

aluminij



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



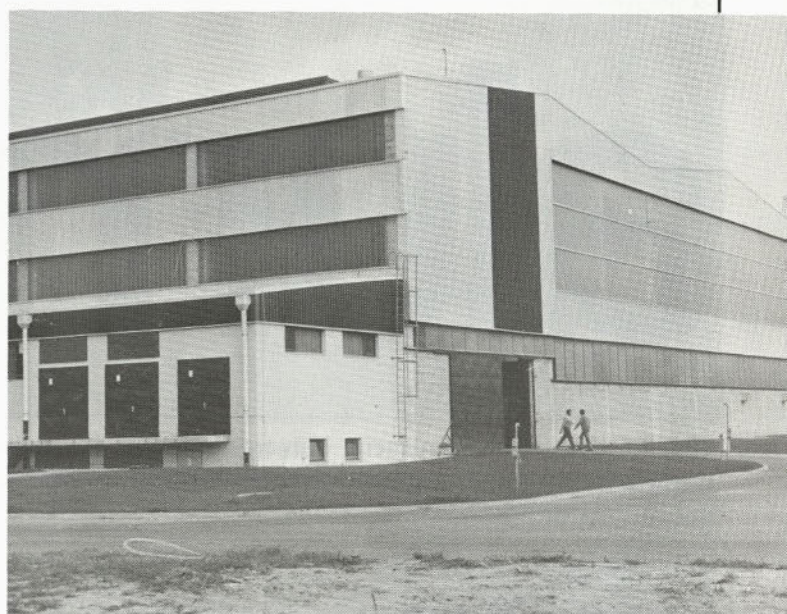
Ob vseh podražitvah, smo dočakali povišanje osebnih dohodkov. Točka je narasla toliko, kolikor je v tem trenutku sploh mogoče, glede na poslovne rezultate in seveda na interventni zakon.

Delegati so razumno sprejeli obrazložitev, čeprav je marsikdo pričakoval še kaj več. Pred vsakim dvigom se dokaj hitro razširijo informacije, ki ponavadi govore o veliko višji točki.

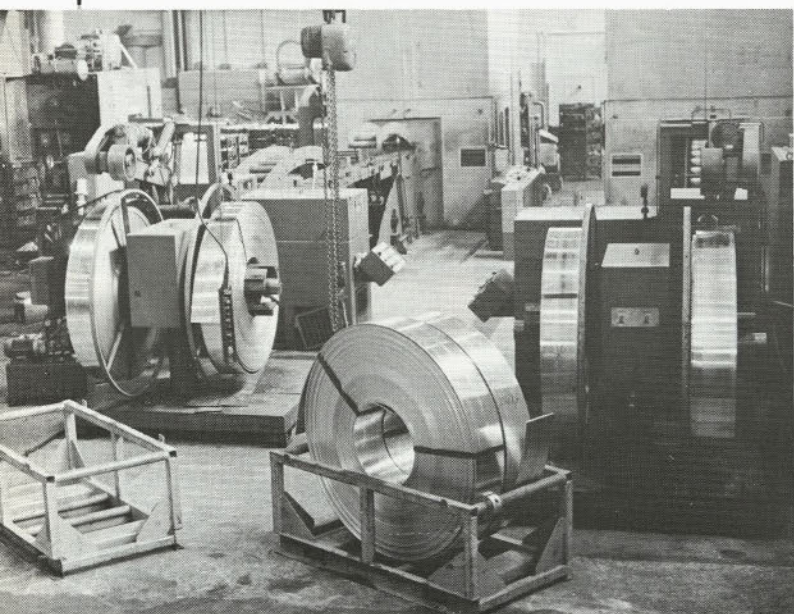
Vodstvo zagotavlja, da je storilo vse, kar je mogoče, in do konca leta skorajda ni pričakovati povečanja, razen, če bomo korenito spremenili odnos do dela. Prav to — odnos do dela — je poudaril predsednik kolegija, pa bo naslednja točka seje delavskega sveta, za katero napoveduje drastične ukrepe, ki so baje nujni.



Skladišče anodnih kompletov



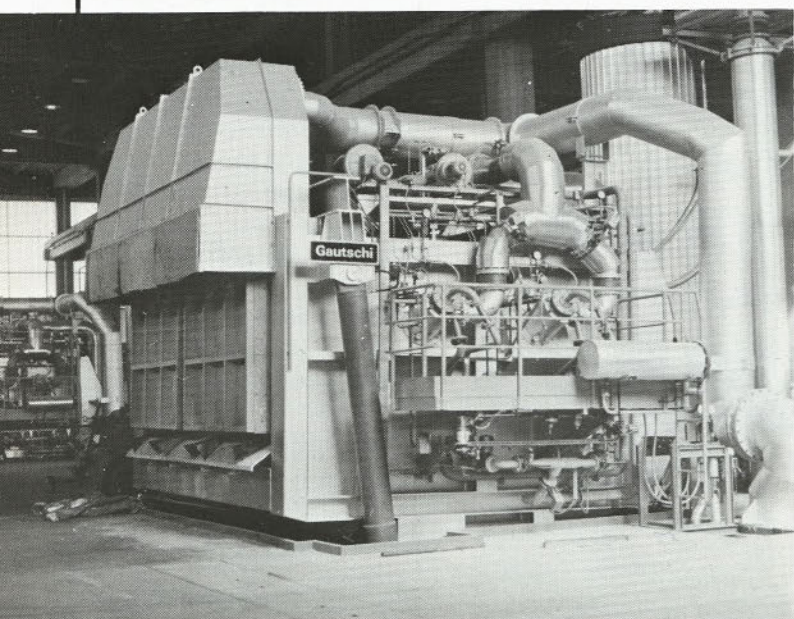
Nova livarna



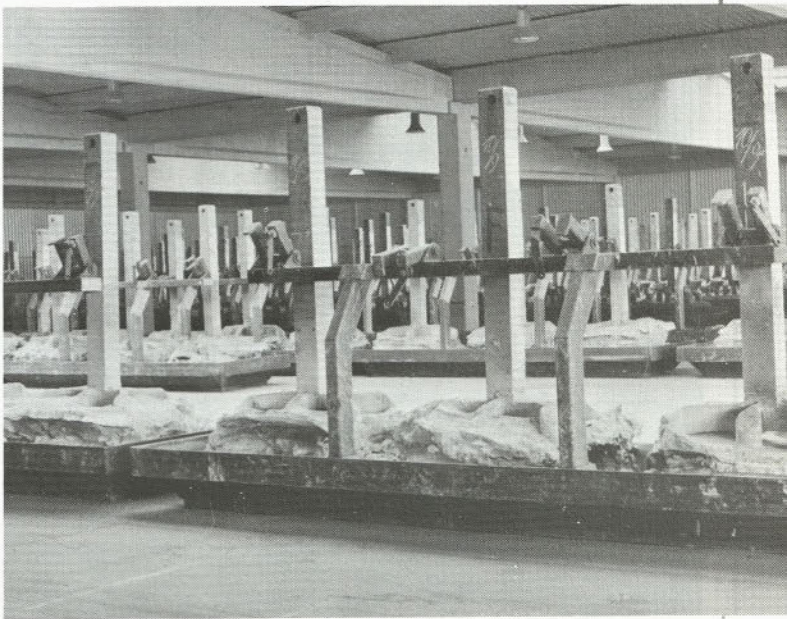
Razširjen obrat za proizvodnjo rondic.



Elektroliza A



Nova livarna



Skladišče anodnih kompletov

Perspektive trženja

Kratka najava predavanja dr. Philipa Kotlera s temo "Razvoj in tržna orientacija organizacije" v Ljubljani sredi julija, se je dokaj neopazno izmuznila pozornosti največje večine slovenske javnosti. Zato pa je nesluteno zanimanje strokovnih krogov in ostalega dela javnosti preseglo vsa pričakovanja in presenetilo tako organizatorja predavanja, kakor tudi predavatelja. Pričakovanih 50 prijavljenih je naraslo v množico 450 obiskovalcev, kar je povzročilo še pred pričetkom nekaj zmede in zagat s primernim prostorom. Organizator Studio Marketing Delo je opravil svoje naloge profesionalno in brezhibno, vključno s simultanim prevajanjem, prodajo knjig predavatelja, ki jih je le-ta tistim, ki so želeli po končanem predavanju tudi podpisoval, na koncu pa je bila še novinarska konferenca. Tistim, ki so zamudili rok plačila pred predavanjem je vseeno prijazno omogočil udeležbo in jim zvišal prijavnino za 50 %, s tem pa je pravzaprav učinkovito predstavil bistvo uspešnega marketinga (trženja) in pokazal, da ima že pred nastopom slovitega ekonomskega teoretika solidno znanje iz področja trženske znanosti (marketinga). Toda zakaj je bežen medijski dogodek tako vznemiril kroge ekonomistov? Najmanj polovica jih je bila po moji oceni iz drugih republik, in kot je povedal v uvodnem nagovoru predstavnik organizatorja, so mnogi preložili začetek svojega dopusta, ni pa jih bilo malo, ki so na jezo svojih družinskih krogov prišli naravnost iz obmorskih krajev in prekinili dopustniške idile. Očitno nihče ni hotel zamuditi srečanja z osebnostjo, ki uživa po mnenju mnogih laskav ugled najavtoritativnejšega, najatraktivnejšega in izvirnega teoretika misli trženja na svetu. Dr. Kotler je teoretič marketinga, profesor, praktik – strokovni sodelavec mnogih velikih zahodnih podjetij in znanstvenik, skratka idealna kombinacija teorije in prakse. Tudi sam način interpretacije njegovih idej in zamisli je izjemno duhovit, jasen, jedrnat, suggestiven in inspirativen.

