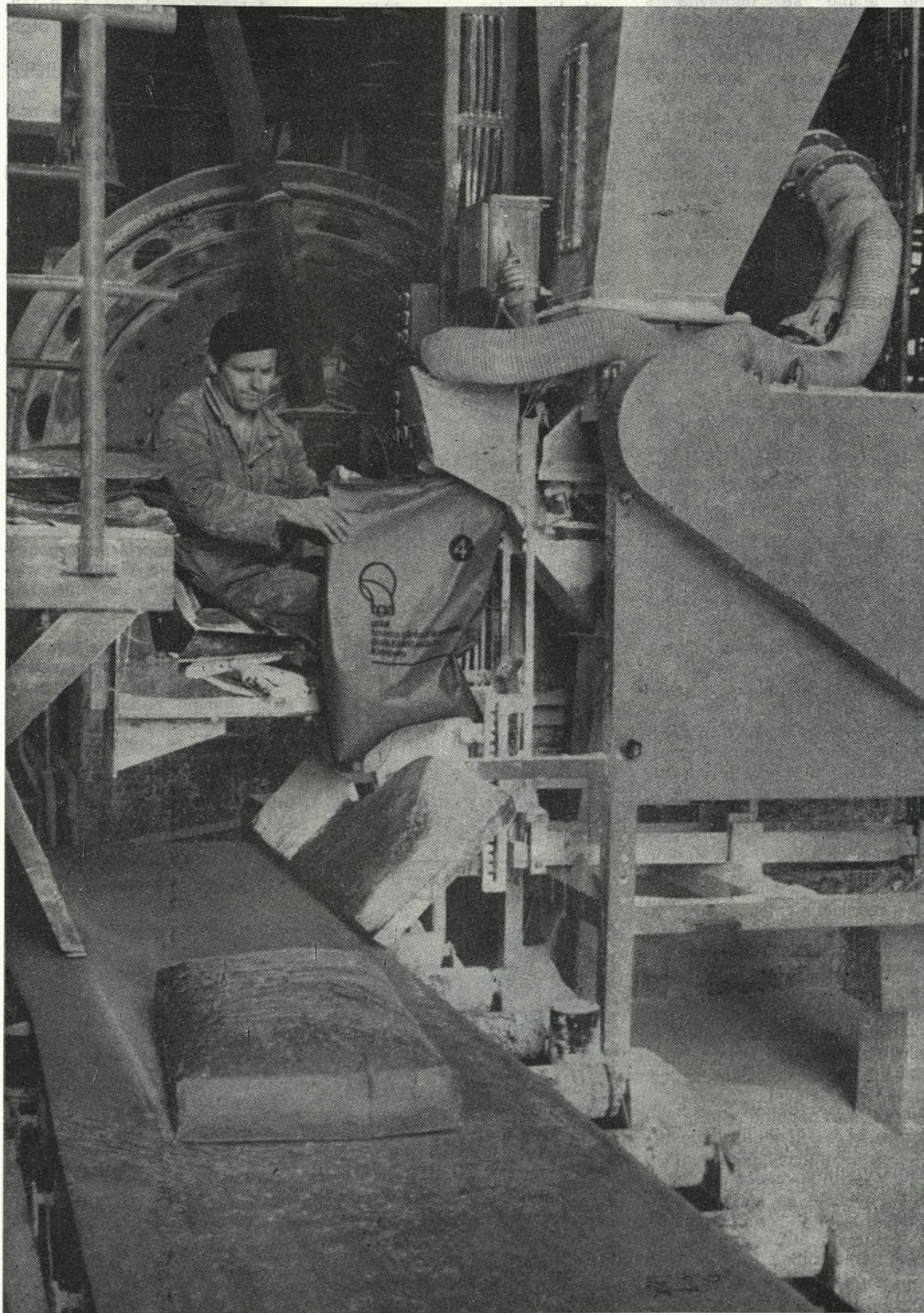


aluminij



Glasilo delovne organizacije Tovarna glinice in aluminija »Boris Kidrič« Kidričevo



Mleta glinica

Pripravljamo temeljito spremembo samoupravnih aktov

Večina naših samoupravnih splošnih aktov, ki urejajo poslovanje delovne organizacije in temeljnih organizacij, je bila sprejeta kmalu po sprejemu Zakona o združenem delu. Akti so bili izdelani v časovni stiski, obstajalo pa je tudi veliko število nejasnosti v zvezi z razlago določil tega zakona. Sistema, veljavnega za našo delovno organizacijo, nismo mogli uskladiti z določili zakona, zaradi tega je prišlo do velikega števila sprememb in predvsem do izredno velikega števila aktov, med njimi dosti takih, ki urejajo eno in isto področje. Tako na primer Samoupravni sporazum o organizaciji računovodstva in vodenju knjigovodstva, Pravilnik o poslovanju posebne finančne službe, Pravilnik o kontinuirani inventuri in Pravilnik o zavarovanju plačil, vsak po svoje ureja delovanje finančnega sektorja. Sicer pa obstaja na ravni delovne organizacije okoli 50 raznih samoupravnih aktov. V samoupravnih aktih je veliko število členov direktno prepisanih iz zakona ali pa so samo opisno povzete nekatere zakonske določbe.

Od sprejema Zakona o združenem delu pa je nastala tudi številna sodna praksa in je bilo napisano veliko število teoretičnih člankov, ki razjasnjujejo določbe tega zakona in predlagajo tudi ustrezne rešitve za samoupravne splošne akte v delovnih organizacijah.

