

delo življenje

GLASILO DELAVCEV DELOVNE ORGANIZACIJE ALPINA ŽIRI

LETNIK 25

ŽIRI, OKTOBER 1987

Tržna in razvojna strategija Alpine

Kakovost za tržišče

Cilj Alpine v prihodnjem obdobju je predvsem utrditev položaja na trgih in prehod na višjo raven kvalitete izdelkov in v višje cenovne razrede, kajti edino na ta način lahko z našimi izdelki ustvarimo več dobička. Ta cilj bomo dosegli predvsem z osnovnima dvema skupinama izdelkov: z modno obutvijo in s smučarsko obutvijo.

Naš cilj v obeh programih je napredovati v okviru vsakega programa, z ozirom na tržne možnosti. Vsak korak naprej, v katerem od obeh programov pomeni, da bo Alpina kot celota močnejša.

V teku priprave srednjeročnega plana za obdobje 1986—1990 je bilo v avgustu 1985 pripravljeno gradivo z naslovom »tržna strategija za srednjeročni plan za obdobje 1986—1990 in osnovami do 2000«. Prav je, da po dveh letih preverimo postavljeno strategijo predvsem iz naslednjih vidikov:

— kako v teh dveh letih uresničujemo takrat zastavljene cilje

— katere cilje dosegamo in kje so problemi

— katere predpostavke zunanjega okolja (gibanj v svetu, ekonomske politike Jugoslavije) se uresničujejo in katere so drugačne, da bi na osnovi teh dodatnih spoznanj lahko strategijo po potrebi dopolnili ali korigirali.

Cilj tega gradiva je torej dvojen:

— ažurirati postavljeno strategijo z novimi informacijami

— ponovno informirati o naših ciljih, z namenom, da se pogledi poenotijo in da se ves kolektiv maksimalno zavzame za doseganje postavljenih ciljev.

Osnovna izhodišča

Osnovna izhodišča pri razmišljanju o naši usmeritvi so naslednja:

1. Dolgoročno izvažati vsaj 50 % fizičnega obsega proizvodnje na konvertibilno področje.

2. Postopno prehajati na zahodnih tržiščih v višje cenovne razrede.

3. Investicij ne usmerjati več v povečanje obsega proizvodnje, ampak predvsem v kadre, znanje, razvoj izdelkov in posodabljanje tehnologije, vse z namenom prodreti na višjo kakovostno in cenovno raven.

Prvi dve izhodišči smo postavili že v letu 1985. Mislim, da sta zadnji dve leti potrdili pravilnost teh dveh izhodišč in smer razvoja tovarne.

Tretje izhodišče, torej razvoj v nadaljnje zmogljivosti, ampak predvsem v razvoj izdelkov na višjo raven, pa je glede na razvoj dogodkov, postalo očitno v zadnjih letih. Podlaga za tako izhodišče za delo naprej so predvsem naslednja dejstva:

— čedalje večja cenovna

konkurenca na svetovnem trgu obutve iz dežel Daljnega vzhoda

— razvoj novih tehnologij v pripravi — proizvodnji obutve, s katerimi bodo ponovno lahko konkurenčne tudi visoko razvite države. Poceni delo v prihodnje ne bo več nikakršna prednost.

— dogajanja v odnosu Sovjetske zveze, kot velikega kupca jugoslovanske obutve (zniževanje cen, kvalitetna selekcija nakupov v Jugoslaviji ob tem, da močno gradijo lastno proizvodnjo)

— dogajanja na domačem trgu, katere označuje po eni strani gospodarska kriza s padanjem kupne moči, po drugi strani vedno večji pritisk domačih proizvajalcev na domači trg.

Če razmislimo vse to, je jasno, da je za bodočnost investiranje denarja v nove stavbe, v katerih bi zaposlovali veliko število novih ljudi in delali več čevljev s klasično tehnologijo, zgrešena naložba. Če k temu dodamo še dejstvo, da v Žireh proste delovne sile ni, je tudi pravilnost tega izhodišča več kot očitna.

Program izdelkov

Po iskanju in številnih poskusih na različnih izdelkih v zadnjem desetletju sta se izoblikovali dve skupini izdelkov:

— ženska modna obutev, s tem da se je v zadnjem času tudi program poliuretanske (PU) brizgane obutve razvil v smeri modne obutve — smučarska obutev (pancerji, tekaški, apreski), kateri zaradi pokrivanja obratne sezone (ko so zmogljivosti proste), lahko vključimo tudi surf.

Rezultati glede ostalih skupin izdelkov v zadnjem obdobju so bili naslednji:

— planinska obutev: kljub veliki tradiciji smo

(Nadaljevanje na 2. strani)



1947-1987

Naša obutev tudi na obroke

Od 15. oktobra do 15. novembra letos bo v naših prodajalnah prvič uvedena prodaja Alpini- ne obutve na tri obroke, brez obresti.

Pogoj je, da bo kupec v naši prodajalni kupil za več kot 50.000 din Alpini- ne obutve. Ob nakupu bo v prodajalni izpolnil pogodbo in plačal prvi obrok. Ostala dva obroka pa bo kupec poravnal po administrativni odpovedi, pomeni, da mu bodo v delovni organizaciji odtegnili pri osebnih dohodkih.

S tem načinom prodaje se na eni strani približamo našim kupcem, saj obutev ni več majhen strošek. Posebno velja to za zimsko obutev, kot so smučarski čevlji, apreski in ženski škornji. Na drugi strani pa seveda upamo, da se bo s tem povečala tudi prodaja v naši maloprodajni mreži, kar je v časih nevarnosti za nelikvidnost prav tako zelo pomembno.



Ob Krajevem prazniku

23. oktobru

čestitamo vsem

krajanom



DOGOVARJAMO SE - DOGOVORILI SMO SE



(Nadaljevanje s 1. strani)

ugotovili, da prodaja ni dovolj zanimiva ne po količini ne po ceni za industrijsko proizvodnjo. Zadnja leta so potrdila pravilnost odločitve o opustitvi tega programa.

— **športne copate:** po prvih poskusih smo prišli do zaključka, da na tem področju nikakor ne moremo konkurirati velikim blagovnim znamkam v svetu in smo ta razvoj opustili. Dogajanja v svetu danes (težave Adida) potrjujejo pravilnost odločitve.

— **kolesarstvo:** program smo študirali in ugotovili, da v zgornji cenovni razred ne moremo, spodnji razred pa cenovno ni zanimiv. Delo na tem smo opustili.

— **golf:** cenovno atraktiven program, vendar tržišče močno zavzemajo nekatere vodilne in močne znamke. Delo na tem programu smo opustili.

Dogajanja v zadnjih dveh letih kažejo, da smo se odločili prav in nismo napravili bistvenih napak. To seveda ne pomeni, da ne bomo spremljali dogajanj na svetovnem trgu. Predvsem je treba sistematično spremljati pojave novih programov (povezanih z novjšimi sporti), ki so na začetku razvoja in v vzponu. Prav vključitev v tak program olajša uspeh (primer iz preteklosti: tekaški in surf). Pri kakršnemkoli dodatnem programu pa je treba ugotavljati prednosti, če bi imel program tehnološke in tržne podobnosti oziroma zveze z obstoječimi programi, in sicer:

— če gre za podobno tehnologijo, po možnosti pa za delo v sezoni, kjer sedaj tega ne delamo in imamo zato še proste zmogljivosti

— če je možno nov program prodajati preko obstoječe distribucijske mreže.

Tovrstne informacije moramo spremljati sistematično, da ne bi zamudili morebitnih priložnosti.

Strategija razvoja obstoječih skupin izdelkov

Modna obutev:

V tej skupini smo v Alpini doslej pojmovali žensko modno obutev. Z ozirom na to, da se je program PU brizgane obutve razvil v smer cestne obutve, kjer se uporablja sicer različna tehnologi-

ja, vendar pa enak material; izdelki so namenjeni istim končnim kupcem oziroma tistim trgov, kot ženska modna obutev. Zato menim, da bo kazalo v bodoče ti dve skupini izdelkov obravnavati kot enoten pojem modne obutve.

Tako opredeljena skupina modne obutve predstavlja količinsko nekaj več kot polovico naših kapacitet. Prodaja je trenutno usmerjena približno takole:

zahod	30 %
klirinško tržišče	20 %
domače tržišče	50 %

Položaj na posameznih tržiščih je naslednji:

Zahod:

Trenutno izvažamo obutev pod blagovnimi znamkami kupcev. Izhodišča za kolekcijo dobimo od kupcev. Material moramo zaradi kakovosti v glavnem uvažati z Zahoda.

Kliring:

Kar zadeva ZSSR je značilno za zadnji dve leti pritisk na cene, ki so se znižale. Trenutno s posli v tej državi ni večjih dobičkov. Za ta izvoz pridejo v poštev samo najkvalitetnejše skupine obutve, kar je tudi drugače kot pred leti.

Domači trg:

V zadnjem obdobju se srečujemo s krizo, padanjem kupne moči in padanjem prodaje ter velikim pritiskom jugoslovanskih proizvajalcev na domači trg. V takih razmerah bodo uspešno prodajali samo najboljši.

Ob upoštevanju tega imamo za program modne obutve naslednje cilje:

— količinski obseg proizvodnje moramo obdržati v okviru sedanjih kapacitet ali ga povečevati samo toliko, kolikor se povečuje produktivnost. Pred dvema letoma še obravnavana varianta o povečanju kapacitet traku, z ozirom na razvoj dogodkov, ne pride v poštev.

— obdržati usmeritev približno 30 % prodaje na Zahod na ta način, da delamo z večjimi kupci.

— v ZSSR še naprej prodati približno 15–20 % modne obutve za pokrivanje mrtvih sezon, pri tem pa ponudbo kolikor mogoče najbolj prilagajati situaciji, torej poskušati prodati tiste vrste obutve, ki so relativno najboljše plačane (zahtevnejša obutev).

Domače tržišče:

Obdržati usmeritev, da ta program na domači trg prodajamo izključno preko lastnih prodajal. Maloprodajna mreža bo morala biti sposobna prodati najmanj 50 % proizvodnje naše modne obutve. Z ozirom na zaostrene razmere na domačem tržišču bo to možno, edino v primeru, če bo kolekcija dovolj zanimiva in na ravni, da bo boljša, kot je povprečje jugoslovanskih proizvajalcev.

Cilj: v tistih skupinah modne obutve, katere izdelujemo (ženski škornji, sandale in salonke ter moška PU brizgana cestna obutev) postati najboljši v Jugoslaviji s kolekcijo, glede na modo in kvaliteto. Ob tem pa moramo biti sposobni približno 30 % proizvodnje modne obutve izvoziti na Zahod.

Smučarska obutev:

V to skupino štejemo panacerje, tekaške čevlje in apreski obutev. Pred dvema letoma smo v planu predpostavljali, da bo v teh izdelkih možna nadaljnja rast, ker so to izdelki za prosti čas, prostega časa pa bo v razvitem svetu vedno več. Naša izhodišča po posameznih vrstah izdelkov so naslednja:

Panacerji:

Pred dvema letoma smo predvideli povečanje proizvodnje do konca srednjeročnega obdobja na približno 400.000 parov. Porast prodaje v teh dveh letih potrjuje, da je tako prodajo možno doseči morda že prej. Po posameznih najpomembnejših državah se dogodki razvijajo po predvidevanjih iz leta 1985.

