

Je tu záver roka ...

Blíži sa koniec roka a s prvými decembrovými dňami si uvedomujeme, že je veľmi príjemné môcť skonštatovať, že naplánované sme dosiahli a všetko, čo sme urobili, sme urobili najlepšie ako sa dalo. Verím, milí priatelia, že to platí aj pre Vás. Že končíte ďalší úspešný rok plný aktivít, zaznamenaných prínosov, dobrých výsledkov a pozitívnych emócií.

A ak sme predsa len niečo nestihli, pokúsme sa napraviť čo sa dá, aby sme zhon a stres nechali pre dverami sviatočných dní.

Pf 2009 ❄️

Ja Vám za celý kolektív spoločnosti ALFOPA, spol. s r.o. Košice ďakujem za šancu, ktorú sme v roku 2008 v procese spolupráce dostali. Ak sa nám podarilo slúžiť k Vašej spokojnosti, teší nás to. Určite by sme radi v odozvách na našu prácu aj naďalej nachádzali pozitívne prívlastky. Buďte preto nároční, chcete od nás len výbornú kvalitu a perfektné doda-

nie. O čo viac budete požadovať, o to viac sa budeme usilovať.

Prajem Vám úspešné zvládnutie záveru roka a krásne Vianoce podľa Vašich predstáv.

Nový rok nech začne šťastne a úspech nech sa Vás drží celých 365 dní v roku 2009. Prajem Vám veľa príležitostí a presne toľko premenených šancí. Buďte zdraví a odvážni, potom je už len krôčik k úspechu a spokojnosti. A navzájom si želajme ešte veľa príležitostí na spoluprácu.

Ing. Ľudmila Čintalanová

Nové logo

Prekvapilo Vás nové logo? My sa mu tešíme! A budeme radi, ak osloví aj Vás. Viedlo nás k tomu viacerých dôvodov. Po zmenách v štruktúre majiteľov spoločnosti sme pracovali na zlepšení organizácie pracovného procesu, zvýšení úrovne technologického aj personálneho vybavenia, pustili sme sa do nových odvážnych projektov. Nabití energiou a optimizmom sme cítili, že potrebujeme nové vyjadrenie nových myšlienok, že staré známe Alumínium-Fólia-Papier už nie je celkom najvýstižnejšie. Tak sa našim no-

vým symbolom stál pás fólie. Nech už je otočený akokoľvek, vieme si s ním dať rady. Z pásu samolepiaceho materiálu vyrobíme etiketu, pás monofólie farebne potlačíme a zo zmršťovacej fólie vyrobíme krásny "rukáv".

Novými farbami a ladnými tvarmi vysielame posolstvo dynamiky, estetiky, ale aj istoty a decentného optimizmu zároveň. Slová *adhesive labels & foil packaging*



kaging obsiahnu nielen našu výrobu, ale aj aplikáciu, riešenia, technológie, systémy a materiály. Tým

všetkým Vám radi poslužíme.

Veľmi si želáme, aby ste sa s našim novým dizajnom stretávali radi. Aby ste mohli hla-

vičkový papier "s tou bordovou stuhou" priradiť k Vášmu spoľahlivému partnerovi. Aby ste nové vizitky mojich kolegov prijímali a používali s radosťou.

Seriál: ZÁKAZKOVÝ LIST

Ako sme si povedali, Vy, naši zákazníci sa s celým zákazkovým listom v jeho pracovnej podobe nestretávate, jeho úplné a bezchybné vyplnenie je však jedným z prvých predpokladov správneho zadania zákazky do výroby. Preto sa v tomto seriáli zaoberáme vysvetlením pojmov, ktoré je užitočné chápať a správne používať.

Časť druhá: výber materiálu

V procese rozhodovania je určite potrebné vedieť, čo idem označiť, resp. obaliť a akú úlohu má obal plniť. V tomto kroku sa s ohľadom na našu ponuku môžete rozhodnúť pre samolepiacu etiketu, alebo pre obal zo zmršťovacej fólie - rukáv (sleeve).



Bc. Tibor PŠENICA, manažér logistiky

Povenujme sa **sa-molepkám**, na čo je treba brať ohľad a na čo nezabudnúť:

1. spôsob aplikácie
– strojovo - ak áno, je vhodné zistiť si u dodávateľa tejto technológie všetky parametre, ktoré je treba pri zadávaní výroby etikiet zo-

hľadniť. Okrem špecifikácie orientácie a návinu Vás dobrý dodávateľ určite upozorní na ďalšie okolnosti, ktoré je dobré poznať vo fáze plánovania a zadávania etikiet do výroby

– ručne - ak nemusíte brať ohľad na aplikátor, máte to jednoduchšie, ale aj tak je dôležité to pri objednávke uviesť. Je dobré prípadne zvážiť, ako by to bolo, kedy sme prešli na strojovú aplikáciu, či by sa dalo predísť zmenám (napríklad zvoliť správnu orientáciu s ohľadom na tvar a spôsob plnenia obalu).

