

COLORJEVE INFORMACIJE

GLASILO DELOVNEGA KOLEKTIVA COLOR MEDVODE

LETO XIX.

JUNIJ 1990

||263360

Št. 6(208)



Z letovanjem v Gajcu na otoku Pagu so vedno vsi zadovoljni...

Poslovanje v maju in prvih petih mesecih

V eni od prejšnjih števil Colorjevih informacij smo podrobno prikazali poslovanje v prvem kvartalu letošnjega leta in pri tem ugotovili boljše rezultate poslovanja kot smo se jih v začetku nadejali. To sliko oziroma ugotovitev nam je že pokvaril mesec april, ki je bil po poslovnem uspehu izrazito slab, tako po fizični kot tudi po vrednostni realizaciji. Zaradi vedno slabše situacije v okolju je v nas vnesel veliko mero negotovosti.

V mesecu maju se je situacija nekoliko spremenila in obrnila v pozitivno smer, tako da je bil obseg prodaje in proizvodnje večji glede na april.

Realnejšo sliko dobimo z obravnavo daljšega obdobja, oziroma vseh petih mesecev. V tem obdobju smo proizvedli 11.408 ton gotovih izdelkov, prodali pa 10.881 ton, kar je samo par procentov manj od našega predvidevanja. Izpad je nastal v zmanjšanem obsegu izvoza. S takšno ugotovitvijo bi bili lahko kar zadovoljni, vendar pa nam primerjava z lanskim letom pokaže izpad proizvodnje in prodaje skoraj za četrtino. Velik del tega izpada gre seveda na račun izpada proizvodnje v sintezi, drug pomemben in zaskrbljujoč podatek pa je skoraj polovico majši izvoz.

Na zmanjšan obseg izvoza so v veliki meri vplivali zunanji faktorji, za domači trg pa takšna trditev ne velja. Res je, da se je obseg proizvodnje v večini panog, ki so naši odjemalci, znižal v povprečju za 15%, vendar pa je naš delež prodaje na jugoslovanskem trgu še vedno le okrog 10%, s stalno tendenco upadanja.

Če se poglobimo v podrobnejšo analizo naše prodaje, lahko kaj hitro ugotovimo, da nas skupna oziroma končna številka zavede. Zelo pomembna je namreč struktura prodaje po grupah proizvodov. Tu lahko ugotovimo sicer nadaljevanje na 2. strani

Sodobna oprema in tehnologija — pogoj za čisto okolje

Kmalu po požaru v sintezi so se mnogi v bližnji in daljni okolici pričel spraševati kaj sedaj. Obrat, ki je mazal celotno okolico vse tja daleč izpod Ljubljane, s svojo požarno nevarnostjo ogrožal celotne Medvode in še kaj bi našli, ne, tega pa ja več ne želimo. To so bila seveda laična razmišljanja nepoznavalcev razmer.

Nam v Colorju je bilo seveda takoj jasno, da dileme o novoizgradnji ni. Obrat umetnih smol oziroma kot v praksi uporabljamo ime "sinteza", je zaradi svoje funkcije življenjskega pomena za obstoj firme kot celote. Seveda pa smo se pri tem tudi takoj zavedli negativnega vpliva na okolico z vidika ekologije in kot prvi sklep sprejeli, da bo nov obrat tehnološko naj sodobnejši s tujo naj sodobnejšo opremo z osnovnim poudarkom, da se onesnaževanje ne bo povečevalo pač pa ob enakem obsegu proizvodnje bistveno zmanjšalo. S takšno predpostavko smo nato načrtovali vse nadaljnje aktivnosti.

nadaljevanje s 1. strani

minimalni porast prodaje pri grupah višjega kakovostnega in cenovnega razreda, močan porast pri najenostavnejši grupi (disperzija, index 123) in na drugi strani močan padec količinsko najmočnejših grup (alkidi vseh vrst). To pa ima seveda bistveni vpliv na vrednostno realizacijo.

Situacija v okolju se glede na prejšnji čas ni spremenila nič na bolje, celo na slabše. Podjetja so v vse hujših likvidnostnih težavah, denar od kupcev se pridobiva z muko, kar tudi delno vpliva na prodajno politiko. Vse večjemu številu podjetij grozi stečaj, zaradi zmanjšane obsega proizvodnje in delnih sprememb v tehnologiji dela, je vsak dan več delavcev že na cesti ali tik pred tem. Tudi nad nami grozi to breme, ki se ga vse premalo zavedamo in želimo delati še kar po starem, ko delo ni bilo merilo uspeha. Preje ko bomo temu pokazali vrata, preje bomo pričeli misliti in delati drugače.