Kot je sam uvodoma dejal, bi ob vstopu v dvorano prej verjel, da številni auditoriji čaka na koncert Michaela Jacksona, zato je izrazil upanje v pozitivne premike v našem gospodarstvu. Čeprav je bil to le govorniški okrasni vložek, bi v takšno možnost najbrž lažje verjel sam dr. Kotler kot številni domači ekonomisti, ki jim srž marketinga ali trženja sicer ni tuja. V deželi, kjer si je vladajoča politična elita prilastila privilegij monopolnega odločanja in kontrole nad gospodarstvom, brez sleherne odgovornosti, ter s formalnimi in neformalnimi vplivi široko razpredene oblastne strukture (federacije, republike in občine in njihove politične strukture) poizkuša nadomestiti tržne zakonitosti, je marketing, kot je uveljavljen na zahodu, le daljni sen. Institucionalizacija posegov državno-partijskega aparata tudi na praktično vsa vitalna področja mikroekonomskega odločanja (na zahodu služijo vlade le za postavljjanje okvirnih makroekonomskih mehanizmov, gospodarske odločitve podjetij pa so prepuščene njim samim) je v povojnem obdobju postopoma blokirala spontanost, ini-

ciativo, podjetništvo in ustvarjalnost. Tu ležijo tudi vse korenine zla neuspešnosti socialističnih gospodarstev oz. tkzv. "realnega socializma". Sistem vodenja gospodarstva z armado birokratiziranega državnega aparata, ki naj bi od planiranja do kontrole nadomestila tržne mehanizme, kaže že desetletja svojo nemoč in nezmožnost, da bi bogato okrašen scenarij svoje ideološke nadgradnje uresničil tudi v praksi. Že navadnemu zemljanu, ki se nikoli ni obremenjeval z ekonomsko teorijo, je mogoče ugotoviti skupne značilnosti "darov" socialističnih modelov tako hitro, kot žirafa v puščavi. Najmanj kar lahko ugotovi, so neprijetne primerjave življenja v obeh sistemih. Vrste pred trgovinami z živili na Poljskem, milijoni ton uvoza žita v SSSR (večinoma iz ZDA), vsesplošno siromaštvo v Romuniji, silna želja prebivalcev Vzhodne Nemčije za prebega v sosednjo Zahodno Nemčijo, kar je mimogrede rečeno značilnost tudi za ostale vzhodnoevropske države; to so le delčki in vrh ledene gore, ki je skrita v diferenciaciji prijemov vodenja ekonomije. Sporočilo je jasno, spoznanje tudi, izgledi pa, da bo gromoglasna povorka propagande o perestrojki v socializmu preko prelitih ton črnila in porabljenih budžetskih sredstev za ustrezno "informiranje" državljanov tudi dejansko razklenila okovje klasične socialistične ideologije, pa jalovi.

Toda to je druga zgodba s katero se dr. Kotler na predavanju ni obremenjeval. Osredotočil se je na možnosti, ki jih sodobna znanost trženja pozna na mikroekonomskem področju. Pri tem pa gre za praktično preseganje frazeološke miselnosti o bistvu podjetniške filozofije (npr. pri nas), ki se ukvarja samovšečno bolj s svojimi lastnimi problemi, namesto, da bi izhajala iz zahtev tržišča. Ideja marketinga je v svoji zasnovi zelo preprosta: vsak proizvod ali storitev v svoji osnovni funkciji mora imeti takšno uporabno vrednost, da bo na tržišču dobil tudi ustrezno prometno vrednost. Zadovoljevati mora torej potrebe, želje, zahteve in okuse določenega segmenta kupcev in potrošnikov. Le-te pa se od okolja do okolja razlikujejo. Na njih vpliva mnogo faktorjev, kot so spol, starost, veroizpoved, podnebje, kultura, tradicija in druge posebnosti različnih sredin. Od tod izvira spoznanje, da je kupec tisti, ki mu je potrebno podrediti celokupno poslovno naravnanoost, če hoče biti prodajalec uspešen. Raziskovanje potreb, želja in zahtev kupcev mora dati pečat strategiji trženja ali marketing miks ponudnika. V bistvu gre za splet strategij: izdelčne, razpečevalne, komunikacijske in strategije cen ter pogodbenih pogojev, ki naj s celovitim prepletanjem učinkov omogočijo stopnjevanje koristi in zadovoljstva kupca. Če je le-ta nezadovoljen bo to glasno sporočil svoji okolici, poslovnim partnerjem in naše priljubljenosti so izgubljene. Zadovoljni kupec sprejema proizvod, vendar o tem posebej ne razpravlja. Stopnjevanje zadovoljstva omogoči kupčevu navdušenje. To je najvišji domet in ideal prodajalčevega uspeha. Uspeh Mc Donald's-a v Beogradu je razultat pronicljivih raziskovalnih spoznanj o značilnostih tamkajšnjega življa, ki



Viličarist

jemlje kult hrane in ostalih posvetnih užikov kot svoj statusni simbol. S pomočjo skrbno načrtovane in premišljene trženske akcije je Mc Donald's ponudil (podtaknil) temu delu Balkana del njegove zgodovinske simbolike v novi preobleki zahodnega tipa in dosegel popoln uspeh. Njegova prek kratkim odprta restavracija v Beogradu je zabeležila v kratkem času največji uspeh med vsemi podobnimi, ki jih sicer ima v vseh večjih evropskih prestolnicah. Zanimivo pri tem je, da ima prav Beograd množico odličnih gostinskih lokalov, ki s kvaliteto hrane nedvomno prekašajo sistem hitro pripravljanih prigrizkov ameriškega tipa. Trume obiskovalcev v restavraciji Mc Donald's kažejo pravo lekcijsko aplikacijo znanosti trženja (marketing) v praksi. Rezultat mnogih predhodnih raziskovanj, razmišljanj, načrtov in pripravljenosti za zadovoljstvom in dohodkom firme – ponudnika, ki je ustvarila ponudbo takšnega proizvoda/storitve, ki so ga potrošniki z navdušenjem sprejeli za svojega in mu brez oklevanja dali prednost pred raznovrstno in v mnogih primerih kakovostnejšo konkurenčno ponudbo.

Omenjeni primer najlepše ilustrira besede dr. Kotlerja, da je izdelek – storitev najpomembnejši del marketinga, ali kot mnogi pravijo, srce marketinga. V tej zvezi omenja znane tri E: equiti (enakost) – pomembno je, da v sistemu (država) obstoja določena enakost pogojev: npr. standardi, torej izenačenost pogojev, četudi v revščini, prevelike razlike niso dobre. Le tako je mogoče doseči efficiency (zmogljivost) povečanje output-a, toda to še ni najpomembnejše – če so namreč skladišča polna in blago ne najde kupcev, je potrebno težiti k doseganju tretjega E: effectiveness (učinkovitost). Seveda je nato glavna naloga s kakšno filozofijo zaščititi dobiček. Možnosti so tri:

– lahko zvišamo ceno, toda vprašanje, kaj je dobra cena, je vedno odprto

– Z agresivno prodajo (hart selling) ustvarjamo potrebne efekte (kupca peljemo na golf, organiziramo kosila in podobna zadovoljstva itd.)

– edina prava pot je dodana vrednost (value added), ki jo ustvarimo v proizvodu (storitvi) in je garancija uspeha. Zato moramo načrtovati dejavnost po stopnjah oz. po funkcijah, katerih celokupnost delovanja je jamstvo uspešnega nastopa. Omenimo torej te funkcije:

R & D (raziskovanje in razvoj) – začetki pomenijo vedno pasivni pristop k proizvodnji, bodisi na osnovi licence ali kako drugače. Če sam nisi izvirni, se moraš posluževati kopiranja (primer Japoncev, Hong-konga in drugih). To sicer ni povsem legalen in pravilen način, toda zadošča kot izhod v sili. Seveda sčasoma preseže-

mo takšen pristop in si zaželimo bolj aktivne vloge – očitno nas takšen trenutek šele čaka. Prizadevamo si, da prekosimo konkurenco in proizvod izboljšamo, pozitivno diferenciramo, razvoj pri tem je neobhoden. Od manualnega dela težimo k avtomatizaciji, k velikim serijam in končno k robotizaciji. Tako dosežemo perfektnost v prilagajanju kupčevim željam (customisatijom), kar kaže primer proizvodnje avtomobilov, ki so vsak v nekoliko spremenjeni izvedbi in napravljeni po želji posameznega kupca. To je med drugim danes že dosegel Fiat pri zadnjem modelu, Tipu. Evolucijska pot takšnega napredka je strnjena v nekaj fazah: najprej višja cena saj posebne zahteve stanejo: radio, gretje šipe, preklonpi ani anatomski sedeži, elektronika, signalizacija itd... Nato se cena znižuje z večjimi serijami in končno zaradi konkurence, ki niža nivo cene mora v zadnji fazi slediti nadaljnji napredek v kvaliteti proizvodov. Kvaliteta je cenejša, kvaliteta stane manj tudi ob višji ceni, odpadajo stroški popravil in servisiranja, ki kasneje izdatno presežejo višje nabavne cene.