2. podmienky prostredia pri aplikácii - teplota, vlhkosť.

3. podkladový materiál - na aký povrch sa bude etiketa lepiť: hladký, drsný, rovný, zaoblený, s malým priemerom (skúmavky, drôt...), lepenka, iné špecifiká.

4. podmienky skladovania po aplikácii - či ide výrobok s etiketou do vlhka, mokra, mrazu, tepla a ako dlho bude v takýchto podmienkach skladovaný.

5. či budete do hotovej etikety dotlačovať údaje, ak áno, akým typom tlačiarne (napr. laserová vyžaduje špeciálny materiál).

Ak poznáme tieto okolnosti, vieme Vám poradiť pri výbere vhodného materiálu hlavne s ohľadom na kombináciu s druhom lepidla.

Radi Vám pomôžu kolegovia na obchode, ale vo veci materiálov a technológií som Vám k dispozícii.

Bc. Tibor Pšenica

Ako nás hodnotíte

V čase vydania predchádzajúceho čísla AlfopaTrendov sme formou dotazníka robili prieskum Vašej spokojnosti s našou prácou.

Ďakujem všetkým, ktorí si našli čas a vyjadrili svoj hodnotiaci názor či už písomnou alebo telefonickou formou.

Vyhodnotenie *úrovne komunikácie* nášho oddelenia obchodu, prípravy výroby, výroby, expedície aj ekonomického dopadlo síce na jedna mínus, ale ojedinelými známkami "spokojný - 3", sme sa zaoberali jednotlivito. Pátrali sme po príčinách, ktoré spôsobili hodnotenie nižšie ako "mimoriadne" a "veľmi spokojný". Niektoré sme odhalili, ale niektoré veru nie. Tam nám ostala len možnosť pôsobiť výchovne vo všeobecnej rovine.

Technické znalosti a vystupovanie pracovníkov obchodu ste hodnotili len na 1 a 2, čo potešilo nielen ich, ale aj nás všetkých.

Pri *tlačí, spracovaní aj balení* sa vyskytlo aj zopár trojok. Výsledná známka 1,5 nie je zlá v škole, ale my sme si vzali za cieľ slúžiť Vám na jednotku.

Samostatnú kapitolu tvoria *ceny a termíny*. Tu ste prísni. Termíny za 1,64, ceny 2,3. To je ale kapitola, kde sa musíme brániť - "NETRUBIC, ROBIM CO MOŽEM!". Naozaj robíme čo môžeme, aby sme Vám aj v tejto oblasti vychádzali v ústrety stále viac a viac, aspoň k hranici "veľmi spokojný".

Nechceme sa týmito výsledkami príliš uspokojovať. Mohli by sme si síce nahovárať, že tí, ktorí sa hodnotenia nezúčastnili, sú asi spokojní, ale práve naopak.

Len ak vieme, čo konkrétne by ste uvítali, vieme sa o to pokúsiť. Preto Vaše pripomienky k našej práci uvítame v každom čase a v akejkoľvek forme.

Zo zúčastnených respondentov sme vylosovali 3 partnerov, ktorí od nás dostali malú pozornosť - cestovný kufřík a niečo na dobrú náladu. Dúfam, že sme potešili pánov: František Žiga, Erich Dvonč a Dušan Hajduk.

WE LEAD.
WE LEARN.



UPM

Predstavujeme UPM RAFLATAC

– dodávateľa samolepiacich materiálov

UPM Raflatac je významným dodávateľom materiálu na výrobu samolepiacich etikiet na báze papiera a syntetiky. Je tiež výrobcou RFID tagov na rádiových frekvenciách identifikáciu.

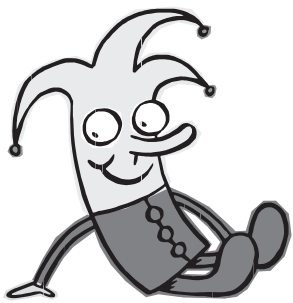
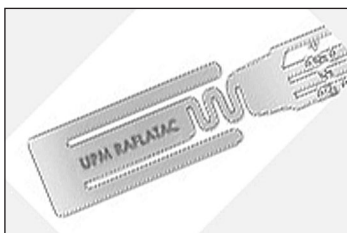
UPM Raflatac pôvodne známy ako Raf. Haarlem, zahájil výrobu samolepiacich materiálov v roku 1970 v meste Tampere vo Fínsku. Začiatkom roka 2006 spojením s RFID UPM Rafsec vznikol UPM Raflatac.