Pred nami je druga polovica leta z vsemi težavami, ki se bodo nadaljevale, pri čemer v tem trenutku še ne poznamo novih oziroma dodatnih ukrepov zvezne vlade Ante Markovića, vendar pa bo v končni fazi vse odvisno le od nas samih, našega znanja in naših sposobnosti.

A. I.

Glede na dano obljubo našega direktorja, da bomo neposredne Krajevne skupnosti obveščali o naši končni nameri, je bil 6. 6. 1990 sklican sestanek predstavnikov vseh KS, Komisije za varstvo okolja pri KS Medvode in občini Šiška. Sestanka pa se je udeležil tudi predstavnik oziroma predsednik Komiteja za varstvo okolja in urejanje prostora občine Šiška in predstavnik Zelenih — Šiška.

Direktor Rihard Jerebic je v kratkem opisu predstavil vse dosedanje aktivnosti v zvezi z novogradnjo, posamezne podrobnosti pa je podala Plešec Nevenka. Pri tem je še posebej izpostavila zaščitne ukrepe za preprečevanje onesnaževanja vode in zraka pri čemer se bomo podrejali najostrejšim jugoslovanskim in mednarodnim predpisom, ki veljajo za to vrsto proizvodnje. Pri samem načrtovanju in izvedbi smo in bomo povezani z vsemi oblikami sodelovanja z večimi institucijami, ki se ukvarjajo s tovrstno dejavnostjo.

Še posebej je izpostavila reševanje odpadne reakcijske vode, ki je v preteklosti najbolj burila duhove med prebivalstvom pa tudi nam zadala mnogo preglavic pri iskanju rešitve. Sistem bo popolnoma zaprt, tako da voda ne bo imela stika z zrakom in se bo direktno vodila v sežigalno napravo.

Glede na zaprtost sistema bodo vsi hlapi in pare ostale v posodi in bodo po posebnem postopku vodene na absorpcijsko napravo. S tem bo onemogočen odtok v ozračje.

V primeru razlitja tekočin (mehanske poškodbe) se bodo te ulovile v sistem kinen in manjših ter večjih bazenov in preprečitev iztoka v kanalizacijo je zagotovljena. Celotni kanalizacijski sistem je bil že pred požarom razdelan in ločen na posamezne sisteme z predvideno izgradnjo čistilne naprave.

Z vidika požarne zaščite bo novi obrat mnogo varnejši, vendar pa sto procentnega zagotovila ni, saj imamo opravka z gorljivimi snovmi. Tovrstne rešitve smo iskali pri izkušnjah tujih proizvajalcev in pri raznih institucijah, ki se ukvarjajo s požarno zaščito. Ne glede na to, požar v taki razsežnosti v bodoče ne bo mogoč. Objekt bo gradbeno koncipiran na požarne sektorje, ki bodo med seboj popolnoma ločeni in s tem tudi obvladljivi. Eden od pomembnih pogojev pa še vedno ostane, to je natančno poučeni in strokovno uspo-

sobljeni delavci, da vsak požar zadušijo že v samem začetku ter usposobljena poklicna enota, oprema in alarmni sistem.

Vsi vabljeni so informacijo o izgradnji oziroma o posameznih rešitvah prejeli tudi v pisni obliki. Razprava je nato tekla v smeri splošnega onesnaževanja Medvod kot celote, pri čemer je bila podana zanimiva ugotovitev, da se neprijetni vonj, ki smo ga pripisovali "sintezi" še vedno pojavlja v zraku.



Splošno ali skupno mnenje udeležencev sestanka je bilo, da je Color sestavni del Medvod, tesno povezan z življenjem in tudi razvojem tega kraja in da se tudi zaradi tega obrat "sinteza" obnovi. Jasno pa je bila postavljena zahteva, da novi obrat ne sme dodatno onesnaževati okolja. To zagotovilo je bilo podano v pisnem gradivu in še posebej poudarjeno v dodatni razlagi. Podana je bila tudi zahteva, da se ne sme prekiniti z vzporednimi dejavnostmi reševanja drugih problemov (čistilna naprava, mešalnica itd.).

Udeleženci sestanka so izrazili zadovoljstvo z našo predstavitvijo, saj so se lahko prepričali, da stvari potekajo v pravi smeri z upoštevanjem vseh vidikov in ne le proizvodnega oziroma dobičkonosnega, pri čemer bi želeli, da o vsem tem več informiramo krajane in opozorili na nekatere dezinformacije, ki jih širijo naši ljudje.

