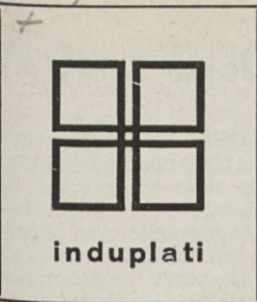


179244



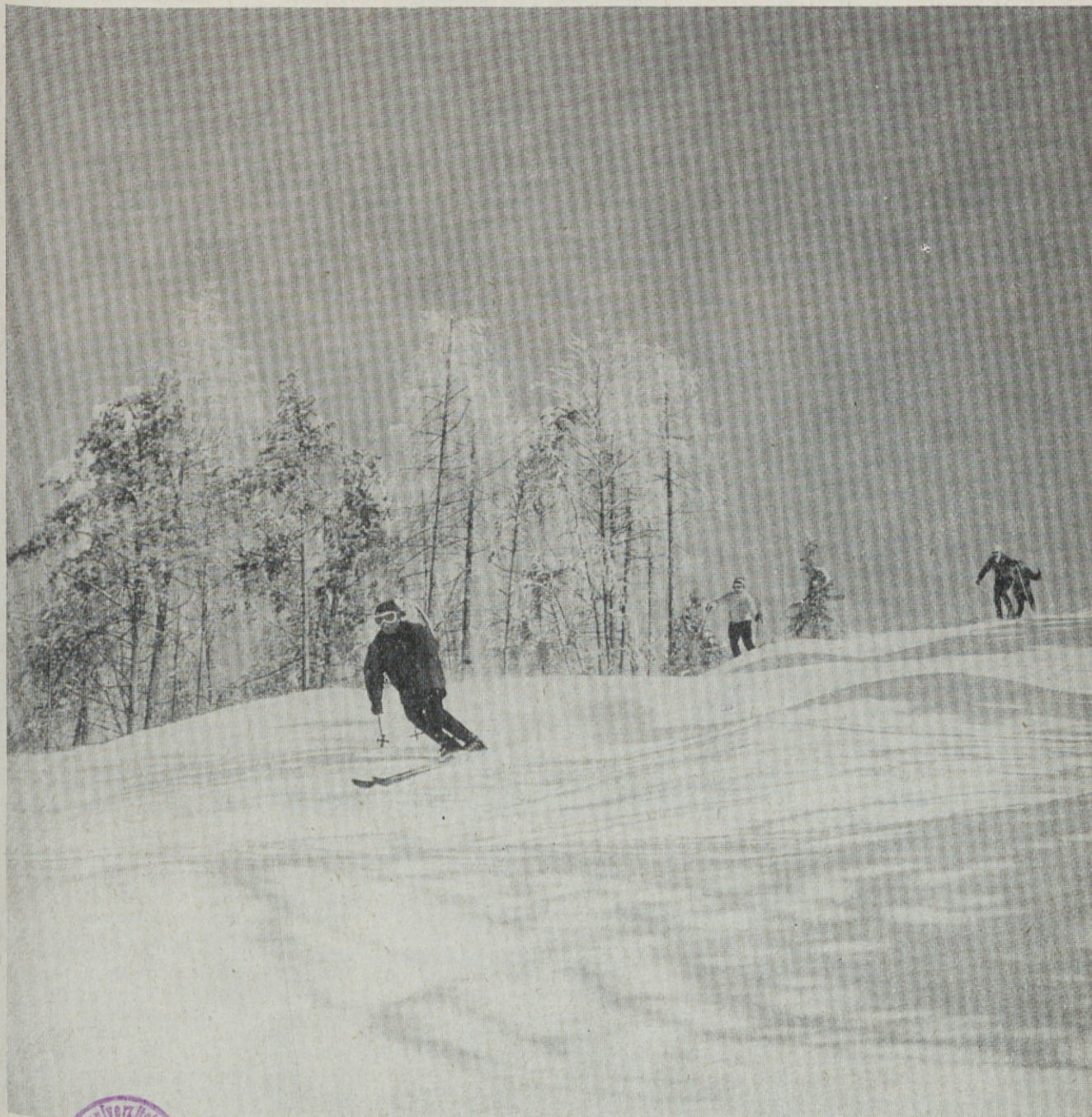
konoplan

GLASILO
KOLEKTIVA INDUPLATI JARŠE

Leto XX.

JANUAR 1971

Cena 0,20 din



PO 976/1978

Z življenjsko radostjo v novo leto

Poslovanje in naloge komercialnega sektorja I. 1971

Za prihodnje leto napovedani stabilizacijski ukrepi bodo nedvomno vplivali na naše delo. Jugoslovanski potrošnik je navajen trošiti prek mej vsesplošne ustvarjalnosti in pridnosti, investicije so prerasle naše zmogljivosti. To pa je tudi vzrok globalnega nesorazmerja, posledice tega pa stabilizacijski ukrepi, ki bodo zajezili našo že kar dobro uhojeno pot plasmana na domačem trgu.

V preteklem letu je bilo očitno, da je celotna jugoslovanska problematika vplivala tudi na naše delo. Vsa leta po izvajanju gospodarske reforme smo v Jugoslaviji uvažali vedno večje količine gotovih izdelkov iz vzhodnih držav in to po dumping cenah. Tako so trgovske organizacije s prostim formiranjem marž veliko zaslužile in močno konkurirale domači industriji. Posledica tega je bila, da so se zaloge gotovega blaga v Jugoslaviji v letu 1965 do 1970 podvojile. Trgovske organizacije so zato lahko izvajale pritisk na industrijo, ki je morala često popuščati. Tu pa je nastajalo očitno strukturno neravnovesje, ki je tudi pogojevalo najnovejša ukrepe, ki bodo narekovali velike napore celotni tekstilni industriji.

Potrošnja je v Jugoslaviji precej drugače razporejena kot v razvitih evropskih deželah, medtem ko tam potrošijo kar 15 kg tekstila na prebivalca, ga pri nas komaj 6 do 7 kg.

Zaposlenih v tekstilni industriji je v celi državi 230 000 ljudi, če pa primerjamo produktivnost z razvitimi državami, jih je kar 60 000 preveč z ozirom na opravljeno delo, to pa stane zopet 600 milijonov N din letno. Vsi navedeni pojavi so nam že v preteklem letu narekovali specifične ukrepe primerne poslovne odločitve.

V začetku poslovnega leta 1970 smo si zadali kot osnovno nalogo: prodati zaloge gotovih izdelkov, izdelovati samo naročeno blago, iz proizvodnje pa izločevati tiste izdelke, ki nam ne prinašajo primerne dohodka. Te naloge smo dokaj uspešno reševali, seveda ob dobrem sodelovanju z ostalimi oddelki v podjetju. Zlasti nam je uspelo znižati zaloge gotovih izdelkov, tako da smo v mesecu juniju dosegli že normativ, ki je bil predviden za uspešno poslovanje. Razumljivo je, da so morali vsi delavci v sektorju intenzivno delati v podjetju s svojimi sodelavci, še posebno pa z zunanjimi partnerji.

V poslovnem letu 1971 bo potrebno pri že znanih težavah vložiti še večje napore za izvrševanje nalog. Pri raznih analizah ugotavljamo veliko razliko v družbeno ekonomskem razvoju posameznih republik, kar je posledica raznolikost našega dela in specifičnost plasmana. V nekaterih predelih zavese niti ne uporabljajo, drugod jih menjajo na dve leti. Kulturni namizni pogrinjki so neke zelo pestri, drugod pa vlada še vedno

»ultrapas«. Naš pristop mora biti za vse specifičen.

Najbolj popularen ukrep, da bi dosegli globalno ravnovesje, je vsekakor zamrzovanje cen. Pritisk na stroške pa je vedno večji in končno vpliva na reprodukcijsko sposobnost in konkurenčnost zlasti še na zunanjem trgu.

Dobro znane inflacijske težnje v obliki zviševanja osebne dohodka po raznih panogah industrije povzročajo tudi pri našem poslovanju pritisk na cene določenih izdelkov. Zato bo še prav posebno potrebno spremljati stroške posameznih izdelkov in jih pravočasno tudi izločiti iz proizvodnega programa, če ne bomo dosegli primerne cene. S svojimi izdelki smo postali v Jugoslaviji dobro znani zlasti na področju opreme gostinskih in hotelskih objektov. V zadnjih letih smo močno prestrukturirali surovinske sestavine naših izdelkov. Rast pri udeležbi sintetične je vedno večja, s tem pa tudi dohodek in potreba po obratnih sredstvih.