Domneva, da je pri panacerjih v bodoče možno postopoma povečevati prodajo, je utemeljena z naslednjimi dejstvi:

— težnja v svetu k povečanju prostega časa (panacer pa je izdelek za prosti čas)

— naša udeležba v svetovni proizvodnji panacerjev je trenutno 5 %, kar še ni tak delež, da ga ne bi bilo mogoče povečati

— zadnji dve sezoni kaže ta, da je možno z dobrim delom na razvoju izdelkov vplivati na povečanje prodaje

— prodaje ni možno veliko povečati v državah, kjer je naša prodaja že zastavljena, možno pa jo je povečati tam, kjer tržišče še ne obvla-

dujemo ali ga celo ne poznamo.

Ker so panacerji izrazito program, kjer so fiksni stroški na enoto proizvoda veliki, se nam tu nedvomno izplača izkoristiti možnosti v povečanju količinskega obsega proizvodnje, če tržišče to omogoči. Zaradi uvoza za to obutev, mora biti prodaja usmerjena predvsem na konvertibilna tržišča, ob tem pa moramo hkrati oskrbovati tudi domači trg in po možnosti prodati manjše količine na Vzhod, če dosežemo dobre cene.

Cilj: nadaljnje povečevanje prodaje, s ciljem, da dosežemo vsaj 400.000 parov v sezoni. Intenzivno vlaganje v razvoj in marketing, da povečamo prodajo v srednjem in višjih cenovnih razredih. Možnostim prodaje prilagajati kapacitete. S sedanje pozicije (po oceni s šestega mesta na svetu), napredovati na peto ali četrto mesto. Proizvajati izključno pod lastno znamko.

Tekaški čevlji:

Glede na to, da smo s tekaškimi čevlji trenutno drugi na svetu (za Salamonom), in da je naš delež v svetovni proizvodnji približno 10 %, smo že v letu 1985 ocenjevali, da količin v tem programu ne bomo mogli bistveno povečati in da je za Alpino dosegljiva prodaja 300 do 400.000 parov v sezoni. Razvoj v zadnjih dveh letih kaže na pravilno oceno tega cilja.

V zvezi s prodorom sistemov in nazadovanjem prodaje klasičnih tekaških čevljev smo v zadnjih dveh letih našli uspešen odgovor Salamonu v NNN sistemu.

Cilj: obdržati prodajo 300.000 do 400.000 parov tekaških čevljev v sezoni, vse izključno pod znamko Alpina, 95 % na Zahod. Obdržati mesto drugega na svetu in ogroziti prvega (Salomona). Z agresivno prodajo NNN sistema doseči prenos večjega dela prodaje v srednje in višje cenovne razrede.

Apreski:

V zadnjih letih smo zaoitali s kolekcijo. Letos se je pokazalo, da smo takoj, ko smo jo nekoliko izboljšali, bili pri prodaji ponovno bolj uspešni.

Cilj: v apreski obutvi moramo biti, kot specialisti v smučarski obutvi, najboljši v



DOGOVARJAMO SE - DOGOVORILI SMO SE



Jugoslaviji, po možnosti pa prodati del količin tudi na Vzhod in v nekatere zahodne države.

Surf: Zanimiv kot program za obratno sezono apreskij in pancerm, zlasti v šivalnicah. V ta program smo se vključili v trenutku, ko je bil v porastu. V zadnjih letih pa prodaja te opreme na svetu upada. Zato menim, da bomo morali resno analizirati vprašanje, ali še ostati v programu z dodatnimi investicijami ali pa program opustiti.

Investicije

Naše poslovne usmeritve narekujejo v pogledu investicij naslednje:

Stavbe: Investirati samo toliko, kolikor je nujno potrebno, da zagotovimo normalne delovne pogoje ali boljše izkoriščanje prostora v proizvodnji. Zamisli o gradnji novih hal v Gorenji vasi in Žireh postajajo v tem času vprašljive in jih bo treba temeljito pretehtati. Menim, da bo boljše razmišljati o manjših posegih, adaptacijah ali manjših dograditvah, da rešimo nujne prostorske probleme in se izognemo velikim investicijam.

Oprema: Nujno moramo zagotoviti vire za sprotno posodabljanje opreme, predvsem v smislu vključevanja sodobnejše opreme, ki omogoča večjo produktivnost in boljše kvaliteto izdelkov. Poseben poudarek je treba dati opremi, ki omogoča uvajanje novih sodobnejših metod dela (CAD-CAM, računalniško vodenje).

Pancerji: To je edini program, kjer bi karkoli investirali tudi še v povečanje ka-

pacitete, če bomo tržno uspešni.

Razvoj izdelkov: V tej smeri moramo v bodoče delovati vedno bolje. To je eno najpomembnejših področij investiranja. Gre za to, da pri razvoju izdelkov formiramo večji kadrovske potencial, da smo kot tovarna odprti tudi navzven, za zunanje ideje, inovacije ali patente in da skušamo postopno priti v položaj, kjer ne bi razvijali samo tistega, kar je absolutno nujno za naslednjo kolekcijo, ampak skušamo delati tudi dolgoročno.

Trg: Tudi investiranje v trg (marketing) moramo začeti pojmovati kot eno od pomembnih področij investiranja. Gre za nadaljnjo izgradnjo distribucijske mreže, tako v tujini, kot na domačem trgu, investiranje v propagando itd...

Našega razmišljanja o investiranju v bodoče torej ne smemo več začeti pri stavbah in trakovih, ampak moramo začeti pri razvoju izdelkov in tržišča. Če bomo uspešni pri razvoju izdelkov in marketingu, potem bomo morda lahko vlagali tudi v proizvodne zmogljivosti. Torej: investirajmo najprej v znanje, poznavanje in obvladovanje tržišča in šole, nazadnje v stavbe.

Kadri

Kadrovska politika mora torej temeljiti na naslednjih izhodiščih:

— števila zaposlenih ne bomo povečevali, ampak bomo z novim zaposlovanjem v glavnem le nadomeščali fluktuacijo (odhodi v pokoj in ostali odhodi)

— pri tem je treba težiti za tem, da se bo z nadomeščanjem odhajajočih delavcev z novimi ljudmi izboljševala kadrovska struktura

— režije številčno ne smemo povečevati, poskrbeti pa moramo za izboljšanje kadrovske strukture režijskih služb: izločiti nesposobne in jih nadomestiti z boljše usposobljenimi delavci

— strokovnega kadra z visoko in višjo izobrazbo imamo manj kot 2 %, (poprečje v SRS je 9 %). Ker je visoko izobraženi kader gotovo nosilec bodočega razvoja, si je treba načrtno prizadevati za povečanje deleža delavcev z višjo in visoko izobrazbo. Na eni strani je potrebno na tem področju voditi agresivno štipendijsko politiko, uspešno vključevati prihajajoči kader v delo in stimulativno nagradjevati ta kader. Poseben poudarek dajati kadru osnovne stroke za področje razvojnega dela in organizacije proizvodnje.

Organizacija

Vsi se moramo zavedati, da organizacija neke firme nikdar ni enkrat za vselej idealna, ampak se mora stalno prilagajati nalogam in situaciji. V zvezi z našo interno organizacijo je treba razmisliti in odgovoriti na naslednja vprašanja:

— kako organizacijsko slediti temu, da se razvojno naši izdelki razvrstijo v dve osnovni skupini: modna obutev in smučarska obutev?

— posebej izpostavljam vprašanje organizacije dela na razvoju izdelkov, ker moramo to področje okrepiti

— uvajanje računalniškega vodenja poslovnih procesov in uvajanje CAD-CAM sistemov bo zahtevalo tudi spremembe v organizaciji dela.

Pri reševanju navedenih vprašanj bomo morali upoštevati tudi danes prevladujoče spoznanje, da novih metod dela ali pa novih tehnologij ni vedno mogoče uspešno uvajati, če ostane ves kader isti, ampak da je pogosto potrebno uvajati tudi nove ljudi.

Poslovna filozofija — orientacija v iste cilje

Cilj Alpine v prihodnjem obdobju je predvsem utrditev položaja na trgih in prehod na višjo raven kvalitete izdelkov in v višje cenovne razrede, kajti edino na ta način lahko z našimi izdelki ustvarimo več dobička. Ta cilj bomo dosegli predvsem z

osnovnima dvema skupinama izdelkov: z modno obutvijo in s smučarsko obutvijo.

Naš cilj v obeh programih je napredovati v okviru vsakega programa, z ozirom na tržne možnosti. Vsak korak naprej, v katerem od obeh programov pomeni, da bo Alpina kot celota močnejša.

Pomembno je, da se kolektiv zaveda, da je Alpina kot celota vedno seštevek dveh skupin izdelkov, modne obutve in smučarske obutve. V zadnjem desetletju se vprašanje o tem, da kateri od teh programov ne bi bil potreben, ni nikdar zastavljalo (zadnjič so bila taka vprašanja v letu 1975, ko so nekateri hoteli ukiniti smučarsko obutev). Možnosti na trgu pa se seveda med obema programoma nekoliko razlikujejo.

V zgodovini Alpine so se v preteklosti včasih pojavljale razprtije (nesoglasja med proizvodnjo in MPM in kasneje med TOZD Plastika in TOZD Obutev). Kolektiv je take težnje vedno uspel zaustaviti in to je omogočilo napredek tovarne kot celote. Številni primeri v Sloveniji in Jugoslaviji kažejo, kaj se zgodi, če vsak del delovne organizacije vleče na svojo stran. V zadnjem času opažam nekatere slabosti in slabo sodelovanje na relaciji modna obutev—smučarska obutev, s pripombami, da je smučarska obutev privilegirana v primerjavi z lahko obutvijo in da v smučarsko obutev več investiramo ipd. Edini zdrav odgovor na to je: vsaka od skupin obutve predstavlja približno polovico tovarne, Alpina pa je seštevek obeh. Ta seštevek bo tem boljši, čim bolj bo vsak od obeh programov napredoval. Kolektiv je treba torej usmeriti v to, da bo vsak poskušal doseči maksimum na tistem področju, na katerem dela.

Moje stališče do tega je, da ne more in ne sme biti noben program v prednosti, ampak, moramo vsakega razvijati v skladu z realnimi možnostmi na trgu.

Alpina je svoj uspešen 40-letni razvoj dosegla med drugim tudi zaradi enotnosti v kolektivu, in to enotnost smo dolžni ohraniti in negovati tudi v bodoče.

Tomaz KOŠIR



Ali so vsi čevlji kakovostno izdelani? Tu je treba vse skompletirati, pozorno vložiti v škatle...



Kolekcija — zrcalo našega znanja



Po ustaljeni navadi smo sredi septembra predstavili našo zimsko športno obutev našim kupcem in razpečevalcem v tujini. Zlahka bi zatrdil, da je bila kolekcija na teh razgovorih ocenjena zelo ugodno.

Katero so torej značilnosti predstavljene obutve?