A. I.

Vrednostni papirji

Vrednostni papirji, ki se sedaj začnajo uporabljati tudi v našem vsakdanjem besednjaku, nam omogočajo različno vlaganje presežka denarja z namenom, da s tem tudi nekaj pridobimo.

Do sedaj smo poznali le vlaganje denarja v banko, s čimer smo "zaslužili" obresti. Zaradi visoke inflacije vse do letošnjega leta pa je predstavljalo varčevanje "nujno zlo", če denarja nismo imeli kam drugam naložiti ali če smo namensko varčevali. Zaradi obresti, ki so bile nižje od inflacije, smo z varčevanjem izgubljali realno vrednost, zato smo vsi raje pretopili dinarje v kaj bolj "konkretnega" — devize, material ali nepremičnine. S kreditom danes smo pridobili mnogo več realne vrednosti, kot če bi varčevali in kupili neko stvar čez leto, dve leti...

Markovičevi ukrepi konec lanskega leta pa so nam prinesli malo več sigurnosti v poslovanju in manj tveganja tudi, če imamo svoje viške naložene v dinarjih. Sedaj se že splača varčevati in zaradi obrestne mere na vezane vloge je varčevanje v dinarjih celo boljše od varčevanja v devizah.

Poleg varčevanja imamo po novih zakonih na izbiro pestro paletu možnosti nalaganja denarja. Kdor ne zaupa ničemu, bo še naprej vlagal v material, hiše, vikende, itd. Vendar si s tem ne bo pridobil nič drugega kot materialno blagostanje, od katerega pa ne bo mogel živeti. Novi zakoni so nam omogočili živeti tudi od kapitala, to je od vlaganja denarja v take naložbe, da si pridobimo več denarja.

Eno najbolj in varnih naložb še vedno predstavlja vlaganje denarja v banke kot vloge na vpogled ali vezane vloge. Zelo varna naložba je tudi nakup obveznic, ki jih izda republika ali država. Tu skoraj ni moč izgubiti denarja, saj za vračilo tega denarja jamči država. Zato je tudi donos "kapitala" najnižji. Obrestne mere so nižje, čim krajši je rok vezave denarja in čim bolj je naložba denarja varna.

Bolj rizična pa je naložba v podjetja, vendar je z rizikom povezan tudi večji dobiček, sicer bi vsak raje nosil denar v banko.

Do sedaj so edino posamezniki, ki so si odprli obrt, so naložili denar v poslovne namene. Po novih zakonih pa imamo to možnost vsi. Ne, da bi morali vložiti vse prihranke v samo eno dejavnost lahko sedaj dajemo denar v več dejavnosti

hkrati, ne da bi bili zato obvezni, da smo povsod tudi fizično prisotni. Sedaj lahko naložimo denar v obliki obveznic, delnic, komercialnih zapisov in v obliki drugačnih vrednostnih papirjev kamorkoli hočemo. Izbira se je popestrila. Zavedati pa se moramo, da večji ko so donosi, večja je riziko in s tem tudi povečana verjetnost, da tudi izgubljamo.

Sedaj moramo sami izbirati in se odločati, kako naložiti denar, da bi lahko čim bolj varno čimveč iztržili. Naša odločitev je odvisna od posameznika, saj nekdo raje veliko tvega, drugi manj. Nekdo ima večji smisel in občutek za posle kot drugi. Potrebno pa je tudi veliko informacij iz okolice o politiki, o poslovanju, o likvidnosti, o poslovnih odločitvah, o zakonodaji itd., in to ne samo za konkretno podjetje, v katerega hočemo vložiti svoje prihranke, ampak tudi o širšem okolju. Skratka: Nikoli ne vemo dovolj, da bi lahko izključili vse rizike.

Prvo pravilo pri naložbah denarja je torej: Imejmo oči in ušesa široko odprta za se informacije iz poslovnega sveta.

Kaj pa izdaja Colorjevih obveznic za izgradnjo sinteze?

Zaradi nejasnih predpisov o internih vrednostnih papirjih, smo se odločili, da počakamo z izdajo naših obveznic do jeseni. Ni namreč jasno kakšna dovoljenja in od koga (SDK, zvezna komisija za vrednostne papirje...) potrebujemo, da jih lahko izdamo.

Sedaj se bo kdo vprašal, kako pa to da so lahko drugi izdali obveznice?

