

VLABOD

glasilo podjetja labod tovarne oblačil Novo mesto

leto XXI, 21. avgusta 1995, številka 7

V današnji številki

- Kolekcija je investicija - kako je nastajala in kako smo naloge uspeli realizirati do zaključevanja.
- Naše trgovine dobro prodajajo - v juniju so dosegle plan, čeprav je bilo vreme dolgo slabo in deževno, kar močno vpliva na prodajo sezonskih izdelkov.
- O računalništvu ne pišemo kaj dosti - tokrat pa podrobneje predstavljamo službo AOP in načrte za »računalniško opismenovanje« Laboda.
- V Ločni je reorganizacija proizvodnje zahtevala veliko dela.
- Pa še marsikaj

Kolekcija je investicija

Kolekcija je tik pred zaključevanjem. Tokrat je zajela kar veliko število modelov, poleg že ustaljenega programa pa seveda še naša nova dva programa - šport in moški program. Po planu naj bi ponudili 158 kosov srajc, 125 kosov bluz, 80 kosov kril in hlač, VO kolekcija zajema 96 kosov, Ella Vivaldi 89 kosov, moški program 36 in športni 38 modelov. Te količine so v večini programov nekoliko presežene, le VO imajo en model manj od načrtovanega, srajce pa so povsem na planiranih količinah.

Letos je potekala priprava kolekcije zelo skrbno. Roki so bili postavljeni tako, da bi imeli pred zaključevanjem še dovolj časa za tehten študij modelov. S

tem je bil narejen veliko korak naprej, so poudarili tudi nosilci projektnih skupin na sestanku, kjer so določili tudi datume za zadnje selekcije. Kolekcija je začela nastajati dober mesec bolj zgodaj kot sicer, seveda pa so se kljub skrbnemu izdelavnemu planu začeli tudi tokrat pojavljati razni problemi, ki povzročajo ob finišanju nekaj težav in so dokončne roke malenkost prestavili. Povečana kolekcija pogojuje več dela v proizvodnji, ta pa je ob rednem delu premalo časovno in kadrovsko pripravljena na tak zalogaj, je opozorila ga. Angelca Blatnik. Marica Praznik, pa tudi vodje prodaje v posameznih programih in vodja kreatork so opozorili na širitev dobaviteljev tkanin, ki niso preverjeni. Zanimivi dezeni in sprejemljive cene so premalo, saj je treba zasledovati predvsem kvaliteto osnovnih in drugih materialov. Prav slaba kvaliteta povzroča veliko problemov tako ob nastajanju modela, ki ga je treba zaradi neustreznosti prilagajati ali spreminjati in je bilo zato narejenih več modelov, kot jih bo v končni fazi ponujenih v zaključevanju, s tem pa je tudi več dela v pripravi. Seveda pa bi znali biti modeli iz takih tkanin še posebno problematični za našo proizvodnjo. Tudi odločanje o odstotkih klasičnih modelov in modnih v posameznem programu še ni povsem oz. ustrezno dorečeno. Izkušnje pretekle sezone, je opozoril direktor Marjan Vodopivec, ki



Labod pevec

je ptica, ki živi v tundri in se pozimi, seli na jug, kjer prezimuje na velikih, mirnih, nezamrznjenih vodah. V Sloveniji je redek gost. Prepoznamo ga po rumenem kljunu.



Društvo za opazovanje in proučevanje ptic Slovenije



ISO in še več

Razmišljanje o varni prihodnosti, kvalitetnem delu in konec koncev tudi zadovoljstvu smo povzeli iz objavljenega sestavka g. Mira Germa v prilogi Dela - Znanost:

Ustvarjalnost pred ceno kapitala

V zadnjem času se v javnosti ustvarja vtis, da je edini problem slovenskega gospodarstva in izvoznikov precejšen tolar. To mnenje je enako trditvi, da predrag bencin onemogoča zmago naših tekmovalcev na mednarodnih avtomobilskih dirkah. Menim, da je vzrok drugje - v naši vsesplošni neučinkovitosti.

V ZDA pri nekaterih ameriških direktorjih prevladuje mnenje, da je vzrok japonskega gospodarskega razvoja cenejši kapital, in ugotavlja, da je le nenehno izboljševanje (izdelkov in storitev, procesov, celotnega poslovnega sistema) ključ za dolgoročni finančni uspeh, in ne cena kapitala, ne glede nato, ali gre za proizvodnjo v tovarni ali pa delo v pisarni. Pri tem daje primer Toyote.

Temeljno načelo nenehnega izboljševanja je človeška ustvarjalnost in

spodbujanje zaposlenih, da dosežejo svoj polni ustvarjalni potencial. Prvi korak pri uporabi nenehnega izboljševanja za zmanjšanje vpliva cene kapitala na celotne stroške je izzvati in spodbujati zaposlene, da uporabljajo svojo kreativnost za preprečevanje nepotrebne porabe denarja. Kjeroli je navzoča človeška ustvarjalnost, se lahko zmanjša ali odpravi nepotrebna poraba kapitala! Le nenehno izboljševanje v vseh oblikah bo izboljšalo konkurenčnost slovenskih podjetij, in ne zmanjšanje cene kapitala!

Precej slovenskih izvoznikov je že uskladilo svoj poslovni sistem z zahtevami standarda ISO 9001 ali ISO 9002 in s tem izboljšalo svojo konkurenčnost. V Sloveniji je okoli 7 organizacij, ki so pridobila potrdilo, da obvladujejo vseh 20 točk standarda. V svetu jih je okoli 100 tisoč, v pripravi pa še okoli 500 tisoč. Standard ISO 9000 je postal voziš-

ki izpit pri poslovanju v razvitem svetu. Vsak voznik ve, da potrebuje izpit, če se hoče peljati po državah razvitega sveta. To velja tudi za podjetja. Ker je slovenski trg majhen, bo morala večina podjetij izvažati, torej potrebujejo »voziško potrdilo« - ISO 9000.

Da si ga podjetja pridobijo, porabijo od 2 do 5 let. Kdor ni ali ne bo začel takoj bo lahko vozil le po državah nerazvitega sveta! Pri pregledu voziškega izpita policije ne zanima cena domačega bencina! Opravljen izpit pomeni le to, da znamo voziti po predpisih (da vozimo po vse 20 točkah standarda), in ne, da vozimo dobro. Standard ISO 9000 pomeni 350 točk od 1000 točk pri ocenjevanju zrelosti poslovanja po kriterijih Evropske nagrade za kakovost (Model poslovne odličnosti). Najboljša evropska podjetja dosegajo 700 točk. Cena kapitala ni vključena v ocenjevanje zrelosti poslovanja. Nemški nogometni sistem je vedno premagal brazilsko nogometno virtuočnost posameznikov, dokler niso tudi Brazilci začeli igrati po sodobnem sistemu.

Računalniki prodirajo v vse pore našega življenja. Doma, v podjetjih in ustanovah uporabljamo urejevalnike besedil in druga orodja, ki jih ima vsak osebni računalnik, in s tem samo izboljšamo svojo osebno produktivnost. Informacijska tehnologija pa poleg avtomatiziranih pisarniških strojev ponuja tudi integracijo poslovnega sistema, ki poleg preostalega omogoča izboljšanje poslovnih procesov, integracijo posameznih funkcij podjetja v poslovni sistem, zmanjšanje stroškov, na primer zmanjšanje zalog, pravočasno naročanje materiala, skrajšanje časa izdelave (področja, v katerih je vezan predrag kapital) itd. Ko se odločamo o nakupu avtomobila, ne izbiramo avta po lastnostih menjalnika ali zadnje leve vzmeti, ampak nas zanima, kako deluje avto kot celota. Prav tako nas mora pri izbiri programske opreme zanimati, kako bomo izboljšali delovanje poslovnega sistema v celoti in ne, kolikor hitreje bomo napisali posamezni tekst.