Za kolekcijo obutve za alpsko smučanje je poleg barvitosti (kar je bilo že lani), značilna tudi tehnična dovršenost, predvsem notranjih čevljev; podobno velja za druge sestavne dele, ki so res izpopolnjeni. Posebno velja omeniti design (oblikovanje), kar naj bi navzven, že brez napisu ALPINA, govorilo, da gre za smučarski čevljev, izdelek ALPINE.

Skupna ugotovitev je bila, da z novimi modeli, ki jih razvijamo v zadnjih letih, sodimo v zgornji razred. Za sezono 1989/90 pa moramo pripraviti model, ki ga bomo prodajali po zmerni, dostopni ceni in izdelovali v velikih količinah. Novi model naj bi zamenjal sedanje modele JR-200, JR-300, JR-350, MS-LS-500.

Prav tako uspešna je bila predstavitev tekaške kolekcije. Ugotovitev, da s tekaško obutvijo (z vključitvijo NNN sistema) postanemo najboljši in ne samo največji proizvajalec smučarske tekaške obutve, nas obvezuje, da se poleg pestrih in izredno kvalitetnih modelov, ki smo jih predstavili našim kupcem, izkažemo tudi s kakovostno izdelavo. Naše kupce so še posebej navdušili modeli v tekmovalnem razredu. Ugotavljali so na-

mreč, da take izvedbe do sedaj niso videli niti pri našem največjem konkurentu Salomonu.

Poleg smučarske, alpske in tekaške obutve smo predstavili tudi apreski kolekcijo. S to vrsto obutve do sedaj pri izvozu nismo dosegli večjih rezultatov; prodajali smo v glavnem na domačem tržišču. Predstavljena kolekcija za sezono 1988/89 pa je vzbudila zanimanje nekaterih naših kupcev in upamo, da bomo tudi s to obutvijo dosegli izvoz okoli 40.000 parov.

Poseben uspeh smo dosegli tudi na področju priprave in oblikovanja marketinškega materiala (katalogi, oglasi, plakati). Prvič, odkar prodajamo našo obutev v izvoz, so ves propagandni material pripravili naši delavci sami.

Prepričan sem, da je septemberska predstavitev potrdila pravilnost usmeritev lastnega razvoja. Dosežen rezultat na področju sestave kolekcije in ustreznosti marketinški pristop je istočasno priznanje vsem, ki so pri tem sodelovali, kakor tudi obveza, da moramo izdelke tudi v serijski proizvodnji izdelati kakovostno in do roka, kar je pogoj, da bomo uspešni tudi v prodaji na tržišču. Šele s tem bomo dokončno potrdili vrednost našega dela.

Jože BOGATAJ

Nimamo Agrokomerčevih menic, imamo pa še vedno dovolj težav

V najtežjih časih moramo delati najboljše

Smo na prehodu v zimsko prodajno sezono, ki običajno prinese največ sredstev. To je očitno tudi nujno, saj zaradi različnih razlogov v zadnjem času nismo bili v posebno ugodnem položaju, kar zadeva likvidnost.

O tem smo se pogovarjali s Tonetom Enikom, ki nadmešča vodjo finančnoračunovskega sektorja, ki je med drugim povedal:

»Že tako zaostren položaj zaradi težkih pogojev poslovanja (devizna zakonodaja, manjša kupna moč, sezonskost našega dela) je poslabšal še obračunski zakon, na podlagi katerega revaloriziramo (prevrednotimo) sredstva in viro sredstev, čeprav je treba priznati, da v končni fazi omogoča pravo sliko našega prizadevanja. Poleg že omenjenih težav, so nas pestile višje zaloge zaradi počasnejšega obračanja. Tako smo imeli v prvi polovici leta samo v TOZD Proizvodnja 1,9 milijarde revalorizacijskih stroškov. Ti stroški (obresti) na likvidnost direktno ne vplivajo, odnašajo pa precej denarja. Sicer je bila septembra prodaja v MPM slabša kot smo pričakovali, čeprav je ta čas že običajno več težav. Vemo, da velik del prihodka ustvarimo v zadnjih mesecih leta, do tedaj pa moramo premostiti finančne težave. To delamo tako, da najamemo bančne in druge kredite, kolikor je le mogoče po najnižji obrestni meri, toda še vedno je to od 98 do 130 %. K temu moramo priložiti še tako imenovane realne obresti (okrog 20 %). V teh pogojih je še dobro, da nas ni direktno prizadela

afeta Agrokomec, ne podobni dogodki v Viku v Varaždinu, kjer sodelujemo z enim od manjših obratov. Poslovanje je namreč urejeno tako, da Alpina plačuje le stroške dela pri izdelavi gornjih delov, material pa nabavljamo in dostavljamo mi, stroji so naši... Morda bi ob tem nekaj besed spregovorili o menicah, povsem ustaljenem načinu poslovanja. Ta čas se tudi mi precej poslužujemo menic, ki sicer niso plačilno sredstvo, so pa jamstvo za zavarovanje plačil in so izdane lahko le na podlagi dolžniško-upniškega razmerja (DUR), torej na podlagi dela, prodaje materiala in podobno. Vemo, da moramo v banki avalirano menico, dokončno »poravnati« najkasneje v treh mesecih. Kot že rečeno, imamo mi za svoje menice zadostno kritje, tako v blagu kot v ostalih sredstvih.«

Slika, ki nam jo je predstavil Tone Eniko torej ni nič kaj rožnata, vendar naše poslovanje temelji na realnih osnovah. Če se bomo s svojim delom vsi še bolj prizadevali, bodo ti temelji še trdnjši, čeprav so zunanje razmere dokaj nevarne.

Nejko PODOBNIK

Popravek

V prejšnji številki je v sestavku Gregorja Klemenčiča »Utrinki z letnega sejma športne opreme v Münchnu« ponagajal tiskarski skrat.

Kronos in Nike nista japonski firmi kot piše,

temveč italijanska (Kronos) in ameriška (Nike).

Alpina skupaj z Elanom v ZRN tvorita firmo A+E in ne formo, kot je napisano.

Za napake se opravičujemo. UREDNIŠTVO



Z boljšo kolekcijo v jugoslovanski vrh

Poslovodska konferenca, ki je bila 23. septembra na Bledu, je sovpadala z zaključkom turistične sezone, ki je bila v tem času še v polnem razmahu. Prav zato so imeli tudi naši organizatorji nekaj težav, ko ni bilo mogoče dobiti prostora za namestitev niti v bližnjih hotelih, čeprav so bile rezervacije pravočasne. Nekaj slabe volje na začetku je bilo torej razumljivo. Za naslednjo konferenco v jesenskem času bo treba poiskati primernejši kraj.

Po uvodnih besedah direktorja TOZD Prodaja je o rezultatih poslovanja, novem obračunu, likvidnosti in zaloga govori glavni direktor Tomaž Košir. Poslovodje je seznanil z osemmesečnim poslovanjem delovne organizacije. Pri tem je izpostavil glavne probleme, s katerimi se še vedno srečujemo — to je nedoseganje plana proizvodnje, slab devizni položaj, kot posledica neustreznega deviznega zakona, slabo obračanje kapitala in s tem težave z likvidnostjo, vplivom novega obračunskega sistema...

Še posebej je razčlenil rezultate prodaje v prvih osmih mesecih in ocenil, da so zadovoljivi, predvsem zaradi odlične prodaje v prvih zimskih mesecih. Prodaja pomladno-poletne kolekcije pa ni bila dobra.

Zato so izredno porasle zaloge, ki jih je v MPM za 54 % več kot v istem obdobju lani. Obrat koeficienta je za 24 % slabši. Alpinina kolekcija je bila šele po znižanju prodana za 78 %, tuja pa še precej slabše. Del zaloga je nastal zaradi prevelikih naročil, ki so jih poslovodje prekoračili za 29 %.

»Kje so vzroki, da ste načrtovali takšno prodajo?« je vprašal glavni direktor.

Položaj se zastruje na vseh področjih, zato bo treba v bodoče dosti bolje poznati in oceniti razmere na tržišču. Podatke, ki jih imate na razpolago, bo treba bolj koristno uporabiti. Posebno pozornost morate biti torej že pri naročanju obutve, da boste naročili res toliko, kolikor boste uspeli tudi prodati.

Glavne naloge, ki jih moramo izpolniti do konca leta pa so v glavnem:

- nadomestiti zaostanek za planom proizvodnje
- izboljšati obračanje kapitala

— posvetiti še več pozornosti kvaliteti in jo spodbujati s stimulativnim nagrajevanjem

— uvesti nove oblike za pospešitev prodaje.

Cilj Alpine v prihodnje pa je izdelati kvalitetno in moderno kolekcijo in postati najboljši proizvajalec ženske modne obutve v Jugoslaviji, je zaključil glavni direktor.

Silva Pivk je v nadaljevanju analizirala vzroke za slabo prodajo poletne kolekcije in pripomnila, da razlog ni bil v kolekciji, temveč v naročanju. Poslovodje je opozorila, da naj pri naročanju dosledno upoštevajo napoved prodaje in izberejo tisto obutev, ki jo bodo na svojem tržišču najbolje prodali.

Poudarila je še, da se predispozicije preslabo opravljajo in da probleme preveč rešujejo vsak zase. Tudi zaradi tega ostane marsikateri par v prodajalni, ki bi bil lahko prodan, če bi ga predisponirali (usmerili v prodajalne, kjer se določena obutev bolje prodaja).

Glavni direktor je ob tem še dodal, da imamo v delovni organizaciji zelo dobro izdelan sistem informacij preko računalnika, ki ga še dograjujemo in dopolnjujemo. Vprašanje pa je, koliko se zavedamo te prednosti; dokler je ne bomo izkoristili, ne bo mogoče bolje delati.

V razpravi je Derviš Kadić iz Bihaća izpostavil problem skupnega dogovora jugoslovanskih proizvajalcev obutve o znižanjih, ter problem nadomestila osebnih dohodkov za bolniško, daljšo od 30 dni.

Poslovodja iz Varaždina Mirko Ribić je menil, da bi morali uvesti prodajo na obroke za vse blago, ne samo za Alpinino obutev.



Tokrat so poslovodjem vse informacije posredovali: Tomaž Košir, glavni direktor, Ivan Capuder, direktor TOZD Prodaja, Silva Pivk, organizatorja domače prodaje in Franci Kavčič, vodja programa lahke obutve.

Poslovodje so pozorno prisluhnili besedam glavnega direktorja



Najprej kratka predstavitev celotne kolekcije, nato pa se poslovodje razdelijo v skupine in po ponovni predstavitvi modela, naročajo obutev

Glavni direktor je pojasnil, da je glavni namen v tem, da propagiramo prodajo Alpine obutve, ki predstavlja najdražje izdelke (pancerji, apreski in ženski škornji). S tem bi stimulirali kupce da kupijo prej in več, ker bo najnižja vsota nakupa na kredit 50.000 din.

