem TV dnevniku).

Prav tako nismo pozabili na naše praznovanje. Zaposleni smo pripravili razstavo z naslovom INDUPLATI SKOZI ČAS. Seveda nam je razstava s tem naslovom uspela ob pomoči naših upokojenih sodelavcev g. Staneta Pislaka, ge. Mire Bergant in ge. Štefke Ulčar.

Vsem bi se rada zahvalila, saj brez vašega sodelovanja razstava v taki obliki in tolikšnem obsegu ne bi uspela.

V prvem delu razstavnega prostora so razstavljeni izdelki, ki so stari častitljivih 20 let in več. Ponosni lahko trdimo, da so ti izdelki tako dobre kakovosti, da jih lahko uporabljamo še danes. Spomin na zgodnja Induplatijeva leta so tudi fotografije. Povečane visijo na steni, veliko dogodkov pa je arhiviranih v albumih, ki si jih prav tako lahko ogledate. Da pa ne bomo prikazovali samo preteklosti, smo razstavili tudi izdelke z letnico 1998.

Mislím, da je razstava zanimiva in da si jo je vredno ogledati ter obuditi spomine in se zazreti v prihodnost.



Ob obletnici smo pripravili tudi novinarsko konferenco, na kateri smo največ govorili o prihodnosti in trenutnem položaju podjetja. Medijsko je bila konferenca odmevna, saj so članke o našem podjetju do zdaj objavili v Delu, Dnevnik, Gorenjskem glasu, Domžalskih novicah, Ekipi in Impulzu katv.

### **Plan promocijskih aktivnosti za leto 1999**

V prihajajočem letu predvidevamo udeležbo na sejmu Alpe - Adria, kjer bomo predstavili zbirko šotorov, predprostorov in nove izdelke namenjene kampiranju.

Tudi sejma pohištva naj bi se predvidoma udeležili. Dosedanji sejmi so bili zelo odmevni, tako po oblikovni plati kot po razstavljenih izdelkih. Tudi na prihajajočem sejmu predvidevamo podobno predstavitev podjetja, saj poskušamo obiskovalce na nas opozoriti z svetovanjem in inženiringom pri opremljanju notranjih prostorov, kot so zasebna stanovanja, gostinski lokali ter hotelski objekti.

Kot pokrovitelji bomo s postavitvijo šotorov sodelovali pri vseh mednarodnih tekmovanjih biatlonske zveze Slovenije.

### **Delovanje službe kontrole kakovosti**

V okviru službe kontrole kakovosti izvajamo vhodno, medfazno in končno kontrolo izdelkov. Pri vhodni kontroli analiziramo zahtevane parametre dobavljenega repromateriala z namenom preprečevanja vgraditve repromateriala z neustreznimi parametri.

V veliko pomoč so nam delavci v samem procesu proizvodnje, ki lahko z opazovanjem materiala odkrivajo skrite napake, ki so vidne šele tekom procesa in s tem preprečimo nadaljno izdelavo slabše kakovosti izdelkov.

V proizvodnem procesu izvajamo medfazno kontrolo z planiranimi obhodi. Preverjamo kakovost izdelave v procesu.

V fizikalnem laboratoriju izdelujemo različne analize, na podkalgi katerih lahko ugotovljamo skladnost izdelka s tehničnimi zahtevami.

Veseli me, da delavci in vodje obratov opazujejo izdelek v procesu, kajti to so prvi koraki k samokontroli. Ta prispeva k kakovosti izdelka, kajti takrat, ko delavec opazi, da izdeluje slabši izdelek in sam ustavi stroj ter pokliče nadrejene, da mu pomagajo pri odstranitvi napake pomeni, da ne želi izdelovati izdelka slabše kvalitete.

Po končanem proizvodnem procesu izdelamo zahtevane analize. V primeru, da le-te odgovarjajo zahtevam, sledi pregledovanje, klasiranje in pakiranje tkanine.

Končna kontrola v konfekciji poteka tako, da vsak izdelek kontrolorka pregleda in zapakira.

Cilj službe kontrole kakovosti je, da pomagamo preprečevati izdelavo slabše kvalitete izdelkov in skupaj z ostalimi službami analiziramo in ugotovljamo vzroke napak in jih v nadaljevanju odstranimo, ter na podlagi zahtev in poznavanja kupca izdelujemo tako kakovost izdelkov, kot jo kupec pričakuje, ko naroči izdelek blagovne znamke Induplati.



Novinarska konferenca v prodajnem centru.