Moja želja je, da bi slovenski direktorji energijo, ki jo vlagajo v devalvacijo tolarja, raje vložili v nenehno izboljševanje poslovnega sistema in da bi politična elita energijo, ki jo vlaga v medsebojne razprtije, vložila v programe izboljšanja kakovosti in učinkovitosti javnega sektorja. Menim, da potem ne bi bilo težav z mednarodno konkurenčnostjo slovenskega gospodarstva in slovenske države; nenazadnje bi bila posledica tudi cenejši kapital.



je sestanek vodil, kažejo na še vedno premajhen posluš za tržno zanimive izdelke, kolekcija je investicija, zato mora biti zelo preudarjena. Prinesla naj bi predvsem prodajne modele in zato je poznavanje trga pri selekcijah kolekcij bistvenega pomena. Zato so opozorila potnikov dobrodošla, kajti samo lepa in modna kolekcija je premalo. O njej je lahko kaj pohvalnega zapisanega, pride lahko kakšno priznanje, kar pa ob dejstvu, da taka kolekcija ostaja neprodana, nima nobene prave vrednosti. Vse so to problemi, in vprašanja, o katerih bo tekla odločujoča beseda na zadnji selekciji kolekcije. Ta naj bi odločala predvsem glede estetskega videza ter cenovne orientiranosti, vse ostale pripombe pa morajo biti rešene že v fazah pred tem zaključnim dogodkom. Ponovno kaže praksa iz preteklih let, da je bil marsikateri model - kljub zaznani pomanjkljivosti - spuščen prav do zadnje selekcije, ko naj bi to »odkri-

li« komercialisti. Odgovornosti in zadolžitve so bile v pripravi sedanje kolekcije jasne in do takih prepustov tokrat ne bo prišlo. Ideja, da naj bi tokrat kolekcijo tudi zaključevali drugače kot sicer, torej kompletirano med programi, pa bo le delno možno realizirati. Kajti ob takem zaključevanju pričakujejo trgovci tudi skupno dobavo. Pri vseh trgovskih hišah pa tak način niti ni mogoč, ker imajo prodajo za enkrat še ločeno po programih. Veliko koristnih idej je bilo ponovno predstavljenih, zahteva pa temeljite priprave in zato so ob tej kolekciji še neizvedljive.

Po zaključevanju bo čas analiz. Te bodo potrdile ali ovrgle trditve dela prisotnih, da je kolekcija preobširna in s tem tudi predraga. Majhno tržišče Slovenije zahteva pestrost ponudbe, hkrati pa tudi vemo, da prihajajo trgovci na zaključevanje z jasno opredeljenimi okviri koliko bodo kupili v Labodu. Kot rečeno, bodo rezultati tisti, ki bodo dali smernice za oblikovanje prihodnjih kolekcij, pri katerih bomo gotovo dosegli še kakšno izboljšanje ne le v planiranju ampak tudi v izdelavi kolekcije.

V LOČNI JE VELIKO NOVEGA

Na srajcah ostajata dve brigadi

Med dopusti je bila Ločenska proizvodnja pravo gradbišče. Zaradi prestrukturiranja proizvodnje iz srajčnega v delno program vrhnjih oblačil, je bilo

ce in Tip-topa za širitev proizvodnje VO). Prostorsko pa so novim spremembam primerne. Poletje je bilo kljub temu izredno vroče in direktorica razmišlja, da bi bilo potrebno za prihodnje leto vendarle tudi na tem področju kaj postoriti.

pravljene potruditi. To kaže tudi pogosto, dodatno delo za plan, kajti ta je občutno padel. Ker je Labodova politika preusmerjanje v program vrhnjih oblačil, ki je rentabilnejši in za prihodnost varnejši, menijo v Ločni, da bi morali tudi breme reorganizacije porazdeliti. Novosti zadevajo tako v dosegu osebnih rezultatov v tovarni kot tudi v doseganju plana te. Zato pričakujejo na tem področju več posluha. Predvidevajo, da bo slabše doseganje zaradi sprememb do konca leta, potem pa si počasi že obetajo tudi rezultate, kakršnih so bili vajeni.



Čas dopustov je tudi čas remontov, prenavljanj, vzdrževanj. Posnetek je iz Ločne, kjer je bilo potrebno zaradi prestrukturiranja dela proizvodnje narediti kar nekaj posegov.

potrebno izpeljati nekaj posegov, ki so potekali sprva med dopusti, kasneje pa je bilo delo okoli teh sprememb organizirano v času, ko proizvodnja ni delala. Torej ob vikendih.

In kaj so prinesle spremembe? Ločna ima odslej 40 delavk v brigadi kompletov, prav toliko na bluzah, krila in hlače šiva 25 delavk, 15 pa jih je v posebni brigadi, ki šiva vzorce, majhne delovne naloge ipd. Dve brigadi po 40 šivilj pa ostaja na programu srajc. Za tako razdrobljeno proizvodnjo je delo kaj težko organizirati. Krojilnica in likalnica sta tudi prostorsko ločeni. Vendar prihaja kadrovske med obema do sodelovanja oziroma pomoči ob »špicah«.

Ločna šteje 302 zaposlenih, od tega je v neposredni proizvodnji 253 delavk in delavcev. Od tega jih šest dela po štiri ure, 10 pa jih je le za določen čas. Kljub temu pravi direktorica, Mojca Mohar, da so kadrovske pokriti. S strojno opremljenostjo še niso zadovoljni (nekaj malega strojev so dobili iz Temeni-

Kot problem pa izpostavlja predvsem uvajanje novosti. Delavke so sicer spremembe sprejele in so se pri-

OBVESTILO

O spremembi višine premije za prostovoljno zdravstveno zavarovanje

Obveščamo vas, da je Odbor za prostovoljno zavarovanje sprejel novi cenik premij prostovoljnih zdravstvenih zavarovanj za doplačila. Tako mesečni obrok na posameznika s popustom, ki ga ima podjetje Labod (31 %) od 1.7.1995 dalje znaša 1.311 SIT, za krvodajalce, ki imajo še dodaten 10 % popust pa 1.121,00 SIT. Cene so se zvišale za 31,9 %. Pri plači za mesec julij bo tako odtegnjena nova višina premije ter razlika za prejšnji mesec, ko je bil izstavljen že račun po novi-višji ceni, kar pomeni, da bo odtegnjeno po 1.628,50 SIT, krvodajalcem pa 1.392,50 SIT.

Brigita Zalokar
Pravno kadrovska služba



PESTRO IN USPEŠNO

Prodajalna v Novem mestu

Kot smo v pretekli številki predstavili Center mode v Ljubljani in oceno Marinke Bedenk, tokrat predstavljamo poglede poslovođkinje novomeške trgovine. To vodi **Marjanca Učman** (Andreja Švajger je na poročniškem dopustu, nadomešča pa jo Marjanca). Marjanca je poudarila, kako težko je zadrževati kupce ali celo pridobivati nove, saj vsak išče le ceneše blago enake kvalitete. Tudi izdelki s popustom niso več tako vabljeni, kajti vse bolj prevladuje prepričanje, da se za nakupe ljudje pretehtano odločijo in zato pričakujejo najboljše.