Izvoz smo tudi v tem letu usmerili samo na konvertibilno področje, saj potrebujemo dolarje za surovine in nove stroje. Izbirali bomo take izdelke, kjer dosežemo najboljšo ceno. V preteklem letu nam je to precej uspelo, zato tudi tokrat gledamo optimistično.

Zahteve naših kupcev so vedno večje, bodisi plačilni pogoji ali pa kvaliteta. Visoka potrošniška mentaliteta zahteva tudi sodobno industrijsko oblikovanje. Naši izdelki bodo morali biti oblikovani moderno, sistematično in uporabno. Pogosto se moramo pojavljati z novimi oblikami in deseni. Trgovske in projektantske organizacije to od nas zahtevajo in pričakujejo. Ne sme se pa pri tem dogajati, da določenih izdelkov ne bi izdobračili iz kakršnihkoli razlogov kot se je to dogajalo v letu 1970.

Strokovna tržna raziskava nam precej točno predvideva, kakšen asor-

timan, koliko in kdaj ga moramo ponuditi pri naših kupcih, to službo bomo razvijali tako močno, da bo učinkovito vplivala na vse naše komercialno poslovne odločitve. Sredstva, ki jih vsako leto namenimo za ekonomsko propagando, so dobro naložena. Potrošniki širom Jugoslavije poznajo naše podjetje, cenijo naše izdelke, zaupajo oblikovanju in kvaliteti, skratka INDUPLATI uživa ugled. Tudi v tem letu bomo sistematično potom ekonomske propagande predstavljal naše izdelke.

Učinkovita gospodarska rast podjetja se bo kazala v hitrem obračanju sredstev ob sodelovanju nabave in proizvodnje. Pomembno delo bo tudi zbiranje naročil na daljši rok in pogodbe, kategorizacija kupcev in urejanje izbora izdelkov. Važna naloga v našem sektorju bo tudi priprava, da bi se lahko čim bolj koristno vključili pri izkoriščanju novega računalnika. S temeljito pripravo bomo tudi mi lahko omogočili, da noben sektor ne bo neodvisen od drugega in uspeh ne more izostati. Tako bo postal novi računalnik v odločilno pomoč organizacije dela v sektorju in ne samo organ računanja ter informiranja, temveč tudi upravljanja.

Za konec naj omenim še to, da se bodo: linearno omejevanje široke potrošnje, potrošniških kreditov, investicijskih izdatkov in še ostale izrazne oblike gospodarskega neravnotežja odrazile v velikih naporih gospodarske organizacije pri oblikovanju novih tržnih in organizacijskih prijemov.

Bitka za stalno, učinkovito gospodarsko rast in stabilnost je vspešna in sprejemljiva. Naš sektor bo delal intenzivno in prizadevno, saj le točno določen perspektivni program bo koristil podjetju. Tokrat je stvar toliko bolj preprosta in sprejemljiva, ker nam je program vsiljen.

Zakaj ekonomska propaganda?

Ekonomska propaganda je za nekatere pravo sodobno zlo, za druge izvor velikih dohodkov in za tretje zopet sredstvo za ustvarjanje določenih ciljev.

V drugi polovici XIX. stoletja je industrijska revolucija omajala odnose med proizvodnjo, distribucijo in potrošnjo. Indeks proizvodnje je prekosil oziroma presegel indeks prodaje. To je napotilo trgovce, da so se začeli posluževati reklame, seveda v okviru tedanjih možnosti.

V sodobnem času in pod sodobnimi pogoji, pa si ne moremo zamisliti optimalnega prometa večine po-

trošnih proizvodov, brez uspešno planirane in efikasno vodene ekonomske propagande. Vsak dan bliže smo spoznanju, da se problematiki v zvezi s tem, mora posvetiti odgovarjajoča pozornost, seveda, v kolikor se želi, da določeno podjetje napreduje v svojem razvoju. V obratnih primerih velikokrat pride do stagnacije, kar pa v večini primerov pomeni — nazadovanje.

Vsa prizadevanja v zvezi z ekonomsko propagando pa so lahko brezuspešna, če najprej doma, v podjetju, sami ne razčistimo, kateri mediji reklamiranja so zadovoljivi za

določene artikle. Treba je najprej ugotoviti, kakšne so potrebe kupca, kaj ga zanima in privlači. Pri tem pa ne smemo pozabiti na glavni problem, oziroma na glavno vprašanje: zakaj je kupec nezadovoljen.

Na podlagi vseh teh odgovorov in spoznanj, lahko tudi sam proizvod vskladimo z željami kupcev, vendar tu ne smemo pozabiti na to, kar smo imeli že mnogokrat priložnost slišati, namreč, da je propaganda tista, ki novi proizvod prvič proda in da je kvaliteta nekega proizvoda tista, ki poskrbi, da se proizvod proda tudi drugič.

Ko določimo, kakšen bo naš prodajni cilj za naslednje leto, takrat lahko določimo, oziroma, naj bi določili višino finančnih sredstev, namenjenih propagandi.

Na osnovi izkušenj iz preteklih let, pa približno vemo, koliko lahko potrošimo za ekonomsko propagando in posredno s tem za boljšo prodajo.

Kot smo že uvodoma poudarili, za propagando zelo važen faktor, so pravilno izbrani mediji reklamiranja.

Ne smemo in ne moremo misliti, da bo dovolj samo televizija, samo radio, ali mogoče dnevno časopisje in revije.

Posluževati se moramo vsega. Edino v povezavi tega in še marsi-

česa drugega, edino tako bomo lahko trdili, da pomeni ekonomska propaganda tudi poizkus, pripraviti čim bolj ugodne pogoje za prodajo določenega artikla.

Velikokrat imamo priložnost slišati, kako si neko podjetje naredi reklamo s tem, da vrši na tržišču obsežno prodajno akcijo, obenem z znižanjem cen. To mišljenje je popolnoma napačno. Ta akcija sicer lahko ima propagandni vpliv, vendar to še ni ekonomska propaganda, temveč samo določen ukrep iz politike cen.

Mogoče vas bo zanimalo, česa vsega se bo za boljšo prodajo, za še boljše poznavanje našega podjetja, posluževala ekonomska propaganda v letu 1971.

Z ozirom na splošen porast cen v ekonomsko propagandnih uslugah, se je plan nekoliko, vendar ne bistveno povečal. Največ pozornosti nameravamo posvetiti radiu in televiziji, zato je tudi vsota, namenjena za to zvrst propagiranja največja, vendar pa ne smemo pozabiti, da so tudi prav te usluge najdražje. Mogoče bi bilo tu umestno navesti podatek jugoslovanske radiotelevizije o številu TV, oziroma radijskih sprejemnikov v Jugoslaviji in po republikah. (Stanje 31. avgusta 1970.)

V Jugoslaviji je 1 712 289 TV naročnikov, od tega jih je največ v SR Srbiji — 716 521, nato v SR Hrvatski — 454 208, v SR Sloveniji — 221 639, SR BiH — 170 810, SR Makedoniji — 121 761 in SR Črni Gori — 27 350.

V istem času je bilo v Jugoslaviji 3 373 250 radijskih sprejemnikov, vendar število teh naročnikov stagnira, dočim število TV naročnikov rapidno raste.

Na drugo mesto smo uvrstili sejme in razstave. Vsak artikel, vsak proizvod mora biti tudi dobro razstavljen, torej, zopet se mu mora dati prilika, da bo kupljen. Strokovnjaki celo trdijo, da se vsak dobro razstavljen in prikazan proizvod, tudi dobro prodaja.

Na področju Jugoslavije, izhaja dnevno, mesečno ali tedensko, par sto vrst časopisov, revij, tednikov in mesečnikov. Kar se tiče propagandnih akcij, na prvo mesto uvrščamo časopise, ki pokrivajo za reklamno akcijo interesantno področje.

