Rodna Gruda

»Tisto, kar delaš, moraš delati z veseljem in najbolje«

Objavljeno dne/Published on: 07.02.2013
Avtor članka/Article Author: mag. Darja Zorko Mencin

Marijana Petkovška, direktorja podjetja Maderas Gaber, S.A., sem srečala na eni od številnih prireditev v slovenskem domu San Martin v bližini Buenos Airesa. Mož, ki skriva svoja leta, je duhovit sogovornik in izjemen strokovnjak za les. Iz pogovora sem precej hitro ugotovila, da je Marijan trgovec po duši. Je raziskovalec tržnega okolja, drzen in spreten pogajalec.


gaber

O svojih pogajalskih vidikih in podjetniški »žilici« bi lahko napisal kar nekaj člankov, meni se je pojavljala misel, da se del poslovnega uspeha gotovo skriva v karizmi, ki se kaže pri vsakodnevni komunikaciji. Stalno razmišlja, s katerimi podjetniškimi prijemi bi dodatno razvil svoje uveljavljeno mednarodno podjetje. Že več kot štirideset let se vse »vrti« okoli lesa.

Navade kot železna srajca

Vsa leta je prvi zjutraj na delu in zadnji odhaja domov. Moderno skladišče je logistično dobro urejeno. Marijan se spominja, kako so včasih na roke nalagali nekaj ton lesa na dan. V obdobju od leta 1973 do 1980 so se imenovali Maderas (v španščini: les) Bled. Od leta 1980 pa se podjetje imenuje Gaber Maderas na podlagi slovenskega imena vrste lesa gaber in po bratu Gabrielu. V zadnjem letu je argentinska država uvedla sistem uvoznih in izvoznih kvot, kar vpliva tudi na dejavnost podjetja Gaber maderas, vendar se Marijanova podjetniška žilica ne ustavi zaradi trenutne neugodne poslovne situacije in spretno išče strategije, ki bi mu olajšale uvoz. »Tisto, kar delaš, moraš delati z veseljem, in to na najboljši način,« pravi odločno.

Začetki

Svoje podjetniške začetke opiše takole: »Pravzaprav nikoli nisem razmišljal, da bi se ukvarjal z lesom. Po tehnični gimnaziji sem delal v dveh različnih slovenskih podjetjih. Leta 1966 pa sem se odločil, da bom odprl mesarijo in postal sam svoj »šef«. Ker sem bil popolnoma »nov« v tej dejavnosti, sem se hodil en teden učiti v drugo mesarijo, da sem se naučil ključnih elementov dela. In tako je minilo osem let samostojnega dela, ko sem dobil prve podjetniške izkušnje, ki so bile izhodišče za odločanje o poslovni poti.«

»Za največji uspeh si zagotovo štejem, da sem uspel prepričati prvega velikega dobavitelja Batalia iz Paragvaja in podpisati eno največjih pogodb glede uvoza lesa iz Paragvaja. V tistem času sem imel reference spretnega mesarja in prav te so mi pomagale, da sem pridobil njegovo zaupanje.«

Marijan se spominja dneva, ko je podpisoval prvo veliko pogodbo za nakup lesa in so se mu tresle roke, saj se je zavedal, da še nima kupcev za tolikšno količino lesa. Sam pri sebi ni bil prepričan, da mu ga bo uspelo prodati. V tistem času so bili trije družbeniki, ena družbenica ga je zapustila, ker je bila preprosto mnenja, da so ti posli preveč tvegani. V tem času se je pokazala Marijanova neizmerna volja in trma, da je s trdim delom našel dovolj kupcev za uresničitev posla. Marijan priznava, da v tistem času ni imel ničesar, odločen je bil, da naredi vse, da preživi svojo družino. Priznava, da so bile za tisti čas to zelo tvegane in drzne odločitve in zaradi njih ni imel mirnega spanja. Ti uspehi so bili šele začetek in Marijan je ves čas iskal primerne dobavitelje. V Bolivijo se je odpravil že veliko bolj samozavesten, tam je sklenil dober posel in v tedaj je bil že prepričan, da bo kupljeni les tudi prodal, ker si je v prvih letih pridobil kar nekaj stalnih kupcev.