V prodajalni je zaposlenih 7 delavk, kar je - glede na prometi (v juniju je bila 16 milijonov in pol SIT) malo. Ena prodajalka naredi v povprečju 2 milijona in 300 tisoč prometa. Ob tem je treba poudariti nujnost prenove novomeške trgovine, ki je nepregledna in utesnjena. Glede na to, da vendarle prihaja v naše trgovine »takojšen« denar, menijo prodajalke, da bi »zaslužila« trgovina tudi celovito in korenito prenovo. Pogoji so težki, predvsem pa je način ponudbe naših izdelkov neustrezen na sam nivo teh. Še posebno Ella Vivaldi, ki so jo tudi v novomeški trgovini zelo lepo prodali, zahteva posebno ponudbo. Sicer prodaja, kljub dokaj visokim cenam, ni vprašljiva, če gre za kakoviten material, lepo kreacijo in tudi primerno barvo. Na zalogi ostajajo predvsem barvno enolični izdelki ter izdelki s slabimi osnovnimi tkaninami. Marjanca meni, da se kvaliteta naših taknin slabša. Tudi na vse več administracije opozarja poslovođkinja. Ta jemlje veliko časa, stranke pa zahtevajo tudi vse več pozornosti in naj bi jim bili vsi v trgovini v celoti na razpolago. Drugo je tudi vprašanje kraj. Tudi teh opažajo vse več in neprijetne situacije se vrste. »Nazadnje je nam, ki odkrijemo krajo bolj neprijetno, kot tistim, ki jo povzročijo...«

Tudi domačih kupcev je še vedno veliko. Seveda se prodajalke potrudijo za vsakogar med nami. S posebnimi uslugami in dodatnim razumevanjem tudi delavci Laboda pridno segamo po naših izdelkih. V juniju smo domači kupci pokupili za 3 milijone izdelkov, ki smo jih plačali z gotovino, nekaj nad dva milijona in pol pa smo kupili na posojilo. Dobri dve tretjini prometa pa so ustvarili zunanji kupci.



Sredi avgusta smo začeli prenavljati prodajalno v Novem mestu. Z delno razširitvijo bo dosežena večja preglednost.

LABODOVE PRODAJALNE

Večja ponudba, pa tudi zaloge

Za modno industrijo je neustrezno vreme - glede na letni čas - zelo pomembna postavka. Tako je deževen junij prinašal temne oblake nad našo prodajo. Ta se je vendarle v Labodovih prodajalnah tudi v juliju kar dobro zasukal. Skupno so dosegle plan prodaje 98,4 odstotno, vendar v ta podatek ni vključena tudi Idrija. Ker je to nova prodajalna z drugačnim karakterjem kot ostale Labodove prodajalne, je vodena še posebej. Skupaj z idrijsko prodajo pa je plan naših prodajalen dosežen 95,6 odstotno.

Ta plan pomeni v številkah 50 milijonov in 700.000 SIT, kar je lepa številka. Tokrat sta presegla plan prodajalni na Ptuj in v Krškem, dobro pa sta delali tudi prodajalni v Novem mestu in v Ljubljani, pravi ga. Francka Primožič. Izpostavila je predvsem novomeško prodajalno, kjer je obseg sindikalnih prodaj preko te pa gre tudi velik delež reklamnih izdelkov. To povečuje delo, finančnega učinka za samo prodajalno pa ni adekvatnega.

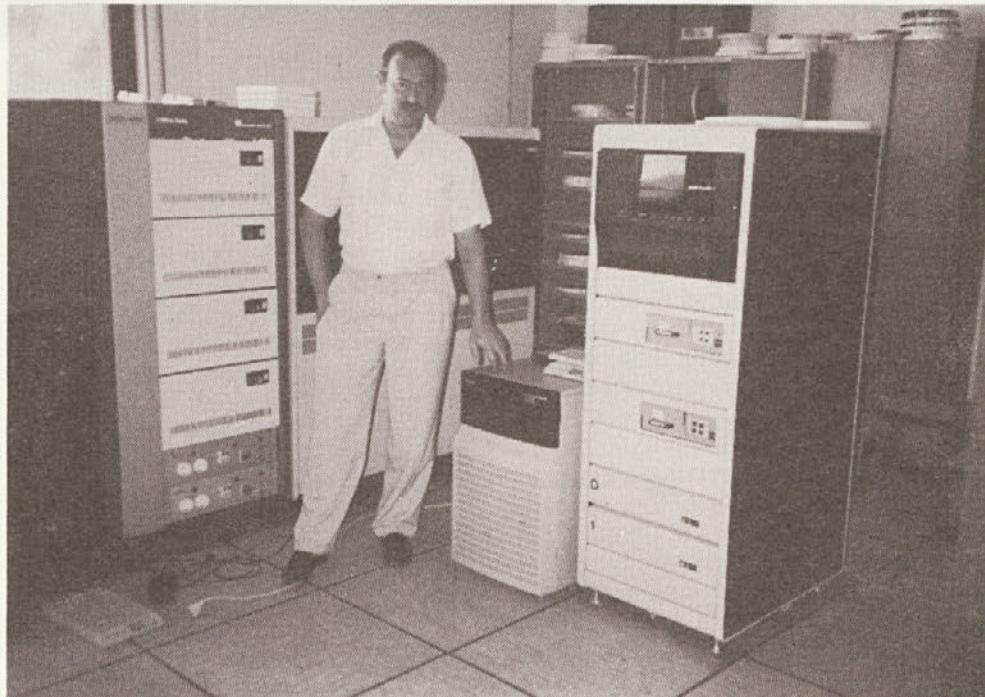
Idrijska trgovina je - glede na ostale

naše prodajalne - le specifična. Majhna je in zato je možnost nabave ustrezno zožana, oziroma je treba z izrednim posluhom nabavljati blago, ki se hitro obrača. Ob večjih dopolnitvah in pestrejši ponudbi Laboda je to lažje dosežati. Prav pestrejša ponudba pa na drugi strani onemogoča, da bi bile zaloge v naših prodajalnah ob zaključku sezone »pospravljene«. Širitev programov in dopolnitve stalno obnavljajo tudi zaloge in s temi se moramo - v razumnih mejah, seveda - pač sprijazniti. V posameznih prodajalnah so bile zaloge koncem junija sledeče: v Krškem 44 milijonov, na Ptuj 45 milijonov, v Novem mestu 39 milijonov, v Ljubljani nekaj nad 57 milijonov ter v Idriji 14 milijonov... Skupno je torej za 212 milijonov zalog, v tem znesku pa je všteta tudi marža in davek. Za zniževanje teh so stekle posebne aktivnosti - od poseznega zniževanja do oblikovanja ugodnejših plačilnih pogojev in sklepanja pogodb o sodelovanju in prodaji po posameznih podjetjih v krajih, kjer so Labodove prodajalne in tovarne ter domačih internih prodaj.