Kadri – edina prava varianta je tudi tukaj h kupcem usmerjena filozofija. Na zahodu zlepa ali zgrda oblikujejo oziroma iščejo prave profile, ki znajo tudi v resnici pokazati, da je kupec svetinja, za kar je pravilo hire and fire (selekcija, odpustanje, zamenjave) kar pravo zdravilo. Toda takšne značilnosti se zahtevajo od vseh zaposlenih ne le od ljudi iz "marketinga", torej vseh, ki imajo kakršnekoli kontakte s kupci, naloge dajanja ali iskanja informacij ali reševanja strokovnih vprašanj s klientelo.

Finančno poslovanje – mora odsevat pri vseh odenkih stikov s kupci nedeljeno pozornost in prizadevanje, da se potrošnika obravnava na način, ki mu ugaja in ki pusti prijeten spomin v njegovi zavesti.

Marketing (trženje) – povsod imajo stvari svoj začetek, potreben je inovativni pristop pri iskanju boljših rešitev. Podjetja iščejo razne variante. Lahko dodelimo pomočnika direktorju prodaje, nato iščemo direktorja za propagando in promocijske aktivnosti in vse dejavnosti nazadnje združimo, da dobimo močno tržno orientirano področje. Toda to ni dovolj. Oddelek, služba ali sektor za marketing še ni marketing. To je lahko le celo podjetje. Vedno moramo vedeti iz česa izhajamo. Formula teorije? Zadovoljstvo kupcev in potrošnikov je odvisno od naše "performanse" (izvedba, kupčeva celovitost ponudbe) in od kupčevega pričakovanja. Da bi dosegli najvišji cilj, navdušenje kupca na našo performanso moramo temu podrediti tudi – in predvsem – organizacijo. Klasične organizacijske hierarhije podjetij imajo konvencionalno piramido:

na vrhu je vodja, malo nižje so direktorji, nato srednji vodje in potem drugi zaposleni. V pravi trženski obliki mora to izgledati drugače in nekoliko obrnjeno. Na vrhu pomenskega sveta so potrošniki, stranke, sledi najpomembnejša interna skupina zaposlenih – ljudje, ki so v stiku s strankami, potrošniki tkzv. frontline supervisors. Šele nato pride srednji vodilni kader, ki vodi tiste, ki se srečujejo s strankami. Vodja je na dnu, saj je najmanj pomemben. Njegova vloga je izbrati dobre vodje, ki usposablja dobre zaposlene, ki se srečujejo s strankami. Tako strukturo podjetja imenuje dr. Kotler vođeno od strank, potrošnikov. Meni tudi, da je najpomembnejše pripeljati vodjo v položaj, v katerem bi želel spremeniti duhovno ozračje v podjetju, kajti, če

6. Price – cena in pogoji so izredno pomembno področje, kjer je potrebno ravnati modro in doseči v prvi vrsti zadovoljstvo kupca.

7. Place – distribucija združena s poslovno logistično funkcijo mora dati optimalne rešitve o tem, kako oskrbeti kupca s proizvodom na pravem mestu, pravočasno in na primeren način.

8. Promotion – z ukrepi komunikacijskega miksa moramo kupca o našem proizvodu, storitvah in podjetju informirati, poiskati pravi medijski pristop in privedi barko varno mimo Scile in Karibde (stroški in učinki, ki pa v tem primeru niso vselej lahko merljivi).

9. Politics – pod tem razumemo spopade z ovirami administrativne narave, kot je iskanje raznih dovol-

kupcev zelo majhen. Ta avto postaja tako statusni simbol določenega kroga potrošnikov in omogoča firmi uspeh navzlic izredni ceni. Takih primerov in poskusov ter prizadevanj je več. Vsekakor si takšni proizvajalci oz. prodajalci prizadevajo ustvariti pojem ekskluzivnega proizvoda/storitve in z vsemi sredstvi vplivajo na ustvarjanje predstave in oblikovanje ozkega segmenta kupcev. Prodajalec ur Rolleks oglašja v najboljših in najkvalitetnejših svetovnih strokovnih revijah svoj proizvod z brežibnimi ilustracijami svojih ur na rokah znanih osebnosti (npr. dirigent Herbert von Karajan). S tem želi doseči, da se uspešni ljudje indentificirajo s tem proizvodom, ki je seve silno drag, in si ga po analogiji razmišljanja želijo. S propagandno akcijo se želi doseči, dokazati in vzbuditi prepričanje, da je kreacija ure namenjena določenim slojem kupcev (dirigenti, menagerji in ostali), da je tak proizvod v množici drugih vreden njihovega zaupanja in jim je potreben. Od tod do nakupa nato ni več dolga pot.

Segmentacija in niche trženje sta seveda le dva skrajna primera nastopov trženja. Bodočnost gre v smeri uveljavitve customize marketinga, ki ga naj pojasnimo s primeri. Proizvajalci se namreč vedno bolj orientirajo v upoštevanje individualizacije posebnosti in želja kupcev. Proizvodnja srajc in druge konfekcije po meri, možnost samostojne priprave in mešanja jedi v samopostrežnih restavracijah po želji kupcev, npr. sladoledi, salate, itd. je še danes ne tako oddaljena vizija bodočnosti, ki se širi praktično na vsa področja. Dr. Kotler ocenjuje, da bo ob prelomu

dosežemo, da smo korak pred konkurenco, to je temelj današnjega uspeha Japoncev in držav Daljnega Vzhoda "azijskih tigrov"

– fast replication – je formula s katero so začeli uspeh Japonci danes pa imajo te primere že med svojimi podjetji. Če namreč nisi izumitelj moraš kopirati, vsaj na začetku, na osnovi proizvodov konkurence. Danes imajo vodilne japonske firme imitatorje v lastni deželi. V začetku je bil lead-lag, ali zamik kopiranja novih proizvodov s strani konkurence dve leti, sedaj se čuti npr. Sony že močno ogrožen. Njegovi posnemovalci so mu za petami z vsega 6-mesečno zamudo.

Seveda je prava pot le "innovation", kar pihaja do izraza tudi na globalni sceni: Italijansko gospodarstvo je svoj v izgube drveči voz v zadnjih letih usmerilo navzgor in se je leta 1987 med svetovnimi velesilami uvrstilo na peto mesto pred Veliko Britanijo, veliki meri zahvaljujoč fenomenalnemu designu svojih proizvodov.

"Kako pusta teorija" bodo rekli tisti, ki se (če se) bodo sploh pregrizli pri branju tega prispevka do konca. Teorija da, vendar pa je zaradi njene aplikacije povprečni družbeni bruto proizvod na prebivalca v razvitih državah za tri in večkrat večji od našega (ZDA US\$ 17.500, Italija US\$ 8.570, Avstrija US\$ 10.000, Zahodna Nemčija 12.080, Japonska 12.850 – podatki za leto 1986). Naš sistem, ki za ceno nedoločljivih svetlih idealov in v opevani skrbi za jugoslovanskega socialističnega človeka producira in kreira svoje "variante" marketinga, je v nasprotju s tržno



Anodni bloki

se s tem ne strinja oz. tega ne razume, do tega ne bo prišlo. Iniciativa ne more priti iz okolja, preprosto zato ne, ker ni dovolj imeti na razpolago nekaj kakovostnih strokovnjakov, da je podjetje marketinško ali trženjsko usmerjeno. Celotno več, četudi vodja želi spremembe, je dejstvo, da ima svetovalec premalo. Potreben je program, programirana sprememba, ta pa lahko traja 5 do 10 let. To je izredno pomembna operacija. Bistvena naloga vodje na vrhu je organizacija, dr. Kotler primerja z orkestrom dobrih glasbenikov.

Sicer opredeljuje dr. Kotler svojih deset znanih P znotraj marketinške dejavnosti.

1. Probing – raziskava, sondiranje trga, kar lahko primerjamo z diagnosticiranjem v medicini, v tem primeru pomeni tudi iskanje pravih vzorcev.

2. Partitioning – ko raziskujemo ugotovimo, da so tržišča večplastna, po skupnih značilnostih najdemo homogene segmente potrošnikov.

3. Prioritize – targeting – za izbrane segmente skupine se odločimo o našem pristopu (kreiramo avto za ženske ali moške, primer pedali za visoke pete..., barva tekstila itd.), določiti je potrebno torej cilj izhajajoč iz kupca in definirati, kaj želimo doseči.

4. Positioning – ne glede na našo odločitev obstoja dejstvo, da je na tržišču veliko podobnih proizvodov, zato moramo proizvod pozicionirati, torej razmisliti, kako ga bo kupec razumel v odnosu do konkurenčnih.

