

Vážení čtenáři,

dovolte mi, připojit se, či navázat, na téma úspěšnosti práce dovršované pravidelnými konferencemi OK ekonomické při ČSS (diskusní fórum, str. 302). Slévárenství je multidisciplinární obor jako žádný jiný. Určitě není prošpikovaný tolika inovacemi a objevy, jako jsme svědky např. v informatice nebo chemii. Slévárenství je však technologicky nenahraditelný a atraktivní podnikatelský obor. Obor, který čelí řadě výzev, od globalizačních tlaků, přes výkyvy cen surovin, po environmentální aspekt, daný energetickou náročností výroby a používáním chemických produktů. Není na světě společnost, živící se výrobou odlitků, která by byla izolovaná od tlaků trhu a zákazníků. Jen důsledné kontinuální zlepšování všech procesů, inovativnost, mobilita expertů, aktivní finanční controlling, schopný marketing a prodej, akvizice apod. jsou zárukou budoucnosti, přežití každé obchodní jednotky. Management firmy musí reagovat včas a profesionálně. K tomu jsou zapotřebí zdroje, zkušenosti, znalosti a informace.

INFORMACE je „komodita“, s kterou hospodaří odborné komise při ČSS. Komise sdružují velké, střední a malé slévárny s obrovskými, standardními nebo i nulovými zisky. Přirozeně, jako je to u sourozenců, malý se učí od velkého. Ten velký je zase veden rodiči k pokoře a společenské zodpovědnosti „sděl, co víš, když jsi velký a úspěšný, podporuj a pomáhej“. Velká slévárna nemá rodiče. Má vlastníka, ve formě jednotlivce, skupiny podnikatelů, nebo rodiny či akcionáře. Vlastnické subjekty určují kulturu firmy. Společnost je ovlivňována určitými standardy a náladami. Tyto aspekty určují, nezávisle na ziskovosti a původu firmy, zdali se vyměňují informace. Zdali je management firmy sám o sobě schopen naslouchat vnějším hlasům a vytváří prostor vlastnímu týmu, hovořit na atraktivní téma a naslouchat druhým. Musíme si připustit, že nejprve musí mít firma zdravou vnitřní kulturu, následně můžeme očekávat růst hospodářství. Při ČSS již existuje platforma a má úctyhodnou tradici, jen ji aktivně užívat. Pojem aktivně z dlouhodobého pohledu bude naplněn až tehdy, když bilance příjem a výdej (informací) bude přiměřeně vyrovnaná.

Společnost Nematik je v tomto smyslu vyzrálá a její úspěch ji dovoluje společenskou zodpovědnost aktivně přijmout. Pracovníci Nematicu se aktivně účastní řady akcí organizovaných ČSS včetně zasedání a konferencí OK ekonomické. Považujeme za dobrou investici si najít 2krát za rok 1,5 až 2 dny času a vycestovat na akci, kde má manažer šanci v diskusích s cechovními kolegy konfrontovat vlastní přístup s přístupy v slévárnách, které velmi často působí v zcela jiných sektorech. Právě odborná komise ekonomická má šanci pokrýt nejširší průřez sléváren, které používají jak různé technologie, materiály a jsou odlišné velikostí apod. Pokud majitel slévárny chce zabránit turistice, obzvláště v době inflace konferencí apod., a škrtnit cestovní náklady a redukovat nepřítomnost manažerů a techniků na pracovišti, tak je snadné vždy po takové cestě vyžadovat Zprávu ze služební cesty s konkrétními příklady „lessons learned“, tedy co konkrétního jsem schopen využít na svém pracovišti, a po 3 měsících kontrolovat plnění závazků. Přirozeně tak vyplave na povrch, co je turistika a co nedílnou součástí práce.

Dokonce můžeme nalézt podobné myšlenky v *modelu výjimečnosti EFQM*. Doporučuji si dané prostudovat především ve vztahu k partnerství a společnosti.

Přeji odborným komisím měřitelný zdar a pracovníkům v vedení komisí vůli, víru a energii „tlačit káru dál“!

Dr. Marko Grzinčič