RAČUNALNIŠTVO V KORAK S ČASOM

Na računalniškem področju delamo v zadnjem letu večje in hitrejške korake, kar sicer pomeni tudi večje investicije. Toda namesto večje bi morali napisati predvsem nujne investicije. Tehnologija se naglo spreminja in zaostajanje je lahko usodno. Lani jeseni smo kupili v Labodu tretji računalnik, imenovan **Alfa Server 2100**, ki je glede na naša prejšnja dva računalnika, kar okoli 10 krat hitrejši in močnejši. S tem nakupom se je poslovna informatika v Labodu občutno izboljšala. Prva in največja sprememba je v tem, da je obdelava do sedaj potekala ločeno po področjih na dveh računalnikih, sedaj pa so jih povezali v zaključene celote. Tako je tudi cilj **povezati podatke od priprave kolekcije, nabave materialov, predelave pa vse do prodanega oziroma plačanega izdelka**, kar je sicer v glavnem že postorjeno, manjka pa še del povezave, ki bo tvorila celoten krog.

Z nabavo večjega računalnika (Alfa sodi v srednje velika računalnike) pa tečejo ta čas tudi priprave za **vklučitev v slovensko računalniško mrežo imenovano Sipax ter v mrežo računalniških mrež, v najbolj razširjeno mednarodno računalniško mrežo Internet**. V to vstopamo postopno in za začetek bolj »raziskovalno«. V tej fazi imamo možnost spoznati različne informacije, sami s



Bojan Šepetavc, vodja AOP med tremi računalniki. Najmanjši je najnovejši in najhitrejši, saj je kar okoli 10 krat hitrejši od prejšnjega, ta pa je bil štirikrat hitrejši od prvega.

svojimi informacijami pa ne moremo vstopati v mrežo. Za to je potreben drugačen, predvsem pa dražji pristop. **Bojan Šepetavc** opozarja, da bo kasnejša celovitejša vključitev v računalniški mreži omogočila predvsem posameznim uporabnikom the informacij dragocene dodatne možnosti.

Sicer pa je princip dela v našem računalniškem centru, kjer je sedaj zaposlenih 8 delavcev tak, da sprva poskrbe za osnovne informacije in za osnovna znanja sami, kasneje pa posamezen uporabnik na specifičnem delovnem mestu opravi še zunanje seminarje, ki mu dajejo postopno široko in celovito znanje za specializirano področje. In ta -posamezna delovna mesta, smo v Labodu začeli letos intenzivneje opremljati z osebnimi računalniki. G. Šepetavc pravi, da pomeni ta oprema za začetek osebni računalnik in tiskalnik, v nadaljevanju pa naj bi zajela celoten paket tako imenovane pisarniške opreme (micro soft office) oziroma za inženirska dela specifične druge dodatke. Letos naj bi bila tako opremljena vsa tajništva (začeli smo v novomeškem delu, sledijo pa vsa tajništva po tovarnah) ter PC za spremljanje proizvodnje, izračun normativov in komadno spremljanje izdelkov. Ta delovna mesta so si-

cer že delno tako opremljena, vendar bo treba to še okrepiti.

Tako vidi Bojan Šepetavc tri vrste uporabnikov - prvi je sam **računski center** z uporabo centralnega računalnika in posameznimi programi kot orodji, sledi **poslovna informatika** - od računovodskih do komercialnih in analitičnih vsebin, kar je tudi vezano na velik računalnik ter **individualni uporabniki**. Kar jih je imelo že dosedaj osebne računalnike, so uporabljali urejevalnik teksta word star, letos pa je ta zamenjan z urejevalnikom besedila wordom, ki je glede na prvega pri urejanju besedil in grafiki fleksibilnejši. Tudi nekdanji lotos 1, 2 in 3 je zamenjan z excelom, ki nudi večje možnosti za tabelaričen obdelave. Novost pa so tudi »windows«, ki nudijo povezavo večjih osebnih računalnikov v primeru, ko dela več posameznikov na istem projektu.

Skratka, na računalniškem področju se tudi v Labodu veliko stvari spreminja in dopolnjuje. Tako je g. Šepetavc razmišljal tudi o rednejšem informiranju preko našega časopisa o delu v samem centru, o novo stih in spremembah, o katerih je koristno kaj vedeti. Saj počasi postajamo uporabniki prav vsi in se torej moramo računalniško opismeniti.

JESENI TUDI TELEVIZIJSKA REKLAMA

Jeseni se naj bi Labod pojavil tudi v televizijski reklami. Prav ta je do sedaj manjkala, saj je najodmevnejša in kljub velikim stroškom za izdelavo reklamnega sporočila (telopa ali celo filma) in visokim stroškom objave, je vendarle na gledalca najcenejša.

Zajema največje število potrošnikov in je - glede na medij - zelo učinkovita. Reklamno sporočilo bo pripravila agencija Luna, ki ima prav na področju reklamnih filmov izredne uspehe. Zasnovana je kot nadaljevanje zloženke Ella Vivaldi, temelji pa predvsem na čustvenem doživljanju ženske, naše Elle Vivaldi.

Ob sami blagovni znamki pa bo bolj kot od dosedanjih reklamah te-poudarjen tudi Labod, kot proizvajalec.



Po malici pa še malica za naše kuharice. V vročini je bilo za štedilnikom še toliko težje, bo pa v jesenskih dneh, ki so pred nami, morda le lažje.



Posnetek je z zadnje redne seje delavskega sveta, delegati pa so za tem na korespondenčni seji potrdili spremembe programa lastninskega preoblikovanja. Te pomenijo uskladiitev s spremenjeno zakonodajo na tem področju. Širše o poteku lastnjenja pa bomo pisali v prihodnji številki.

Nerezine so polne

Kljub vojni na hrvaškem, ni bilo odpovedi letovanja. Nasprotno, dnevno je imel g. Jože Muhič, ki pri nas vodi tudi to dejavnost, veliko klicev in obiskov, ki so želeli letovati ali v Nerezinah ali v Savudriji. Odpoved pa je bila le ena in še ta iz drugih vzrokov. Tako novim in novim prosilcem, ki so računali na množične odpovedi, ni bilo mogoče ugoditi. Naše kapacitete so zasedene do sredine septembra.



Zakon narekuje, da imajo prodajalke vidno označeno ime in priimek, da bi lahko stranka pohvalila ali se pritožila nad določeno prodajalko. Vedno je treba najti točen naslov komu gre kaj.

Torej bi te javne napise - v prenesenem smislu - potrebovali tudi vsi ostali, da ne bi prišlo do »delitve« pohval na tiste, ki so si jo zares zaslužili in tiste, ki se znajo pravočasno vključiti ali pristaviti lonček za bero. In seveda obratno, da ne bi ostala odgovornost za določeno napako neidentificirana.

Napise pa bi potrebovali tudi zato, ker smo se včasih med seboj vsi poznali, se pozdravili in si rekli kakšno prijazno. Časi se menjajo in mnogo novih obrazov je med nami. Z nekaterimi je tako, kot da bi se poznali že sto let - pozdrav in nasmeh, drugi pa gredo mimo brez besed. Ne veš, ali bi pozdravil ter koga sploh pozdravljaš in nazadnje tudi ne, zakaj naj bi pozdravil(a) prav jaz ... In tako hodimo mimo drug drugega.

Trije pogledi

Vzroki za odpoved tujega partnerja

Kdor dela, greši, tisti, ki ne dela, pa napak ne more narediti. Prav je, da se zamislimo nad napako, jo analiziramo in se iz nje tudi kaj naučimo. Tudi ta sestanek ima predvsem ta namen. Gre za odpoved tujega partnerja, natančneje italijanskega partnerja skupine La perla. Pred leti so delali v Krškem, kjer so bili s sodelovanjem zelo zadovoljni. Ker pa je Libna prav na jersey programu zelo zasedena, naj bi odslej celo leto 30 ljudi delalo njihove izdelke na Ptuj. Potem, ko je bilo izdelanih 200 kosov, vmes pa je prišlo do težav, ki jih bomo osvetlili iz treh koncev, je bilo sodelovanja konec.