Na eni strani nastopajo v vlogi kupca, na drugi v vlogi prodajalca. Spremljanje tržnih smernic in lesne industrije je ključen pogoj. Prilagajajo se strankam, ki velikokrat povedo, kaj potrebujejo za svoje delo. Marijanov posel deluje na načelu iskanja različnih vrst lesa, ki jih potem prodaja kupcem. Priznava, da njegovi kupci preverjajo

pogoje pri konkurenci in se potem vrnejo k njemu. Kar seveda potrjuje dejstvo, da je res mojster na svojem področju.

Z veseljem poudari, da se v vseh teh dolgih letih obstoja podjetja ni zgodilo, da ne bi vsak dan naložili vsaj nekaj tovornjakov lesa, ki ga vozijo na različne konce Argentine. V najtežji krizni situaciji v Argentini leta 2001 je preživel, ker je imel velike zaloge lesa, saj je v tistem času izgubil precej denarja zaradi argentinskih vladnih ukrepov.

Družinsko podjetje

Zaposlenih je osem delavcev, med njimi pet administrativnih, to so svak, dve hčerki, sin in nečakinja, ki v podjetju skrbno in odgovorno delajo. Eden izmed delavcev je v podjetju že dvajset let. Natančno imajo določene naloge in opredeljene procese, kar je Marijanu v veliko pomoč. Pravi, da niso veliko podjetje po številu zaposlenih, se pa vsekakor uvrščajo med velika podjetja glede na realiziran vsakoletni obseg poslovanja. Marjan je dinamičen človek in poprime za vsako delo. Če je potrebno, vozi tudi viličarja. Gre za direktorja, ki je, kot pravimo, prvi med enakimi. Zanimivo je, da se ne ukvarja s tem, kaj delajo konkurenti. Energijo raje posveča kupcem, dobaviteljem in zaposlenim. Zaupanje postavlja na prvo mesto. Priznava, da je moral odpustiti kar nekaj sodelavcev, saj so spretno goljufali. Tega pa ne prenese. Zaveda se, da ključne kupce ohranjajo na podlagi resnega poslovnega pristopa in poslovne strategije, ki je usmerjena tako v kakovost lesa kot upoštevanja dogovorjenih pogojev. Poslovni uspeh podjetja sedaj temelji v glavnem na znanih kupcih. Napak Marijan ne prenese in jih ne dopušča. Do sebe je zelo zahteven. Kakovostni kadri so ključni, da se lahko nanje zanese.

Promocija

Zanimalo me je, koliko sredstev vlagajo v promocijo podjetja. Ob tem vprašanju se nasmehne. Pravi, da sedaj že precej časa ne potrebujejo nobene promocije. V preteklosti so oglaševali v različnih poslovnih revijah, vendar so kmalu ugotovili, da na takšen način ne pridobijo kupcev. Marijan Petkovšek ocenjuje, da ima stalne kupce, ki poslujejo s podjetjem. Med njimi so tovarne za predelavo lesa, pohištva, izdelavo jadrnic, ladij in posamezni mizarski mojstri ali izdelovalci bazenov ali arhitekti. Pravijo mu, da je cenovno drag, vendar je prav kakovost tista, ki je pomembnejša od cene. Njihov pristop do lesa je precej inovativen za argentinske razmere, njihovi kupci so kmalu ugotovili, da je bolje plačati več in za delo imeti dobro kakovost lesa. Na ta način se je njihov posel zelo razširil in so se z njim prebili tudi na najbolj zahtevne trge. Ravno tako je Marijan pripravljen plačati več dobaviteljem, ki imajo kakovosten les.