Stjepan Novoselec iz Zagreba I je opozoril na probleme v zvezi s pripravo kolekcije. Menil je, da jo moramo precej izboljšati, če hočemo res postati vodilni proizvajalci ženske modne obutve. Zato bo potrebno še več informacij s trga, ki nam bi bile za osnovo pri izdelavi kolekcije. Informacije bi morali dobiti z italijanskega tržišča, zato bi morali razmisliti o potrebi po modelirju s tega področja.

Glavni direktor se je strinjal z njegovimi ugotovitvami in izpostavil problem pomanjkanja usposobljenih ljudi v razvoju. Projekti, ki se jih bomo morali lotiti, bodo še bolj zahtevni, rabili bomo več časa in veliko timeskega dela. Izboljšati bo treba medsebojno sodelovanje med tehnično službo in prodajo in začeti pomlajevati vrste delavcev v razvoju. Treba bo posodobiti tudi mišljenje ljudi in hitreje sprejemati zahteve in novosti na tržišču.

Franci Kavčič, vodja programa za lahke obutev je nato ob pomoči Franje Pišlar in Vide Balantić predstavil novo kolekcijo, ki je osnova za naročanje. Modeli so bili že po kratki predstavitvi zelo dobro sprejeti.

Anuška KAVČIČ



Prvič na poslovodski konferenci



Franc KUKMAN je prevzel delovno mesto poslovodje v Novem mestu.

»Prej sem delal v tekstilni industriji, bil sem že poslovodja v industrijski prodajalni, tako da sem z načinom dela že nekoliko seznanjen.

Težko je bilo v začetku predvsem zaradi novega okolja; pogoji za delo v prodajalni niso bili urejeni. Če prideš na novo, tudi pri sodelavcih ne moreš takoj uveljaviti svojega načina dela. Vsekakor bom skušal s poštenim delom, redom in disciplino v prodajalni doseči uspeh. Pri delu se bom držal pravilnika in nasvetov vodje rajona, ki mi veliko pomaga.

Prejšnji poslovodja je pogosto organiziral sejme in s tem pospeševal prodajo. Tega sedaj ne bomo delali že zaradi pomanjkanja ljudi. Plane, ki so za letošnje leto bili postavljeni na podlagi takšne prodaje, bomo skušali doseči z delom v prodajalni. Nemogoče je imeti dva človeka na sejmu, dva pa v prodajalni.

Dodati moram še to, da je prodaja dodatnega športnega programa trenutno opuščena, ko pa bo obnovljena in povečana prodajalna, bomo imeli možnosti tudi za to.

Kar zadeva mojo vlogo, vem, da pri prvem naročanju še ne bom samostojen in mi bo vodja rajona v veliko oporo, upam pa, da se bom veliko naučil.

Lidija KOBAL ni prišla na konferenco prvič, saj je že 12 let uspešno delala v naši

prodajalni v Kranju, zdaj pa je prevzela mesto poslovodje v prodajalni Ljubljana V.

»Moja želja je bila ves čas, ko sem delala še v Kranju, da nekoč prevzamem nalogo poslovodje v neki manjši prodajalni. Tako sem se odločila, da grem v Ljubljano. Stroka mi je dokaj dobro poznana, le poslovanje bo treba še nekoliko utrditi. Na konferenci sem tudi že bila, tako da sem že prej prevzemala odgovornejše naloge. Pri spoznavanju prodajalne in okolja mi je dosti pomagal poslovodja in sva tudi sedaj stalno na zvezi.

Prodajalna je v starem delu mesta, kjer so v večini manjši lokali in butiki. Tu je vedno veliko mladine in morala bom izbrati takšno obutev, da jo bodo kupovali mladi. Take obutve je v zadnjem času precej tudi v naši kolekciji in upam, da ne bo težav pri izbiri. Lahko rečem, da so tudi cene sprejemljive in da bomo na ta način pridobili veliko kupcev.

V prodajalni smo zaposlene tri delavke in se dobro razumemo. Sodelavki sproti obveščam o prodaji in sicer na ta način, da v začetku meseca razdelim plan na dneve in tako vsak dan vemo, koliko moramo prodati, da je plan dosežen.

Menim, da za dobro delo v manjši prodajalni lahko prejmeš prav takšno plačilo, kot za dobro delo v veliki prodajalni in manjše niso zapostavljene.

Anuška Kavčič

V Novem Sadu bodo podvojili promet

Na poslovodski konferenci smo izkoristili priložnost in se pogovorili z **Marijo Nedeljkov**, poslovodkinjo obnovljene in povečane prodajalne v Novem Sadu.

»S prodajalno smo zdaj res vsi zadovoljni. Pridobili smo mnogo prostora za tudi izgled je boljši.

Razpolagamo z 200 m² prodajne površine in prav toliko skladiščnega prostora.

Pripomnila bi le to, da imamo premajhne izločke, ki jih nismo smeli povečati, ker je hiša pod spomeniškim varstvom. Zato bo še toliko bolj pomembno, da bomo imeli na razpolago ustrezen aranžerski material. Polic in prostora za razstavljanje obutve znotraj prodajalne pa imamo dovolj.

Prodajalna je sicer na dobri lokaciji; računamo, da bomo z razširjeno ponudbo, to je s prodajo športnega programa, promet podvojili, čeprav v začetku pričakujemo nekaj težav, ker se bomo morali z njim šele spoznati, da bomo lahko uspešno prodajali.

Splošna kriza in padanje kupne moči se sicer pozna tudi pri nas, vendar stanje še ni kritično.



Marija Nedeljkov

Naša prodaja bo veliko odvisna od tega, kakšna bo ponudba in ali bomo imeli blago pravočasno v prodaji.

Mislím, da bo tudi prodaja na obroke prispevala k precej boljšemu rezultatu, ker so takšne oblike na našem področju že precej razširjene.

Upam, da bodo tudi kupci kmalu spoznali, kaj vse jim nudimo in tu bi bilo treba poskrbeti za ustrezno reklamno obveščila. Če bomo poskrbeli za vse to, bomo tudi uspešni,« je zaključila Marija Nedeljkov.

A. K.



Kolektiv prodajalne Alpina Novi Sad, s prijatelji

Zunanost obnovljene prodajalne v Novem Sadu





Aktualni intervju

Še večja vloga pri pospeševanju prodaje



Pogovarjamo se z vodjo rajona Bojanom Končanom

Delo-življenje:

Katero so vaše najpomembnejše naloge pri organizaciji in delu prodajaln v vašem rajonu?

Bojan Končan:

Vodim rajon, v katerega spada celotna Hrvatska z Dalmacijo in Črna gora.

Naše delo se začne že na poslovodski konferenci. Pri naročanju so poslovodje razdeljeni po rajonih. Vodim delo 22 poslovodij, ki jih moram opozarjati, da upoštevajo postavljena določila in usklajujem njihovo delo.

Poslovodje bi se morali že prej dobro pripraviti na naročanje, in informacije, ki jim jih posredujemo čimbolje uporabiti. Že prej opravim določene analize o uspešnosti prodaje posameznih vrst obutve in na podlagi tega nato postavim prognozo (napoved) prodaje. Tega naj bi se poslovodje pri naročanju tudi držali.

Delo-življenje:

Kakšna je vaša vloga pri pospeševanju prodaje?

Bojan Končan:

Na podlagi raznih podatkov, ki jih dobimo s pomočjo računalnika, lahko ugotovimo, kje posamezno vrsto obutve dobro prodajamo, kje pa ne gre v promet. Naša naloga je, da obutev predisponiramo. To pomeni, da jo preusmerimo iz prodajalne, kjer je ne prodajajo dobro, v prodajalno, kjer je prodaja dobra. Na ta način precej prispevamo k boljši prodaji in zmanjšanju zalog.

Delo-življenje:

Se vam zdi, da je poslovanje v rajonu usklajeno? Če ni, kaj boste ukrenili?

Bojan Končan:

Menim, da je poslovanje v našem rajonu dokaj usklajeno in pomanjkljivosti sproti odpravljamo.

Delo-življenje:

Kako kontrolirate oziroma ugotavljate uspešnost posamezne prodajalne?

Bojan Končan:

Uspešnost posamezne prodajalne ugotavljam po koeficientu obračanja zalog. Če ima dober koeficient pomeni, da ima prodajalna dober promet in majhno zalogo, če ima slab koeficient, je promet lahko kljub temu dober, vendar ima preveč zalog.

Delo-življenje:

Kako pomagate prodajalni razreševati nastale probleme in kaj storite, če neka prodajalna stagnira in ne pokaže rezultata, ki se predvideva?

Bojan Končan:

Kako uspešna je prodajalna je precej odvisno od lokacije, veliko pa lahko k temu prispeva tudi dobro delo poslovodje in prodajalcev. Takšnim prodajalnam pomagamo na ta način, da vzpostavimo stalno kontrolo poslovanja in tekoče skrbimo za predspozicije in uvajamo druge oblike pospeševanja prodaje.

Delo-življenje:

Stalen stik s prodajalnami je gotovo zelo pomemben. Kako to dosežete? Ali so to občasni obiski, oz. imate vpeljan še kakšen drug način sodelovanja?

Bojan Končan:

Najpogosteje kontaktiramo po telefonu. Veliko problemov uspemo rešiti na ta način ali pismeno. Prodajalne tudi obiskujem in sicer bolj pogosto tiste, kjer je problemov več (poslovanje stagnira, velike zaloge, kadrovski problemi ipd.), enkrat letno pa obiščem prav vsako prodajalno v svojem rajonu.

Letos bomo morali biti še posebno pozorni pri postavljanju plana prodaje, ker so od parovne prodaje po novem sistemu nagrajeni vsi prodajalci, zato bo moral biti čimbolj realen, kar pa bo v današnjem času dokaj težka naloga.

Anuška KAVČIČ

Nekaj čevljev, ki smo jih delali septembra



MS 700 art. 3330

To je sodobno zasnovan čevljev z zadnjim vstopom z zelo funkcionalnimi elementi za regulacijo. Izdelujemo ga v moškem in ženskem sortimentu.



NNN 400 art. 5116-7

Tekmovalni model namenjen za klasični-diagonalni korak. Čevljev ima dober petni oprijem. Konstrukcija podplata in notranjka daje čevlju dober flex in stabilnost.



1091 - 1
39 46

art. 1091

Praktičen moški model za po smučanju, z elegantnim podplatom. Izdelujemo ga za domači trg v dveh barvnih kombinacijah.



7-7587
MARITA
36-42

art. 7587

Ženski škorenj izdelan iz junečje nape z usnjeno podlogo. Moderno oblikovan z zelo praktičnim podplatom in peto.



Kje so šibke točke našega dela

V razgovoru so sodelovali: Jure ERZNOŽNIK — organizator poslovanja za področje proizvodnje, Jaka BOGATAJ — vodja linije športne, Mira NOVAK — tehnolog za športno obutev in Bojan STARMAN, vodja komercialne lahke obutev.

Razgovor je vodil Nejko PODOBNIK, zapiske je uredila Anuška KAVČIČ.

Delo-življenje:

Že dalj časa se ukvarjate z organizacijo dela na področju proizvodnje, ki naj bi prešla na računalniško obdelavo. Kje ugotavljate šibke točke na tem področju?