Kje so bili zapleti in zakaj, pojasnjujejo direktorica Delte, Cvetka Gaiser, ga. Žiberna iz Unitexa in g. Marjan Vodopivec, direktor komercialnega sektorja.

Cvetka Gaiser - direktorica Delte: Zna na je situacija v Delti glede števila tujih partnerjev. Med njimi je bila tudi omenjena La perla. Gotovo odgovornemu gospodu ni ustrezala očitna konkurenca, saj je pričakoval vso pozornost - tako kot vsak partner - le zase. Razočaran je bil, ker stroji ob njegovem prihodu še niso bili ustrezno pripravljeni za delo na njihovem programu, kot se je izrazil, pa je bil razočaran tudi nad premajhno mojo pozornostjo. Ni mu ustrezalo, da se je z njim ukvarjal moj pomočnik, sama pa italijanskega jezika ne znam in zato sem po uvodu in osnovnih pogovorih predala skrb za to sodelovanje mojemu pomočniku. Res nismo dosegali plana in tudi cenovno smo bili v najvišjem razredu, toda mislim, da bi se sčasoma ujeli v zadovoljstvo obeh strani. Žal nam je, da smo izgubili partnerja, toda mislim, da je šlo v tem primeru za sklop nerazumevanja in prevelike občutljivosti.

Vojana Žiberna - Unitex: Način dela pri La perli je tak, da skupaj z njihovimi tehnikami pripravi kooperant vzorce, delo pa spremljajo tudi v nadaljevanju. V omenjenem primeru je prišlo do zapletov, ker pri dogovorjenem za vmesne faze dela rok ni bil dosežen. Po zagotovilih naj bi sicer na začetku delalo na tem programu okoli 18 delavk, dejan-

sko pa jih je bilo sprva le osem. Zato delo v roku ni bilo narejeno in sprva so obvladovali le tri operacije, čeprav je bilo zagotovilo drugačno. Toda, zgodi se. Ne bi se pa smelo ponoviti. Drugič je bil z nami na obisku v Delti tudi koordinator za delo v Sloveniji, ki je opazil, da še ni bil dorečen način predelave, saj je prva odločitev, da bi le ena izmena delala ta program, prinašala s seboj tudi zaplete okoli strojev, ki jih je bilo potrebno za La perlo posebej pripraviti, ker je nasprotna izmena delala pač drug program. Poleg odstopanja od števila izvajalcev in postavljenega roka, pa je menil, da je bilo pokazanega premalo zanimanja za delo, ki pa vendarle lahko predstavlja velik posel.

Treba je dodati, da je k odločitvi pripomogla tudi oddaljenost, saj je pot težka in dolga. Morda bi se morali tudi iz novomeškega dela, kjer je sedež podjetja, priključiti pogovorom v Delti.

Skratka, šlo je za sklop okoliščin, ki niso bile naklonjene temu sodelovanju. Ker pa ostaja na delo v Krškem zelo ugoden spomin, je vendarle upati, da v sodelo-

vanju s to italijansko firmo še ni vse izgubljeno.

Marjan Vodopivec - direktor komercialnega sektorja: Vsak partner ima svoje zahteve in treba se mu je prilagoditi, če le želimo zadržati sodelovanje. Ob tem gre tako za spoštovanje tehnoloških zahtev kot tudi spoštovanje vsega drugega, o čemer je bil sprejet dogovor oziroma izražene zahteve ali želje. Zavedamo se, da je spoštovanje rokov in kvalitete prva naloga, vendar tudi vse ostalo ni zanemarljivo, še zlasti, če smo mi bilj odvisni od partnerja kot on od nas. Zato je treba opozoriti na nujnost spoštovanja vsega dogovorjenega, kajti novih partnerjev ni lahko dobiti. Primer, ki ga tokrat navajamo - ni pa edini, na kar je tudi treba opozoriti - kaže, da ni bilo vse dorečeno tudi spoštovano. Zato ne bo odveč poudariti nujnost sprotne urejanja zagat, težav, boljšega komuniciranja ter pravočasnega in sprotne reševanja težav. To lahko poteka po telefonu ali v živo, vedno pa hkrati tudi s pisno zabeležko. Kajti vse mora biti tudi dokumentirano, saj samo ustni dogovor ni dovolj.



V Temenici je bilo tudi to poletje zelo vroče, saj je prostorska stiska v tej tovarni še posebno pereča.

BLUZICA ZA PRIHODNJE POLETJE

Kolekcija za prihodnjo pomlad in poletje je že v glavnem pripravljena. Nekaj nad 120 kosov bo bluzic, ki jim moda za naprej napoveduje še več lahkotnosti in ženstvenosti. Kreatoriki **Irena in Mirjana** sicer poudarjata, da ima naša kolekcija več skupin, med katerimi je dokaj obsežna skupina klasičnih beločrnih bluz, ki so tudi zelo prodajne. Med temi je tudi precej bluz s čipko, ki so še vedno zelo iskane. V skupini modnih bluzic pa smo sledili zapovedim tako v kreaciji, kot tudi v materialih. Ti **so prosojni v mehkih svetlih vzorcih in pastelnih barvah**. Kreacija je že sama po sebi tako polna, da ni posebnih dodatkov. To so nežnejše bluze s krajšimi in ožjimi rokavi ali brez rokavov ali celo z namnicami. Naše tržišče za tekoče poletje sicer ni dobro sprejelo bluz brez rokavov, ker pa jih moda narekuje upajmo, da bo za naslednje poletje več posluha za te izdelke. Te bluze imajo tudi tanke, drobno šivane robove, pogosto so tudi zelo kratke. Ramena pri blazah s krajšimi in ožjimi rokavi niso več podložena, še vedno pa ostajajo ramenski vložki aktualni za klasično skupino bluz.

Tokrat so kreatorke snovale **kolekcijo bluz v sodelovanju s kolekcijo kril**. Torej so sledile linijam in dopolnjevanju oziroma kompletiranju. Zato pričakujejo, da bo tudi način prodaje omogočil tak pristop. Opozarjajo, da ločena prodaja po programih onemogoča nakup v tem smislu in s tem siromaši prodajo oziroma ponudbo.



Moda - ozko in kratko



V Dueseldorfu je velik sejem CPD, na katerem poteka tudi zaključevanje za naslednjo sezono. Tako lahko pomeni tudi preverjanje lastnega dela oz. oceno, kako je ujeta moda za naslednjo sezono v naših kolekcijah. Prejšnja leta so se labodovci udeleževali prav tako dueseldorfskega sejma IGEDO, ki je mesec dni kasneje, je manjši, funkcija tega pa je podobna kot CPD. Razlika pa je predvsem v tem, da je CPD dovolj zgodaj, da lahko določene spremembe še vnesemo v našo kolekcijo, da dopolnimo ali delno zmanjšamo oz. izločimo modele, ki niso - po oceni s sejma - perspektivni.

Letos se je tega sejma udeležila **Cveta Bogolin**, kreatorka kril in hlač. Zadovoljna je, ker je dobila potrditev, da je njena kolekcija v celoti na ravni kolekcij zahodnih proizvajalcev. Strnjeno povedano, so krila iz kompaktnejših tkanin predvsem kratka, hlače pa ožje. Vse bolj priljubljeno je nošenje teh izdelkov na bokih, kar spominja na 60. in 70. leta. Oba izdelka pa sta v lažjih tkaninah bolj frfotajoča, širša in daljša.