Skoraj nemogoče je, da bi kdorkoli podrobno poznal določbe vseh 50 samoupravnih aktov na ravni delovne organizacije in še 20 aktov na ravni temeljnih organizacij. Po drugi strani pa sistem delavskega samoupravljanja zahteva, da smo vsi delavci seznanjeni z akti in da se pri sprejemanju odločitev po njih

(Nadaljevanje na 2. strani)

Aktivna rekreacija 1981-82

aktivnosti

listnik XIX

V mesecu oktobru začnemo z izvajanjem aktivne rekreacije v Poreču in letos prvič v manjšem obsegu v Crikvenici. Predvideni sta dve skupini po 20 delavcev izbranih izključno po predlogu obratnega zdravnika.

Prehrana in nočitve so predvidene v hotelu »Mediterran«, zdravstvene usluge pa v »Telosoterapiji«. Ostale rekreacijske aktivnosti pa v okviru navedenih objektov in v hotelu »Omorika«. »Telosoterapija« je zdravilišče za dihalne organe, opremljeno s sodobno opremo in pod vodstvom strokovnjakov za to področje medicine.

(Nadaljevanje s 1. strani)

tudi ravna. Očitno je, da je nekaj narobe z našimi akti, da jih je preveč, da vsebujejo mnoge določbe, ki jih nikoli ne uporabljamo, tiste pa, ki bi bile potrebne, jih ni najti v aktih.

Za rešitev teh vprašanj smo na pobudo poslovnih delavcev pripravili načrt sprememb samoupravnih splošnih aktov. Začeli bomo z najvišjim aktom, t. j. s Samoupravnim sporazumom o združitvi v delovno organizacijo in Statutom delovne organizacije. Ta dva akta bi morala vsebovati vse bistvene določbe, ki so skupnega pomena za celotno delovno organizacijo. Radi bi zmanjšali število samoupravnih aktov, zato smo predlagali, da bi se določila materialne narave za naslednje akte vnesla v samoupravni sporazum o združitvi, določila procesne narave, pa bi se uredila v poslovniku. Gre za pravilnike o izdajanju časopisa ALUMINIJ, za ureditev izumov, tehničnih izboljšav in koristnih predlogov, akt o delitvi sredstev in virov sredstev in o združevanju sredstev, predpise, ki urejajo samozaščito, notranjo arbitražo, posle zunanjetrgovinskega prometa, stanovanj in dodeljevanju priznanj.

V statutu pa bi povzeli določila o ljudski obrambi, o zavarovanju delovne organizacije in o varstvu pred požarom.

Namen tega pisanja je pozvati vse delavce, da sodelujejo z nami pri pripravi sprememb. Kdor koli je pri svojem delu naletel na kakšno neurejeno vprašanje v aktih, ali na nepravilno ureditev, naj sporoči svoje predloge bodisi pisмено ali po telefonu v službo samoupravnih in pravnih del. V razgovoru mnogokrat slišimo kritiko na račun aktov, včasih pa tudi predloge za boljše ureditev. Sedaj, ko je pred nami revizija samoupravnih aktov, je čas za vsakega od nas, da pove svoje ideje in da pripomore k izdelavi takih aktov, ki bodo čimbolj ustrezali delovanju naše delovne organizacije.

Dobrodošli bodo predlogi sprememb za katerikoli akt, posebej bi pa želeli sugestije za spremembo aktov, ki so naštetih v tem zapisu. S temi akti se bomo namreč ukvarjali do januarja prihodnjega leta.

Branko RESNIK

Poreč nam letos ponuja svoj uveljavljen program aktivne rekreacije, sestavljen v sodelovanju s Fakulteto za telesno kulturo v Zagrebu, ki je obenem nosilka programske koncepcije ponujenega aranžmana. Pri programiranem aktivnem oddihu močno delujejo na človeški organizem, poleg že znanih in priznanih naravnih faktorjev kot so: sonce, voda, zrak, sprememba okolja in posebej za to izbrane programirane športno-rekreativne metode.

Programirani aktivni oddih je zasnovan na raziskavi funkcionalne osposobljenosti organskih sistemov in zdravja v celoti. Takšno stanje se ugotavlja s pomočjo specialnih diagnostičnih metod v modernu urejenih ordinacijah v katerih se za vsakega posameznika, odvisno od psihosomatskega stanja, notranjih sposobnosti in v skladu z najnovejšimi znanstvenimi in strokovnimi spoznanji, programirajo najboljše oblike, intenziteta in notranjost športno-rekreativnih aktivnosti.

Posameznik je pod stalno kontrolo strokovnjakov (rekreatorjev, zdravnikov).

Ponudba programiranega aktivnega oddiha v Poreču je namenjena predvsem potrebam delovnih ljudi in to posebej tistih, ki opravljajo:

- težka fizična dela,
- fizična dela v težkih pogojih,
- dela na tekočem traku,
- dela in naloge, ki terjajo prisilni položaj telesa in podobno.

Priporoča se vsem tistim, ki so psihično obremenjeni — vodilni kader, delavci, ki opravljajo intelektualne in kreativne naloge in podobno.

Pravilno programirana telesna vaja deluje na:

- izboljšanje delovanja srčne mišice,
- povečanje reakcije in prilagajanje fizičnim obremenitvam,
- hitrejše okrevanje po napornem delu,
- izboljšujejo se metabolistični procesi in povečujejo energetske možnosti organizma z istočasno racionalnejše izkoriščeno energijo,

— regulacijo telesne teže, torej njeno normalizacijo,

— povečanje nevro-mišične koordinacije,

— biološko pomlajevanje organizma,

— povečanje funkcionalnih in delovnih zmognosti,

— izboljšanje funkcije dihalnega sistema,

— hitro in popolno odstranitev akutne in kronične utrujenosti,

— povečuje se količina glikogena v jetrih in mišicah,

— povečuje se aktivnost fermentov, nastaje več beljakovin, raste število eritrocitov ter količina hemoglobina,

— normalizira se holesterin v krvi,

— izboljšanje mišično-organskih refleksov,

— izboljšanje hormonalne regulacije v funkcijah organizma,

— zmanjšuje razne nevrotske motnje, glavobol in podobno.