Razlika je v tem, ker so ostali izdajali obveznice, ki se lahko prodajajo na borzi vrednostnih papirjev, mi pa bomo izdali interne obveznice. To pomeni, da se na borzi vrednostnih papirjev ne bodo smele prodajati, prodaja pa lahko steče med delavci, lahko jo uporabimo za prodajo komurkoli, tudi če ni zaposlen v Colorju, če jo le hoče kupiti. Izplačali jo bomo tistemu, ki jo bo ob zapadlosti prinesel na vnovčenje.

Izdali in dobili jih bomo torej po dopustih, vpis pa še naprej poteka v Colorjevih blagajnah Finančne hiše Kemija.

Vlasta Mekiš

Informacija o športni dejavnosti

Skupščina ŠD Color Medvode pomeni srečanje športnikov, na katerem se pohvalimo z aktivnostjo v preteklem letu in si pripravimo program za naslednje obdobje. Žal so zelo slabo obiskane. Ugotavljamo tudi vsesplošno upadanje aktivnosti v vseh sekcijah. Svetle izjeme so jamarji, ki so opravili 25 raziskovalnih akcij v Dolomitih in na Dolenjskem. Vse podrobnosti njihovih podvigov so pisane v jamarskem dnevniku. Zalo aktivni so tudi šahisti, ki se udeležujejo celo mednarodnih turnirjev. Kegljači so zbrani predvsem v jesenskem in spomladanskem času, ko so na programu medseksijske tekme in v tem času so potrebni tudi bolj redni treningi. Tekači so prisotni na vseh tekih, vendar v manjšem številu kot pred leti. So pa ti posamezniki res hvale vredni predstavniki tekaške sekcije. Kljub slabim pogojem dela tudi strelci vzdržujejo kvaliteto. Na skupščini se je poleg problema upadanja aktivnosti pojavil tudi problem vodenja društva in sekcij. Novoizvoljeni predsednik športnega društva je zdaj Marko Kristan, brez vodje so pa trenutno planins-

ka, keglaška in teniška sekcija, vendar upamo, da se bodo potencialni kandidati v kratkem omehčali in prevzeli funkcije.

Na skupščini se sekcijam razdelijo finančna sredstva, ki so res tako minimalna, da z nakupom opreme ni možno stimulirati športnikov. Niti ne sodelujemo več na športnih igrah, ki so bile velika privlačnost za vse udeležence.

Vse, ki se kakorkoli ukvarjajo s športom, vabimo, da se vključijo v ustrezno sekcijo: tekaško, planinsko, keglaško, košarkarsko, odbojgarsko, šahovsko, jamarsko, strelsko, nogometno ali namiznoteniško. Če imate interes, se pogovorite z Markom.

Vida



Utrip široke potrošnje

Analitiki pravijo, da Color okoli 30% svojih proizvodov plasira v široki potrošnji. Kateri uporabniki spadajo v to področje? Gre predvsem za manjše ali večje obrtnike slikopleskarske, mizarske, gradbene, ličarske in podobnih strok; poleg njih pa še tisoči individualnih potrošnikov, privržencev usmeritve "do it yourself, ki tudi pri nas iz dneva v dan dosega vse višjo tehnično raven.

In kateri artikli nastopajo v tej igri? Zelo posplošeno bi lahko rekli, da gre za vse artikle, ki so v drobni embalaži, torej količine od 0,25 kg navzgor, sprejji, največ seveda embalaže po 1 kg oz. liter, nato doze ali ročke od 2,5–10 kg (litrov) vse tja do hobokov, po katerih segajo večji obrtniki. Meja med široko potrošnjo in industrijo ni ostro ločena, saj so primeri, ko se industrija oskrbuje preko grosistov, ki jih prištevamo k široki potrošnji, ali pa dejansko troši malo embalažo (npr. lužila, kite ali manjše količine posebnih nians). Nasproti temu imamo primere, ko marsikateri obrtnik nabavlja robo v sodih, denimo nitrolake in nitro-razredčilo.

Po vrsti premaznih sredstev gre večinoma za zračnosušee, v zadnjih letih vse bolj tudi dvokomponentne premaze, čeprav poznamo tudi nekaj zasebnikov, ki za lakiranje kovinske galanterije uporabljajo pečnosušee barve. Glede na področja uporabe imamo največ opraviti s sledečimi artikli:

- stavbno pohištvo, napušči in zunanji opaži (kompleten Unicol sistem, Colomini, Lesoli, Lesol DS, Syntol lak za les);
- notranji opaži in oprema (Aquaes, Cololes barvne osnove in laki, Hafrol, Egalini);
- fasade (Colofas impregnacija, Colofas fasadna barva);
- notranji zidovi (Sinkolit, Hidrocol, Spektroliti, Hidrocol kit za lopatico);
- parketi (Bukolit lak za parket);
- beton, bazeni, cisterne, silosi (Dural barve, Epkorol, Epolorji, Epolor DS za prehrabene namene);
- železo, pločevina (Colomini, Epkorol, Syntoli, Durali, Epolorji);
- plovila (Yaht-program za lesena, kovinska in poliestrska plovila);
- vozila (Syntol avtoreparaturni emajli z vsemi spremljajočimi in pomožnimi materiali);
- vsa pripadajoča razredčila v manjši embalaži itd.