Na koncu, je kljub vsemu treba poudariti, da igra pri ekonomski propagandi, še bolj pa pri prodaji, zelo važno vlogo tudi embalaža.

Embalaža mora sama prodajati blago, posebno še v sedanjih pogojih odnosov, trgovec — potrošnik in v vse večjem in sodobnem načinu prodaje (samopostrežbe, marketi).



Hala Tivoli, na kateri je zaščitni znak našega podjetja

Nov delovni uspeh podjetja

V Jugoslaviji smo znani kot izdelovalci kvalitetnih in raznovrstnih šotorov.

Še posebno pa smo se proslavili z našo sposobnostjo — to je, realizirati vsako zahtevno naročilo.

Iz male skupine ljudi, ki so se v našem podjetju ukvarjali z razvojem šotorov, se je razvil samostojni šotorski oddelek, imenovan AL — oddelek.

Izdelovanje šotorov je bilo najprej omejeno samo na šotore za civilno-spolšno uporabo. Kasneje smo začeli izdelovati tudi šotore za posebne namene. Solidna izdelava nam je odprla pot na širok jugoslovanski trg, katerega zahteve so zelo različne.

Končno je prišla tudi ponudba za izdelavo večjega šotora. Z ozirom na njegovo velikost naj bi ga izdelali iz PVC platna. Šotor smo imenovali KORIDOR. Naročnik nam je diktiral tudi mere, v katerih naj bi šotor izdelali — dolžina 12 m, širina 15 m, ter višina 7 m.

Pričeli smo razvijati šotor, že iz osvojenega, vendar veliko manjšega univerzalnega šotora. Sestavljen naj bi bil iz sekcij, tako, da bi se ga dalo poljubno podaljševati. Ogrodje šotora naj bi izdelali iz aluminijevih cevi.

Za šotor teh razpetin, je bilo potrebno izdelati statični izračun. Tega so nam napravili strokovnjaki izven našega podjetja. Izračuni so pokazali, da bi bilo šotorske ogrodje potrebno izdelati v predalčni konstrukciji, ki

je veliko močnejša in vzdržljivejša od enojnih cevi.

Organizirali smo ekipe, ki so tudi v prostem času delale pod vodstvom tov. Pušlarja. V prvih dneh meseca decembra, je stala konstrukcija na prostoru za kotlarno, predvidenem za naš novi podvig — zračno halo.

Na ogrodje smo potegnili platno in šotor je bilo potrebno samo še pritrditi z vrvmi in pred nami je stal po dokajšnjem trudu velik delovni uspeh, prototip šotora — KORIDOR.

Po zahtevah kupca naj bi prenesel 120 km/h bočnega vetra in

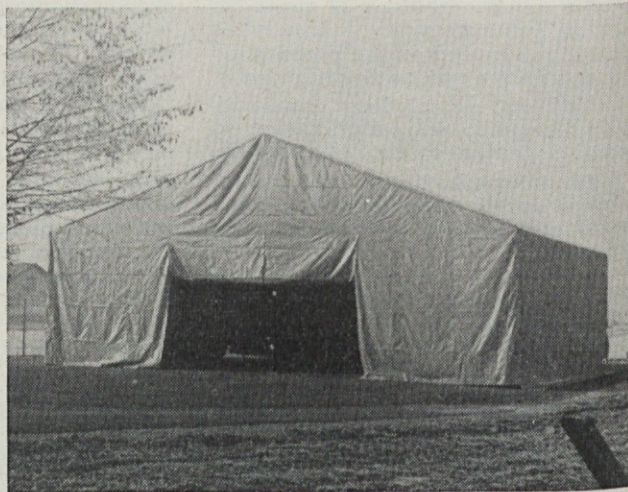
obremenitev ca. 15 cm snega na strehi.

Všeč nam je naš KORIDOR, ponosno gledamo nanj, upamo, da bo tudi kupec zadovoljen z našim delom.

Uporabnost šotora KORIDOR je vsestranska.

Uporaben je lahko v gospodarstvu za priročna skladišča, za pokrite tržnice, za prekritje raznih bazenov in drugih športnih objektov, lahko rečemo, da je univerzalen.

Juš Lesjak



Koridor —
gigant med
našimi šotori

Poznate delo v kemičnem laboratoriju?

V kratkih sestavkih vas bomo seznanili z raznovrstnim delom v kemičnem laboratoriju.

Vsa pomožna sredstva, barve in kemikalije, ki se rabijo v tovarni za škrobljenje, pranje, beljenje, barvanje, tiskanje in apretiranje, najprej preizkusimo v kemičnem laboratoriju.

K vsakodnevnemu delu spada tudi kontrola vode, katero rabimo za napajanje kotlov, kjer se voda pretvarja v paro, ta pa je vir toplote, ki je osnova energije posamezne panoge.

Para pri kondenzaciji oddaja toploto. Toplotno energijo spreminjamo v mehansko energijo (za pogon strojev, za ogrevanje prostorov itd.) in lahko tudi v elektriko. Osnova tega pa je voda, na kratko povedano, spojina vodika in kisika, ki lahko nastopa v treh agregatnih stanjih: tekoče, trdno in plinasto. Pretvarjanje vode v paro, se vrši vedno pri raznih temperaturah, odvisno od pritiska. Pri 100°C nastane iz enega litra vode 1600 l vodne pare, pri normalnem pritisku. Vrelišče pri nižjem pritisku pada, pri višjem pritisku pa raste.

Kot je bilo že na kratko omenjeno, je voda spojina vodika in kisika in v naravi v kakršnikoli obliki ni kemično čista. Vsebuje raztopljene trdne, plinaste in suspendirane snovi. Raztopljen kalcij in magnezij povzročata trdoto vode, ki jo izražamo v nemških ali francoskih in angleških trdotnih stopinjah. Magnezij in kalcij nastopata v spojinah karbonatov, karbonatna trdota, ali vezana na druge snovi — nekarbonatna trdota. Za visokotlačne kotle (40 atm.), mora biti napajalna voda prosta snovi, ki povzročajo trdoto, ker bi pri izparevanju te snovi ostale v kotlu. Tvoril bi se kotlovec, zaradi česar bi prišlo do okvar, ali celo do eksplozije kotla.

Tudi plinaste sestavine, ki so v vodi (kisik, ogljikova kislina, zrak), povzročajo korozijo na stenah kotlov, aparaturah in ceveh. Iz tega lahko sklepamo, oziroma ugotavljamo, da je pred vsako uporabo, vodo potrebno mehčati, zato je vsakodnevna kontrola vode v samem obratu in laboratoriju zelo važna.

V laboratoriju kontroliramo trdoto vode zjutraj in opoldne. Poleg trdote vode določamo tudi alkali-

tetno število, to je število, ki pove, koliko alkalij preračunanih v mg luga na l vode, se nahaja v vodi parnega kotla.

Alkalijske, oziroma luge, se tvorijo v mehanični vodi. Vodo mehčajo v kotlarnah na osnovi izmenjevalcev, lahko baznih (soda — apno), ali ionskih. Pri obeh postopkih se kalcijev in magnezijev ion, zamenjata z natrijevim ionom in tako dobimo namesto kalcijevega in magnezijevega bikarbonata, natrijev bikarbonat v mehki vodi. Če bi to mehčano vodo uporabljali za kotel, bi se pri večji koncentraciji tega bikarbonata tvorila soda in ogljikov dioksid. Soda pa bi se pri nadaljnji kemični reakciji pretvorila v lugo. Določena količina luga je priporočljiva, večja količina pa napada kotlovo površino. Za preprečevanje okvar na stenah kotla, moramo meriti število alkalij z alkalitetnim številom.

Vzorci napajalne vode, mehke in kotlove, nam prinesejo iz kotlarne, nakar jih izmerimo in po končanem postopku sporočimo rezultate.

Tehnolog v kemičnem laboratoriju
Dipl. ing. Nasta Kuralt

X. redno zasedanje DS

Glavni poudarek zadnjega zasedanja DS v letu 1970 je bil dan planu za novo obdobje.