Vsebinska športne rekreacije se izvaja adekvatno z začetnim (inicialnim) stanjem, potrjenim ob prihodu posameznika v hotel. Medicinske usluge se nanašajo na pregled:

— nevro-mišičnega sistema,

— dihalnega sistema in kardiovaskularnega sistema.

Udeleženci aktivne rekreacije se na osnovi začetnega stanja, razvrstijo v 3 predvidene razrede obremenitve (močnejša, srednja in lažja intenziteta obremenitve).

Vsebinska aktivnega oddiha se izvaja po skupinah od 15—25 delavcev na enega voditelja aktivnosti, program pa traja 5 ur dnevno.

Po končanem ciklusu okrevanja se opravi ponovni pregled psihosomatskega statusa udeleženca in se s pomočjo komparacije z začetnim stanjem ob prihodu ustvarja slika efekata izboljšanja organizma posameznika.

Rezultate obeh testov funkcionalnih usposobljenosti obvezno dobijo vsi udeleženci (osebna knjižica) in delovna organizacija, ki pošilja svoje delavce na aktivno rekreacijo (formularji). Vsebinska programirane aktivnosti zajema aktivnosti slabše in močnejše intenzitete, finoprofilaktične tretmane in izlete.

Vsebinska močnejše intenzitete:

- športne igre (mali nogomet, košarka, odbojka, rokomet)
- namizni tenis
- tenis
- badminton
- kegljanje
- tek in hoja v naravi
- veslanje
- plavanje in aktivnosti v vodi

— vaterpolo

— vožnja s kolesom

— vaje v TRIM kabinetu

Vsebinska slabše intenzitete:

- mini golf
- pikado
- streljanje iz zračne puške
- viseče kegljišče

— kegljišče

— streljanje z lokom in strelo

— sprehod

— vožnja s kolesom

— kopanje

— vožnja z ladjo in veslanje.

Finoprofilaktični tretmani:

— savna, masaža

— elektromasaža, vibracijska masaža

— kopanje v topli morski vodi

— dva poldnevna izleta.

V vsakem desetdnevnom ciklusu se za udeležence organizira:

— ogled mesta

— edukativna predavanja o značaju vaji, prehrane in drugih faktorjev, ki delujejo na organizem

— plavalni tečaji za neplavalce.

Mogoče bo zanimivo že zdaj vedeti dnevni raspored:

— Zajtrk, od 7,00 do 9,00 ure;

— Programirane aktivnosti, od 9,00 do 12,00 ure;

— Kosilo, od 12,00 do 14,00 ure;

— Počitek, od 14,00 do 16,00 ure;

— Programirane aktivnosti, od 16,00 do 18,00 ure;

— Večerja, od 19,00 do 21,00 ure;

— Večerni programi, od 20,00 do 22,00 ure.

Ob prihodu na programirano aktivno rekreacijo naj udeleženci prinesejo s seboj športne copate, kopalke in trenirko. Če je udeleženec že prej sodeloval na aktivni rekreaciji, lahko prinese s seboj izkaznico o osposobljenosti organizma.

Zaključna večerja se organizira s podelitvijo diplom in priznanj najuspešnejšim udeležencem v programirani aktivni rekreaciji.

Vsem udeležencem aktivne rekreacije želimo ugodno počutje!

In za konec še majhno obvestilo: imamo podatke o cenah turistične ponudbe v Poreču v času od 1. 11. 1981 do 1. 4. 1982.

Počitnici ob morju so lepe tudi pozimi!

Antonija KRAJNC

Čiščenje odlitkov



Marketing ni čarobna palčka!

Mnogi zaposleni v TGA se vse pogosteje srečujejo s pojmom marketing, največ v povezavi s hotenji za organiziranje skupne marketing službe v SOZD Unial. Toda na žalost je z marketingom približno tako kot z Biblijo in Marxom (varijanta za ateiste!): mnogi jo (ga) citirajo, nekateri so celo kaj prečitali o njem, zelo redki pa so tisti, ki jo (ga) razumejo! (kar pa jih niti najmanj ne moti, da ga ne bi uporabljali tudi ob najbolj nemogočih priložnostih!).

V takšni situaciji ni daleč do mnogokrat prevladujočega prepričanja, da bo marketing rešil vse probleme poslovanja in trga, v SOZD Unial pa še druge, od tržnega poslovanja popolnoma neodvisne probleme. Jasno je, da to ne pomeni samo verbalnega precejševanja, temveč tudi popolno nepoznavanje bistva sodobnega tržnega poslovanja. Na žalost je to opazno celo pri mnogih strokovnih delavcih, kar predstavlja svojevrstno oviro pri naporih za uspešnejše poslovanje vsake delovne organizacije. Da bi lahko delovne organizacije in celotno gospodarstvo uporabile marketinški koncept poslovanja, ki ga do določene mere morala poznati večina zaposlenih. Le na ta način je mogoče pričakovati sprejemljivost sprememb, ki jih vsak nov koncept poslovanja prinaša in ki so za mnoge posameznike mnogokrat ne popolnoma neboleče.

Obseg poznavanja principov marketinga, ki bi ga morali obvladati določeni vodilni strokovni delavci seveda presega okvir splošnega poznavanja in razumevanja, kar pa tudi ni namen pričujočega članka.