No, če vso to pisano družino artiklov pomnožimo z raznovrstno embalažo in

stotinami nians, dobimo tisočglavo množico proizvodov, z njo pa pravcato papirnato vojno ter izčrpavajočo razdrobljenost, s katero se dobesedno davijo prodajni referati, skladiščniki, razvojno-servisna služba in ne nazadnje prodajalci v naši in ostalih trgovinah.

Za široko potrošnjo je značilno, da je njen plasman premosorazmeren z letnimi časi, od katerih je odvisen pred sem drugim. Že pred četrto stoletja smo v Colorju logično jemali dejstvo, da se v zimskih mesecih proda manj širokopotrošne robe, ne le za zunaj, ampak tudi za znotraj (bodi tako dober ter januarja prezračiti stanovanje, potem ko si ga prebelil s Hidrocolom!). Te klimatske odvisnosti ne more zanikati noben totalitarni režim, niti Staljinov ne.

Pa vendar smo bili vsi, ki kjerkoli delamo za široko potrošnjo, v začetku leta travmatično presenečeni, ko smo bili zaradi slabšega plasmaja "kaznovani" z nižjim dohodkom, ker planiranje in skupinska merila uspešnosti očitno zanikajo klimatsko pogojene zakonitosti. Normalnemu človeku je pač težko razumljivo, da kljub nadpovprečnemu angažiranju sledi podpovprečno nagrajevanje. In za tiste, ki jim je usoda dodelila davljenje s Colorjevo široko potrošnjo, bi težko trdili, da lenarijo, pa najsi bo v mrtvi ali živi sezoni. Da bi bila diferenciacija še bolj očitna, so referati, ki imajo pač to srečo, da prodajajo izdelke ali surovine v sodih, kontejnerjih ali cisternah, z manj truda kot za šalo dosežali in presegali mesečni plan.

Pa pustimo ob strani lepotne napake pravilnikov, za katere Murphyjev zakon trdi, da obstajajo zato, da dokazujejo zmote svojih avtorjev, ter se vrnimo k naslovi tematiki.

30% plasmaja s široko potrošnjo ni zanemarljivo, treba pa se je zanj izredno truditi, ker je konkurenca iz leta v leto hujša, ne le s strani domačih, temveč tudi tujih proizvajalcev barv, nazadnje pa še zato, ker je Color v preteklosti puščal to področje razmeroma pri strani.

Poleg uvajanja novih programov, embalaže in TV-propagande, komercialni sektor že nekaj let izvaja posebne aktivnosti za poživitev prodaje, to je v obliki strokovnih seminarjev in predavanj za trgovce in uporabnike, ki jih strokovno podpiramo iz razvojne službe. Ena metoda so tudi propagandno-prodajne akcije na terenu, v kombinaciji s promocijo oz. praktičnim prikazom uporabe naših izdelkov.

Letos smo izdatno pojačali prav to obliko aktivnosti, ker podobne prijeme izvaja tudi domača konkurenca. Ne moremo trditi, da smo se s tem prebili v ospredje, pač pa vsaj respektivno držimo korak z ostalimi, saj bi v primeru neaktivnosti ostali daleč zadaj.

Namen tega prispevka je na kratko orisati, za kakšne aktivnosti gre, kdaj in kje smo jih izvajali, kako potrošniki gledajo na nas ter njihove želje in pripombe, na osnovi katerih se nam kar same zastavljajo nekatere bodoče naloge.

Ker poglede na dogajanje v 1. polletju podajam skozi prizmo servisne službe, in ker v eni osebi nisem mogel biti na več koncih hkrati, za kar je bila večkrat potreba, ta opis ne bo popoln, kar seveda še ne pomeni, da aktivnosti komercialne in propagande niso potekale še v drugih oblikah in področjih.