Proizvodni del plana se od dosežanje prakse precej razlikuje. Letos se bomo dokončno poslovili še od dveh naših dolgoletnih grup tkanin in sicer od lanenih ter bombažno-sintetičnih. Precej pa se bo povečala proizvodnja sintetičnih tkanin, kar je v skladu z našimi hotenji. V posameznih obratih predvideva plan največji porast proizvodnje v konfekciji zaradi uvedbe novih in zahtevnejših izdelkov. Pri delovni sili večjih sprememb ne bo, saj predvideva plan 920 zaposlenih, kar je v skladu s trenutnim stanjem.

Plan prodaje je deljen na prodajo na domačem trgu in na izvoz. Prvič bomo presegli vrednost 8 starih milijard skupne prodaje, izvozili pa bomo za 450 000 \$ izdelkov.

Finančni plan predvideva precej višji dohodek, vendar dobiček ne bo sorazmeren zaradi planirane izgube pri izvozu, priznanih znižanj, povečane amortizacije in nekoliko povečanih osebnih dohodkov.

Plan investicij je precej visok in upošteva nadaljnji korak k avtomatizaciji in modernizaciji tehnoloških postopkov. Glavne postavke predstavljajo nove avtomatske statve za tkalnico, stroji za pripravljavnico in konfekcijo, modernizacija v oplemenitilnici ter transportna vozila in orodni stroji za obrat vzdrževanja.

V planu investicijskega vzdrževanja predstavljajo glavne postavke popravila streh, ureditev sanitarij, preureditev prostora stare kotlarne, ureditev sejne sobe in pisarn ter kanala Mlinščice.

Plani ekonomske propagande, civilne zaščite, varstva pri delu in izobraževanja ostajajo v glavnem na ravni iz leta 1970.

V nadaljevanju je DS obravnaval 11-mesečno poročilo o rezultatih poslovanja. Rezultati so bili marsikje nad pričakovanjem ugodni, saj je izraz tega tudi visoka vrednost točke za november.

Zelo živahna je bila razprava pred sprejemom delnih korektur v Pravilniku o OD. Pripombe so se nanašale na deformacije v analitični oceni delovnih mest, na nekatere premalo obrazložene predloge popravkov šte-

DS — zadnji v letu 1970

vila točk, na pristojnosti in načinu dela komisije za OD, na jamstva za najnižji osebni dohodek v višini 800 din, na dodatek za leta in na predlog o razširitvi kroga delavcev vezanih na Pravilnik o stimulaciji. Vsi predlogi, razen spremembe v Pravilniku o stimulaciji so bili potrjeni in veljajo od 1. 1. 1971.

Zelo lahka je bila odločitev DS, da proda 12 parcel v urejenem zazi-dalnem okolišu Preserje svojim so-delavcem. Prijav na razpis je bilo namreč tudi 12.

Ob koncu je direktor podal oceno dela in uspehov v letu 1970, ki niso bili majhni, ter nakazal naloge v prihodnjem letu. zrazil je delno bojazen na uspešno izvrševanje nalog z ozirom na ukrepe stabilizacijskega programa. Ker ne moremo pričakovati nobene pomoči, moramo čim bolj napeti lastne moči in povečati odgovornost. Še posebej moramo biti pripravljeni na težave, ki bodo na-

stale ob modernizaciji, ker bodo na eni strani začasno zavirale proiz-vodnjo, na drugi pa ustvarjale višek delovne sile. Zato je začasna uvedba 4-izmenskega dela neljub, vendar nujen ukrep, če hočemo zadržati proizvodnjo in prodajo na planirani ravni, delovno silo pa obdržati v podjetju.

Vsem članom samoupravnih orga-nov se je za njihovo plodno sodelo-vanje zahvalil z željo, da se to še pogloblja. Zaželel je vsem SREČNO v Novem letu in prosil, da ta SREČ-NO vsi prenesejo v svoja delovna okolja.

Marsikoga so prijetno presenetile preproste besede Vikijs in spontan aplavz nato, ko je izrazil direktorju in upravi podjetja priznanje in za-hvalo za uspehe, ki smo jih s skup-nim delom dosegli.

Še enkrat hvala!

Janko



Seja DS sprejemanje plana za leto 1971



Pomen tržne raziskave za podjetje

Čeprav je bilo v preteklem letu že objavljeno nekaj besed o tržno-raziskovalni službi, je bila izražena želja, da se o tem še kaj napiše in da se malo bolj opiše in spozna področje, ki je pri nas še dokaj novo. Zato bom v sledečem članku prešla malo bolj na splošno uporabo raziskave trga in na njeno značilnost za podjetje in za gospodarstvo na sploh.

Obseg raziskave trga

V celotnem poslovanju podjetja obstajajo različna ožja področja poslovanja — izmed katerih pa zaradi svojega vprašanja glede gospodarnosti najbolj izstopa — področje prodaje.

Vsebina prodajnega območja ni samo prodaja v ožjem smislu, ampak vsebuje vse ostale funkcije in metode, ki nastopajo kot rezultat širše ponudbe (npr. oblikovanje izdelka, izbira prodajnih načinov, študij reklame, študij cene, študij embalaže itd.). Danes uporabljajo za vse področje prodaje izraz — *marketing*.

Raziskava trga pa se več ali manj udeležuje na vseh ožjih področjih marketinga.

Raziskavo trga lahko smatramo danes za bistveni pogoj za pozitivni razvoj gospodarstva. Vse od začetka njenega razvoja, pa do danes, se je pokazalo, da je uporabljiva skoraj na vseh področjih gospodarstva. Pri podrobnem razmišljanju tudi ne more biti drugače, če upoštevamo dejstvo, da vse kar se vrši — s človekovim posrednim in neposrednim delom — se vrši zato, da človek zadovolji svoje potrebe, ki pa večinoma najdejo svojo obliko na trgu.

S tega vidika je torej razumljivo, da je raziskava trga lahko uporabna skoraj na vseh področjih gospodarskih aktivnosti. Ugotovimo lahko, da je danes raziskava trga v svetu in tudi pri nas pozitivno sprejeta, saj je že to dejstvo, da daje proizvajalcu določen občutek sigurnosti nasproti rizikom na trgu, zadosten razlog za njeno uporabo.

Raziskava trga kot sredstvo za zmanjšanje rizika v gospodarstvu

Že pri planiranju proizvodnje oz. prodaje se pojavi možnost napačnega postavljanja ciljev, ki jih naj podjetje doseže. To lahko nastopi zaradi nepoznavanja razvoja potreb, zaradi pomanjkanja podatkov o velikosti sredstev, s katerimi želi podjetje doseči postavljene cilje itd. Če podjetje smiselno analizira pojave na trgu, bodo možnosti napačnega postavljanja ciljev manjše in cilji lažje dosegljivi.

Možnosti škode se lahko pojavljajo tudi pri nabavljanju sredstev za proizvodnjo. Važno je predvsem pravilno določanje količine, vrste in

oblik osnovnih in obratnih sredstev za poslovanje podjetja. Predrago in neenakomerno nabavljanje sredstev za proizvodnjo lahko povečujejo škodo.

Poleg nabave, vpliva na pravilno poslovanje, pravilna uporaba in izkoriščanje nabavljenega materiala, z izbiro pravilnega tehnološkega procesa, kar povzroči pravilno kroženje obratnih sredstev. Že tu lahko vpliva raziskava trga na politiko gospodarjenja v podjetju.

Važna je tudi pravilna izbira asortimenta proizvodnje oz. primerne izdelka za trg.

Raziskovanje trga ni koristno le posameznemu podjetju, temveč tudi odnosom med proizvodnjo in potrošniki oz. trgov, ker je v interesu skoraj vsakega podjetja, da proizvaja le take izdelke, ki bodo koristni in sprejemljivi potrošniku. Ker je danes trg izdelkov za široko potrošnjo zelo širok in občutljiv za spremembe v tehnologiji in tudi v navadah potrošnje — vlada na njem močna konkurenca in je zelo malo proizvodnih podjetij, ki ne bi spoznale nevarnosti rizika pri sestavi asortimenta izdelkov in ki ne bi imele potrebe in interesa pazljivo spremljati in raziskovati trg.