OSNOVNI POJMI O SODOBNI TRŽNI KONCEPCIJI — MARKETINGU

Delovne organizacije (gospodarske in negospodarske) obstajajo izključno zaradi zadovoljevanja določenih potreb družbe. Svoj proizvod (uslugo) nudijo družbi s pomočjo tržnega mehanizma, saj še ni mogoče računati na takšno potrošnjo, ki bi bila zasnovana na popolnem zadovoljevanju potreb. Iz omejenega in nenehno spreminjajočega povpraševanja sledi nujnost prilagajanja ponudbe realnemu povpraševanju. Zaradi hitrega razvoja tehnike so se možnosti proizvodnje izredno povečale. Če bi v takih razmerah ostalo vse po starem, bi bilo toliko blaga, kot ga je s pomočjo sodobne proizvodne tehnike mogoče proizvesti, nemogoče plasirati v razmerah omejene kupne moči. Zato je bilo nujno potrebno prilagoditi proizvodne možnosti možnostim potrošnje, kar je ena izmed osnovnih nalog marketinga.

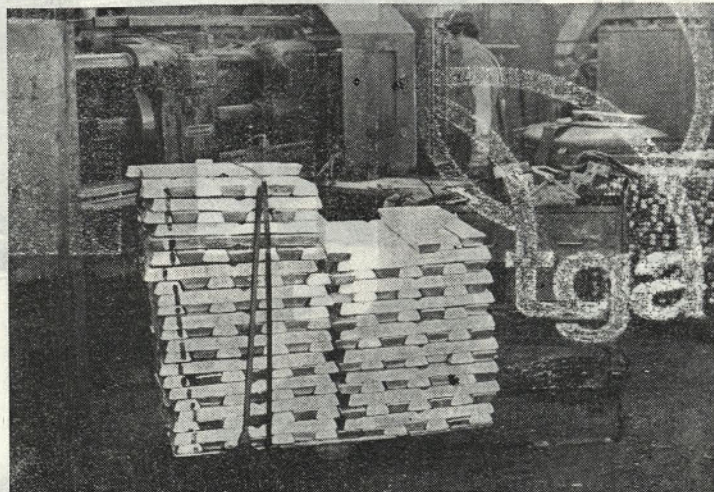
Kot za večino strokovnih izrazov, tako tudi za sodobno tržno konceptijo poslovanja obstaja več definicij in razlag, ki pa so si kljub določenim razlikam v

svoji osnovi zelo podobne. Vsi avtorji so si enotni, da sodobni marketing označuje poslovno aktivnost, ki povezuje proizvodnjo in potrošnjo, tako da je mogoče maksimalno zadovoljiti potrebe družbe, ki se na tržišču pojavljajo v obliki povpraševanja.²⁾

Vidimo, da sistem marketinga temelji na medsebojno odvisni povezavi potrošnikov in proizvajalcev, vključiti pa je potrebno še zunanje dejavnike, ki so izven vpliva posamezne organizacije združenega dela.

Marketing je tipična interdisciplinarna veda, saj je vse njegove naloge in cilje mogoče uresničiti le z uporabo najrazličnejših znanstvenih panog: matematike, statistike, sociologije, psihologije, ekonomije, demografije, itd.

Koncepcijo marketinga je potrebno razumeti kot specifičen način mišljenja, na katerem se izgrajuje politika delovne organizacije. Tržna politika oz. marketing postaja **dominantna politika** v poslovanju delovne organizacije in dominira nad proizvodnjo, kar je diametralno na-



Skladišče

priznavanje in spoštovanje potrošnika in da delovne organizacije bolj ali manj načrtno uporabljajo marketinški koncept v svoji poslovni politiki.

Večina naših ekonomistov si je enotna, da marketing ni ne-

va sta neznanje in nesposobnost za odgovornejši način dela.

OSNOVNE FUNKCIJE MARKETINGA

Proces marketinga se prične s spoznavanjem potrošnika in



Litje odlitkov

sprotje dosežanje koncepcije poslovanja, ki je izhajala iz tehnično-tehnoloških možnosti proizvodnih sredstev, maksimalnega izkoriščanja proizvodnih kapacitet in zahteve, da prodajna služba obstoječe proizvode prodaja. Prikaz razvoja marketinga je v bistvu prikaz njegovega razvoja v ZDA, saj se je tu marketing pričel razvijati, hkrati pa dosegel tudi največje uspehe v svojem nenehnem razvoju. Toda tudi pri nas se je obnašanje delovnih organizacij (res bolj redkih!) korenito spremenilo. Vpliv tržišča na formiranje njihove poslovne politike je vse očitnejši, kljub temu, da se nenehno srečujejo z bolj ali manj kampanjskim administriranjem. Očitno je, da se pojavlja postopno

združljiv s sistemom samoupravnega socialističnega gospodarstva, temveč lahko prispeva k njegovi večji efikasnosti vse do takrat, ko še obstaja tržno gospodarstvo. Vsebinska marketinga v pogojih našega gospodarstva bi moralo biti stremenje za proizvodnjo in trženje družbi potrebnih dobrin in storitev.