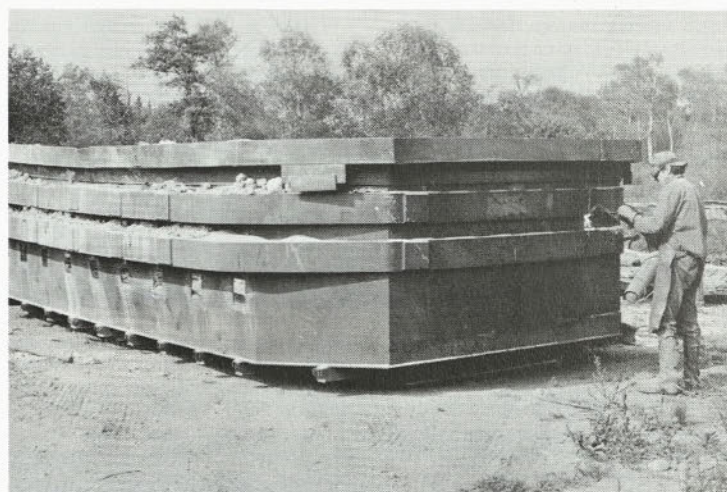
5. Product – quality – najmočnejše orozje prodajalca je proizvod, variante in razponi strateškega instrumentarija pa so stvar kreativnosti, inovativnosti in fantazije.

jenj, ki ovirajo plasman, akcije za vplivanje na ekonomsko politiko ipd...

10. Public opinion – nič ni bolj pomembno, kot ustvarjanje javnega mnenja o podjetju, njegovih odlikah, dejavnostih, naporih, ki jih vlaga, da ustreže potrošnikom o proizvodih, storitvah, itd... Tu ne gre za konkretno propagandno akcijo. Tipičen primer take dejavnosti, ki pa je le fragment celokupnega strateškega nastopa: Japonci vlagajo veliko naporov, da bi motivirali prebivalstvo Indije za svoje televizorje. Z ukrepi vlade je namreč uvoz tega japonskega proizvoda v Indijo prepovedan. S široko akcijo skušajo Japonci zato doseči takšno reakcijo samega prebivalstva, da bo le-to poizkusilo doseči ukinitve zapore uvoza.

Pristopi k oblikovanju tržne strategije so seveda različni. Ker so vsa svetovna tržišča preštevilna je pametno izvajati strategijo segmentacije. To je metoda razdeljevanja oz. segmentiranja svetovnega okolja v homogene, po določenih skupnih značilnostih enotna področja deželnih tržišč. Še le nato odločimo o posameznih trženskih politikah s katerimi oblikujemo svoj nastop v odnosu do izbranih segmentov. Tako na eni strani zožujemo področje svojega nastopa, zmanjšujemo konkurenco in stroške.

Če nam ni do segmentacije ali z njo ne dosežemo svojih ciljev, se odločimo za drugi ekstrem in poizkusimo uveljaviti niche marketing. To je trženje po principu tržnih okenc ali zadovoljevanja majhnih potrošniških segmentov. Vzrok zato nam je lahko Porsche, ki je izdelal specifični model avtomobila za katerega pa je krog



Rezanje

stoletja 90 % dejavnosti organizirano na tem principu.

Seveda je osnovno v marketingu imeti zamisel in plan trženja, ki je dokument in vodič. Analizirati moramo situacijo, kupce, razporediti budget, proučiti konkurenco, predvideti probleme in spremembe ter opredeliti naše možnosti. Predvsem je potrebno izhajati iz ciljev in z njimi določiti katere šanse za vedno izkoristiti. Temu sledi strategija marketinga mix-a, ki mu podredimo nato akcijski program (taktika), budget in kontrolno funkcijo.

Na tržišču se lahko pojavimo v funkciji:

– low cost leadership – nastop baziramo na nizkih cenah, če nismo ustvarjalni in proizvoda ne znamo diferencirati
– innovation – z ustvarjalnostjo

svobodo podjetij na zahodu. Začetek teh variant je razpoznaven po grozljivem številu naklad ukrepov ekonomske politike (paketi), njihovi rezultati pa so vidni tudi brez daljnogleda podobno kot sreča Jugoslovani zaradi standarda, ki jim ga omogoča BDP 2.300 US\$ na prebivalca.

Toda sreča in zadovoljstvo sta relativna pojma. Dr. Kotler npr. ni zadovoljen, ker meni, da ameriške družbe še premalo uporabljajo marketing. "Moje knjige čitajo študentje in Japonci" pravi.

Jaz npr. si želim, da bi jih začeli čitati pri nas...

Razvoj orodjarstva v DE LLBK Trbovlje

Morda je prav, da se v teh dneh, ko je za nami že peto delovno srečanje kovinarjev zasavskih občin, na katerih smo bili delavci orodjarne vedno zastopani in se celo uvrstili na republiško srečanje, spregovorimo o razvoju kovinarstva, orodjarstva v DE LLBK, oddelek orodjarne.

Delavci oddelka orodjarne so v letih od 1970 do 1980. leta začeli izdelovati manj zahtevna orodja in priprave. Takrat je bil pou-darek za livna orodja ročne kokile, ki jih je rabila za proiz-vodnjo naša livarna.

V oddelku orodjarne so bili izdelani načrti, tehnološka obde-

V začetku, ko so orodja nabavljali sami naročniki in delavci samo izvrševali popravila s pomočjo dobrih sodelavcev LTH Škofja Loka, še ni bilo težav. Te so nastale pri izdelavi visokotlačnega orodja, za kate-rega je bila vsa dokumentacija v oddelku in tudi orodja izdelana v

in zunanje naročnike. Čeprav je naša osnovna dejavnost vzdrževanje orodij in naprav, izvršujemo razne zunanje usluge strojne in termične obdelave, ker imamo proste kapacitete.

Pri popravilu oziroma izdelavi novih orodij in naprav delno naletimo na problem erodiranja. Po naših letnih planih za investicije že več let pripravljamo pred-log za nabavo "erodirnega stroja", ki pa do danes še ni bil realiziran, ne vem, zakaj ne. Mislim, da ekonomske nabave tega stroja ni težko utemeljiti. Obde-lavo erodiranja tako opravimo zunaj naše delovne organizacije.

Oddelek orodjarna (orodna služba) ima danes osnovne dejavnosti:

- vzdrževanje orodij in naprav,
- izdelava novih orodij,
- izvajanje zunanjih uslug,
- kooperacije,
- konstrukcije orodij in naprav.

Vse naše dejavnosti pa niso prikazane ne v letnih niti mesečnih planih DE LLBK, tako da delavci orodjarne nimajo pregleda, kaj so v mesecu ali letu ustvarili, oziroma, kaj je rezultat poslovanja orodne službe.

Že pred leti smo delavci orodjarne predlagali, da bi orodjarna postala samostojna ekonomska enota, pa pri vodstvu ni bilo pravega razumevanja.

Tako v letu 1988 govorimo na pamet o delu orodjarne. Realizacija ni prikazana realno.

Kljub velikim naročilom za izdelavo orodij in naprav ter zunanjim naročilom, se v orodni službi stvari bistveno ne spreminjajo, kljub naporom in prikazovanjem nekaterih delavcev orodne službe.

orodjarna



lava do same izdelave. Preizkus orodij in dodelava tehnološko sposobnega orodja ali naprave za proizvodnjo. Oprema in prostor za izdelavo orodij in naprav je bila skromna in tehnološko zastarela. Za izdelavo orodij sta bila

oddelku orodjarne. Z izgradnjo novega prostora in nakupom neobhodno potrebnih strojev smo v oddelku začeli izdelovati manj zahtevna tlačna orodja in druge naprave za potrebe livarne in čistilnice, kasneje pa tudi za

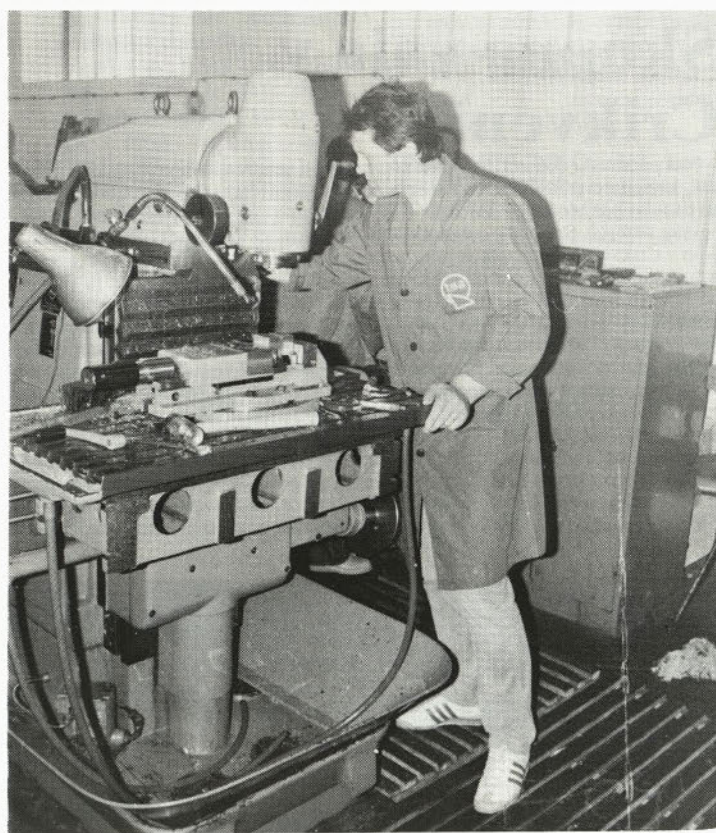


na razpolago le dva rezkalna stroja in stružnica ter nekaj malega ročnega orodja. Mladi delavci na tem področju še niso imeli dovolj izkušenj pri izdelavi in popravilu kokil in priprav.