Tako je potrebno preštudirati položaje konkurence, analizirati zadovoljstvo bivših in sedanjih kupcev z izdelki podjetja in njih vzroke, oceniti konkurenčne proizvode oz. razvojne možnosti konkurence itd. Spremljati se mora tudi prodaja že uvedenih izdelkov — če opazimo njeno stagnacijo zaradi zastarelosti izdelkov in zaradi nepomembnosti s stališča povpraševanja na trgu, je potrebno opustiti proizvodnjo teh izdelkov ali pa spremeniti prodajno politiko, menjati asortiment itd.

Zavedati se moramo, da riziko na trgu iz dneva v dan raste — zaradi hitrega tempa razvoja tehnike, ki omogoča masovno proizvodnjo, katera se realizira v masovni potrošnji. S tem pa raste tudi riziko tako v nabavi, kot tudi v prodaji. Čeprav nastajajo npr. v nabavi velike možnosti in ugodni pogoji za nakup, pa vendar ni vseeno, kaj, kje in pod kakšnimi pogoji bomo kupovali. Raziskava trga ima namreč neposreden vpliv na oblikovanje stroškov, ko analizira nabavni trg.

Riziko se pojavlja ne samo na trgu, ampak tudi znotraj podjetja. Čimbolj je proizvodnja tehnizirana, teže spreminja svoj asortiment; zato je potrebno imeti skrbno proučene analize dolgoročnega razvoja potreb.

Ravno tako pa nastaja riziko tudi pri ocenjevanju tržnih sposobnosti — če jih napačno ocenimo. Npr. če obseg določene proizvodnje znaša le polovico predvidene, bi se stroški in amortizacija izdelka podvojili in izdelek ne bi bil več konkurenčno sposoben.

Vidimo, da se skoraj pri vsaki odločitvi pri gospodarjenju, pojavi nek določen riziko napačnega odločanja, ki ga pa raziskava trga s svojimi rezultati lahko zmanjša, ne more ga pa popolnoma odstraniti.

Raziskava trga torej le pomaga pri reševanju prodajnih in drugih problemov k pravilnim odločitvam.

Koristi raziskave trga

Pri vsesplošni uporabi raziskave trga se poraja vprašanje — v kakšni obliki delujejo rezultati raziskave trga na proizvodnjo. Rečeno je že bilo, da raziskava trga najde svojo popolno uporabnost na področju prodaje oz. pri izbiri asortimenta in količini proizvodnje. Cilj podjetja je, da realizira tisto, kar je proizvedlo. To pa pomeni, da je proizvodnja podrejena potrošnji in zato mora sprejeti njene pogoje.

Znano je, da obstajajo dve vrsti izdelkov na trgu. To so:

1. osnovni življenjski artikli — ki so neelastični po povpraševanju. Njihova prodajna sposobnost ni toliko odvisno od oblike, embalaže, reklame itd. Tu rezultati raziskave trga lahko le delno vplivajo k povečanju prodaje.

2. Izdelki — po katerih je povpraševanje elastično. Tu gredo rezultati raziskave trga v smeri iskanja pravilne oblike uporabnosti ter konkurenčnosti v kakovosti in ceni. Tu raziskava trga skuša z ekonomsko propagando napraviti izdelek čimbolj opazen, kar je pri sodobnem načinu prodajanja zelo pomembno. Ta tendenca je danes zelo široka in skuša zajeti čim širši asortiment blaga. Zaradi širokega razmaha industrije, prihajajo časi vse večje konkurence. Zato je nujno, če mislimo na uspeh, da se prilagodimo spremembam na trgu, ki pa jih je potrebno spoznati. In kdor jih bo prvi spoznal, bo tudi prvi uspel. Porast prebivalstva in dvig življenjske ravni, značilno spreminja strukturo potrošnje.

Poglavitna lastnost raziskave trga je, da se proizvodnja usmerja po potrebah na trgu, v finančnem pogledu pa v tem, da se izognemo napačnim investicijskim vlaganjem. Zato se tudi pri dajanju kreditov zahteva izčrpna analiza trga, perspektivne možnosti surovinskih razmer in možnosti prodaje izdelkov.

Pa tudi pri že vpeljani proizvodnji je raziskava trga koristna za ugotavljanje gibanja trenda prodaje, da bi pravočasno ustavili kopičenje ti-stega blaga v skladiščih, ki ga trg le s težavo sprejme, ali katerega uporaba se je nehala zaradi sprememb v navadah ljudi in tehniki proizvodnje.

Jože Knep,

novi predsednik IO sindikalne organizacije

Novi izvršni odbor sindikalne organizacije našega podjetja se je prvič sestal 16. decembra 1970.

Na dnevnem redu so bile volitve predsednika ter okvirni program dela organizacije v prihodnjem obdobju.

Za predsednika izvršnega odbora je bil soglasno izvoljen Jože Knep, za podpredsednika Viktor Urbanija, za referenta za šport pa Jože Gerbec. Predsednik nadzornega odbora bo v bodoče Lovro Giovanelli.

Uredništvo je zaprosilo novega predsednika, da nam odgovori na nekaj vprašanj. Jože Knep nam je nanje takole odgovoril:

Vprašanje: Kaj naj bi bila glavna naloga IO v prihodnjem obdobju?

Odgovor: Naloga novega odbora bo, predvsem nadaljnja krepitev družbenega položaja delovnih ljudi, seveda ob upoštevanju danih možnosti. Odbor bo vedno in povsod zastopal vse člane kolektiva, vendar le njihove upravičene interese, ki bodo deležni splošne podpore.

Vprašanje: Kakšni bodo v bodoče stiki naše organizacije z občinskim sindikalnim svetom?

Odgovor: Stike z ObSS moramo ojačati. Na seje bomo vabili predstavnike občine, seznanjali jih bomo s sprejetimi sklepi, predvsem pa bomo s skupnimi močmi uveljavljali skupne interese.

Vprašanje: In kakšni bodo stiki z vodstvom podjetja ter z ostalimi družbenopolitičnimi organizacijami v podjetju?

Odgovor: Želim, da bi bili stiki z vodstvom podjetja tudi v bodoče dobri in konstruktivni, ker je to osnova za uspešno delovanje našega odbora in vse sindikalne organizacije nasploh.

IO bo še naprej sodeloval z vsemi družbenopolitičnimi organizacijami v

podjetju in jim po svojih močeh pomagal, predvsem mladinski organizaciji, ki mora polno zaživeti.

Vprašanje: Ali bo novi odbor tudi v bodoče obiskoval in obdarjal člane kolektiva, ki so že dalj časa bolni?

Odgovor: IO je sprejel sklep, da obišče in obdari vse člane kolektiva, ki so bolni dalj kot en mesec in pol.

Prav tako bo sindikat v bodoče pomagal sodelavcem, ki so res socialno ogroženi.

Vprašanje: Kaj meni novi IO o samopomoči?

Odgovor: Tovariška samopomoč je humana organizacija, ki že vrsto let uspešno deluje kot pododbor sindikalne organizacije. Delo pododbora samopomoči ureja poseben statut, ki pa ga bo potrebno delno spremeniti — vskladiti z današnjimi razmerami.

Po drugi strani pa bo povečani prispevek omogočil članom kolektiva večja posojila, kar bo vsekakor marsikomu pomagalo prebroditi trenutne denarne težave.

Vprašanje: Kakšno bo delovanje na športnem področju?

Odgovor: Sindikalna organizacija bo vsaj delno nadomestila neaktivnega Partizana. Zato predvidevamo v l. 1971 mnogo intenzivnejše delo na področju športne rekreacije. Kot prvo nalogo smo si zadali čimbolj uspešno sodelovanje na občinskih sindikalnih športnih igrah.

Vprašanje: Kaj bo z našo sindikalno knjižnico, kaj z dvorano?

Odgovor: Delo sindikalne knjižnice je že pred časom zamrlo. Interesa za obnovo delovanja med člani kolektiva ni. Zato bomo knjige podarili Delavski univerzi v Domžalah, ki jih bo razdelila med aktivne knjižnice. Dvorana je trenutno v upravljanju stanovanjske enote. Ven-

dar se v doglednem času predvideva obnova dvorane in strehe nad njo in bo nato spet lahko služila svojemu staremu namenu.