Seveda obstajajo številne ovire pri uveljavljanju marketiškega koncepta v našem gospodarstvu. Največja je prav gotovo v samem gospodarskem sistemu, v njegovi nestalnosti in prevetkih intervencijskih možnostih države na področju funkcioniranja tržišča. Nič manjša ovira pa ni konzervativizem določenih vodilnih delavcev, katerega osno-

njevovih potreb, konča pa z zadovoljitvijo teh potreb. Za dosego tega cilja je potrebnih veliko število aktivnosti, ki jih lahko razvrstimo v naslednje skupine specifičnih funkcij:³⁾

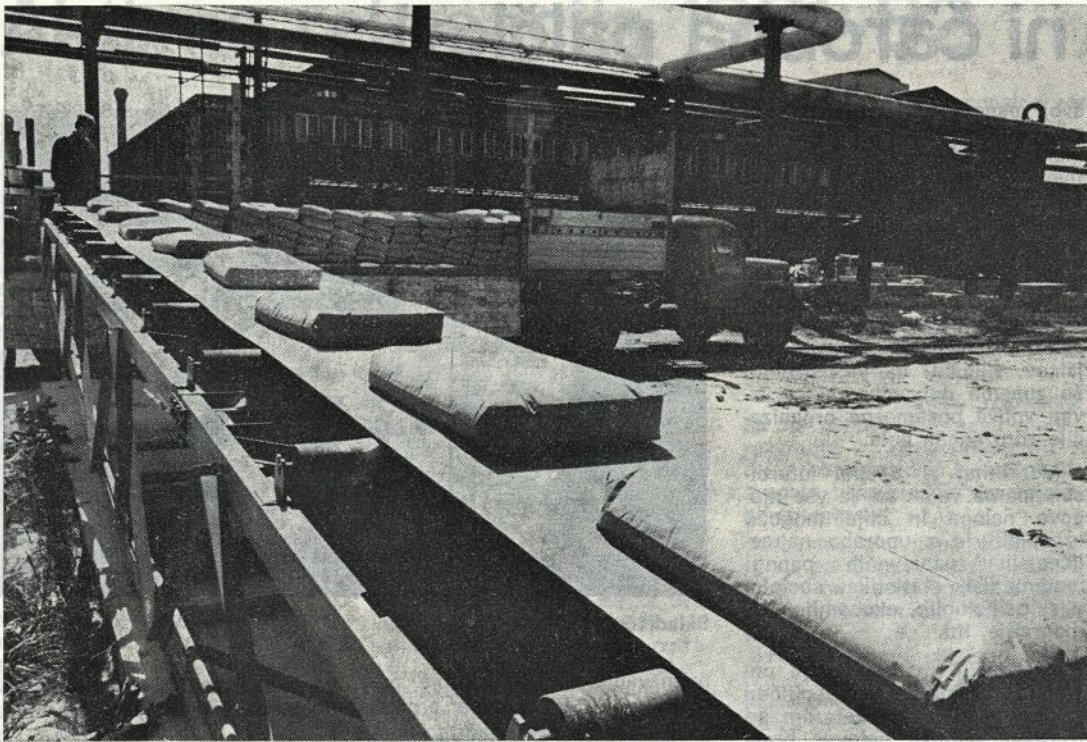
1. marketing informacije in raziskave —

— raziskave in analize na področju ekonomije, poslovanja, trgovine, potrošnikov, prodaje in promocije, operacijske raziskave v marketingu, analiza konkurence.

2. razvoj proizvoda (politika proizvoda) —

— razvoj in definicije proizvodnega asortimana, določitev lastnosti proizvodov, embalaže, politika cen proizvodov, itd.

3. prodaja in distribucija (politika prodaje) —



Nakladanje

— terenska prodaja, izbor distribucijskih kanalov, skladiščenje in transport, prodajna poročila, plani prodaje, stroški in prodajne kvote, prodajne komunikacije.

4. **promocija** — ekonomska propaganda, pospeševanje prodaje.

Sinhronizirano operativno delovanje vseh funkcij marketinga na tržišču imenujemo **marketing mix**. Bistvo tega sinhroniziranega delovanja vseh funkcij lahko strnemo v zahteve po pravem proizvodu, s pravo ceno, na pravem mestu (in ob pravem času), s pravo promocijo.

Seveda je potrebno tudi proces marketinga (podobno kot vsak, ne le poslovni proces) **planirati**, pozneje pa **kontrolirati** izvajanje vseh odločitev in postopkov ter njihovih rezultatov.

ORGANIZACIJA TRŽNEGA POSLOVANJA

Uvajanje nove poslovne orientacije se mora nujno odraziti tudi v organizacijski strukturi delovnih organizacij. Pri organiziranju marketinga je potrebno upoštevati mnoge faktorje, kot npr.: velikost delovne organizacije in njen tržni položaj, osnovne značilnosti tržišča, proizvodni program, konjunkturo na tržišču, koncepcijo poslovne politike delovne organizacije itd.

Enotnega recepta za organiziranje marketinške funkcije ni, saj bi morala vsaka delovna organizacija pri uvajanju marketinškega koncepta upoštevati predvsem tiste faktorje, ki so za njen obstoj (in razvoj!) najpomembnejši.

Vsekakor je eden od najvažnejših faktorjev obstoj **jasno definirane poslovne orientacije** delovne organizacije in odločitev delovnega kolektiva, da bo resnično uporabljal marketing. Pogosto se namreč dogaja, da delovne organizacije uvajajo marketing, ne da bi večina za-

poslenih vedela kaj to je, kaj marketing koncepcija pomeni in zakaj je potrebna. Takšen način uvajanja marketinga v delovno organizacijo je popolnoma odvračen, saj delovna organizacija z njim ne more doseči nikakršnega uspeha. Eventualno bo prišlo do izraza nekaj vodilnih delavcev, ki si bodo na nerazumevanju in nepoznavanju marketinga v svoji sredini (pa tudi lastnem!) utrjevali svoj osebni položaj in kariero.⁴⁾

UNIAL IN MARKETING

Večina prej negativno omenjenega o uvajanju koncepcije marketinga je vidna tudi v naši sredini. Srečujemo se s sektorji za marketing, ki to niso niti po

svoji organizacijski obliki, niti po vsebini dela. Da zgolj sprememba naziva nekega sektorja ali posamezne službe ne more vplivati na vsebino in kvaliteto dela, je verjetno mnogim že jasno.