I. Strokovno-propagandni filmi:

V prvi polovici februarja letos smo z ekipo "Studia 37" posneli video-film "Obnova zaščitnega opleska stavbnega pohištva z Unicol sistemom", za katerega sem predhodno izdelal besedilo in scenarij. Film v originalu traja cca. 20 minut, kar je za "fahmane" v redu, za komercialiste pa predolgo, zato smo dali izdelati zreducirano, 10-minutno verzijo. Čeprav je film po namenu predvsem učni, saj kaže orodja, postopke in tehnike pri obnovi opleskov oken in vrat, je nehote tudi propaganden, ker kaže embalažo serije artiklov (Lesol, Ledol DS, Unicol impregnacija, Unicol vent. temelj, Syntol kit, Unicol kit in Colpoly kit za lopatico, Unicol emajle, Colomin emajle in razredčila).

Skupaj s filmom "Aquaes", posnetem pred 3 leti, ki je bil predvajan že v "TV-zrnu", nam filma zelo koristita pri izvedbi strokovnih seminarjev.

Najkasneje do pričetka naslednje prodajne sezone (februar 1991) moramo posneti še "Barvanje notranjih zidov", kjer bo vključen ves naš disperzijski program (Sinkolit, Hidrocol barva in kit za lopatico, Spektroliti).

Enaka potreba se kaže posneti Syntol-avtoreparaturni sistem, vendar za ta film še nismo "zreli". Nimamo še dodelanega koncepta celotnega sistema, ker manjkajo nekateri spremljajoči materiali (NC kit za brizganje oz. predlak "filler coat"; obstoječi Colpoly kit poliesterski za lopatico ne ustreza zahtevam ličarjev). Kar je še hujše, nimamo unificirane embalaže z notnim imidžem, kot jo ima npr. Hempro-Šid ali uvozni "SI-bren" sistem. Tu zamujamo že nekaj let in si bomo priborili kvečjemu del tržišča.

II. Strokovni seminarji:

16. 2. 1990 — "Domus" Ljubljana:
Seminar za usposabljanje tehnoloških viškov v profil "hišni mojster";

6. 3. 1990 — Opatija in

20. 3. 1990 — Kranjska Gora:

Seminar o premazih za široko potrošnjo in gradbeništvo (za trgovce, prodajalce in delno uporabnike).

III. Sejmi:

26.—31. 3. 1990:

Aktivna udeležba in dežurstva na mednarodnem sejmu "Alpe-Adria" na GR v Ljubljani.

IV. Akcije po radiu:

1. 3. 1990 — Radio Žiri:

V sodelovanju z Dolinar Jožem, lastnikom novoodprte trgovine "Alp-Color" (barve in čistila) s Trate pri Šk. Loki.;

28. 3. 1990 — Radio LJ./VAL 202:

V okviru sejma "Alpe-Adria";

11. 6. 1990 — Radio Velenje:

V sodelovanju z veletrgovino "ERA" — T. Velenje.

V vseh treh oddajah v živo sem na kratko predstavil naš proizvodni program, nakar so sledili "vroči telefoni", t.j. neposredno svetovanje in odgovori na telefonske klice poslušalcev.

V. Prodajne akcije s promocijo širokopotrošnih izdelkov:

22., 23. 3. 1990: "Kemometal" Nova Gorica

17., 18. 4. 1990: "Chemo" Murska Sobota

19. 4. 1990: "Chemo" Ljubljana (Mastrova ul.)

23., 26. 4. 1990: "Domus" — CZNG Ljubljana (razstava brez prodaje)

9. 5. 1990: Drogerija "Alpkomerc" Tolmin

11. 5. 1990: "Metalka" Ljubljana

29., 30. 5. 1990: "Chemo" Kranj

11., 12., 19. 6. 1990: Železnina "ERA" T. Velenje

14., 15. 6. 1990: "Kovinotehna" PC Hudinja — Celje

Prav pri tovrstnih akcijah na terenu imamo najbolj neposredne stike tako s prodajalci kot s samimi kupci, ki nabavljajo robo bodisi za obrt ali pa za lastne potrebe. Delimo jim tehnično-informativni material in nasvete, praktič-

no kažemo načine uporabe naših barv ter dvigamo tehnično raven znanja o barvah. Kupci pa lahko nabavljajo naše proizvode, ki imajo med akcijo znižane cene. Ta oblika akcij se vsekakor izplača, saj uspeha ne merimo le po trenutno prodani robi, temveč je to naložba za prihodnje, saj kupcem ostane v spominu ime Color ter nazivi premazov kot njihova namembnost. Razen tega pri takšnih stikih razjasnimo marsikatero težavo in dilemo, ki bi lahko rezultirala z reklamacijo.