UPM Raflatac má továrne a predajné miesta na piatich kontinentoch, ročný obrat približne 1 miliardu EUR a 2700 zamestnancov po celom svete. Je súčasťou UPM koncernu - jedného z vedúcich svetových drevospracujúcich podnikov. Vo všetkých závodoch sú systémy a procesy certifikované podľa noriem ISO 9001 systému manažérstva kvality, čo zaručuje nielen vynikajúce tovary a služby, ale aj koncepciu neustáleho zlepšovania sa v prospech zákazníkov. Nezanedbateľnou mierou dbá UPM Raflatac o trvalo udržateľné kvalitné životné prostredie. Zavádza technológie šetrné k prírode a vo všetkých fázach výroby znižuje množstvo odpadu a zároveň ho premieňa na zdroj. Certifikát ISO 14001 zaručuje zákazníkovi a partnerovi, že oblasť ochrany životného prostredia je dôležitou súčasťou firemnej kultúry.

Materiály na výrobu etikiet od UPM Raflatac, ako aj Rafsec-RFID - produkty novej generácie - spĺňajú náročné požiadavky použitia v širokom spektre oblastí. Etiketovacie materiály Raflatac sú navrhnuté na ľahké a bezproblémové použitie tlačiarňami ako aj konečnými spotrebiteľmi.

Produkty **DATA, VELLUM, RAFLAGLOSS, RAFLACOAT, RAFLAMATT** sú štandardným sortimentom.

V rámci budovania siete tovární začína výstavba závodu v Poľsku. Hodnota tejto investície je 90 miliónov EUR. Nové výrobné a logistické centrum bude slúžiť rastúcim európskym trhom a plneniu narastajúceho dopytu po materiáloch Raflatac.



hodina deťom

HODINA DEŤOM

Od roku 1999 sa členovia nášho kolektívu každoročne prostredníctvom mzdovej účtarne zapájajú do zbierky HODINA DEŤOM. Snažíme sa tak malou mierou prispieť k riešeniu potrieb detí a mladých ľudí na Slovensku. Za uplynulé roky sme sa na celkových vyzbieraných príspevkoch podieľali sumou 29 805 Sk. Ani tento rok tradíciu neporušíme a pomôžeme splniť aspoň jeden detský sniček.

Seriál: ORGANIZÁCIA

V predchádzajúcom čísle *AlfopaTrendov* sme si pripomenuli dôležitosť organizácie a predstavili sme kolegyňu Martinku na pozícii sekretárka.

Dnes pre zmenu pokračujeme na obchode. S pani Marikou Kušnírovou sme sa zoznámili v marci t.r. Dnes sa viac zameriame na funkciu obchodníka v rámci organizácie. Určite je to pozícia, na ktorej človek môže a mal by zohrať vo vzťahu k zákazníkovi veľmi dôležitú úlohu. Názov tejto roly, ako funkciu v organizačnej štruktúre nazývame, naznačuje jej



Tomáš PRIŠČÁK, obchodný manažér

hlavné poslanie: robiť obchody. Ale nie hocikaké, dobrý obchodník musí robiť dobré obchody. A to je vtedy, keď je zákazník nadšený a zároveň došlo k plnohodnotnej výmene. To znamená, že minimálne veľmi spokojný je aj dodávateľ.

Obchodný zástupca robí predovšetkým * obchodné stretnutia s novými zákazníkmi za účelom predaja výrobkov a reprezentácie firmy * obchodné návštevy stálych zákazníkov za účelom optimalizácie opakovaných objednávok * prezentáciu produktov a služieb spoločnosti za účelom vyriešenia označovania nového produktu u nášho zákazníka.

Samozrejým predpokladom je samostatnosť pri riešení úloh a zároveň schopnosť pracovať v tíme, časová a priestorová flexibilita a ochota slúžiť.