Po priključitvi livarne k IBT smo dobili sodobne visokotlačne livne stroje Buhler iz Švice. Tako so se spremenila tudi orodja za odlivanje AL izdelkov. Tehnološko so bila bolj zahtevna in prehod na popravila in izdelavo tlačnih orodij je bil težak.

zunanje naročnike. Cilj v letih od 1979 do 1982 izdelati mesečno eno srednjekomplicirano tlačno orodje. Do leta 1982 pa opazimo stagniranje pri izdelavi novih tlačnih orodij, predvsem zaradi pomanjkanja strokovno usposobljenih kadrov in tehnološke zastarelosti opreme v orodjarni.

Delavci orodjarne, kljub slabi opremi in strojem, poskušamo izdelati čimveč tlačnih orodij in drugih naprav za lastne potrebe



Delaj, če boš priden, boš dobil šopek rožic

Tako redko se kdo izmed nas odloči za pisanje, posebno tega, kar misli in čuti. Poleti je prispelo v uredništvo eno takih pisem. Avtor je dal članku dokaj nenavaden naslov, ki smo ga pustili, prav tako tudi besedilo, kot ga je zapisal Feliks Žizek. V uredništvu upamo, da bo članek spodbuda za stran, kjer bi objavljali pisma bralcev, takšna kot bodo prispela.

Zaradi neke nejasnosti sem se pogovarjala z avtorjem, ki je dejal, da je hotel poudariti, da občuduje naše vodstvo, ker mu je uspelo spraviti pod streho MPPAI, vendar je kljub temu še veliko stvari, s katerimi se ne strinja in ga zelo motijo.

V tovarniškem glasilu Aluminij št. 4 je iz vseh treh člankov lepo razbrati kritike na način dela predhodnega vodstva in delovna zagnanost sedanjega, kar je tudi razvidno iz rezultatov. Pri vsem, kar se je dogajalo s projekti oziroma se še dogaja, je dobro vidna vnema in zagnanost tovarišev, ki so bili posebej odgovorni za projekt, saj jih velikokrat srečujemo še v poznih večernih urah v delovni organizaciji. Ugotavljam, da so tako prikrajšani za svoj prosti čas in obremenjujejo živce, ne samo zaradi tovarne, ampak tudi zaradi stvari, ki se godijo zunaj naše ograje. Tu mislim predvsem na našo zakonodajo,

nasprotnike izgradnje v TGA in še kaj. Nema lokrat sem imel občutek, da novinarji nekaterih časopisov niso imeli drugega dela, kot da so vodili psihološki boj proti nam in to brez tehtnih argumentov, ali pa so se sklicevali na to, kar je rekel ta politik ali doktor znanosti, iskali pa so seveda takšne, ki so bili proti nam.

Posebno poglavje so bili delavci, ki so kakorkoli sodelovali pri izgradnji, posredno ali neposredno. Mislim, da je bila večina zaposlenih v našem podjetju, čeprav to ni konkretno opredeljeno. Ves čas je bilo potrebno opravljati oziroma vzdrževati tudi obstoječe naprave in to z manjšim številom

ljudi, da so lahko ostali sodelovali pri izgradnji.

Ob prebiranju člankov in tudi dejansko, je vidno površno obnašanje do dela, delovnih sredstev, energije, okolja itd. Na to pa vpliva, kot je znano vsem, marsikaj, od odnosa do dela, življenjskega standarda, medsebojnih odnosov, neurenosti cen energije in še kaj. Torej velja zakon močnejšega oziroma bolj "pomembnega". Nekaj zmede pa si kroyimo sami z objavljanjem dobrih rezultatov, porabljenih surovin in seveda končnega izdelka aluminija.

S tem se postavljamo v ospredje. Precej dobro pa delavci vedo, kakšno je merilo za takšne pokazatelje oziroma uspehe kot jih slišimo oziroma razberemo iz raznih informacij v nekaterih obvestilih znotraj delovne organizacije. V tujini je za takšno delo, ki ga seveda opravlja delavec, pošteno nagradjen, ne pa izmerjen po nekem ključu v občinskem merilu ali nekakšni branži. Povrh tega pa primerjava osebnih prejemkov z drugimi v republiki, ki nimajo v osebne prejemke všteto toliko dodatkov, ki sledijo iz dela! Torej ni naključje, da imajo delavci enakega profila pri nas z dodatki približno enake prejemke kot v drugih delovnih organizacijah brez dodatkov. Torej gre za nekakšno uravnolovko, vsaj po profilih, pa najsi bo to od nekvalificiranega delavca, pa tja do direktorja. Vsak dobi neko v naprej določeno plačilo. Pri nas vso

zadevo še dodatno zmede povišanje osebnih prejemkov zdaj v eni, zdaj v drugi delovni organizaciji. V eni več, v drugi manj. Tako pride do izničenja vrednosti vloženega dela nekaterih delovnih organizacij, pa če še tako dobro delajo. Izhod je v pravilu: za pošteno delo pravilno ovrednotenje, ne glede na nekakšne predpise, okvire, zakone, odgovore itd.

Po vsej verjetnosti bo po prej omenjenem pravilu plevel padel skozi rešeto, prepričan pa sem, da bi bilo tega manj kot mislimo.

Na žalost imamo še vedno več tistih, ki ocenjujejo delo po onesnaženosti ali kilogramih, vendar je to z novo tehnologijo čisto drugače. Tu gre predvsem za spremljanje procesa, čeprav velja to tudi za prejšnje obrate. Ne smemo pozabiti, da morajo biti na teh delovnih mestih visoko usposobljeni delavci, ki jih ni moč zamenjati vsak čas, prav tako pa se ne dajo ocenjevati po prej omenjenih kriterijih. To pa pomeni, da bo potrebno vsakega delavca pravilno oceniti in za njegovo opravljeno delo pravilno nagraditi. Takrat pa se bo izkazalo, koliko je kdo vreden, oziroma ni, kajti takega bodo delavci sami izločili, če ne bo šel sam.

Upam, da ne bomo ostali pri brigadirskih junaških vzklikih in se zadovoljili z redko enolončnico, potem pa spet s petjem ob delu nadaljevali. Saj vendar že stopamo v tretje tisočletje.

F. Ž.

Skupna vaja v Crikvenici

Naš počitniški dom v Crikvenici ni namenjen samo za letni oddih naših delavcev, koristimo ga tudi ostala društva in organizacije za rekreacijo, zdravljenje ali pa tako kot Moški pevski zbor TGA za skupno vajo pred pričetkom sezone, pevske namreč. S to prakso nadaljujemo že nekaj let in moram reči, da nam naš dom v Crikvenici nudi zelo primerne pogoje za naše delo. Skupno vajo organiziramo običajno na prehodu iz glavne turistične sezone v posezono, ki zna biti po mnenju starejših članov še prijetnejša. V septembru se vreme ponavadi ustali, blaga primorska klima pa prispeva svoje, takoda je ambijent za plodno delo izreden. Tako lahko uspešno združimo prijetno s koristnim. Na skupni vaji so ponavadi prisotni vsi pevci, zato lahko resnično veliko naredimo. Letos smo na primer v treh dneh skupno vadili kar 12 ur, če seveda odštejem še spontano petje ob vsaki priliki, saj pevci k sreči ne potrebujemo inštrumentov, samo malo namažemo (poplaknemo) grla, pa že gre. Za to smo poskrbeli sami, saj brez domačega štejarca, ki ga skrbno prideluje naš član, tudi tokrat ni šlo. Še posebej nam je drago, da nas z največjim zanimanjem poslušajo prav mimoidoči tujci, ki nas večkrat nagradijo s ploskanjem kar iz ulice. Čas seveda ob tem zelo hitro mine in kar težko se je spraviti skupaj še za skupni posnetek, ki nam bo lep spo-



min na še eno uspešno vajo v Crikvenici, za kar ima nemalo zaslug tudi naše osebje v domu, saj se zelo trudijo v okviru možnosti, ki jih imajo.

Pa še nekaj podatkov o našem zboru. Vadimo dvakrat tedensko po dve uri, poje pa redno okoli 18 pevcev. Glasovni sestav je še kar zadovoljiv, pogrešamo le še kakšnega basista in prvega tenorista. Če je med bralci kdo, ki bi to zmoget, naj se nam oglasi. Trenutno imamo zelo bogat program narodnih pesmi, seveda tudi ostalih priredb ne zanemarjamo, tako da nameravamo izvesti kar manjši koncert. Zbor vodi naš že kar dolgoletni zborovodja Ladislav Pulko. V upanju, da nas boste imeli kmalu priložnosti poslušati, vendar ne le na pogrebih, končujem tale zapis.