Nedefinirana poslovna in v njenem okviru tudi razvojna politika je samo eden (sigurno ne najmanj pomemben!) od vzrokov za takšno stanje. Situacija meji že na čisti absurd, saj je lahko le striktno izvajanje jasno definirane skupne poslovne politike podlaga za obstoj in nadaljnji razvoj dohodkovnih odnosov v SOZD Unial.

Problema nedefinirane skupne poslovne politike v SOZD pa ne more rešiti samo organiziranje

skupnega marketinga. V situaciji, ki smo ji trenutno priča, bi bila takšna organizacijska tvorba vnaprej obsojena na »vegetiranje« oz. reševanje pretežno »notranjih« problemov v SOZD Unial (medsebojne dobave metala, devizna bilanca, itd.). Nاپori posameznikov za takojšnjo uvedbo takšne organizacijske oblike, tako verjetno ne čisto slučajno sovpadajo s cikličnim pojavljanjem prej omenjenih problemov v medsebojnih odnosih. Za njihovo uspešnejše reševanje vsekakor ni potrebna nova organizacijska tvorba!

Kako težko je organizirati skupni marketing s tako nedefinirano skupno poslovno politiko, dokazujejo tudi rezultati že dalj časa trajajočih aktivnosti za njegovo uvedbo. Proti temu in nerazumevanju prave vloge in nalog, ki bi jih naj marketing izvrševal, so brez moči tudi vsi napori in izsledki zunanjih (pa čeprav baje renomiranih!) specializiranih institucij. Je že tako, da je lažje urejevati stvari na papirju, kot pa v posameznih glavah. Še posebej, če je glav preveč!

Op.:

1. M. Rius: Marx za početnike
 2. F. Rocco: Osnove tržnega poslovanja
 3. F. Rocco: Osnove tržnega poslovanja
 4. A. Bazala: Metode istraživanja tržišta
- D. T.

**Aluminij
pričakuje
vaše
prispevke**



iz livarne

Občinsko tekmovanje kovinarjev

Občinski svet ZSS Ptuj je letos prvič organiziral delovno tekmovanje kovinarjev. Tako so bila v soboto, 12. septembra v treh delovnih organizacijah ptujske občine zanimiva delovna srečanja. V Agisu so tekmovali orodjarji in varilci za plamensko varjenje, v tozdu delovne organizacije Olga Meglič v Dolanah varilci (MaG in CO₂), pri nas pa so dokazovali spretnosti in znanje kovinostrojarji.

Pravila tekmovanja so dovoljevala, da se iz vsake delovne organizacije udeležijo tekmovalci po trije tekmovalci iz vsake panoge in seveda vodja skupine. Tekmovanje je obsegalo praktični in teoretični del, ki je zahteval poleg poznavanja materiala, dela, strojev in orodij, osnov proizvodnega procesa, varstva in varnosti pri delu, tudi poznavanje samoupravnega sistema.

Kako je bilo drugod ne bomo pisali. Nekaj besed pa bomo posvetili tekmovanju kovinostrojarjev, ki so tekmovali v naši delovni organizaciji in sicer v tozdu Vzdrževanje. O tem, kako je tekmovanje potekalo, sem se pogovarjala z Jožetom Menonijem, vodjem obdelovalnice I., ki je bil zadolžen, da pripravi vse potrebno za praktični del tekmovanja, kar mu je tudi uspelo, saj je bilo ravno o organizaciji tekmovanja izrečenih precej pohvalnih besed.

Tovariša Menonija sem obiskala na njegovem delovnem mestu, da bi mi povedal nekaj več o tekmovanju. »Tekmovanje se je odvijalo brez zastojev. Pripravili smo vso dokumentacijo, stroje in vse pripomočke, da se je tekmovanje nekje po sedmi uri lahko nemoteno začelo. Bilo je v prostorih naše strugarne in to na treh strojih, ki so novejšega datuma izdelave. Prav zaradi tekmovanja pa smo še posebej dali nabrusiti strgarske nože, da bi imeli vsi tekmovalci enake začetne pogoje.

Žal niso tekmovali vsi prijavljeni, ker treh enostavno ni bilo in tudi opravičili se niso. Tekmovalo jih je sedem, uvrstilo pa se jih je šest. Torej je eden odstopil, na žalost ravno naš tekmovalec. Kljub temu, da so bili vsi prijavljeni večji dela, je bilo nekaj tekmovalne nerveze, ki je naredila svoje. Tekmovalcem so padali ključki iz rok in še kaj, kar se v normalnih pogojih sploh ne bi zgodilo. Moram pa vseeno pohvaliti vse tekmovalce, mislim predvsem na naše, da so zbrali pogum in se tekmovanja tudi udeležili. Ne zdi pa se mi prav, da nekateri, ki bi se lahko prijavi, ker jim izkušenj ne manjka, tega niso storili, ampak so raje stali ob strani in modrovali: »Kaj boš ti na tekmovanju, imamo boljše.« in podobno. Vsi so imeli možnost, da se prija-

vijo in zakaj so potem ti »boljši« ostali tam, kjer ni bilo potrebno ničesar dokazovati!