Jure ERZNOŽNIK:

Če hočemo nekaj obdelovati s pomočjo računalnika, je pomembno, da so zadeve urejene. To pomeni, da moramo biti pripravljeni za spreminjanje sistema in načina dela, prav tako pa morajo sodelovati tudi ljudje, ki jih nov način zadeva. Do zdaj smo kar uspešno delali — obdelali smo že opise modelov in materialov ter tehnološke postopke. Trenutno se na delo z računalnikom privajajo tehnologi, ki delajo še na star način, kar je v začetku razumljivo.



Seveda smo se srečali tudi s težavami in marsikaj se bo treba še dogovoriti. Gre za stvari, ki jih kot organizator ne morem rešiti, saj zadevajo čevljarstvo stroko, ki je ne poznam. Takšna vprašanja bo morala rešiti vodstvo proizvodnje.

Delo-življenje:

Računalnik zahteva določen red in prilagoditve, ne samo prenos na računalniško obdelavo. Katere so najšibkejšie točke v procesu priprav?

Jure ERZNOŽNIK:

Najprej se morajo na delo z računalnikom ljudje navaditi. Bojazen, da tega ne bodo zmogli, ponavadi hitro mine.

Treba se bo privaditi tudi na drugačno obliko izpisov. Uporabnike seznanjamo s prednostmi, ki jih nudi računalnik.

Prehod na nov način dela zahteva spremembe, ki bi jih brez podpore vodstva težko izvedli. Seveda je premalo samo strinjati se, potrebno je aktivno sodelovati.

Projekt prehoda priprave in proizvodnje na računalnik je zdaj narejen do faze, ko teče vse skupaj še po starem načinu, vendar se že vključuje računalnik.

S prenosom neke obdelave na računalnik se pokaže cela vrsta problemov, ki bi morali biti rešeni, da bi obdelava lahko stekla. To nima pogosto nobene zveze z računalnikom in bi jih morali urediti, ne glede na to ali bo zadeva na računalniku ali ne.

Opozoril bi še na nekaj: leto in pol že stoji v računskem centru tiskalnik za tiskanje etiket, ki smo ga drago plačali, vendar še ni dogovorjeno, kje bo nameščen, da bi ga začeli uporabljati.

Delo-življenje:

Koliko časa bo torej še potrebno, da bo projekt obdelave proizvodnje stekel preko računalnika?

Jure ERZNOŽNIK:

Projekt bo gotovo zahteval še nekaj let, da bo stekel, kot je načrtovano.

Delo-življenje:

Če bi izhajali iz načel organizacije proizvodnje bi bilo zanimivo primerjati vaše izkušnje, zlasti pa razmere na vaši liniji. Kaj opazate v zadnjih letih? Kakšni so predlogi za izboljšanje?

Jaka BOGATAJ:

Na proizvodni proces vpliva več dejavnikov. Ob vsem tem se je treba zavedati, da so kadri odločujoč dejavnik. Mislim, da se v Alpini ne moremo pohvaliti, da imamo dovolj usposobljenih ljudi, zlasti v osnovni stroki.

Tudi z anarhijo na področju organizacije dela ne bomo prišli v svetovni vrh, kjer se zahteva kakovost in roki ter velika doslednost pri delu.

Poleg vsega tega tudi sistem nagrajevanja ne ustreza.

Prav gotovo tudi pritisk na zaloge za vsako ceno ni na mestu, saj »leder ni cukar«, da ga bi lahko kupili v prvi trgovini vsak trenutek.

Naslednje, kar bi omenil je to, da bi morali omogočiti enake pogoje dela vsem trem linijam.

Ob vsem tem je logično, da manjka v tovarni organizacijska služba, ki bi te stvari pravočasno, sproti in strokovno pomagala urejevati.



Posebno se je to pokazalo sedaj, ko smo v proizvodni sferi začeli vključevati računalnik.

Veliko stvari bi morali urediti že pred prenosom v računalniško obdelavo.

Mislim, da je računalniško podprt sistem nujen, saj brez tega ne bomo konkurenčni. Menim, da se tega že večina ljudi zaveda in se zavzeto vključuje.

Na vsak način, kot že rečeno, se moramo na novi način dela temeljito pripraviti, da se ne bomo vpraševali kdaj pripraviti opise modelov — pred naročili ali šele potem.

To je le en sam primer ...

Delo-življenje:

Priprava dela je po splošnem mnenju zelo pomembna, hkrati pa ugotavljamo, da marsikdaj ni najboljša. Kaj načrtujete pri svojem delu in kaj bi bilo treba na tem področju izboljšati?

Mira NOVAK:

Kvaliteta in pravočasna priprava dela nista odvisni samo od tehnologa, temveč od celotnega tima ljudi, ki dela na nekem področju. Tehnolog je eden od členov te verige. Zgodi se, da mi določene modele po vrstnem redu pripravimo, nato pa ugotovimo, da ni nekega materiala in moramo v kratkem času obrniti vrstni red. Tako modeli, ki so že povsem pripravljene za proizvodnjo, ne morejo iti v delo. Ko moramo pripravljati nove modele, precej izgubimo na času. Spremeni se tudi vrstni red pri drugih fazah (npr. pri šivanju vzorcev) in zgodi se, da se hkrati mudi za izdelavo vzorcev in za pripravo proizvodnje in moramo večkrat ugotavljati, kaj je bolj nujno. Že tu je ozko grlo. Vse skupaj se nato vleče še v gradnico in do izdelovanja seka. Od cele verige delovnih postopkov je torej odvisno, kdaj bo ta čevljev »shodil« in kdaj bo pripravljen za proizvodnjo.

Delo-življenje:

Kje so v tej verigi najpogostejše slabosti?

Mira NOVAK:

Če bi bili modeli pravočasno naročeni in postavljeni ustrezni roki, bi delo kolikor toliko normalno potekalo. Če pa se kjerkoli zatakne in dela ni mogoče opravljati po načrtu, se pokažejo težave v celotni verigi, najbolj pa tam, kjer so ozka grla.

Pri tem bi omenila še problem majhnih serij in veliko število modelov. V pripravi dela nam to povzroča veliko dela; vse se mudi in pogosto nimamo dovolj časa, da bi model res dobro pripravili za proizvodnjo.

Mislim, da je to povezano z velikimi stroški, da bi se morali včasih vprašati, če je takšno naročilo sploh pametno prevzeti.

BOJAN STARMAN:

Vedeti moramo, da se v tem pogledu razmere ne bodo izboljševale, saj se bomo morali vedno bolj prilagajati, če bomo hoteli uspeti v zelo hudi svetovni konkurenci. Naša prednost pred konkurenco je, da se prilagodimo tem zahtevam. Težnje na tržišču so take, da bi že vsak hotel imeti sebi prilagojeno obutev in se bomo temu morali približevati.

Mira NOVAK:

Vemo, da bi v pripravi dela moral delati človek, ki bi bil zelo prilagodljiv, hkrati pa bi moral še razmišljati, kako bi bilo lahko še boljše, ceneje, s katerimi stroji se bo delalo, ipd. Če pa je časa malo, pogosto ne more misliti na drago, kot da čim hitreje opravi svoje delo.

Morali bi razmišljati tudi o tem, da bi modele oz. izdelave čimbolj poenostavljali, pridobivali na minutah ...



Delo-življenje:

Kaj pričakujete od računalnika, da bi se delo v tem pogledu izboljšalo?

Mira NOVAK:

Vsekakor od računalnika veliko pričakujemo in ko se bomo vsi vključili v to, nam bo veliko pomagalo (bolj ažurno, manj napak, boljša koordinacija dela).



Delo-življenje:

Znana so dejstva: huda konkurenca na tržišču, zmanjševanje kupne moči, neusklajene cene, pomanjkljivosti v organizaciji dela v proizvodnji in prodaji. Kje so po vašem mnenju še rezerve, oz. kaj moramo nujno ukreniti v tovarni in na posameznih področjih, da bomo še vedno lahko uspešno prodajali?

Bojan STARMAN:

Proizvodnja te obutve po svetu je v krizi. Zahodnim proizvajalcem in s tem tudi nam, so na tem področju začele močno konkurirati države Daljnega vzhoda. To pomeni izreden napredek industrije v tem delu sveta, hkrati pa želijo osvojiti tržišče z ogromnimi količinami raznovrstne obutve po zelo nizkih cenah.

Položaja se najbolj zaveda italijanska industrija, ki skuša krizo premagati s tem, da ponudi še boljše izdelke. V takšnih razmerah je torej treba pripraviti take programe, ki bodo uspešnejši od drugih, hkrati pa poiskati vse notranje rezerve. Poskušati bomo morali vedno bolj kvalitetne izdelke, ki bodo hkrati modni in po konkurenčnih cenah. Izdelki postajajo glede materialov in izdelave vedno bolj zahtevni, serije se zmanjšujejo. Kar zadeva lahko obutev delamo največ za potrebe jugoslovanskega trga, nekaj malega pa tudi izvozimo. Tudi izvoz na vzhodno tržišče ni več cenovno zanimiv in smo ga morali

zmanjšati, prav tako kot ostali jugoslovanski proizvajalci. S tem se je povečala konkurenca na domačem tržišču. Ker je povpraševanje manjše od ponudbe, bodo lahko uspešno prodajali le najboljši in veliko proizvajalcev je že sedaj v težavah. Obutev prodajajo po nizki ceni, pa še vedno jim ostaja na zalogi.

Naš položaj na trgu, kjer prodajamo 25 do 30 % svoje obutve je za zdaj kar dober in se ta konjunktura ne odraža v tako velikem obsegu. Pri ostalih pa moramo s kvalitetnim izdelkom upravičiti ceno. Enakega ali podobnega izdelka pa seveda ne moremo ponuditi po višji ceni, kot drugi proizvajalci.

Položaj naše industrije v jugoslovanskem prostoru je še vedno izredno težak, saj vemo, da moramo pri uvozu plačevati visoke carine, če pa izvažamo, nam ne poravnajo niti izvoznih stimulacij, ki bi jih morali. Drug problem je pri proizvajalcih materiala, ki zelo malo vlagajo v svoj razvoj. Srečujemo se s težavami, ko na domačem tržišču ne dobimo materiala za modno kolekcijo. Tudi spremljajoča industrija je slaba in doma v glavnem ne dobimo tistega, kar iščemo. Tako moramo vzorce modnih in novih materialov zbrati sami in se nato dogovoriti s proizvajalci za izdelavo.

Drugo področje so stroški. Vemo, da osebni dohodki izdelave sorazmerno ne predstavljajo velikih stroškov, saj so druge obremenitve precej večje. Vse to pa pomeni, da smo dokaj dragi in da kljub temu dostikrat polne lastne cene ne moremo pokriti z režijskimi stroški.

Vemo tudi, da je naša panoga že vseskozi zastavljena, kljub temu, da smo izvozniki in se moramo reševati sami.

