



Naš intervju

06.09.2010

Elektronček: Razvoj je potrebno krepiti

Podjetje Elektronček iz Mengša je ena najstarejših gazel. Leta 1989 je Jože Pečečnik ustanovil podjetje z namenom razvijanja alarmnih sistemov. Temu je kmalu sledilo popraviljanje in izvažanje računalnikov ter proizvodnja računalniških blagajn. Do prve polovice devetdesetih je podjetje Elektronček konkurenca le še stežka dohitevala. Svojo rast pa je v času splošne krize na globalnem računalniškem trgu sredi devetdesetih le še nadgradil - začel je izdelovati sisteme za gostinstvo in hotelirstvo ter ustanovil hčerinsko podjetje POS Elektronček. Leto 1997 je z združitvijo računalniških znanj, poslovnih izkušenj in inovativne ter proaktivne usmerjenosti v industriji igralnih avtomatov prineslo največjo prelomnico - Princesko, ruleto, ki je zagotovila Elektrončkov preboj na svetovni trg. Že naslednjega leta je bila nagrajena na londonskem sejmu igralniških avtomatov, nova generacija le-teh je sledila kmalu za tem. Svetovni domet, v katerem se slovensko znanje, kvaliteta in kultura utrjujeta tudi po zaslugi Elektrončkove blagovne znamke Interblock, pa je predvsem preslikava širine duha podjetja, ki ga je skromno a pogumno konec 80-ih prejšnjega stoletja prvič vdihnil Jože Pečečnik. V razvojnem oddelku Elektrončka so odgovarjali na vprašanja ter razmišljali o inovacijah:

Katere so prve inovacije pri vas in kako se je vse začelo ter nadaljevalo?

Od naših prvih inovacij je preteklo že mnogo let in prav zaradi njih je družba Elektronček d.d. močno prepoznana tako doma kot tudi v tujini. Naš oddelek razvoja se dnevno trudi in nadaljuje zastavljene cilje. Lahko rečemo, da je veliko segmentov pri katerih smo prvi med tovrstnimi proizvajalci. K temu je pripomogla prav inovativnost posameznikov ter podjetja kot celota.

Kakšen pomen ima inovacija za vas?

Vsaka inovacija v našem podjetju nam je v veselje in zadovoljstvo, saj pomeni nadaljnji korak pred konkurenčnimi podjetji tako v razvojnem in v nadaljevanju tudi v proizvodnem smislu.

Vaša trenutna nova inovacija?

Glede na aktivnosti inovacije sledijo ena drugi. Ena izmed zadnjih je PID – Player Information Display. Ta je že trdno implementirana in se že trži doma in po svetu. Z njo smo veliko uspeha poželi na Nizozemskem trgu, kjer smo na naših več kot 400 produktov namestili že 25 PID-ov.

Na kaj ste najbolj ponosni?

Odgovor je težak. Pravzaprav smo ponosni prav na vse naše inovacije. Na tiste, ki nam prinašajo veliko konkurenčno prednost pa še najbolj.

Katere so ključni dejavniki inovativnosti pri ljudeh in podjetju, na kakšen način vzpodbujate inovativnost v podjetju?

V urejenem okolju z ustrežno motiviranostjo zaposlenih ter nenazadnje nesebično stimulacijo nam inovativnosti posebej ni potrebno vzpodbujati. V bistvu je ta v razmišljanju zaposlenih, v neprestani težnji

in iskanju novih idej in izboljšav ter konec koncev tudi v dobrem počutju in pripadnosti podjetju.

Kolikšen delež prihodkov vlagate v razvoj, ga boste spremenili glede na slabšajoče se razmere na trgu?

Menimo, da je potrebno ravno v času slabših razmer na trgu posvetiti več časa in sredstev v razvoj. Potrebno ga je krepiti in stopati na trg pripravljen in daleč pred konkurenco. V Elektrončku to počnemo.

Kako gledate na stroške za razvoj?

Stroške razvoja delimo na več segmentov, nekatere segmente optimiziramo oziroma jih prilagajamo razmeram na trgu (certificiranje posameznih produktov), na druge pa ne vplivamo oziroma jih celo smatramo kot nujno potrebne, zato jih tudi krepimo.

Kakšno leto za razvoj svoje dejavnosti pričakujete letos?

Letošnje in naslednje leto bosta za nas prelomni. Imamo veliko priložnost, da v času, ko konkurenca »počiva« oziroma čaka na drugačne čase, pobegnemo še za kakšen dodaten korak naprej.

Kakšno je slovensko okolje za razvoj inovativnosti?

Odlično, polno priložnosti in odličnega tehničnega znanja, ki ga potrebujemo.

K dvigu inovacijske kulture lahko največ prispevajo prav najbolj inovativni. Na kakšen način komunicirate z zunanjim okoljem, javnostjo?

To funkcijo opravlja naš PR oddelek znotraj marketinga, ki skrbi, da prave in kvalitetne informacije pridejo do tistih, do katerih morajo priti. Sodelujemo na različnih sejnih širom sveta. Udeležujemo se predstavitev in razstav inovacij, ter skrbimo za tekoče obveščanje javnosti o naših dosežkih preko različnih medijev. Služba marketinga, PR oddelek ter oddelek razvoja ter ostali v podjetju pa pri tem tesno sodelujejo.

Kakšni so vaši načrti za naprej?

Izpolniti zastavljene cilje, pri čemer morajo sodelovati vsi v podjetju, pač vsak na svojem področju in na svoj način. To je recept za uspeh.

Arhiv