Na koncu nam je Jože Knep povedal še tole:

»Občni zbor sindikata zaradi pasivnosti delegatov novemu odboru ni dal kakšnih posebnih konkretnih nalog, čeprav je bilo problematike dovolj in bi jo na tem zboru morali obravnavati. Zato želim, da bi sodelavci direktno sodelovali z novim odborom, ga seznanjali z željami in zahtevami, mi pa bi te probleme obravnavali na sejah, jih reševali oz. posredovali merodajnim v podjetju.

Izkoriščam to priliko in želim vsem članom kolektiva uspešno Novo leto 1971.«

Uredništvo in bralci Konoplana se novemu predsedniku za odgovore najlepše zahvaljujemo, odboru pa želimo v novem letu čim uspešnejše delovanje.

B. N.



Jože Knep — novi predsednik sindikalne organizacije

Hranili se bomo z algami

Če se v prihodnjih petih letih ne bodo iznašli novi izvori proteina — za hrano, bo človeštvu zapretela lakota. To je izjavil dr. Miller, profesor univerze v Manchesteru.

Ta vodilni britanski učenjak, raziskuje morsko floro v zvezi s pridobivanjem užitnega proteina iz mikroorganizmov morja in jezer. Njegovo delo je le del mednarodnih naporov za izkoriščanje najmanjših organizmov, kamor spadajo tudi alge in bakterije iz bioloških odpadkov.

Dr. Miller pravi, da je zelo verjetno, da bi lahko alge postale najvažnejši izvor prehrane v bodočnosti.

Poudariti je treba — da raziskava trga ne pomeni absolutnega uspeha. Del koristi te dejavnosti se ne more vidno opaziti oz. se ne da meriti. Rezultati raziskave trga oz. njihove uporabne možnosti so tudi odvisne od spretnosti in sposobnosti tistih ljudi, ki jo uporabljajo, to je od analitika do tistega, kateremu so rezultati raziskave namenjeni.

Rezultati raziskave trga lahko pomenijo podjetju varnostno sredstvo, podobno kot pomeni to pomorščaku kompas za pravilno plovo. Popolnoma drugače se bo lotil dela tisti, ki je oborožen z rezultati in infor-

macijami s trga, ki temeljijo na znanstveni in metodološki raziskavi in pomenijo določeno sigurnost, kot pa tisti, ki se zanaša samo na svoje skušnje in občutke. Pričakovani uspehi so pri prvem vsekakor bolj gotovi, kot pri drugem.

Raziskava trga je postala sestavni del našega gospodarstva in bo to tudi ostala. Čim bolj se bo vključila v poslovni svet, tem bolj se bo razvijala, pri tem pa bodo imeli koristi tako gospodarstvo, kot tudi raziskava sama in potrošniki.

Dipl. ing. Pogačnik Boža

Še eno slovo

Po daljšem času smo imeli še eno skromno, vendar pristrčno slovo od sodelavcev, ki so bili v drugem polletju upokojeni. Zbrano deveterico je v imenu kolektiva in uprave podjetja nagovoril tov. Zabukovec. Zahvalil se jim je za pripadnost in dolgoletno sodelovanje, obudil spomine na težje in sproščene dni ter izrazil željo, da bi se še velikokrat srečali.

Med tem časom sem pobrskal po podatkih, izbral štiri najstarejše Jarsane in jih prosil za kratke izjave. Nihče mi ni dal košarice!

Tončka PAVLI: V podjetju sem bila 27 let. Z delom sem pričela v belilnici, toda kmalu sem bila premeščena v pripravljalnico. Tu sem ostala vse do današnjega dne, ko se mi delovna dolžnost izteka. Skoraj vse delovne faze sem dala skozi, vendar mi je kot najboljše ostalo v spominu previjanje lanenih preden.

Doma mi ne bo dolgčas. Gospodinjila bom in skrbela za hčerko, ki hodi še v šolo. Je zelo pridna in bo to šolsko leto prišla do poklica iz elektro stroke. Skrbi pa me že sedaj, če bo dobila službo. Imam tudi hišo in nekaj vrta in ni bojazni, da ne bi bilo vedno kaj za urediti.

Jerca PIRNAT: V podjetje sem prišla leta 1935. Tu sem torej skoraj polnih 35 let. Imela sem samo dve manjši prekinitvi in sicer prvo leto službe, ker ni bilo dela, in med vojno, ko so partizani razbili parni kotel. Ves čas sem bila v pripravljalnici, na skoraj vseh delovnih mestih, najraje pa pri previjanju lanenih preden. Tam sem bila tudi dvakrat udarnik, tretjič pa mi je to med poročniškim dopustom nekdo »požrl«.

Imam dve hčerki — obe že v službi — in moža, ter hišico z vrtom. Zato me ne skrbi, kam s časom. Le zdravja si še želim, da bom lahko še skrbela za družino, predvsem za moža, ki je že 12 let invalidsko upokojen. Pa tudi na kakšen izlet bomo šli ob lepem vremenu.

Brona KOČAR: Skoraj ne bi verjela, pa je le res: 35 let sem bila v podjetju. Prvih 13 let sem bila tkalka. To je bilo moje najljubše opravilo. Skrbela sem za stroj in urejenost materiala na njem in nikdar nisem imela težav. Po neki bolezni pa sem bila premeščena v oplemenitilnico. Takrat sem prvič jokala. K sreči sem prišla na novem delovnem mestu zopet k strojem. Stroj so bili vedno moj konjiček! Najprej sem bila pomočnik na stroju za munganje tkanin, nato pa vodja stroja za kalandriranje. Tu sem delala

s starimi veterani, kot sta bila Bernot in Velkavrh, dobro pa sem sodelovala tudi s Heleno Jerman iz čistilnice blaga. Da, to so spomini! Veliko jih je, dobrih, lepih in bridkih. Ob bridkih se spominjam najbolj tistega, ko so Nemci požgali Stegno, vas med Rovami in Lukovico. Tam je padel moj bratranec in brat moje dobre prijateljice. Ko me je vprašala, če je res tudi on mrtev, sem ji morala povedati kruto resnico.

Sedaj sem zelo zadovoljna. Sem »honorarno« zaposlena s poučevanjem ročnih del, doma pa tudi še izvezem ali skvačkam kakšen priložnostni izdelek, v kolikor mi dopuščata čas in vid. Želim spoznati še nekatere nove dejavnosti. Če bo le mogoče, bom iskala in izvrševala kakršna koli priložnostna dela, pa ne zaradi denarja, pač pa zaradi veselja do novih spoznanj.

Edi ROJC: Kot vrtnar sem se zaposlil v podjetju leta 1935. Sprejel me je Hanuš, takratni tehnični vodja, toda pred tem sem prišel vprašat za delo točno tridesetkrat! Šele priporočilo Souvanovega kočijaža je zagleglo. V tovarni sem najprej uredil vrt in okolico. To je opazila tudi Böhmov, zato me je kmalu vzela k sebi na posestvo za vrtnarja in kasneje za oskrbnika. Zame so bila to najlepša leta z ozirom na to, da sem delal v svojem poklicu, s sodelavci pa smo se odlično razumeli. Ker pa sem prišel z lastnico v spor zaradi krivic, ki so tedaj vladale, sem dal odpoved in se zaposlil v Ljubljani. V tovarno sem prišel nazaj 1939. leta. Spominjam se, da smo takrat pozimi pri temperaturi — 20° C zidali in pokrivali vratarnico in hišo ob njej. Prvikrat se je zgodilo, da smo na šihu dobili čaj! Nato sem delal v impregnaciji, barvarni in belilnici. Toda z mislimi sem bil vedno pri rožah, grmičevju, pticah... Ni čudno, da me je stroj zgrabil za roko in ni dosti manjkalo, da bi bil ob njo. Ne, jaz za k stroju nisem bil! Med vojno mi je umrl oče, zapustil sem tovarno in prevzel kmetijo. Kmetijo sem po vojni, poln zanosa, idealov in velikih načrtov razširil s pomočjo agrarne reforme. Zemljo pa so mi kmalu vzeli nazaj in tako sem zopet prišel v tovarno. Dve leti sem urejeval ekonomijo, od 1. 1952 pa sem vodil dvoriščno skupino.