Za postopno razreševanje težav bi morali vsem proizvajalcem zagotoviti enake pogoje poslovanja v jugoslovanskem prostoru. Kljub temu mislim, da je prostora, tako na domačem, kakor tudi na vzhodnem in zahodnem tržišču še vedno dovolj, vendar le za tistega, ki bo izredno fleksibilen (prilagodljiv) in kvaliteten. Kar zadeva našo lahko obutev lahko rečem, da smo pri prodaji nekoliko zanemarili izgradnjo svojega imena (imiča), saj načrtno nismo delali v tej smeri. Če bi v komercialni na tem področju hoteli narediti več, bi morali precej izboljšati kvaliteto dela, vložiti več dodatnih naporov in znanja. Še bolj se bomo morali zavedati, da mora vsak na svojem delovnem mestu razmišljati, zakaj dela in za koga in da bo svoje delo čimbolj opravil, kajti naš cilj je, da bi izdelek kupec dobro sprejel. Dobra pro-

daja se bo odrazila tudi tako, da bodo vsi tisti, ki so sodelovali v procesu, dobro zaslužili.

Narediti bo treba torej čimboljše programe, hkrati pa zniževati stroške, kjer so previsoki in vlagati v tisto področje, ki nam bo prineslo določene rezultate (npr. dosledno opravljati vrednostno analizo, urediti področje postavljanja cen s tem, da bi se nekdo z njimi strokovno ukvarjal, ipd.).

Pogosto si zastavljamo velike cilje, brez prave kadrovske podlage. To velja tako za komercialno, pripravo in razvoj, do proizvodnje. Na vse bolj zasičenem svetovnem trgu namreč ni mogoče konkurirati na način, kot smo to delali pred dvajsetimi leti.

V primerjavi s proizvajalci obutve na Zahodu smo še vse preveč v neenakopravnem položaju. Premalo se izobražujemo in sledimo razvoju v svetu in tudi naše kadrovske možnosti so zelo omejene. Tudi šole ne dajejo tistega znanja, ki bi ga lahko s pridom uporabili, metode dela so zastarele. Kljub temu imamo nekaj prednosti pred ostalimi proizvajalci, ker smo se na zahodnem tržišču že precej uveljavili.

Delo-življenje:

Vsak od nas ni dobro odigral svoje vloge, če ni posredoval svojemu podrejenemu, oz. tistemu, ki sledi v delovnem procesu, informacije, ki jih ta nujno rabi. Med delovnimi dolžnostmi bi morale biti zajete tudi informacije, ki jih mora nekdo posredovati, komu in katere. Delovni proces zahteva točno preštudirane informacije, ki jih mora nekdo imeti, treba jih je tudi sproti prilagajati.

Jure ERZNOŽNIK:

Rekel bi, da je pri našem projektu najtežji del že narejen in pomembno je, da imamo podatke pravilno obdelane. Na podlagi tega delamo najrazličnejše obdelave. Vedeti je treba, da ra-

bimo svoj čas mi, ki to delamo, kakor tudi delovna organizacija, da se na to privadi.



Bojan STARMAN:

Za zaključek bi rekel tole: Neinformacije, ki jih nimamo v primerjavi s konkurenco, na sicer drago stanejo.

Zaključek:

Šibkih točk je torej še vedno precej. V prvi vrsti se moramo namreč zavedati, da je veriga tako močna, kot je močan najšibkejši člen. Prav zato bi morali te najšibkeje člene tudi načrtno, strokovno odkrivati in jih ojačati.

To verjetno ne bomo mogli doseči slučajno, temveč se bo s tem moral nekdo ukvarjati.

Drugo, kar je važno, je dejstvo, da je pravi izbor programa že pol uspeha. Druga polovica je doslednost v delu — kakovosti, spoštovanje rokov.

Vse to pa ni moč več doseči brez računalniško podprtih informacij, in pa sklopa delovnih informacij, ki bodo vsem v verigi omogočale dobro delo.



Delavci delovne skupnosti skupnih služb glasujejo na referendumu, dne 22. septembra 1987

Kje so šibke točke našega dela in kako jih odpraviti



Kadrovske novice



Za nami je mesec september, v katerem se je na novo zaposlilo predvsem veliko osnovnošolcev, ki ne nameravajo nadaljevati rednega šolanja, pa tudi pripravniki, ki so končali šolanje na III., IV. ali V. stopnji usmerjenega izobraževanja — to je 26 novo zaposlenih delavcev. V tem času pa je z delovnim razmerjem prenehalo 14 delavcev, večina izmed njih zaradi prestopa v drugo delovno organizacijo, nekaj jih je odšlo v pokoj, dva pa na odsluženje vojaškega roka.

Delovno razmerje so v tem mesecu v TOZD Proizvodnja v obratu Šentjošt nastopili Angelca Žakelj in Anka Subić, v obratu Gorenja vas so nastopili delo Dragica Čerin, Mirjana Bogataj, Ivanka Košir in Vida Božnar, ter v obratu Col Alenka

Bizjak, Magdalena Tratnik in Vida Krapež. V oddelkih v Žireh pa so nastopili delovno razmerje Mihaela Dolenc, Metka Poljanšek, Vesna Drmota, Kristina Pečelin, Matej Krvina, Silvana Bekš, Milka Rupnik, Vojka Uršič, Marija Mlakar, Sanda Kopač, Marjetka Bogataj in Simon Kavčič. Z delom je v DSSS pričel Milan Dragovan, v TOZD Prodaja je nastopil delovno razmerje Branko Rupar, v prodajalni Alpina Novi Sad so nastopili delo Anka Bujandrić, Milan Kronič in Rita Varga.

Z delovnim razmerjem so v mesecu septembru v TOZD Proizvodnja prenehali iz obrata Gorenja vas Andrejka Arnolj in Stanislava Homec, iz oddelkov v Žireh pa Ana Reven, Vinko Kunc, Vinko Ušeničnik, Srečko Uršič, Branko Mlakar, Mateja Gantar, Milan Klemenčič in Sabina Mlakar ter Branko Žakelj. Z delovnim razmerjem je v DSSS prenehala Helena Špik iz oddelka kuhinja, iz TOZD Prodaja pa sta prenehali Gordana Grozdanić iz prodajalne Beograd II. in Katarina Kužumilović iz prodajalne Dubrovnik.

V POKOJ ODHAJAJO:

Iz naše delovne sredine odhajajo v zasluženi pokoj dolgoletni sodelavci Ana Reven, Vinko Kunc in Vinko Ušeničnik. Vsem želimo še dolgo vrsto let zdravja, zadovoljstva in razumevanja med domačimi ter prijetne spomine na prehojeno delovno pot v Alpini.



Ob odhodu v pokoj na sprejemu pri direktorju TOZD Proizvodnja: z leve proti desni: Janez Šubić, Šerifa Čaušević, Anton Podobnik in Vinko Kunc



Poročili so se

Sodelavkam Antoniji Podobnik, Saši Bogataj, Martini Jereb, Marti Oblak, Aniti Trkman in Damijani Kodelja ob sklenitvi zakonske zveze iskreno čestitamo in jim želimo v zakonu mnogo sreče, zadovoljstva in razumevanja, predvsem pa zdravja.

Bomo vendarle gradili novo sosesko na Jezerih

Vse kaže, da se bo po šestih letih v Žireh začela blokovna gradnja v novi soseski S 7. Veliko besed je bilo že izrečenih in tudi veliko prizadevanj, da so se končno pokazali rezultati. Zatikalo se je povsod: pri odkupu zemljišča, cestnih povezavah, ureditvi potoka Jezernice, komunalnem urejanju, cenah ...

Že marca letos so bile podpisane predpogodbe na podlagi cen — 400.000 din za m². V začetku julija pa so nas obvestili, da bo izhodiščna prodajna cena stanovanj 1. julija 1987 poprečno 616.000.— din za m². Cena še ni bila potrjena na odboru za graditev pri Samoupravni stanovanjski skupnosti. Ponovna finančna konstrukcija, ki smo jo pripravili, je pokazala, da po tej ceni ne moremo kupiti predvidenih osmih stanovanjskih enot. Kupci stanovanj (firme) smo se takoj sestali s predstavniki Lokainvesta in zahtevali, da se cena za m² stanovanjske površine zniža. V kolikor SGP Tehnik na to ne bi pristal, naj se z razpisom zberejo ponudbe za graditev z drugim ponudnikom.

Skladno s sprejetimi zaključki je SGP Tehnik Škofja Loka ponovno preveril ceno in ugotovil, da jo je možno znižati na 575.534.— din za m². Sredi avgusta so o problematiki blokovne gradnje govorili tudi direktorji žirovskih delovnih organizacij. Na tem sestanku je bilo poudarjeno, naj se aktivnosti v zvezi z gradnjo nadaljujejo s tem, da je potrebno razčistiti še nekaj vprašanj, in sicer:

— sočasno z gradnjo bloka bi se morala začeti tudi dela za povečanje zmogljivosti čistilne naprave in raziskati nove vodne virove

— potreben je točen vpogled v stroške komunalnega opremljanja

— razčistiti vprašanja komunalnega prispevka 1,3, torej sredstva, ki so jih nakazale žirovske delovne organizacije tudi za urejanje soseske S 7.

Zadnji dve vprašanji smo rešili na nadaljnjih sestankih, problem čistilne naprave pa je še odprt, saj se še ugotavlja dejanska obremenitev obstoječe naprave.

V končni fazi smo dosegli, da je SGP Tehnik znižal gradbeno ceno za 5 %, 5 % več sredstev pa bo vključeno za komunalno ureditev, ker so stroški komunalne opreme zelo visoki (okrog 260.000.000.— din), kajti objekti komunale so namenjeni tudi ostalim blokom, ki jih bodo gradili v tej soseski. Cena za m² stanovanjske površine je bila tako 1. avgusta 583.208.— din. Gradnja se bo financirala s petimi obroki (tranšami) po 20 %, z upoštevanjem faktorja inflacije, mesečno 9,2 %. V letošnjem letu bi morali plačati dve tranši, tri pa naslednje leto. Pomembno je še to, da se na že vplačane zneske ne računajo podražitve. Torej za graditev je vse pripravljeno, gradbeno dovoljenje je prav tako izdano, sklenjene so pogodbe z izvajalcem del in kupci stanovanj.

Kupci stanovanj pa bodo naslednji:

Samoupravna interesna skupnost Škofja Loka 13 enot, Alpina 5 enot in še 1 etažni lastnik, Etiketa, Poliks, Kladivar in Elektro Ljubljana, okolica Žiri po eno enoto.

Od skupno 26 enot je prodanih 23 enot, 3 enote pa so zaenkrat še neprodane in čakajo na morebitne pogumne posameznike, če se bodo odločili za nakup.

Predvidena vselitev v nova stanovanja bo oktobra 1988.

Marta MLINAR

Donisujte





Imamo kar 115 študentov

V šolskem letu, ki se je šele dobro začelo, imamo v Alpini skoraj rekordno število študentov, kar 115 (lani 93). Razlogov za to je več. Zavedamo se, da je študentiranje dobra pot za pridobitev usposobljenih oz. šolanih kadrov. Vemo pa tudi, da je v lanskem šolskem letu končalo šolanje samo 11 naših študentov, letos pa smo število kadrovskih študentov povečali.