Jedným z našich obchodníkov, ktorý tieto predpoklady má a úlohy zvláda, je Tomáš Priščák. Práve preto, že má za sebou výsledky, postupuje v tomto čase do roly obchodného manažéra. Naďalej bude jeho úlohou slúžiť zákazníkovi a robiť dobré obchody. Bude sa však starať predovšetkým o zákazníkov s vyrovnanými vysokými obrátmi. Bude sa zaoberať ich záležitosťami koncepčne. Bude dbať o to, aby mali zákazníci vždy najnovšie informácie o našich možnostiach a bude pre nich hľadať riešenia priam tak, ako by bol ich zamestnancom. Úlohou obchodného manažéra je vybudovať s klientom vzťah, v ktorom je samozrejmosťou požiadavka vysokej profesionálnej náročnosti, ochoty, dôvery a absolútnej spoľahlivosti. Poprajme teda nášmu Tomášovi, aby ste u neho toto všetko našli, aby sa mu darilo robiť Vás spokojnými so službami Alfopy.

VY SA PÝTATE

Prečo je dôležité číslo výrobku?

S rastúcim objemom výroby rastie množstvo výrobkov. S rastom množstva výrobkov sa stupňuje potreba zvyšovania stupňa identifikácie výrobkov. Nie je to inak ani v našej spoločnosti. To, čo stačilo uviesť na objednávke pred piatimi rokmi na identifikáciu výrobku už dnes logicky nestačí. Vplyvom často sa meniacej legislatívy dochádza neustále k zmenám textov, recyklačných znakov, green punktov, obsahov zloženia výrobkov uvádzaných na etiketách. Vedieť jasne identifikovať požadovaný výrobok podľa stručnej objednávky nie je jednoduché. Napríklad: zákazník si objedná isté množstvo výrobku s názvom "Kartónový štítok 210 x 148". Tento štítok však v jednom roku, resp. jeho text - ako nositeľ informácie, zmenil svoj obsah 3 krát. Z objednávky jednoznačne nevyplýva, ktorý druh textu má klient na mysli pri písaní objednávky. To, čo bolo uvádzané na objednávke pred rokom už nestačí.

Preto sme sa rozhodli označiť každý nami vyrábaný výrobok tzv. identifikačným číslom výrobku. Toto číslo sprevádza Vami zadaný produkt objednávkou celým výrobným procesom. Prvýkrát je zadané pri tvorbe nového produktu - pri prvej objednávke. Až po ďalšiu korektúru ostáva pre daný produkt jednoznačným. Po odsúhlasení novej korektúry dostáva nové príznaky, ktoré ho identifikujú. Pri spracovávaní Vašej objednávky sa nami vytvorené identifikačné číslo objednaného produktu zobrazí na technologickom liste. Podľa neho sa identifikujú tlačové polyméry pre výber z archívu - štočky pre tlač. Po výrobe sa opäť objaví na dodacom liste, ktorý sprevádza náš produkt až k Vám. S ďalším rozvojom firmy plánujeme toto číslo uvádzať aj na faktúrach. Číslo výrobku sa objavuje i na farebných štandardoch, ktoré Vám ako bonus pravidelne zasielame od novembra minulého roka. Posúzia nám i Vám k tvorbe katalógov.

Budeme radi, ak osvojenie si používania tejto informácie skvalitní našu spoluprácu.

Rubrika: Zo života kolektívu

čo bolo

Stalo sa u nás tradíciou, že každý rok na jeseň zmení Jarko Švajlenka svoju rolu, opáše si zásteru a pustí sa do prípravy gulášu pre celé naše firemné osadenstvo. Ako kuchár sa veru osvedčil vynikajúco. Nebolo tomu inak ani toho roku s malou inováciou. Neprišlo nám počasie, ale aj to vyriešil. Doniesol hotovú domá uvarenú pochúťku a sedelo sa vo vnútri namiesto pod šiatrom na dvore. Nálada bola dobrá a disciplína napodiv tiež. Nikto pri výzve k upratovaniu nereptal. A tak mohol náš šéfkuchár s dobrým pocitom v piatok večer skonštatovať, že ďalšia vydarená akcia je za nami.



čo bude

Tradičie ctíme aj v čase Vianoc. Okrem toho, že ozdobíme budovu a skrášľujeme odosielanú poštu vianočnými nálepkami, pripravujeme večierok. Vo vianočnej atmosfére si zrekapitulujeme udalosti uplynulého roka, obdarujeme sa darčekmi a pri dobrom jedle, hudbe a drinkoch sa zabavíme.



EN ISO 9001 : 2000

– Alfopa, spol. s r.o. Košice – Zodpovedná redaktorka: ing. Ľudmila Čintalanová – Foto: Peter Čintalan –
– Sídlo spoločnosti: Napájadlá 15, 040 12 Košice – Kontakt: tel.: 055 / 728 21 11-9 – fax: 055 / 729 76 61 – http: www.alfopa.sk – e-mail: alfopa@alfopa.sk –