(B. U.)

Ali res izsiljeni sestanek (v večernih urah), v elektrolizi A, je bilo vprašanje enega od delegatov na seji delavskega sveta?

Ne, je bil odgovor. Nobenega izsiljevanja ni bilo, pač pa le normalen sestanek v času, ko se jih je lahko zbralo največ okrog direktorja, da bi razčistili nekaj trenutnih problemov in predvsem pomirili duhove zaradi benifikacije in aktivne rekreacije, ki so jo delavci v novi elektrolizi, zaradi boljših pogojev dela, izgubili.

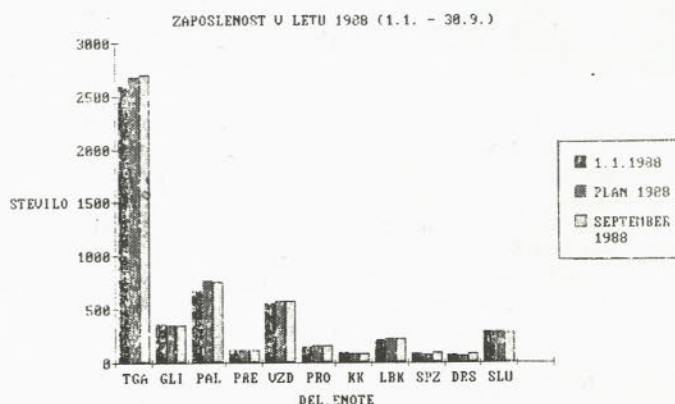
Nagrajevanje po delu ne bo ostalo v predalu

Bilo je lani, ko smo se delavci TGA izrekli za enovito delovno organizacijo. Takoj za tem smo se lotili mikroorganizacije in makroorganizacije in sistema vrednotenja del in nalog ter nagrajevanja.

Obsežno in dokaj občutljivo temo je opravila komisija, skupaj z Zavodom za produktivnost iz Ljubljane, s katerim smo ves čas sodelovali.

Komisija je končala z delom že konec maja. Vse njene ugotovitve je potrebno pregledati, kar bomo storili zopet skupaj z Zavodom, ki bo dodal še svoje pripombe, prav tako pa tudi vsak član kolegija iz svojega področja.

Pričakujemo, da bo po tem sestanku komisija lahko nadaljevala z delom in ga počasi sklenila.



Disciplinski ukrepi

1. Stanislav ŠIROVNIK, mat. štev.: 6223, DE Proizvodnja aluminija, zapustil delovno organizacijo čez zaščitno ograjo, – izrečen ukrep opomin;
2. Milan LIČINA, mat. štev.: 7683, neopravičeno izostal z dela, izrečen ukrep: "prenehanje delovnega razmerja, odloženo za dobo 3. mesecev";
3. Anton MOHORKO, mat. štev.: 6588, neopravičeno izostal z dela, izrečen ukrep: "prenehanje delovnega razmerja, odloženo za dobo 3. mesecev";
4. Franc LETONJA, mat. štev.: 1501, prišel na delo v vinjenem stanju, zaradi česar je povzročil neopravičen izostanek z dela, izrečen ukrep: "prenehanje delovnega razmerja, odloženo za dobo 3. mesecev";
5. Janko LEVANIČ, mat. štev.: 6287, zapustil delovno mesto, medtem pa je prišlo do iztoka aluminija in elektrolita, izrečen ukrep: "opomin";
6. Tonček HORVAT, mat. štev.: 6860, neopravičeno izostal z dela, izrečen ukrep: "prenehanje delovnega razmerja, odloženo za dobo 6. mesecev";
7. Miro GAVRANOVIČ, mat. štev.: 7456, je odgovoren ker je dne 16. 3. 1988 opustil nošenje zaščitnih očal in ker je neopravičeno izostajal z dela, izrečen ukrep: "prenehanje delovnega razmerja" in sicer s prvim dnevom po dokončnosti odločbe;
8. Franc METLIČAR, mat. štev.: 2690, je odgovoren, ker je dne 25. 4. in 26. 4. 1988 malomarno opravljal svoje delo, izrečen ukrep: "javni opomin";
9. Branko RAUŠL mat. štev.: 7784 iz DE Proizvodnja glinice, ker je dne 26. 5. 1988 bil vinjen, zato je bil napoten domov in imel 8. ur neopravičenega izostanka, izrečen ukrep: prenehanje delovnega razmerja, odloženo za dobo 3. mesece;
10. Peter VIDOVIČ, mat. štev.: 7867 iz DE Proizvodnja aluminija, dne 28. 6. 1988 zapustil delovno organizacijo čez zaščitno ograjo, izrečen ukrep – opomin;
11. Drago LJUBEC, mat. štev.: 7796 iz DE Proizvodnja aluminija, dne 28. 6. 1988 zapustil delovno organizacijo čez zaščitno ograjo, izrečen ukrep – opomin;
12. Milan BELŠAK, mat. štev.: 5063 iz DE Proizvodnja aluminija, dne 14. 5. 1988 neopravičeno izostal z dela – 3. ure in ker je dne 7. 6. 1988 spal med delovnim časom, izrečen ukrep: prenehanje delovnega razmerja, odloženo za dobo 6. mesecev;
13. Martin SKLEPIČ, mat. štev.: 5803 iz DE Proizvodnja aluminija, ker je dne 24. 5. 1988 prišel na delo v vinjenem stanju, izrečen ukrep: prenehanje delovnega razmerja, odloženo za dobo 3. mesece;
14. Rajko VOLGAR, mat. štev.: 7725 iz DE Proizvodnja glinice, ker je dne 5. 6. 1988 neopravičeno izostal z dela, izrečen ukrep: "javni opomin";
15. Roman LAMPRET, mat. štev.: 7555 iz DE Proizvodnja aluminija, ker je dne 29. 3. 1988 v kopalnici obrata med prhanjem zaprl dotok hladne vode na prhi, izrečen ukrep – denarna kazen 5 % enomesečne akontacije osebnega dohodka;
16. Venčeslav KMETEC, mat. štev.: 3757 iz DE Proizvodnja aluminija, ker je dne 29. 3. 1988 v kopalnici obrata med prhanjem potem, ko ga je opekla vroča voda, z namenom, da udari LAMPRETA, izrečen ukrep – denarna kazen 3 % enomesečne akontacije osebnega dohodka;
17. Franc PREVOLŠEK, mat. štev.: 6533 iz DE Proizvodnja aluminija, dne 29. 3. 1988 v kopalnici obrata med prhanjem odrinil Venčeslava KMETCA tako, da je padel in si zlomil dva zoba; izrečen ukrep – denarna kazen 3 % enomesečne akontacije osebnega dohodka;
18. Jože ŽUMER, mat. štev.: 6392 iz DE Proizvodnja glinice, ker dne 13. 5. 1988 ni očistil delovnega okolja, izrečen ukrep – "javni opomin";
19. Janez TOPOLOVEC, mat. štev.: 2781 iz DE Promet, dne 6. 4. 1988 bil zaradi vinjenosti odposlan domov, izrečen ukrep – "javni opomin";
20. Senad IBRIČ, mat. štev.: 7630 iz DE LLBK, dne 4. 5., 30. 5. in 24. 6. 1988 neopravičeno izostal z dela, izrečen ukrep – "javni opomin";
21. Petar VUCKOVICKI, mat. štev.: 6763 iz DE Proizvodnja aluminija, dne 27. 5. 1988 neopravičeno izostal z dela – 1 uro, izrečen ukrep – "opomin";
22. Ivan CAJNKO, mat. štev.: 6163 iz DE Promet, dne 20. 5. 1988 malomarno opravljal svoje delo, izrečen ukrep – "javni opomin";
23. Štefan Vidovič, mat. štev.: 2371 iz DE Proizvodnja aluminija, dne 18. 5. 1988 hotel vnesti v DO 1 liter alkoholne pijače, izrečen ukrep – "opomin";

KAKO SMO POSLOVALI

DE Proizvodnja glinice

V mesecu juliju smo proizvedli 8.301 ton Al hidrata Al₂O₃, kar izkazuje indeksom 118 % glede na plan. V sedmih mesecih smo proizvedli 56.626 ton in zaostajamo za načrtovano proizvodnjo 4.031 ton (indeks 93). S proizvodnjo 8.078 ton kalcinirane glinice presegamo plansko postavko za 24 %, v času od I-VII pa prekoračujemo plan za 529 ton (indeks 101). Al hidrata Al₂O₃ smo v juliju proizvedli za prodajo samo 2 tona, v sedmih mesecih pa 790 ton oz. 30 %. Skupna mesečna proizvodnja (kalcinirana glinica in prodani hidrat) znaša 8.080 ton (indeks 117), sedemmesečna pa je 58.819 ton in s to količino za 2 % zaostajamo za planom.

V tabeli II, kjer izkazuje porabo največjih surovin na enoto proizvoda, je razvidno, da smo pri proizvodnji Al hidrata Al₂O₃ v sedmih mesecih porabili 101 % boksita in Na hidroksida, 104 % pare, 87 % žgane apna in 110 % električne energije v primerjavi s planirano porabo.