Sedaj sem zelo zadovoljen, pokojnina je v redu. Še bolj bom gojil rožice in obiskoval prijatelje! Teh imam veliko in žal mi je, da se večkrat ne vidimo. Po tovarni, po strojih pa mi je žal toliko, kot po karsarni! Želim, da ohranite dom v Umagu. Mnogo dela smo vložili v njega in ob njem. Gradili smo ga za vse delavce podjetja in njim naj ostane.

Janko



Tončka Pavli: doma mi ne bo dolgčas, gospodinjila bom in skrbela za hčerko



Jerca Pirnat: predvsem bom skrbela za moža, ki je že 12 let invalidsko upokojen



Brona Kočar: stroji so bili vedno moj konjiček



Edi Rojc: z mislimi sem bil vedno pri rožah, grmičevju, pticah

Proizvodnja in kvaliteta

V NOVEMBRU 1970

Vsi proizvodni obrati so v novembru delali en dan več kot je bilo planirano in sicer na račun decembra. Tkalnica in predilnica sintetične preje pa sta delali v štirih izmenah.

Mesečni proizvodni plani so bili v vseh obratih izpolnjeni nad 100 %, kar gre na račun štirih izmen in pa en delavni dan je bil več.

Oskrba s surovinami je bila v glavnem zadovoljiva. Le dobava v sintetični preji, katero nam dobavlja

Predilnica Litija, ni bila zadovoljiva, niti po asortimanu niti količinsko. Zaradi tega je art. 3077 popolnoma izpadel iz proizvodnje, dočim pri art. 3109 prihaja do občasnih zastojev zaradi nepravočasnih dobav Nm 10/1 efektne.

Izpolnitev mesečnih planov, primerjava z novembrom 1969, kumulativno izpolnjevanje za 11 mesecev in primerjava z lansko 11-mesečno proizvodnjo po posameznih proizvodnih obratih je naslednja:

	Plan nov. 70 %	Index nov. 69 %	Plan 11 mes. 70 %	Index 11 mes. 69 %
Predilnica — predenje kg	112,8	111,0	97,3	107,8
— sukanje kg	109,3	146,7	105,3	110,1
Tkalnica — m	105,8	125,3	98,0	119,3
— m ²	103,9	120,8	98,5	124,4
— 000 vot.	112,0	119,4	102,6	113,2
Oplemenit. — m	98,6	122,4	100,1	115,4
Tiskarna — b. m.	—	103,7	—	110,5
— t. m.	—	98,9	—	108,3
Konfekcija — Nh	—	304,3	—	126,3

	I. kval. %	II. kval. %	III. kval. %	Nereg. bl. %
Bombažne tkanine	90,98	5,96	1,60	1,46
Sintetične tkanine	90,33	3,88	1,44	4,35
Lanenobombažne tk.	97,72	0,71	0,44	1,13

Iz zgornjih podatkov lahko zaključimo, da bodo letni proizvodni plan razen plan predenja preje uspešno izpolnjeni v letošnjem letu.

Kvaliteta surovin in adjustiranih tkanin ima še vedno trend slabšanja. Najbolj se je kvaliteta poslabšala v grupi bombažnih tkanin in sicer pri art. 2027 in 2077. Slaba kvaliteta v teh dveh artiklih je bila povzročena v tkalnici in oplemenitilnici. V grupi pollanenih tkanin se je kvaliteta močno izboljšala. Prav tako je kvaliteta v sintetični grupi delno boljša kot je bila v oktobru mesecu.

Po posameznih grupah tkanin je bila v novembru dosežena naslednja kvaliteta (glej tabelo levo).

Skupni rezultat kvalitete pri surovih in gotovih adjustiranih tkaninah pa je bil v mesecu novembru naslednji:

	Surove tkanine %	Adjustirane tkanine %
I. kvaliteta tkanin	92,45	92,48
II. kvaliteta tkanin	4,05	4,04
III. kvaliteta tkanin	1,27	1,26
Neregularne tkanine	2,23	2,22

Tehnolog PTK
ing. Franc Jeraj

Poročilo o prodaji

ZA NOVEMBER 1970

Prodaja v novembru 1970 je potekala bolje kot smo pričakovali oz. planirali, kljub temu, da smo imeli težave z majhnimi oz. bolje rečeno desortiranimi zalogami.

Ce primerjamo prodajo za november 1970 s prodajo za isti mesec v l. 1969, in če vzamemo za indeks 100 prodajo v novembru lanskega leta, bi bila slika prodaje nekako naslednja:

Skupina izdelka	Nov. 1969	Nov. 1970
Laneno-bom. tkan.	100	66
Bombažne tkanine	100	90
Sintetične tkanine	100	185
Bomb.-sin. tkanine	100	55
Konfekcijski izdelki	100	180

Iz gornje razpredelnice je razvidno, da je v primerjavi s prodajo v istem obdobju lanskega leta padla prodaja tkanin iz naravnih vlaken in mešanic le-teh s sintetikom, da pa se je istočasno povečala prodaja sintetičnih tkanin in konfekcijskih izdelkov. Takšna sprememba je pravzaprav popolnoma razumljiva, saj vemo, da se proizvodnja in s tem v zvezi tudi prodaja, vedno bolj preusmerja na izdelavo oz. prodajo izdelkov iz sintetične.

Plan prodaje v novembru 1969 je bil dosežen 88,96%, medtem ko je

je bil v novembru 1970 dosežen 121%, kar je nedvomno zelo lep uspeh. Da pa smo v letošnjem letu nasploh dosegli v prodaji dobre rezultate se lahko zahvalimo samo dobremu sodelovanju med proizvodnjo in prodajo in seveda zalogam, ki so bile na začetku leta še kar precej visoke. Situacija na trgu je vedno bolj kritična in le z združenimi naporji bomo lahko tudi v bodoče dosegali dobre rezultate, torej moramo poudariti, da se bo moralo sodelovanje med proizvodnjo in prodajo v bodoče še izboljšati.

Vsekakor je treba pri rezultatih tudi omeniti oz. poudariti, da je bil v letošnjem letu letni plan dosežen oz. delno že presežen s prodajo v mesecu novembru.

Pri vseh navedenih rezultatih pa se ne smemo uspraviti in pozabiti, da se bo situacija v bodoče verjetno spremenila in to iz več razlogov. Zaloge gotovih izdelkov so se zmanjšale pod normativ, kar nam otežkoča prodajo, saj so se dobavni roki podaljšali, namesto da bi se skrajšali kakor želi kupec. Pri določenih artiklih smo zaradi težav z nabavo surovin popolnoma desortirani in upravičeno se lahko bojimo, da se bodo naši kupci preusmerili na našo konkurenco, kar pa za naše podjetje vsekakor ne bi bilo zaželeno.

Useбина:

Poslovanje in naloge komercialnega sektorja v letu 1971

Nov delovni uspeh podjetja

Zakaj ekonomska propaganda?

Poznate delo v kemičnem laboratoriju?

10. zasedanje DS

Pomen tržne raziskave za podjetje

Jože Knepe, novi predsednik izvršnega odbora sindikalne organizacije

Se eno slovo

Proizvodnja in kvaliteta v novembru 1970

Poročilo o prodaji

Varstvo pri delu

Jesensko zimska moda

Nekaj drobnih zanimivosti:

Hranili se bomo z algami

Izdaja v 850 izvodih kolektiv tovarne Industrije. Odgovorni urednik Anica Lajevic. Ureja uredniški odbor: ing. Janko Ukmar, ing. Lado Zabukovec, dipl. ing. Janez Pezdir, dipl. ing. Avgust Orehek, dipl. ing. Boža Pogačnik, ing. Jože Klešnik, Cilka Mrdženovič, dipl. ing. Branko Novak, Majda Skrinjar, Ivo Sešek, dipl. ing. Alenka Korčič-Pleteršek, dipl. ing. Franc Verhovec, Janez Rainer. V uredniškem odboru sodelujejo po službeni dolžnosti: direktor, predsednik sind. org., sekretar ZK, predsednik mlad. org. Natisnila in klišee izdelala Tiskarna »Jože Moškrič«