Pa še nekaj bi omenil. Po nepotrebnem se je zapletlo na zjutraj na naši vratarnici. Ljudje, ki so bili zadolženi, da spisek tekmovalcev posredujejo naši službi za zavarovanje delovne organizacije, tega verjetno niso storili, kajti drugače si ne znam razlagati tega, da tujem tekmovalcem niso dovolili vstopa v našo tovarno. Nesporazum smo sicer kmalu rešili, vendar menim, da bi bilo lepše, če ga sploh ne bi bilo.

Tako vodja, svoje pa sta povedala tudi naša tekmovalca.

IBRAHIM EKIČ, KV strugar iz obdelovalnice II.

»Tekmoval sem prvič in ni mi žal, čeprav nisem dosegel najboljšega rezultata saj tudi izkušeni nimam toliko kot moji starejši sodelavci. v TGA dela nekaj več kot leto dni). Toda enkrat je potrebno poskusiti, taka srečanja pa so izredno koristna. Moram priznati, da sem imel nekaj treme, kako je ne bi, saj je bilo tekmovanje! Toda čez čas sem se privadil in roke so kar bolj ubogale. Obdelati sem moral os vodilnega kolesa za jekleni trak. Časa je bilo 45 minut, pozabil pa sem, da se v čas šteje tudi to, da ob koncu dela stroj očistiš. To mi je potem vzelo še nekaj dragocenega

časa. Če bom imel možnost, bom na takšnih tekmovanjih še sodeloval.«

RUDI HORVAT pa ni bil začetnik. Lansko leto je sodeloval na republiškem tekmovanju, kjer je zasedel sedmo mesto, toda kljub temu pravi, da to še ne pomeni, da ne bi imel več treme. »Seveda sem jo imel, saj je bilo tekmovanje, kjer moraš pokazati vse. Z organizacijo in potekom tekmovanja sem bil zadovoljen. Vsi smo dobili v obdelavo os vodilnega kolesa za jekleni trak. Na razpolago smo imeli 45 minut. V tem času je moral vsak tekmovalec pripraviti stroj (vklop, mazanje), preštudirati načrt in ob koncu tudi vse pospraviti. Naloga sploh ni bila težka, moram pa priznati, da se mi izdelek ni najbolj posrečil. Pri teoriji sem bil zelo dober, zato sem verjetno tudi pri praktičnem želel preveč, pa me je ob koncu razočaralo. Navajen sem na svoj stroj. Zelel bi, da bi bila taka srečanja bolj pogosta, da bi vsaj enkrat na leto kovinarji izmenjali svoje izkušnje.

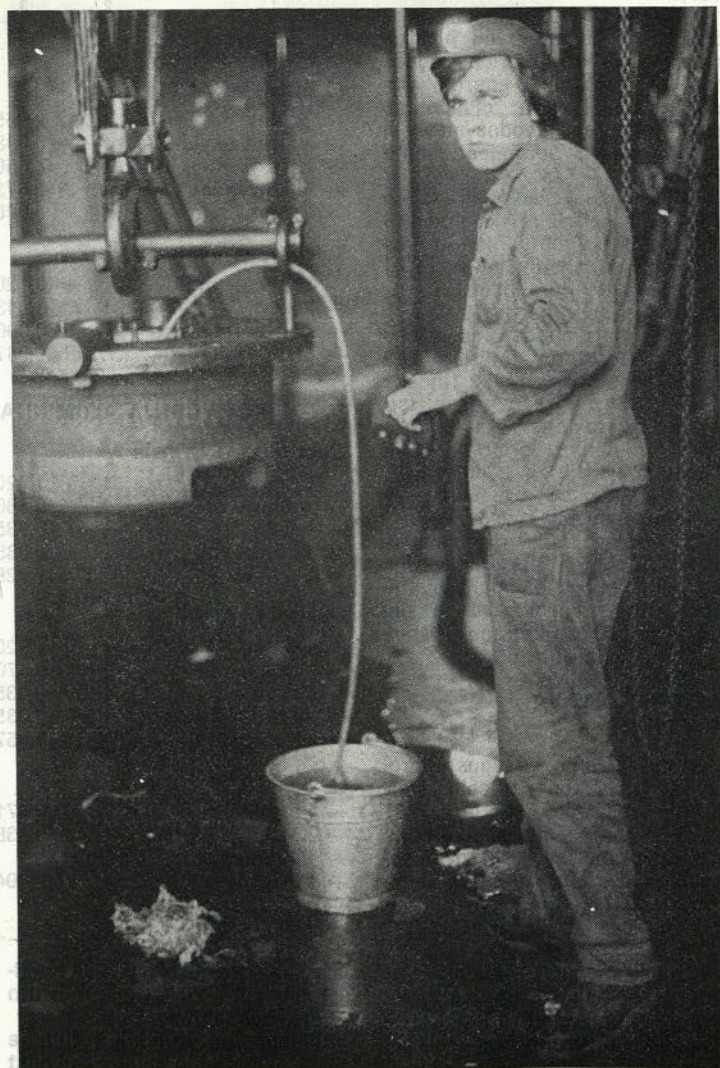
In ob koncu so se vsi udeleženci zbrali na Ptuj, kjer jim je predsednik občinskega sveta ZSS Ptuj podelil priznanja, najboljšim pa denarne in knjižne nagrade. Treme je bilo konec in vsi zadovoljni so izmenjali še nekaj izkušenj v prijetnem gostišču Pri Roziki. V. P.

Zakaj tako?

Še lani smo tarnali, da ne dobimo dovolj informacij, predvsem z vrha navzdol. Sestali so se člani družbenopolitičnih organizacij in na posvetu sekretarjev svoje želje odločno zapisali v sklep, s katerim so zadolžili vodstvo naše delovne organizacije, da vsak mesec poroča o poslovnih politiki in vseh tekočih zadevah. Vodstvo se je strinjalo. Od takrat glavni direktor za vsako delovno soboto pripravi informacije, ki so resnično izčrpne in za nje prav gotovo porabi nekaj časa, preden jih lahko — popolne in resnične — posreduje nam.