Seveda smo pri tem deležni tudi povratnih informacij, izkušenj, želja in pripomb uporabnikov. Naj za konec navedem nekaj najbolj tipičnih primerov, ob katerih se moramo resno zamisliti:

Pri "Metalki" še vedno pogrešajo sprej s Syntol temeljno barvo, Syntol lakom b.b., zaželjen bi bil tudi mini-sprej z zlato bronzo. Ker so enake želje izrazili dve leti nazaj, se sprašujejo, ali v Colorju sploh resno jemljemo signale s trga.

"Chemo" M. Sobota ugotavlja več želja kupcev po barvanju plastičnih PVC-rolet, na katerih pa alkidne barve ne držijo. Držale bi PUR-barve (Bukolit emajl), zaželjena niansa je rjava, nekje med RAL 8002 do 8003 (Yaht-kvaliteta v litrski embalaži). Pozivajo našo prodajo, naj zagotovi takšen artikel. Razen tega, enako tudi v "Kovinotehni" PC Hudinja, prosijo za svetlobni simbol Colorja, ki bi ga izobesili v trgovini kot okras, brez nadomestila za reklamni učinek, ki ga tak izobesek ustvarja. Podobno je tudi z drugimi trgovinami. Zares škoda, če takim željam ne moremo ali nočemo ustreči!

V nekaterih trgovinah (tudi v naši) bi bili dobrodošli specialni laki in emajli za lesarstvo v manjši embalaži od hobokov (4—10 kg). Gre za Purcole, Purakrile

ipd., kajti pri bolj eminentnih mizarjih so nitro laki že iz mode.

"ERA" T. Velenje je imela s strani avtoličarjev več pripomb na odstopanja nians avtoreparaturnih Syntolov. Priporočajo nam tudi, naj vendar že izdelamo Colomin emajl v standardno živordeči niansi, ki bi šla lepo v promet. Te nianse barvna karta Colomina res nima, zato tu prepuščamo trg Tesarolu in Lualu?!

V večini trgovin so izrazili tehtno pripombo, za katero si Color zasluži pravcato "bodečo nežo":

Včasih smo pokrove doz signirali z barvno piko vsebujoče nianse. Zdaj to že nekaj časa ne počnemo več. Ni znano, koliko smo privarčevali s takšno "inovacijo", pač pa je znano dejstvo, da oboji — trgovci in kupci raje posegajo po pločevinkah, kjer se namesto *prebijanja naziva* niansa lahko *lahko vidi* po barvni piki. Gre za preprost psihometrijski refleks v ravnanju vsakega človeka, s čimer se hočeš-nočeš moramo sprijazniti. In tako se dogaja, da namesto po Colominu ali Syntolu, kupci bolj redno segajo po s piko označenem Lualu, Tesarolu, Hempalinu, Kemoluxu ali Hempromobilu in Duga-reparaturju.

Večkrat smo v poročilih že opozarjali, da so konkretne vidne nianse prva osebna izkaznica neke barve oz. impulz, ki navaja k odločitvi o nakupu. Žal smo nekateri v Colorju kronično gluhi za takšne pripombe, s čimer praktično sabotiramo vsa prodajna prizadevanja. Odpovejmo se torej škodljivi inovaciji ter preidimo na zastarelo, a učinkovito in koristno signiranje pik!

Če želimo še dalje imeti dober plama, vsaj v tistih ozirih, na katere lahko sami vplivamo, bomo morali kaj hitro prisluhniti tudi naštetim pripombam .

A. G.



Priprave na dopust so za nami. Naš kamion z "robo" na otoku Pagu...

Iskra seminar

Color 15. 5. 1990

ISKRA je tradicionalen kupec Colorja. Resda ni med največjimi, vendar 23 podjetij v sklopu ISKRE letno pokupi skoraj 100 ton različnih premaznih sredstev (vir: anketa marec 90). Pestrost zahtev in tehnoloških postopkov mnogokrat raznolikost še povečuje: umestno pa tudi brez potrebe.

ISKRA INTER standardizacija, kot nek vezni člen med proizvajalci in porabniki: beri med Colorjem in podjetji ISKRE, si prizadeva premaze spraviti v neke okvire in kolikor je le mogoče poenotiti.

V bistvu je bil eden od osnovnih namenov seminarja, seznaniti udeležence s temi hotenji.



Upam, da smo se še pravočasno zavedli pomembnosti drugačnega, sodobnejšega pristopa h kupcu. Najbrž si je bilo vseh 24 udeležencev enotnih v oceni, da je v Colorju mnogo znanja. Nekateri so pogrešali eksponate, drugi praktične demonstracije. Vse izkušnje in nasveti nam bodo v veliko pomoč pri naslednjih seminarjih, katere načrtujemo v drugi polovici junija.