Glede na smer in stroko šolanja pa so študenti razdeljeni takole:

- obutvena šola — 49 študentov
- kovinarska šola — 19 študentov
- ekonomska srednja šola — 12 študentov
- ostale srednje šole (družboslovno jezikovna, naravoslovno matematična, kuharska, industrijska oblikovanje) — 13 študentov

sko oblikovanje) — 13 študentov

Na visokih in višjih šolah (ekonomska, elektro, gradbena, usnjarskopredelovalna) imamo 10 študentov, 123 študentov oz. nagrad pa dajemo perspektivnim alpskim smučarjem (šestim letos prvič oz. na novo), ki vozijo z našimi panceri.

Število študentov bi bilo lahko še večje, saj nam je ostalo prostih kar 43 študentov (41 za obutveno tehnologijo, 3., 4. in 5. stopnja). Čevljarji stan, izgleda, še vedno ni zaželen in spoštovan, čeprav so delovne razmere sedaj bistveno drugačne kot nekdanj, pa tudi strokovne zahteve in perspektive mladih ljudi so sedaj v naši industriji veliko bolj zanimive.

Franja PIŠLAR

Računalniki niso noben bav-bav

Osebni računalnik, ki ima nekoliko večje zmogljivosti kot dobro znani hišni računalnik, lahko uporabljajo pisarniški, strokovni in vodilni delavci. Računalnik ima zmogljivosti, ki so jih še pred nekaj leti imeli le veliki računalniki. PC, kot mu pravimo iz angleških kratic, ni le »osebni računalnik«, ampak je računalnik, ki ga lahko uporablja vsakdo na kateremkoli delovnem področju.

Za nakup PC se odločimo iz praktičnih razlogov:

- ko je potrebno razbremeniti centralni računalnik
- ko prilagoditev centralnega računalnika za reševanje določenih nalog terja preveč časa
- kjer bo mikroročunalnik hitreje potešil želje uporabnikov
- kjer lahko računamo, da se bodo uporabnikove želje na osnovi zahtev poslovnanja hitro spreminjale.

S tem računalnikom lahko dela tudi tisti, ki sicer ni več programiranja, saj so na razpolago programska orodja, ki so zelo enostavna za uporabo. Koristnik ta pripomoček lahko prilagodi lastnim potrebam. Gre za pripomoček pri planiranju, analizi poslovanja, predračunih, obračunih, izdelavi poročil, itd.

Imajo tudi program za delo z banko podatkov v povezavi s centralnim računalnikom. Zanimiva in koristna je tudi poslovna grafika.

Tako je možno hitreje reagiranje, boljše izkoriščanje časa in tudi boljše odločanje.

Kot že rečeno uporabnik ne potrebuje posebnega šolanja, temveč pomoč strokovnjaka iz službe za organizacijo in informatiko.

Zadostuje nekajdnevna vaja, predvsem pa je potrebna volja za delo.

Zoran KOPAČ

Z njimi je rasla Alpina



trgovino in že od malega sem se zavedala, da je tu moje mesto in moj kruh.

Začela je torej doma, v trgovini svojih staršev. Že ko je hodila v meščansko šolo, je večkrat pomagala za pultom. Nadaljevala je na Trgovski šoli.

Pol leta prakse je bilo dovolj, da je lahko dobila zaposlitev v trgovini.

Tudi med vojno je delala v trgovini z mešanim blagom, ki je bila ena redkih v tistem času.

»Dobro se spominjam, ko so hodili k nam tudi iz bolj oddaljenih krajev in predvsem za Žirovce smo imeli vedno kaj prihranjenega. Dajali smo tudi tistim, ki niso imeli kart.

Po osvoboditvi so trgovino zaprli. Oče se je zaposlil v Alpini, Anči pa je odšla v banko.

»Ko je Alpina začela ustanavljati lastno malo-prodajno mrežo, se je pokazala potreba po prodajalnih v Škofji Loki. Oče je pomagal, da je Alpina do-

bila primeren prostor, jaz pa sem dobila priložnost, da stopim za prodajni pult.

Še prej sem morala na prakso, kjer sem se naučila vse, kar je bilo treba vedeti o čevljih.

V prodajalni je bila sama za vse; prodajala je, skrbela za blago in obračune in pospravljala. Inventuro so delali vsak mesec in prostega časa skoraj ni bilo.

Promet je naraščal in kmalu je postala to naša najuspešnejša prodajalna.

»Res, kar čudno sem se počutila, ko sem nekoč dobila večjo plačo kot direktor. Vendar tudi delati je bilo treba ves dan.

Za vsakega kupca je našla prijazno besedo; kadar je bila le prevelika gneča, se je pošalila in ljudem se je zelo priljubila.

Anči je bila z dušo in srcem predana prodajalni. Na vse mogoče načine si je prizadevala in so ljudje vedno radi kupovali pri njej.

»Skrbeti sem morala,

da je bilo vedno dovolj obutve. Sedanji direktor Košir, ki je bil takrat vodja prodaje, je večkrat pomagal, da sem dobila robo.

V vseh šestindvajsetih letih, kolikor sem delala v Alpini, mi je najbolj ostal v spominu dogodek ob primopredaji prodajalne, ko sem odhajala v pokoj. Ugotovili so manjko, ki so mi ga odtegnili od osebne dohodka, kar se v prejšnjih letih nikoli ni zgodilo.

Tudi takšne stvari je znala premagati...

Ostala je mladostna in aktivna na vseh področjih. Ukvarja se s športom, vrtom... Srečaš jo lahko na vsaki prireditvi v Škofji Loki.

Pogreša le bolj pogoste stike s kolektivom, na katero je še vedno navezana in želi, da bi se vsaj enkrat letno srečali.

»Turizem smo ljudje, in v štacuni tudi!« je zaključila. Anči, le tako naprej, ji zaželimo, ko se poslovimo.

Anuška KAVČIČ

»Nisem poznala besede nimamo«, pripoveduje Anči Marguč, naša dolgoletna in uspešna poslovodkinja v Škofji Loki.

Pogovor z njo je res prijeten in človek dobi vtis, da je Anči znala prodati celo tisto, česar ni imela...

»Prodajanje mi je bilo v krvi, saj smo imeli doma



Robert Kopač zmagal v Sarajevu, Primož Kopač pa v Ljubljani

S tradicionalnim mednarodnim tekmovanjem članov za pokal Igmana na olimpijski skakalnici v Sarajevu se končuje obdobje priprav na skakalnicah z umetno podlago.

Na letošnji tekmi v Sarajevu so se izkazali tekmovalci skakalnega kluba ALPINA, saj je presenetljivo zmagal Robert Kopač, ki je ob pravem trenutku potrdil dobro pripravljenost, kajti tudi na treningih je že dosegel dobre rezultate. Čeprav za tekmovalce v Sarajevu ne moremo reči, da je šlo za močno mednarodno konkurenco, saj so od tujcev nastopili le Italijani in Madžari, pa so se na Malem polju zbrali vsi najboljši jugoslovanski skakalci, z izjemo Tepeša, kajti tekmo je vodstvo reprezentance smatralo za najpomembnejšo v letnem pripravljalnem obdobju.

Vreme, ki je bilo v času vadbe na olimpijski skakalnici zelo ugodno, se je za tekmo, kakor je že skoraj pravilo v Sarajevu, pokvarilo in močno podaljšalo tekmovalce. Roberta tudi to ni zmedlo; v prvi seriji je skočil odlično, kar 91 metrov, štiri metre več kot drugouvrščeni Zupan. Ta prednost je bila odločilna, saj mu kljub manj uspelem skoku v drugi seriji zmage ni mogel odvzeti nihče več.

Njegov uspeh sta z odličnimi rezultatom dopolnila še Borut Mur z dvema dokaj izenačenima

skokoma 80 in 82 m ter osvojitev osmega mesta in mladinec Primož Kopač, ki je bil po prvi seriji s skokom 84 m celo na 5. mestu, pri drugem skoku pa je napravil manjšo napako in zdrsnil na še vedno dobro deseto mesto.

Na treningu in tekmi v Sarajevu je nastopilo še nekaj mlajših žirovskih skakalcev, kateri prav tako zaslužijo pohvalo, saj so v težkih pogojih dokazali, da se tudi za prihodnost smučarskih skokov v Žireh ni potrebno bati.

Omeniti pa je potrebno še eno pomembno zmago, ki je bila dosežena v Ljubljani na mednarodnem tekmovanju mladincev, za pokal Elektrotehne. Prepričljivi zmagovalec je postal Primož Kopač, ki je ugnal tudi dva najboljša mladince iz Českoslovaške, Raško in Segeta, ki sta osvojila drugo in tretje mesto.

Vsi ti odlični rezultati so plod prizadevnega dela tekmovalcev že od meseca maja, ko so se pričele priprave na novo sezono in upam, da bodo ti uspehi dali še več moči za nadaljnje delo do prvih pravih tekem na snegu, kjer so tudi rezultati še pomembnejši.

Vabimo vse ljubitelje smučarskih skokov, da pridejo pomagat, ko bomo organizirali delovne akcije.

Niko DOLINAR

Starši, vaš sin želi postati smučarski skakalec

Smučarski skakalni klub ALPINA v dvajsetletnem delovanju vsako leto vabi v svoje vrste mlade nadebudneže, ki želijo svoje sposobnosti in pogum preizkusiti na smučarski skakalnici.

Tako je tudi letos. Trenerji in vodstvo kluba vedno z veseljem pričakujejo fante, ki se odločijo za ta atraktivni šport. Vemo, da je skakanje in letenje po zraku ob visokih hitrostih, lahko tudi nevaren. Vemo pa tudi, da je ob postopnosti, znanju in strokovnem vodenju treningov in tekmovalcev teh nevarnosti vedno manj.

Tekmovalci dosegajo iz leta v leto boljše rezultate. Borut Mur, Robi Kopač, Primož in Andraž, pa ostali mladinci in pionirji dosegajo za tako majhen kraj, kot so Ziri, izredno veliko.

Prihodnje leto je naš cilj pokriti s plastično maso 10, 25 in 70 m skakalnico. Tako bomo omogočili tudi najmlajšim vadbo in priprave doma čez poletno pripravljalo obdobje, da bi imeli čimveč dobrih mladih skakalcev.

Letos bomo imeli še kondicijske treninge v telovadnici in na stadionu ob šoli. Ko zapade sneg, se bomo učili smučati in skakati najprej z alpskimi smučmi, kasneje pa s pravimi skakalnimi.

Vadba je dvakrat tedensko. Fantje oglasite se v popoldanskem času na stadionu, v telovadnici ali tudi na 70 m skakalnici, kajti tam bomo imeli delovne akcije. Tu bomo čakali trenerji Niko Dolinar, Janez Poljanšek, Miro Pivk in Iztok Andreuzzi.

STARŠI, NE PRESTRAŠITE SE, SMUČARSKI SKOKI SPADAJO MED NAJLEPŠE ŠPORTE!

ZNANJE IN POSTOPNOST PREPREČUJETA POŠKODBE. VAŠ OTROK POTREBUJE OB ŠOLI IN DELU DOMA ŠE RAZVEDRILNO, ZAPOSILITEV, DELO.

STARŠI, PRIDITE NA PRVI TRENING Z OTROKOM!