Sicer pa je moda za prihodnje poletje kar občutno drugačna, kot smo je bili vajeni zadnja leta. Pas se niža, kar pa je še visokih pasov, so dopolnjeni z ozkimi trakovi ali tankimi usnjenimi pasčki. Bluze delujejo »premajhno«, pogosto segajo le pod prsa ali pa imajo dekolte iz glamur časov. Vračajo se oblekice, kratke, rezane pod prsmi, telirane in dopolnjene s kratkimi jaknicami. Tudi kostimi so oblikovani po telesu, krila so kratka, prav tako jakne, ki imajo tudi kratke fazone ali bubi ovratnike. Vse je nekam miniaturno.

Na modni reviji, pripoveduje Cveta, so bile predstavljene tri osnovne skupine oblačil. Velik poudarek je na **črno-beli kombinaciji**. Ta je v enem izdelku, kontrasti pa so še poudarjeni z obrobo. To črno-belo kombinacijo, ki je pogosto tudi v pepita vzorcu, v drobnem cvetličnem ali v izrazito **velikih ali izrazito majhnih pikah**, pa dopolnjuje kakšen živo rdeč dodatek, pogosto tenak pasček.

Drugo skupino so predstavljali **ledeni pasteli** s prevladujočo svetlo modro barvo, pogosto pa so tudi druge pastelne barve z občutkom zaročenosti ali zaledenosti.

Tretja skupina pa je skupina **izrazitih, čistih, intenzivnih barv**, od oranžne, zelene, rumene do ciklame.

Znotraj tega pa je marsikaj lepega, svežega, čeprav vse skupaj spominja na modo 60. let. Vse je oprijeto, kratko. Zelo kratke so tudi kratke hlače, ki čepa na bokih in so hit prihodnjega poletja. Med vzorci pa je na prvem mestu vzorec metuljev, ki ga najdemo tudi v naši kolekciji Ella Vivaldi.

Skratka, sejem ženskih oblačil, pa tudi dodatkov in posebne skupine pletenin, je velika prireditelj, na kateri je lahko izmeriti stopnjo ujetosti naše kolekcije s svetovnimi trendi.

Če bi imeli časopis v barvah, bi bil ta kostim izrazito oranžen, kratko krilo in kratka oprijeta jakna z manjšim fazono ovratnikom pa tudi priča, da so svetovni modni trendi ujeti tako po barvi kot po obliki tudi v našo kolekcijo za naslednjo pomlad poletje. Posnetek je nastal na snemanju za prospekt, ki je namenjen tudi tujim partnerjem.

NAŠA MNENJA: o seminarju

Med večjim številom ponudb za organizacijo seminarja, namenjenega predvsem zaposlenim v komercialni dejavnosti, je bila sprejeta odločitev za Mercuri international. Kot je v uvodu dejal prisotnim direktor komercialnega sektorja, g. Marjan Vodopivec, gre za zahteven in drag seminar in »naj predavatelji vsega znanja ne bi odnesli nazaj, ampak naj bi naši slušatelji nekaj tega tudi zadržali oziroma osvojili«.

Izobraževanja je pri nas še vedno premalo, zato je tudi omenjena oblika (seminar je trajal tri dni) naletela na različne odmeve. Če bi uspeli vpeljati redne oblike izobraževanja, bi se gotovo pokazalo tudi več zanimanja in več novih potreb. V otopelosti, ki pa jo počasi le premikamo, pa so pogledi še kaj različni:



Irena Bradač — kreatorka: Ker nisem direktno iz prodajne službe, so bile zame prav vse vsebine seminarja izredno zanimive. Najbolj me je pritegnila psihologija in organizacija dela, saj sem slišala marsikateri koristen in dragocen napotek. Tako je, kot je bilo ponazorjeno v predavanju s skico ledene gore - le malenkost gleda ven, ostalo (ostala vprašanja, problemi) pa je v globini. To pa je treba znati in hoteti reševati, sploh ali najprej pa spoznati. Mislim, da je seminar vsakemu lahko veliko dal, če je le bil posameznik pripravljen to sprejeti in se poglobiti. V oceni seminarja sem zapisala najboljšo oceno, napisala pa sem tudi, da bi želela v bodoče poslušati teme o razvoju nove blagovne znamke in pripadajočih dejavnosti ali vsebine vezane na marketing, kamor pa sodi tudi kreacija.



Irena Miklavčič — nabavna služba: Seminar je bil zastavljen zelo široko in včasih sem se vprašala, ali je to prenosljivo na naše področje - torej na tekstil. Zato bi se želela v bodoče poslušati predavanja, ki bi bila bolj vezana na tekstilno branažo.



Albina Cvitko — prodaja srajc in športnega programa: Seminar je bil zanimiv, mislim pa, da bi podobne oblike morali »dati čez« tisti, ki v prodajo šele prihajajo. Kajti mnogo tega, kar smo slišali, človek že iz prakse pozna in si zato želi to znanje dograjevati, ne pa ostajati na začetku. Zame, ki sem v prodaji šele kratek čas, je bilo marsikaj novega, za tiste, ki pa že dlje delajo v prodaji, pa gotovo manj. Mislim, da je izobraževanje vsekakor potrebno, želela pa bi si poslušati vsebine, ki bi bile vezane izključno na tekstil. Mislim, da je naša dejavnost tako specifična, da zanjo ne mora veljati noben drug model prodaje (na primer televizorjev ali lepil ...). In prav iz tekstila bi še potrebovali podobne seminarje.



Vera Rozman — pripravnica - nabava: Sem bolj kot ne zunanja opazovalka, saj sem v Labodu pripravica. Ta seminar je zame pomenil še enega od vrste seminarjev, ki sem se jih udeležila oziroma še ena od teorij, ki sem jih spoznavala na ekonomski fakulteti.

Predavatelj je - kljub temu, da je psiholog - zahajal predvsem v ekonomsko področje.

Pri delu je - po moji oceni - premalo vodil slušatelje. Vsebina je bila zastavljena zelo široko, vezava pa je bila predvsem iz pridobivanja novih kupcev, udeleženci seminarja pa so bili v večini »stari mački« v prodaji in so torej Labodovi kupci za njih več ali manj stalni in utečeni. Zato je pri tem prišlo do razhajanja. Drugače je v avtomobilski industriji, kjer je vsak kupec takorekoč nov, v tekstilu pa je situacija povsem drugačna.

Seveda je bilo tudi veliko uporabnih vsebin, toda zdi se, da so Labodovi slušatelji pričakovali povsem konkretno temo, vezano na tekstil. Morda bi za prihodnje bilo bolje slediti vsebinam iz posameznih ožjih sklopov marketinga (poslovno komuniciranje, razvoj novega izdelka itd.). Vsekakor pa mislim, da izbor slušateljev ni bil najbolj posrečen, saj je bila vsebina namenjena izključno prodaji, sem pa lahko sodi tudi kreatorka, nikakor pa ne nabava. Sicer pa je treba razmisliti, kako organizirati seminarje, kajti menim, da je veliko več koristi, če se manjša skupina ljudi, ki dela na določenem področju, izobražuje v seminarskih oblikah, kjer so udeleženci iz večjega števila podjetij. Tako pride do izmenjave in kresanja mnenj, pogledov in to daje dodatno vrednost. Polega tega pride do soočenja in preverjanja lastnih stališč, kar v samem podjetju ni mogoče, ker so mnenja več ali manj enaka. Zelo pomembno pa je tudi vzpostavljati nove kontakte, nove poslovne vezi v čim širšem krogu.