Varstvo pri delu in nesreče v l. 1970

Pri vsakoletnem pregledu izvršnih del iz varstva pri delu moramo ugotoviti v prvi vrsti to, da je vsako leto več narejenega in več razumevanja pri odgovornih za to dokaj mlado vejo dejavnosti. Varstvo pri delu zajema široko področje raznih del, ki pa imajo vsa isti namen. Zagotoviti vsem zaposlenim v podjetju take delovne pogoje, ki bodo zadovoljili vsem predpisom, obenem pa nudili udobje in varno počutje vsakemu posamezniku. Res je, da je za tako stopnjo dela treba še veliko storiti, vendar je za uspešno zagotovitev tega cilja potreben napor in sodelovanje nas vseh. Kako to doseči? Poleg denarnih sredstev, ki so večinoma zagotovljena, naj vsak na svojem delovnem mestu vse napake in nepravilnosti iz varstva pri delu redno in takoj javlja svojemu nadrejenemu. Tako se da preprečiti marsikatera nezgoda ali materialna škoda. Seveda mora nadrejeni takoj ukrepati za odpravo take nepravilnosti ali pomanjkljivosti. Meritve delovnih pogojev, ki so bile izvršene, pravilnik o varstvu pri delu, ki je

bil sprejet, nabavljena osebna zaščitna sredstva, poučevanje in preverjanje znanja iz varstva pri delu, vse to in še kaj nam bo koristilo le pod pogojem, da vse to pri vsakodnevnom delu upoštevamo. Nič še ni narejenega, če npr. ušesna zaščitna vata ali usnjene rokavice ležijo v skladišču pomožnega materiala, zaposleni na delovnih mestih, kjer bi ta sredstva morali uporabljati pa teh nimajo. Zadaimo si za eno od nalog v tem letu še večjo skrb za človeka, ki je naše prvo in edino resnično bogastvo.

V preteklem letu je bilo v podjetju namreč 69 nezgod pri delu, kar je za tretjino več kot v preteklih letih. Res jih je bilo od tega 20 na poti na delo ali iz dela, vendar jih še vedno ostane 49, ki so se zgodile v podjetju. Vse te nezgode so imele za posledico 632 dni bolniškega staleža. Na eno nezgodo odpade torej približno 9 dni bolniškega staleža, kar kaže, da so bile predvsem lažje nezgode. Težkih nezgod je bilo 9, skupinske pa nobene.

Varnostni delavec

Jesensko - zimska moda

Značilnost letošnje mode lahko zajamemo v mehke, vendar temne barve in midli dolžino.

Še bolj kot v preteklih sezonah, pa prevladuje geometrični vzorec, ki pa ni ostal klasičen, temveč si je poiskal novih inspiracij ob orientalskih ornamentih.

Kot sem že navedla, prevladujejo temne barve, med katerimi je zelo malo izrazito črne barve.

Barve iz območja rdeče in modre so še vedno najbolj zanimive. Med njimi pa ne najdemo skoraj nobene izrazito rdeče ali modre barve. Med rdečimi odtenki prevladujejo rjasta, temno rjava, rdeča, vinska rdeča, staro rdeča in opečnata barva. V modrih odtenkih prevladujejo tiste modre barve, ki jih težko ločimo od sive; svinčeno siva, jekleno modra, nekaj petrolejsko modre in malce izrazite mornarske modre.

Zeleni odtenki so zanimivi predvsem s svojo steklenično zeleno. Izjemoma se pojavlja tudi petrolejsko zelen odtenek. Rumenih odtenkov ni.

Rjava v novih odtenkih, katerim je primešana rdečkasta barva, je seveda zanimiva. Temno bronasta, malce temnejša kot cimetno rjava in kakao rjava barva prevladujejo. Ker je rjava barva značilna jesenska in zimska barva, je zato med vsemi odtenki najbolj privlačna.

Plašči

Izbira blaga se ni bistveno izpremenila, če izvajamo vzorec. Prevladuje mehak otip. Kombinacije čiste volne s kašmirske volno ali mohair volno so pogostejše kot doslej.

Kljub temu, da tweed ni prevladujoč, ga srečamo skoraj v vseh kolekcijah. Izbiramo med črtastim tweedom z boucle garnom, med tweedom z grobim garnom ali boucle mohair mešanico in fantazijski tweed. Pogost je velur z geometričnimi vzorci, ali velur z mešanico kašmirske volne. Med klasično izbiro najdemo vzorce ribje kosti v globokem reliefu, iz kašmirske ali alpaka volne, ter flanelasto mešanico. Nov in zato tudi zanimiv je posnetek pletenja, vtisnjene na volneno blago. Jacquard najde svoje mesto tudi med blagom, ki smo ga namenili ženskim plaščem.

Vzorci so skoraj dosledno geometrični, srednje veliki ali celo majhni.

Kroj je novemu plašču izpremenila dolžina »midi«, ki predstavlja dolžino do sredine meč. Maxi modelov skoraj ni, mini modeli pa so popolnoma izginili.

Med plašči še vedno prevladujejo kardigani, modeli iz usnja in ob spodnjem robu dodanim krznenim okraskom, ki se dopolnjujejo s krznenim ovratnikom in včasih tudi s kučmo.

Kljub željam po bolj ženski liniji, še vedno niso izginili modeli v vojaškem stilu s svojimi epoletami in dvema vrstama gumbov, modeli s kratkimi pelerinami prek ramen.

V nekaterih sosednjih državah so prišli do izraza majhni ovratniki, ali celo stoječi ovratniki. Drugi pa zopet vztrajajo pri klasičnem, malce večjem reverju. Ramena in rokavi so večinoma ozki.

Plašč je v pasu včasih prerezan in od tu navzdol močno zvončast. Dvo ali enoredno zapeti plašči imajo še vedno obilico šivov. Šiv, ki teče po sredini hrbta in ob vsaki strani pod pazduho, je postal že skoraj minimalna potreba.

Kostimi

V jesensko-zimskih kolekcijah kostimi nikdar niso bistveni. Pojavljajo se le redkokdaj v svojih klasičnih oblikah: jopica in krilo.

Obleke

Izbira blaga se je pri oblekah precej spremenila. Ker so sedanjemu stilu »dekljskih« oblek s poudarjeno športno linijo izbirali blago z nekoliko togim in tršim otipom, se je izbira blaga za nov, izrazito ženski stil oblek, spremenila. Zopet smo dobili mnogo jacquarda, lahkega volnenega, svilenega žoržeta, svilenega velurnega žoržeta in celo svilenega lamé žoržeta. Nekaj je tudi satena, dopolnjenega z volno. Izredno veliko je vezenega blaga in kot smo že poudarili — jacquarda.

Vzorci so tudi pri oblekah geometrični in se bistveno ne ločijo od vzorcev, ki so namenjeni plaščem.

Kroj oblek je končno postal zelo ženski. Vitek pas je zopet poudarjen, obleka je od pasu navzgor ali navzdol pogosto nabrana. Ramena so ozka, rokavi pa ob ramenu ozki in oprijeti, nakar se često zvončasto razširijo, tako, da so ob zapetju nabrani in stisnjeni v ozko manšeto. Dolžina oblek se je tudi podaljšala.

Usnjeni izdelki

Spremenili so se predvsem v izbiri materiala. »Nesvetleče« usnje, je skoraj pogoj za kakršnokoli usnjeni izdelek. Nekdanji »semiš« ima zopet vso svojo veljavo, ob kateri ostaneta v ozadju celo »kača« ali »krokodil«.

Torbice

Obdržale so svojo športno obliko. Med normalno velikimi torbicami je ostalo nekaj prav velikih, s srednje dolgimi ročaji. Obvezen del torbice je metalni nakit, ki je gladko oblikovan, v enotni rumeni ali srebrni barvi.

Veliko je takih modelov torbic, ki so narejene tako, da nimajo dna. Njihov okras pa je v rese narezano usnje.

Čevlji

Prav tako kot torbice so večinoma izdelani iz »semiša« in samo še izjemoma v laku. Njihova oblika je umirjena.

Spredaj so rahlo zaokroženi, peta je zmerno visoka in ne pretirano široka. Spredaj sega čevlji še vedno visoko na nart, okraskov pa imajo malo.

Želim, da bi v tem sestavku vsaka izmed vas, našla nekaj uporabnih nasvetov tudi za svoj način oblačenja.

Mogoče je ta članek z ozirom na čas, izšel malo prepozno, toda rada bi vas opomnila, da smernice te mode lahko veljajo tudi za l. 1971/72.