Naj se ob koncu tega prispevka zahvalim sem kolegom: Matjažu Hafnerju, Francu Kaminu, Dušanu Merliniju, Olgi Naglič (SOP), Anici Petaci, Francu Petku, Vesni Stražišar (ISKRA), Vojku Vahu, Viktorju Velkavrhju in Juretu Zupancu za pomoč pri organizaciji in skrbno pripravljene teme.

Spisek udeležencev in izvilleček predavanj je na vpogled v tajništvo RR sektorja.

Vodja seminarja
Jože Kepić



Upokojila se je Rasema Telarević



“Jednom se dođe, jednom se ide“, je zaključila pogovor z vodjo kadrovskega oddelka Rasema Telarević — administratorka v našem predstavništvu v Sarajevu. Rasema se je namreč odločila, da se po 19-letnem delu v “Colorju“ predčasno upokoji. Spomini, ki jo vežejo na “Color“ pravi, da so lepi. S sodelavci se je vedno lepo razumela, kar ni bilo težko, saj je delo opravljala vestno in pedantno.

Želimo ji, da bi se med “penzionisti“ dobro počutila in da bo zdravje pri hiši.

J. P.

Vloga in odgovornost posloводства pri določanju delovnega prispevka in ugotavljanje zahtevnosti dela

V dosednji praksi dogovorne ekonomije je veljalo načelo, da o razporejanju dohodka in delitvi osebnega dohodka odločajo delavci v organizaciji združenega dela. To načelo je bilo zapisano v ustavah in celi vrsti različnih zakonov. Obenem pa so z raznimi določbami vnašali vse več omejitev. Nastal je mehanizem družbenega dogovarjanja in samoupravnega sporazumevanja, ki je razkrojil motivacijsko vrednost osebnega dohodka. Za ugotavljanje in določanje delovne uspešnosti so se uporabljale zapletene in strokovno zahtevne metode in tehnike, ki so bile same sebi namen. Sedaj so ti postopki poenostavljeni in je poudarek na njihovi učinkovitosti in motivacijski vrednosti. Za učinkovitost mehanizma motivacije je potrebno, da ga uporabljajo isti subjekti, ki nosijo odgovornost za delo in poslovanje.

Zakon o podjetjih določa povsem drugačne projekcije organiziranosti gospodarskih delovnih procesov, kakor tudi drugačno vlogo, odgovornost in pristojnost posloводства. Posloводство samostojno vodi poslovanje podjetja in je odgovorno za delovno in dohodkovno uspešnost delovnega procesa, kar je močan instrument motivacijskega mehanizma. O delovnem prispevku delav-

ca odloča poslovodni organ, delavec s posebnim pooblastili in odgovornostmi (vodja sektorja) ali delodajalec na podlagi določil splošnega akta in kolektivne pogodbe.

Odločanje o delovnem prispevku nalaga poslovodnim delavcem veliko odgovornost obenem pa so s tem dobili učinkovito orodje za vodenje poslovanja in gospodarno usmerjanje delovnih procesov. To pomeni, da ima posloводство neki vzvod, s katerim lahko motivira delavce oz. omogoča, da delovni proces poteka učinkovito in racionalno. Seveda posloводство te motivacijske mehanizme lahko uporablja le v maneverskem prostoru, ki je predpisan s kolektivno pogodbo.

Ob uveljavitvi nove vloge posloводства pri upravljanju motivacije srečujemo tudi kritična mišljenja, da vodstveni delavci svoje nove pristojnosti lahko tudi zlorabijo za šikaniranje delavcev. Ta možnost je seveda realno prisotna, zato mora imeti delavec možnost pritožbe. V takšnih primerih bo moral sindikat učinkovito zavarovati delavce in tudi doseči sankcije proti tistim poslovodnim delavcem, ki bi zlorabili pooblastila.

M. S.

Kratke novice

Odkar razvojnikom gori pod nogami, vsaj nekaj takega jim obetajo z najvišjega vrha, so si za vsak slučaj montirali prhe nad vsemi vrati, morda jih bo to rešilo.



Mojster na sliki je le en od množice pašočių se zunanjih izvajalcev v naši tovarni. Žalostno je, da so bila vrata dvigala v stari tovarni pleskana v terpenoluxom.



Spisek naših dolžnikov se vztrajno veča, dolgovi pa naraščajo v višave.

E. F.



Športno društvo je končno dobilo predsednika, tako da so si lahko razdelili težko priborjena pokrivala. Manj sreče imajo smučarji in planinci, ki bodo morali iskati vodja preko razpisa ali izven tovarne.