Tu se mi zdi, da smo še pretogi.

1200 km po Sloveniji:

Družinsko kolesarjenje



Zakonca Kacin sta se na poti po Sloveniji ustavila tudi v Novem mestu. Okrepčala sta se v gostilni Kos.



Letos praznujemo Slovenci sto letnico postavitve Aljaževega stolpa na Triglavu. Na slovesnosti stote obletnice je bila tudi Marica Praznik, ki nam je z najvišje slovenske točke poslala topel pozdrav.



Idrijčani so zagnani kolesarji, saj je njihov someščan tudi znani Bonča. Naš sodelavec, **Stojan Kacin**, kurjač v Zali, pa je letos oblikoval tudi družinsko slovensko kolesarsko traso. Zamisel je sicer že stara, možnosti za uresničitev pa je dobil šele letos, ko mu je prisluhnilo tudi Ministrstvo za turizem in Slovenska turistična zveza. Oblikoval je traso po Sloveniji, ki se veže na podobne v sosednjih državah, kjer podobne aktivnosti že dlje poznajo. Letos se je na promocijsko vožnjo podal sam z ženo, prihodnje leto pa naj bi bila udeležba številčna. Majhna brošura bo pomagala z izčrpnimi informacijami kje lahko prespite, kakšne so poti, kaj priporočajo v posameznem kraju, kako je z gostinskimi in drugimi uslugami itd. Ker je Stojan labodovec, je vnesel v traso tudi postanek v naših tovarnah **na Ptuj**, v **Krškem** in v **Novem mestu** (ostali kraji, kjer so Labodove tovarne, pa so že vključeni v druge kolesarske trase in jih torej ta ne zanima).

Pot traja deset dni, dnevno pa bodo družine prekolesarile od 70 do 155 kilometrov. Pot poteka od Idrije preko Bovca, Bleda do Velenja, nato gre v Maribor, na Ptuj in od tu do Čateških Toplic, preko Novega mesta v Metliko, od tu v Kočevje, na Ilirsko Bistrico in v Portorož. Z morja pa nato v Novo Gorico in nazaj v Idrijo. Skupna trasa pa znaša 1200 kilometrov.

Moj prvi upokojski izlet



Marca 1995 sem se upokojila. Skupaj z delom v Krimu sem bila 33 let Labodova delavka. Opravljala sem delovno mesto brigadirja v B 4100, torej delo v proizvodnji. V juniju 1995 pa sem se že

udeležila izleta z nekdanjimi sodelavkami, ki so se upokojile pred leti. Izlet je pripravila sekcija upokojencev v Tip-topu in skupne službe v Ljubljani, pod vodstvom predsednice **Ane Gašperšič**

in socialne delavke **Brigite Zalokar**. Izlet je bil planiran po lepi Gorenjski in kljub slabemu vremenu je bil enkraten. Iz Ljubljane smo se odpeljali v Tržič, kjer smo si pod strokovnim vodstvom ogledali staro mestno jedro, Kurnikovo domačijo, Dolžanovo sotesko (dolino fosilov), v Deteljici smo si nakupili čevlje v trgovini Peko in perilo v Bombažni predilnici. Od tam smo se odpeljali v Begunje, si ogledali Avsenikovo galerijo. Tam smo se vpisali v knjigo spominov. Gospa Gašperšič je lepo napisala, da prihajamo iz Ljubljane iz Laboda Tip-top-a, kaj izdelujemo. Reklama za »Labod«. Pri Avsenikovih smo se podprli z dobrim kosilom in dobro kapljico. Po kosilu smo tudi veselo zaplesali in zapeli. Nato smo se odpeljali proti Bledu in Vintgarju. Ker je preveč deževalo se Vintgarja nismo mogli ogledati. Vrnili smo se na Bled na znane »kremšnite«. Tako slatki, polni veselja in dobre volje, ki sta pripravili Ana Gašperšič in Brigita Zalokar, smo se ob 19. uri vrnili v Ljubljano z željo, da se v septembru zopet popeljemo na skupni izlet po Dolenjski.

Obema voditeljicama Gašperšičevi in Zalokarjevi se v imenu upokojencev lepo zahvaljujem za tako lepo organiziran izlet po Gorenjski z željo, da bo tako tudi na Dolenjskem. Vsem je lahko žal, da se izleta niso udeležili. Upam pa, da se bo udeležba na jesenskem izletu popravila in da nas bo saj za polni avtobus.

Ivanka Piškur

ŠOPEK MODROSTI

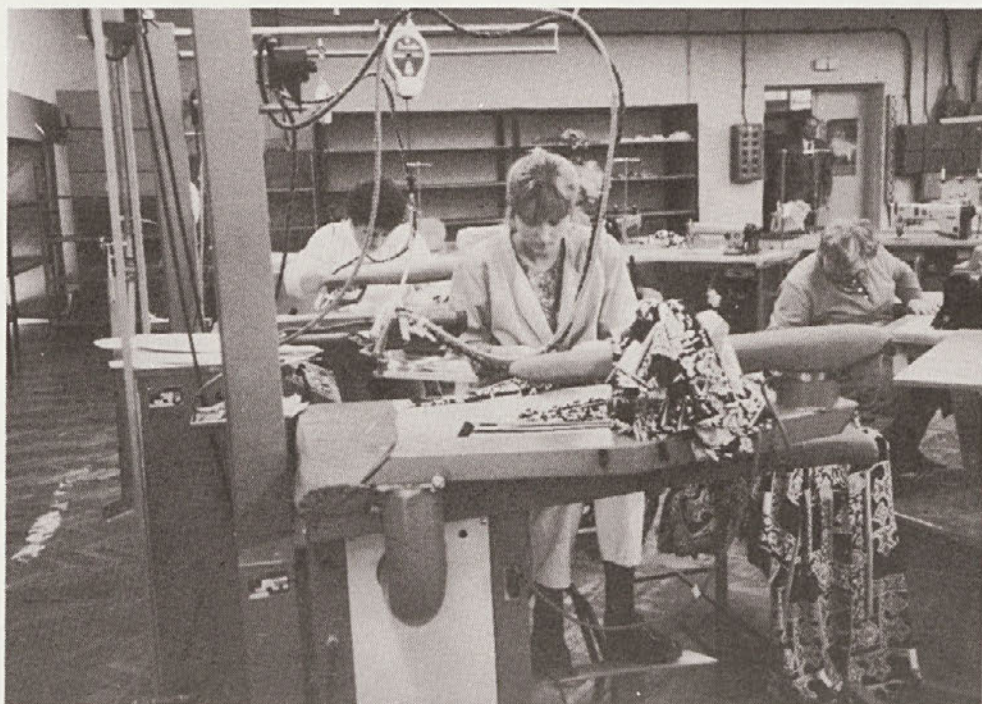
Če jezik molči, glava ne boli.

Ni bolj praznega človeka mimo tistega, ki je sam sebe poln.

Recimo malo, pa pravo.

Teško je voditi tistega, ki sam noče hoditi.

Napuh hodi pred padcem.
(slovenske ljudske modrosti)



V proizvodnji Libne.



Labod v Kanadi

Nekaj Labodovih modelov bo predstavljenih na modni reviji v Kanadi, v naših oblačilih pa bo nastopala tudi povezovalka programa, da sicer urednica slovenskega radia v Torontu, nekoč pa tudi pevka pri Avsenikih, ga. Marija Ahačič.