In kako se obnašamo mi? Navdušeni nad nečim novim smo sedeli na prvem sestanku doma vsi, tudi na drugem nas ni dosti manjkalo. Toda kmalu smo se obnašali čisto po tegeajevsko. Prišlo je namreč poletje, dopusti in delovna sobota je bila, bolj kot kdajkoli prej, čisto odveč. Nadoknadili smo jo z urami v dobro — zakaj pa imamo premakljiv delovni čas! Vedno manj je sedelo tam tistih, ki so želeli, zahtevali sestanek, torej tistih, ki so dolžni informacije prenesti v bazo. Rečeno je bilo, da bodo na sestanku prihajali (brez vabil, že sama delovna sobota je vabilo): vsi sekretarji, vsi predsedniki delavskih svetov, predsedniki osnovnih organizacij sindikata in predsedniki raznih odborov ter komisij.

Na zadnjem sestanku jih je bilo le sedem. Zakaj?



Naš časopis je nezanimiv!

V pogovorih o tovarniškem časopisu lahko največkrat slišimo najrazličnejše kritike in očitke o nezanimivosti, neaktualnosti in ostalih ne ... Krivec vsega tega naj bi bil uredniški odbor, ki bi iz skromnega izbora gradiva moral narediti dober časopis.

Najbolje je, da pričnemo kar pri gradivu. Iz meseca v mesec se ponavljajo problemi zaradi pomanjkanja gradiva, tako da časopis največkrat ne izide v predvidenem obsegu. Avtorji člankov se iz meseca v mesec ponavljajo, kar pa kljub njihovi požrtvovalnosti zmanjšuje pestrost časopisa. Precej manj problemov je s fotografijami, predvsem po zaslugi nekaj posameznikov.

Za takšno stanje pa po vsej verjetnosti ni kriv samo uredniški odbor, temveč vsi zaposleni v TGA. Skoraj neverjetno je, da izmed več kot 2300 delavcev ne moremo najti vsaj 20 občasnih dopisnikov. Sodelovanje z vodilnimi delavci in strokovnimi službami je sicer vzpostavljeno, toda še vedno ni na zadovoljivem nivoju. Honorarji za sestavke resnično niso visoki, vendar vsaj deloma povrnejo vložen trud.

Vse bralce vabimo, da se v prihodnje aktivneje vključujejo v oblikovanje našega tovarniškega časopisa, kajti le na ta način bo neljubih kritik in očitkov, ki se začnajo z ne ... vse manj. U.O.

Športno srečanje

V Trbovljah

Srečanja naših športnikov iz vseh tozdov so postala že tradicionalna in prav je tako, saj se prav na tak način bližje spoznamo z delavci iz našega precej oddaljenega tozda LLBK.

V soboto, 12. septembra, je bilo ponovno srečanje vseh športnikov v Trbovljah, kjer so tekmovali v vseh disciplinah: namizni tenis, kegljanje, streljanje, pikado, odbojka, rokomet in šah. To priložnost je izkoristil tudi Aktiv žena TGA, da bi se srečal z ženami iz tozda LLBK, ki pa se zaradi delovne sobote srečanja niso mogle polnoštevilno udeležiti. Zato so tekmoval predvsem naše delavke, ki jim ni bil namen zmagovati, temveč sodelovati, zato so tudi diplome, ki so jih dobile ob koncu vzele bolj kot zahvalo za udeležbo.

Kako prijetno je bilo v Trbovljah, najbolj zgovorno pove izpoved naše delavke **Stefke Letonjove**, ki je bila najstarejša med tekmovalci: »Prvič sem sodelovala na takem srečanju in prvič sem tekmovala v pikadu, čeprav nikoli nisem trenirala. Še bolj pa me je presenetilo, ko sem dobila diplomu, ki mi bo lep spomin na prijetno srečanje, saj sem se kot najstarejša tekmovalka med mladimi zelo dobro počutila. Prav ti odnosi, spoštovanje, pozornost in še bi lahko naštevale, so bili enkratni. Potrebno bi bilo, da bi se tako še večkrat srečali mladi in starejši delavci TGA. Bilo je enkratno in želim si, da bi bilo še več takšnih srečanj.«

Po končanem tekmovanju so se vsi udeleženci odpeljali na eno najlepših izletniških točk pri Trbovljah, na 1. junij, kjer so imeli skupno kosilo in več kot dovolj časa za kramljanje.

Množično sodelovanje na raznih srečanjih je bilo vedno zaželeno in ugotovili smo, da je vedno bolj všeč našim delavcem. Na to bomo mislili, ko bomo sprejemali nove programe dela.

Izdaja delavski svet tovarne glinice in aluminija »Boris Kidrič«. Kidričevo — Uredniški odbor sestavljajo: Janez Bedrač — predsednik, Franc Vreže, Lili Hojnik, Pavla Metličar, Viktorija Peterauer, Ivan Obrat, Anton Zadravec, Franc Selinšek, Vera Peklar — odgovorna urednica — Fotografije: Stojan Kerbler, dipl. ing. — Tiska in tehnično urejuje: Ptujška tiskarna, Ptuj — Člani kolektiva in upokojenci dobivajo list brezplačno — Rokopisov in slik ne vračamo — Naklada 3.000 Izvodov — Oproščeno temeljnega prometnega davka po mnenju Sekretariata za informacije pri IS Slovenije št. 421-1/172 z dne 24. oktobra 1975.



Foto: Srečkovič