Janez POLJANŠEK

Slavka je odšla nenadoma

Prejšnji mesec nas je nepričakovano zapustila naša upokojenka Slavka Mlinar.

V Alpini je delala od leta 1948, do upokojitve pred približno petnajstimi leti.

Slavka je preživela najtežje čase razvoja Alpine, izkazala se je pri delu in napredovala do vodje oddelka v šivalnici.

Ves čas je bila z vsem žarom vključena v delavsko samoupravljanje v tovarni, še posebno pomembna in uspešna pa je bila njena vloga v družbeno-političnem življenju, saj si brez nje ni bilo mogoče predstavljati dela sindikalne organizacije.

Tudi po upokojitvi je delovala v društvu upokojenec, zvezi komunistov, smučarskem klubu ...

Nepogrešljiva je bila na vsakoletnih srečanjih



upokojenec, kjer je ponavadi v imenu vseh upokojenec ocenila napredek Alpine. Njenih pogumnih in spodbudnih besed ne bo več, vendar nam bodo še dolgo ostale v spominu.



Plastična masa na preurejenih skakalnicah bo gotovo pripomogla k nadaljnjemu razvoju skakalnega športa v Žireh.



Mostovi bratstva in prijateljstva

Piše: Ivan Reven

Glasba ne pozna meja, zblizu je ljudi in njena govorica je vsem enako razumljiva, sem že večkrat napisal, in to še vedno drži. Ali pa kakor pravi naš prijatelj kapelnik Trhalja iz Novega mesta nad Vahom na Slovaškem: »Če bi Reagan in Gorbačov zamenjala rakete, topove, puške in drugo orožje za base, trobente, klarinete in druge instrumente, se svetu ne bi bilo treba bati vojne in živeti v večni politični napetosti. Tako bi tudi vse državne meje, ki so jih ustvarili vojni politikanti izgubile svoj pomen in človek bi bil človeku prijatelj, ker bi meje ne razdvajale več ljudi in narodov.«

Poslanstvo miru in prijateljstva gojijo tudi žirovski godbeniki, saj imajo stike z godbeniki iz Avstrije, Furlanije in Češkoslovaške.

Naša in godba iz podjetja Vzduchotechnika s Slovaške izmenjujeta gostovanja od leta 1985. Žirovski godbeniki smo se naučili njihovih skladb, oni pa naših, da smo lahko nastopali kot ena godba, ki sta ji izmenoma dirigirala kapelnik Kanduč in Trhalja. Žirovski godbeniki so bili v gosteh na veliki prvomajski paradi v Novem mestu, kjer so bili na častni tribunah tudi predstavniki sovjetske garnizije, ter na prvomajskih koncertih in zabavah v Novem mestu, Pieštanih in Beckovu. Junija istega leta pa so vrnili obisk in sta skupaj nastopili na Ohceti v Ljubljani ter zvečer na slavnostnem koncertu v Žireh. Nekaj dni počitka so izkoristili tudi za kopanje v Umagu in morje jih je tako navdušilo, da so se z instrumenti vred podali v vodo in zaigrali nekaj pesmi.

Na gostovanju v Novem mestu na Slovaškem so se žirovski

godbeniki srečali tudi z vokalno instrumentalnim narodnozabavnim ansamblom in pihalnim ansamblom »Stranani« iz Strani na Moravskem. Oba ansambla sta bila lani v Žireh, letos pa so igrali na proslavi Alpine.

Slovaška in naša godba sta sklenili, da izmenjujeta poletno letovanje delavcev. Alpina je omogočila letovanje v Umagu, Vzduchotechnika pa v njihovem rekreacijskem objektu v Modrovi, s prevozom v termalno zdravilišče Pieštani, kjer uspešno zdravijo revmatične in sklepne težave.

V popoldanskem času so organizirali še izlete in kulturne obiske. Ogledali smo si steklaro v Strani, kjer izdelujejo umetniško izdelane in brušene kozarce in podobno steklenino, ki jo obarvajo tudi v zelenih, modrih in rdečih odtenkih, z zlatimi obrobi. Nekaj večerov pa so nam igrali manjši glasbeno vokalni ansamblji. Na žalost je zanimanje delavcev Alpine za letovanje na Češkoslovenskem manjše, kot so želje in potrebe delavcev Vzduchotechnike po našem morju. Letos se jih je za en avtobus, ki je bil predviden, prijavilo petkrat več, v Alpini pa jih nismo dobili niti za pol avtobusa.

Rek »glasba ne pozna meja«, je spet postal most med narodom, ki so jih v preteklosti razni narodi razdvajali. Ljudska pesem je ohranila svoje značilnosti in še danes lahko skupaj zaigramo njihove in naše pesmi, kot da so last obeh narodov. Naša pesem je naša kultura in srčna izpoved, ki bo preglasila vse politične hinavščine in preskočila vse žične ovire, varovane z minskimi polji in stražnimi stolpi in napolnila srca enako mislečih ljudi z zavestjo, da kdor ljubi glasbo in petje, hudo ne misli.

Po Notranjski planinski poti

Piše: Silvo Dolinar
(nadaljevanje)

Pred domom boste videli tablo s puščico in napisom: Snežnik — 2 uri. Zdaj se vzpenjamo na najvišji vrh Notranjske in vse naše poti, na tako priljubljen in razmeroma dobro obiskan, na zelo razgleden in lahko dostopen, a zelo muhast glede vremena, Snežnik (1796 m). Ko se bomo pretolkli iz gozda, v katerem lahko srečamo jelene in na daljavo vidimo medveda, se bo tik pod vrhom prikazalo planinsko zavetišče, nekdanji vojaški objekt, ki ga prav zdaj še obnavljajo. Lepa je pot po golem skalnatem terenu, posejanem z obilnim redkim cvetjem in v vseh letnih časih, razen pozimi. V sezoni je zavetišče redno oskrbovano, izven sezone pa ob sobotah in nedeljah ali če najavi prihod večja skupina. S čajem in vsem, kar gre zraven, boste takoj postreženi, za ostalo bo treba malo počakati. Ravno prav: medtem boste udarili enajsti žig Notranjske planinske poti, in ugotovili, da res ni bilo več hoje kot dve uri.

Če tega niste storili prej, ker ste bili preveč razgreti in zasopli, pa za zagotovo to naredite zdaj, ob povratku. Dobro se oblecite — ker na Snežniku vedno piha — in stopite na rob za kočo, kjer boste lahko občudovali okolico. Vidi se veliko, a najboljši oziroma najmočnejši je pogled na ogromne kvadrature snežniškega gozda na vse strani. Vse je nižje, nekako ravno, kot morje, samo Snežnik gleda ven s pravo višino. Po robu prek malega Snežnika se spustimo v gozd in dalje za markacijami, do pristave gozdnega gospodarstva in delavskega naselja v Leskovi dolini. Veseli so vsakega obiska, ki jim vsaj malo spremeni enolični samotni vsakdan in nam bodo postregli s pijačo in dali žig naše poti. Z vrha bomo hodili do sem približno tri ure.

Korakali bomo po gozdni cesti in večkrat opazili za nami vrh

(nadaljevanje)

NE POZABIMO

Muzejska dejavnost v naši občini

Piše: Mira Kalan

Ste že bili v muzeju v Škofji Loki? Če še niste bili, si velja ogledati zbirke, ki so na ogled ali bodo v kratkem. Zato objavljamo izvleček.

Iz Muzejskega društva v Škofji Loki sta izšli dve ustanovi: Zgodovinski arhiv in Loški muzej.

Muzej na škofjeloškem gradu je splošnega tipa, ki ga sestavljajo naslednje zbirke: prirodoslovna, zgodovinska, kulturno-zgodovinska, etnološka in umetnostna; geološka in arheološka pa sta v pripravi.

Več o tem drugič



Skraini čas je že bil, da smo dobili boljšo zvezo z Idrijo



Vse Žirovce in prijatelje Žirov
vabimo v soboto, 24. oktobra 1987 na

OSREDNJO PRIREDITEV OB KRAJEVNEM PRAZNIKU

— OTVORITEV NOVE CESTE
TREBIJA—ŽIRI

Program praznovanja:

- ob 16. uri: SLOVESNA OTVORITEV NOVE CESTE
na mostu čez Soro na Trebiji
- ob 17. uri: PROSLAVA KRAJEVNEGA PRAZNIKA
v domu Svobode v Žireh
- ob 20. uri: PLES ZA VSE KRAJANE
v DD Partizan. Igrajo »Žirovci«. Vstop prost!

DRUGE PRIREDITVE V POČASTITEV KRAJEVNEGA PRAZNIKA

- nedelja 18. oktobra 1987
- ob 8. uri: PLANINSKI POHOD OKROG ŽIROV
z začetkom pred Zadružnim domom
 - ob 10. uri: PLANINSKI TEK OKROG ŽIROV
z začetkom pred Zadružnim domom
- petek 23. oktobra 1987
- ob 15. uri: TRADICIONALNI TEK PO ULICAH ŽIROV
s startom in ciljem pred Zadružnim domom
- sobota 24. oktobra 1987
- ob 9. uri: KOŠARKARSKI TURNIR
v telovadnici osnovne šole
 - ob 11. uri: SREČANJE NAJSTAREJŠIH KRAJANOV
(nad 80 let) v gostišču »Šebjanič«
- nedelja 25. oktobra 1987
- ob 10. uri: TURNIR V MALEM NOGOMETU
na stadionu osnovne šole

V dneh pred praznikom bo v založbi revije »Žirovski občanik« izšla knjiga Marije Stanonik »Promet na Žirovskem«. Pripravili bomo predstavitev tega dela in razgovor z avtorico.

- Vabijo: — Skupščina občine Škofja Loka
— Krajevna skupnost Žiri
— Koordinacijski odbor za proslave pri KK SZDL Žiri

»DELO-ŽIVLJENJE« je glasilo ALPINE, tovarne obutve Žiri, Strojarska ul. 2, n. sol. o., ki ima v svoji sestavi TOZD Proizvodnja, TOZD Prodajo in Delovno skupnost skupnih služb. — Ureja ga uredniški odbor: Tatjana Dolenc, Nada Govekar,

Tatjana Mohorič, Anuška Kavčič, Anton Pintar, Vladimir Pivk, Neško Podobnik, glavni in odgovorni urednik. — Izhaja mesečno, naklada 2200 izvodov. Fotografije: Brigita Zemljarič. Tisk: TK Gorenjski tisk, Kranj



Prvi odsek pločnikov od mostu v Stari vasi do mostu čez Soro bodo dogradili že letos



Z rekonstrukcijo trebijske ceste so se Žiri približale svetlu.



Na občinskem sindikalnem prvenstvu je v balinanju zmagala ekipa Alpina III. V hudi konkurenci, saj je nastopilo kar 25 ekip, je drugo mesto zasedla ekipa Poliksa. Zmagovalna ekipa: Roman Krvina, Janez Grošel, Janez Logar, Dragan Gligorevič in Milan Podobnik.

Darovali so za mrliško vežico

Štrajtovi	s	Sela	20.000,— din ob smrti
			30.000,— din ob smrti
Bogdana Cankarja.		Bogdana Cankarja.	
Družina	Cankar	la Žirov	170.000,— din.