Pri proizvodnji kalcinirane glinice so doseženi naslednji normativi: toplotna energija (indeks 97), para (indeks 102), Al fluorid (indeks 33) in el. energija (indeks 86). V tej DE smo v juliju proizvedli tudi 822 ton raztopljenega vodnega stekla 38° Be (indeks 101) in 85 ton zeolita A-suhih (indeks 45). Proizvodnja v kumulativnem obdobju I-VII je: raztopljeno vodno steklo 38° Be 5.974 ton (indeks 107) raztopljeno vodno steklo 42° Be 79 ton (indeks 67) in zeolit A-suhih 774 ton (indeks 59).

DE Proizvodnja aluminija

V elektrolizah smo v mesecu juliju dosegli naslednje proizvodne rezultate: hala A 1.536 ton (indeks 90), hala B 669 ton (indeks 209), hala BP 1.433 ton (indeks 61) in hala C 3.481 ton (indeks 105). Skupna mesečna proizvodnja je 7.119 ton in za 7 % ne dosegamo načrtovane postavke. Sedemmesečna proizvodnja pa se je gibala tako: hala A 11.520 ton (indeks 98), hala B 10.188 ton (indeks 95), hala B-P 5.098 ton (indeks 101) in hala C 14.108 ton (indeks 91). Skupaj smo proizvedli 40.914 ton elektrolitskega Al, kar izkazuje s indeksom 95 % glede na plan in 150 % glede na enako obdobje preteklega leta.

Pri proizvodnji elektrolitskega Al so doseženi normativi porabe surovin še kar zadovoljivi, razen električne energije, katera v vseh treh halah presega planske normative.

Julija smo proizvedli tudi 1.353 ton anodne mase in s to količino presegamo plansko postavko za 19 %, od januarja do julija pa znaša proizvodnja 12.591 ton in je večja od predvidene 53 ton (indeks 100). Pri proizvodnji anodne mase smo v sedmih mesecih porabili 97 % petrolkoks in 92 % katranske smole, poraba ostalih surovin pa je enaka planskim normativom.

Julijska proizvodnja anodnih blokov "B", ki znaša 1.670 ton, je 20 % pod planirano količino, proizvodnja anodnih blokov "C", ki znaša 2.076 ton, pa je 2 % nad planirano količino. Proizvodnja anodnih blokov v obdobju I-VII je naslednja: "B" 3.290 ton (indeks 95), "C" 9.715 ton (indeks 121).

V livarni se je proizvodnja livarniškega sortimenta v času I-VII gibala takole: Al formati za prodajo 26.290 ton (indeks 98), Al žice 1.008 ton (indeks 113), Al trak-ozki za pro-

iz tabele I in II je razvidno, kako smo poslovali v mesecu juliju 1988. Kolona indeksi v tabeli I prikazuje proizvodnjo tekočega leta v primerjavi s proizvodnjo v istem obdobju preteklega leta ter odnos dosežene proizvodnje v primerjavi z letnim planom poslovanja 1988.

Tabela I: Dinamika poslovanja — indeksi fizičnega obsega proizvodnje

DE	Enota	Plan poslovanja	DOSEŽENO						INDEKSI				
			1987		1988		1988/87		1988				
			VII	I-VII	VII	I-VII	VII	I-VII	7 : 5	8 : 6	7 : 3	8 : 4	
Proizvod	mere												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
DE Proizvodnja glinice													
Al hidrat Al2O3	t	7.037	60.657	8.705	58.591	8.301	56.626	95	97	118	93		
Kalcinirana glinica	t	6.540	57.500	9.196	57.744	8.078	58.029	88	100	124	101		
Prodani hidrat Al2O3	t	380	2.620	20	1.500	2	790	10	53	—	30		
Skupaj (kalc.g. + prod. hydr.)	t	6.920	60.120	9.216	59.244	8.080	58.819	88	99	117	98		
Raztop. vod. stek. 38°	t	810	5.569	860	5.447	822	5.974	96	110	101	107		
Raztop. vod. stek. 42°	t	17	116	11	93	—	79	—	85	—	67		
Zeolit A-suhi	t	191	1.309	102	1.120	85	774	83	69	45	59		
DE Proizvodnja aluminija													
Elektrolitski Al-hala A	t	1.709	11.741	1.721	12.343	1.536	11.520	89	93	90	98		
Elektrolitski Al-hala B	t	321	10.669	1.955	13.589	669	10.188	34	75	209	95		
Elektrolitski Al-hala BP	t	2.347	5.051	194	1.388	1.433	5.098	738	367	61	101		
Elektrolitski Al-hala C	t	3.306	15.464	—	—	3.481	14.108	—	—	105	91		
Skupaj hale	t	7.683	42.925	3.870	27.320	7.119	40.914	184	150	93	95		
Anodna masa	t	1.135	12.538	3.473	15.857	1.353	12.591	39	79	119	100		
Anodni bloki "B"	t	2.077	3.461	—	—	1.670	3.290	—	—	102	121		
Anodni bloki "C"	t	2.042	8.040	—	—	2.076	9.715	—	—	102	121		
I. Livarna													
Al formati - za prodajo	t	5.275	26.755	2.334	14.511	4.804	26.290	206	181	91	98		
- za izparilce	t	—	—	—	1.356	244	778	—	57	—	—		
Al žica - E Al + P-11	t	130	891	219	1.073	123	1.008	56	94	95	113		
Al trak - ozki za prodajo	t	169	1.164	123	998	126	1.808	102	181	75	155		
- ozki za rondel.	t	445	3.055	319	2.459	590	3.506	185	143	133	115		
Al trak - široki za prodajo	t	440	3.026	129	1.207	—	1.630*	—	116	—	46		
- široki za izparil.	t	427	2.933	327	884	94	1.398	29	158	22	48		
Al zlitine: gnetne	t	511	3.515	671	4.271	808	5.155	120	121	158	147		
livarske	t	524	3.586	262	3.420	384	935	147	27	73	26		
livarske za odlit.	t	154	1.070	—	—	111	860	—	—	72	80		
Predzlit. za last. porabo	t	—	—	6	21	—	87	—	414	—	—		
Drogi za kline in stikala	t	—	—	6	21	—	87	—	414	—	—		
II. DE Predelava aluminija													
Rondelice	t	212	1.455	94	947	266	1.419	283	150	125	98		
Izparilniki	t	203	1.397	156	856	149	1.170	96	137	73	84		
Skupaj I + II	t	8.567	49.374	4.703	32.475	7.772	46.376	165	143	91	94		
Od tega: Blagov. proizvod.	t	7.464	41.789	3.988	27.282	6.628	39.415*	166	144	89	94		
Petaplj. Al za tuje naroč.	t	—	—	250	434	—	2.269	—	523	—	—		
Predelava: rondelice	t	—	—	50	314	—	269	—	86	—	—		
izparilniki	t	—	—	—	309	—	—	—	—	—	—		
tokov. za MPPAI	t	—	—	—	236	—	375	—	158	—	—		
DE LLBK TRBOVLJE													
Al odlitki	t	154	1.070	97	836	110	882	113	106	71	82		

* V blagovni proizvodnji je zajeto 230 ton Al traku vrnjeno iz Impola iz prejšnjih let.

Tabela II: Pregled porabljenih najvažnejših surovin na enoto proizvoda

			Doseženi normativi		Indeksi		
DE	Enota	Planski					
Proizvod	mere	normativ	VII	I-VII	4 : 3	5 : 3	
1	2	3	4	5	6	7	
DE Proizvodnja glinice							
Al hidrat Al2O3							
– boksit	t	2,585	2,627	2,601	102	101	
– Na hidroksid	t	0,1010	0,1013	0,1021	100	101	
– para	t	4,344	4,753	4,500	109	104	
– žgano apno	t	0,0734	0,0806	0,06376	110	87	
– el. energija	kWh	386,495	431,537	424,485	112	110	
Kalcinirana glinica							
– toplotna energija	GJ	5,556	6,100	5,4085	110	97	
– para	t	0,045	0,045	0,046	109	102	
– Al fluorid	t	0,0002	–	0,000065	–	33	
– el. energija	kWh	39,273	36,072	33,869	92	86	
DE Proizvodnja aluminija							
Elektrolitski Al – hala A							
– glinica	t	1,920	1,920	1,920	100	100	
– anodna masa	t	0,559	0,585	0,565	105	101	
– kriolit	t	0,022	0,0257	0,0208	117	95	
– Al fluorid	t	0,040	0,0464	0,0417	116	104	
– el. energija	kWh	17,754	19,013	18,190	107	102	
Elektrolitski Al – hala B							
– glinica	t	1,920	1,920	1,920	100	100	
– anodna masa	t	0,560	0,563	0,519	101	93	
– kriolit	t	0,020	0,038	0,025	190	125	
– Al fluorid	t	0,040	0,062	0,0409	156	102	
– el. energija	kWh	17,501	18,598	17,357	106	99	
Elektrolitski Al – hala BP							
– glinica	t	1,920	1,920	1,920	100	100	
– anodna masa	t	0,560	–	0,560	–	100	
– anodni bloki	t	0,455	1,0495	0,693	231	152	
– kriolit	t	0,030	0,152	0,070	505	233	
– Al fluorid	t	0,040	0,0274	0,0315	69	79	
– el. energija	kWh	15,669	19,687	18,695	126	119	
Elektrolitski Al – hala C							
– glinica	t	1,925	1,925	1,925	100	100	
– anodni bloki	t	0,440	0,602	0,631	137	143	
– kriolit	t	0,001	0,0265	0,0083	–	826	
– Al fluorid	t	0,0175	0,008	0,0144	46	83	
– el. energija	kWh	13,695	13,168	14,135	96	103	
Anodna masa							
– petrolkoks	t	0,67165	0,37836	0,62894	56	94	
– katranska smola	t	0,338015	0,30902	0,31234	91	92	
– zemeljski plin	Sm ₃	4,42	4,42	4,42	100	100	
– el. energija	kWh	150	150	150	100	100	