Raziskovanje poslovnih priložnosti

Ves čas zanimivega pogovora se mi je porajala misel, da se pogovarjam z izkušenim analitikom lesnega trga, saj Marijan pravi, da se je treba v poslu stalno prilagajati, natančno spremlja okrevanje ali padanje posameznih gospodarskih panog, ki so povezane z lesom, investicije v gozdarstvu, spremlja trende pri kupcih lesa in umestitve lokacij pri izdelkih, proučuje lastnosti različnih vrst lesa. V argentinskem registru lesne industrije je vpisanih kar 14.250 podjetij. Glede na trenutne tržne raziskave so se razširili po različnih celinah, saj les uvažajo iz držav, kot so Kanada, ZDA, Slovenija, Španija, Albanija, Tajska, Indija... Na zalogi imajo običajno več kot 40 različnih vrst lesa. Pove nam tudi, da je lahko prevoz lesa z juga Argentine v prestolnico Buenos Aires dražji kot prevoz ladijskega kontejnerja iz Luke Koper v Buenos Aires, ki traja več kot mesec dni. Za njegov posel je ključna »računica«, to je prava pot: vlagati v modernizacijo, v iskanje ključnih dobaviteljev in širiti poslovno mrežo zanesljivih kupcev. Marijan poudarja, da vloga podjetja Madera Gaber ni zgolj trženje lesa, ampak tudi svetovanje. »Tako je moja glavna vloga pogovarjanje s kupci o tem, kaj potrebujejo: ali je ta les v določenem cenovnem segmentu, ali ima določen les potrebne funkcionalne lastnosti, ali lahko najdejo kje po svetu določeno tržno nišo. Možnosti je veliko, vendar je treba biti kreativen, iznajdljiv in sodelovati z drugimi partnerji in prepoznati priložnosti, ki se na trgu ponujajo. Največ prometa realizirajo v tako imenovanem območju Mercosur: Brazilija, Bolivija in Paragvaj.

Poslovanje s slovenskimi podjetji

Marijan z ženo Marijo vsake tri leta potuje v Slovenijo in to je tudi čas, ki ga izkoristi za natančen pregled slovenskih poslovnih priložnosti. V preteklosti je veliko posloval z podjetjem Javor, tudi sedaj išče potencialne možnosti za sodelovanje. Stike s slovenskimi podjetji naveže preko različnih prijateljev ali preprosto potrka na vrata generalnih direktorjev in pogovor se začne. »Če bi lahko preselil svoje podjetje in tudi celotno družino v Slovenijo, bi to tudi takoj storil. Žal to ni mogoče. Izjemno sem navezan na rojstni kraj, kjer nas je bilo v družini deset otrok. V Argentino je oče prišel leta 1948, mama z otroki pa šele leta 1955. Rad se vračam v svojo rodno vas. Veseli me, da je Slovenija v preteklosti po osamosvojitvi tako hitro napredovala. Uživam v slovenski urejenosti, ki jo v Argentini pogrešam.«

Ponos

Marijan si vsak dan prizadeva, da uresničuje poslovno vizijo podjetja: raznolikost in kakovost lesa. Pravzaprav nikjer v bližini ogromnega Buenos Airesa ni takšnega lesnega trgovca, ki bi imel toliko vrst lesa za prodajo. Izjemno ponosen je na svoje družinsko podjetje, ki je med najbolj urejenimi in organiziranimi podjetji. V vsakem trenutku imajo ažurirane podatke o trenutni ponudbi, količini in finančni strukturi poslov. Velika konkurenčna prednost je vsekakor v tem, da je praktično cele dneve v stiku s kupci in jih dobro pozna. To mu omogoča, da zna predvideti njihove bodoče potrebe in količine prodaje. Socialni kapital je ključen tudi na strani dobaviteljev. Zdi se, da je Marijan človek, ki zna spretno krmariti med dobavitelji in kupci. Po mojem mnenju je odločilno, da zna sogovornika prepričati. Brez dvoma je oseba, pri kateri se pozna podjetniška kilometrina in podjetniški način delovanja. Zadovoljen je, da si z ženo lahko privoščita dopust in podjetje nemoteno funkcionira naprej. Veliko mu pomeni, da ima podporo družine in se posebej žene Marije. Priznava, da je ona tista, ki pri hiši podpira »tri vogale«. Želi, da bi podjetje dobro poslovalo tudi v prihodnje. Čeprav dopušča možnost, da bodo otroci izbrali svojo pot in našli drugačno poslovno strategijo.