Na reviji, kjer so vključeni vsi vidnejši slovenski modni proizvajalci, pričakujejo 6000 obiskovalcev.

Organizatorica revije se je pozanimala, kako in kdaj naj bi modele poslali nazaj v domovino, kar niti na domačih tleh, ko gre le za nekaj deset kilometrov, pogosto »ne rata« in se ti kar zgubijo ... No, iz Kanade ne bo treba vračati modelov, saj jih Labod prispeva za slovenski radio, ki je sicer brez pravih dotacij in bo izkupiček iz prodaje prišel kar prav. Še posebno, pravi ga. Ahačič, ker so modeli zares lepi in zelo kvalitetni. To pa ima v svetu pravo ceno.

Prišiti se na zavest potrošnika

Reklama Ella Vivaldi je bila tema sestanka z agencijo Luna, ki vodi promocijo te naše blagovne znamke. Ob tem je bilo izpostavljeno tudi razmišljanje, da je cel Labod premalo poudarjen v reklamah. Kako oblikovati ta poročila, da bi se »prišli« na zavest potrošnikov, je opozoril projektni vodja Lune, g. Dare Ravnikar, pa je ključno vprašanje. Glede na našo dejavnost, bomo ja našli pravi šiv, da bo ja trden!

Popravek

Opravičujemo se za napako, ki je nastala v sestavku Srajce iz Delte. Niso jih sešili 217000 ampak 27 000. Enka je ostala iz prvega, napačnega podatka, da je bilo 17000. No, končni in pravi podatek je, da so jih sešili 27000.

Ob ostalih zatipkanih napakah, do katerih pride, ko zaradi hitrosti črke »preskakujemo«, je seveda ta najhujša in se zanjo opravičujemo.

ZAPOSLOVANJE V JULIJU

Konec meseca julija je bilo v podjetju zaposlenih 1864 delavcev - 1799 za nedoločen čas ter 65 za določen čas.

Odšlo je 19 delavcev, 16 iz proizvodnje ter 3 delavci iz režije.

LOČNA

Terezija FILIPPI	- Ist.	- na DM šivilja III.	- polna osebna pokojnina
Tanja JOHANC	- IV.st.	- na DM šivilja III.	- določen čas
Katja SKOFLJANEC	- IV.st.	- na DM šivilja III.	- določen čas

DELTA

Romana MATJAŠIČ	- IV.st.	- na DM šivilja II.	- določen čas
Klavdija SLATIČ	- IV.st.	- na DM šivilja II.	- določen čas
Karmen MLAKAR	- IV.st.	- na DM šivilja II.	- določen čas
Andrej ZAJSEK	- IV.st.	- na DM šivilja II.	- določen čas
Klavdija BUDJA	- V.st.	- na DM šivilja II.	- določen čas
Boštjan FEGUŠ	- V.st.	- na DM šivilja II.	- določen čas
Darinka KAMPL	- I. st.	- na DM šivilja III.	- smrt

TIP-TOP

Mirsada DIZDAREVIČ	- II.st.	- na DM šivilja II. VO	- v drugo podjetje
Mirjana HORVAT	- IV.st.	- na DM šivilja II. VO	- v drugo podjetje
Ema CERNE	- IV.st.	- na DM šivilja I. VO	- v drugo podjetje
Janja AMBROŽ	- IV.st.	- na DM šivilja II. VO	- v drugo podjetje
Marija SEDEJ	- IV.st.	- na DM šivilja II. VO	- DC - pripravnštvo

TEMENICA

Apolonija VIŠČEK	- V.st.	- na DM mojster brigade II.	- v drugo podjetje
------------------	---------	-----------------------------	--------------------

ZALA

Blagica BIZJAK	- Ist.	- na DM šivilja I.	- ostala doma
----------------	--------	--------------------	---------------

STROK. SLUŽBE

Marija BENENK	- IV.st.	- na DM poslovodja CML	- polna osebna pokojnina
Igor ŠMAJDEK	- VII.st.	- na DM komercialist I.	- določen čas

Na novo smo zaposlili 4 delavce

LIBNA

Simon SINTIČ	- IV.st.	- na DM vratar	- določen čas
--------------	----------	----------------	---------------

STROK.SLUŽBE

Simona VOLČANŠEK	- IV.st.	- na DM prodajalec	- določen čas
Miha CIMRMANČIČ	- V.st.	- na DM vhodni kontrolor	- nedoločen čas
Marija JANKO	- VII.st.	- na DM vodja prav.kadr.sl.	- nedoločen čas

ZAPOSLOVANJE V JUNIJU

Število zaposlenih se je v juniju v primerjavi z majem zmanjšalo za 8 delavcev, tako je bilo konec meseca v podjetju zaposlenih 1979 delavcev (1807 za nedoločen čas, 72 pa za določen čas).

Iz podjetja je odšlo 14 delavcev.

LOČNA

Branka MIKŠA	- Ist.	- na DM šivilja II.	- invalidska upokojitev
Vida GOLOBIČ	- Ist.	- na DM šivilja II.	- invalidska upokojitev

LIBNA

Jožica KERIN	- Ist.	- na DM šivilja II.	- v drugo podjetje
Irena NOČ	- IV.st.	- na DM šivilja II.	- druga prenehanja

DELTA

Angela NIKL	- Ist.	- na DM šivilja II.	- starostna upokojitev
Danica HORVAT	- II.st.	- na DM šivilja II.	- ostala doma

TIP-TOP

Mateja LAKNER	- II.st.	- na DM šivilja II. VO	- odpoved delavke
Karmen MARN	- IV.st.	- na DM šivilja II. VO	- v drugo podjetje

TEMENICA

Marija STRAJANR	- IV.st.	- na DM šivilja III.	- ostala doma
Fanika OZIMEK	- V.st.	- na DM konstruktor III.	- pripravnik-določen čas
Danica SLAK	- IV.st.	- na DM kuhar I.	- v drugo podjetje

STROK. SLUŽBE

Metka GRAMČ	- IV.st.	- na DM prodajalec	- v drugo podjetje
Jože FABJANČIČ	- IV.st.	- na DM kurir	- invalidska upokojitev
Jože BRČIČ	- V.st.	- na DM fin. referent II.	- invalidska upokojitev

Na novo smo zaposlili 6 delavcev

DELTA

Cvetka LEVA	- V.st.	- na DM knjigovodja II.	- pripravnik-sub. zavoda
Miran HORVAT	- V.st.	- na DM električar	- pripravnik-sub. zavoda

TEMENICA

Kristina PEVC	- IV.st.	- na DM šivilja III.	- določen čas
---------------	----------	----------------------	---------------

ZALA

Milka LAPAJNE	- III.st.	- na DM šivilja II. VO	- določen čas
---------------	-----------	------------------------	---------------

STROK.SLUŽBE

Silvo ČOŽ	- Ist.	- na DM skl.transp.delavec	- določen čas-subv.zav.
Fanika OZIMEK	- V.st.	- na DM konstruktor III.	- določen čas

Referent za kadre Silva PEZELJ

LABOD

je glasilo delavcev tovarne oblačil iz Novega mesta. Izhaja mesečno v nakladi 2500 izvodov. Glavna in odgovorna urednica Lidija Jež. Grafična priprava: Grafika Novo mesto. Tisk: Opara novo mesto. Glasilo se šteje med proizvode informativnega značaja, za katere se plačuje davek od prometa proizvodov po stopnji 5%.