KAKO SMO POSLOVALI

DE Proizvodnja glinice

V mesecu avgustu smo proizvedli 8.035 ton Al hidrata Al2O3, kar izkazuje z indeksom 116 % glede na plan. V osmih mesecih smo proizvedli 64.661 ton in zaostajamo za načrtovano količino 2.919 ton (indeks 96). S proizvodnjo 7.065 ton kalcinirane gline presegamo plansko postavko za 8 %, v času od I-VIII pa prekoračujemo plan za 1.055 ton (indeks 102). Al hidrata Al2O3 smo v avgustu proizvedli za prodajo samo 6 ton, v osmih mesecih pa 795 ton oz. 27 % planirane količine. Skupna mesečna proizvodnja (kalcinirana gline in prodani Al hidrat) znaša 7.071 ton (indeks 102), v obdobju januar – avgust pa 65.890 ton in s to količino za 2 % zaostajamo za planom.

V tabeli II, kjer izkazuje porabo največjih surovin na enoto proizvoda, je razvidno, da smo pri proizvodnji Al hidrata Al2O3 v osmih mesecih porabili: 101 % boksita, 96 % Na hidroksida, 104 % pare, 88 % žganega apna in 110 % električne energije.

Pri proizvodnji kalcinirane gline so doseženi naslednji normativi: toplotna energija (indeks 99), para (indeks 101), Al fluorid (indeks 29) in električna energija (indeks 87).

V tej DE smo v avgustu proizvedli tudi 530 ton raztopljenega vodnega stekla 38° Be (indeks 65), 27 ton raztopljenega vodnega stekla 42° Be (indeks 159) in 91 ton zeolita A-suhega (indeks 48). Proizvodnja v kumulativnem obdobju I-VIII je: raztopljeno vodno steklo 38° Be 6.503 tone oz. 2 % več kot smo načrtovali, raztopljeno vodno steklo 42° Be 105 ton oz. 21 % manj kot smo načrtovali in zeolit A-suhi 865 ton oz. 42 % manj kot smo predvideli.

V elektrolizah smo v mesecu avgustu dosegli naslednje rezultate: hala A 1.519 ton (indeks 89), hala B 643 ton, hala BP 1.204 tone (indeks 44) in hala C 3.469 ton (indeks 105). Skupna mesečna proizvodnja je 6.835 ton in za 12 % ne dosegamo načrtovane postavke. V osmih mesecih pa je stanje sledeče: hala A 13.039 ton (indeks 97), hala B 10.831 ton (indeks 102), hala BP 6.302 toni (indeks 81) in hala C 17.578 ton (indeks 94). Skupaj smo proizvedli v času od I-VIII 47.750 ton Al, kar izkazuje z indeksom 94 % glede na plan in 153 % glede na enako obdobje preteklega leta.

Pri proizvodnji elektrolitskega Al so doseženi normativi porabe surovin že presegajo planske normative, največje odstopanje je pri kriolitu in električni energiji, katere sta višja v vseh halah.

Avgusta smo proizvedli tudi 974 ton anodne mase in s to količino presegamo plansko postavko za 2 %, od januarja do avgusta pa znaša proizvodnja 13.565 ton in je za 72 ton oz. 1 % večja od plana. Pri proizvodnji anodne mase smo v osmih mesecih porabili 94 % petrolkokska in 92 % katranske smole. Poraba ostalih surovin pa je enaka planskim normativom.

Avgustovska proizvodnja anodnih blokov "B", ki znaša 926 ton, je 55 % pod planirano količino, proizvodnja anodnih blokov "C", ki znaša 2.294 ton, pa je 12 % nad planirano količino. V obdobju I-VIII smo proizvedli anodnih blokov "B" 4.216 ton (indeks 76), "C" pa 12.009 ton (indeks 119).

Iz tabele I in II je razvidno, kako smo poslovali v mesecu avg. 1988. Kolona indeksi v tabeli I prikazuje proizvodnjo tekočega leta v primerjavi s proizvodnjo v istem obdobju preteklega leta ter odnos dosežene proizvodnje v primerjavi z letnim planom poslovanja 1988.

Tabela I: Dinamika poslovanja – Indeksi fizičnega obsega proizvodnje

DE	Proizvod	Enota	Plan poslovanja VIII	DOSEŽENO				INDEKSI			
				1987		1988		1988/87			
				I-VIII	VIII	I-VIII	VIII	7:5	8:6	7:3	8:4
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
DE Proizvodnja glinice											
Al hidrat Al2O3	t	6.923	67.580	8.911	67.502	8.035	64.661	90	96	116	96
Kalcinirana gline	t	6.540	64.040	9.102	66.846	7.065	65.095	78	97	108	102
Prodani hidrat Al2O3	t	380	3.000	6	1.506	6	795	100	53	2	27
Skupaj (kalc. gl. + prod. hid.)	t	6.920	67.040	9.108	68.352	7.071	65.890	78	96	102	98
Raztop. vod. stek. 38° Be	t	810	6.379	949	6.396	530	6.503	56	102	65	102
Raztop. vod. stek. 42° Be17	t	133	2	95	27	105	—	111	159	79	—
Zeolit A-suhi	t	191	1.500	142	1.261	91	865	64	69	48	58
DE Proizvodnja aluminija											
Elektrolitski Al-hala A	t	1.709	13.450	1.712	14.056	1.519	13.039	89	93	89	97
Elektrolitski Al-hala B	t	—	10.669	1.931	15.519	643	10.831	33	70	—	102
Elektrolitski Al-hala BP	t	2.767	7.818	205	1.593	1.204	6.302	587	396	44	81
Elektrolitski Al-hala C	t	3.306	18.770	—	—	3.469	17.578	—	—	105	94
Skupaj hale	t	7.782	50.707	3.848	31.168	6.835	47.750	178	153	88	94
Anodna masa	t	955	13.493	431	16.288	974	13.565	226	83	102	101
Anodni blok "B"	t	2.077	5.538	—	—	926	4.216	—	—	45	76
Anodni blok "C"	t	2.042	10.082	—	—	2.294	12.009	—	—	11	119
Livarna											
Al formati - za prodajo	t	5.367	32.122	2.522	17.063	4.703	30.993	184	182	88	96
- za izparilnice	t	—	—	59	1.415	344	1.122	583	79	—	—
Al žice - E Al + P-11	t	130	1.020	93	1.166	—	1.00	—	86	—	99
Al trak - ozki za prodajo	t	169	1.333	216	1.214	184	1.992	85	164	109	149
- ozki za rondelice	t	445	3.500	306	2.765	443	3.949	145	143	100	113
Al trak - široki za prodajo	t	440	3.466	68	1.275	—	1.630*	—	128	—	47
- široki za prodajo	t	427	3.360	148	1.032	—	1.398	—	135	—	42
Al zlitine: gnetne	t	511	4.027	570	4.841	712	5.867	125	121	139	146
livarske	t	524	4.109	108	3.528	363	1.298	336	37	69	32
livar. za odlit.	t	154	1.224	—	—	103	963	—	—	67	79
Predzlit. za lastno porabo	t	77	605	71	653	93	655	131	100	121	108
Drogi za kline in stikala	t	—	—	—	21	54	141	—	671	—	—
Pretap. Al za tuje naroč.	t	—	—	396	830	—	2.269	—	273	—	—
Predelava tokovod. za MMPAI	t	—	—	—	236	—	374	—	158	—	—
DE PREDELAVA ALUMINIJA											
Rondelice	t	212	1.667	148	1.095	214	1.633	145	149	101	98
Izparilniki	t	203	1.600	95	951	139	1.309	146	138	68	82
Predelava: rondelice	t	—	—	16	329	—	269	—	82	—	—
Izparilniki	t	—	—	—	309	—	—	—	—	—	—
DE LLBK TRBOVLJE											
Al odlitki	t	154	1.224	114	951	120	1.002	105	105	78	82
Blagovna proizvodnja	t	7.710	50.568	3.964	32.084	6.435	46.732	162	146	83	92

* V blagovni proizvodnji je zajeto 230 ton Al traku vrnjeno iz Impola iz prejšnjih let.

V livarni se je proizvodnja livarniškega asortimenta v času I-VIII gibala takole: Al formati za prodajo 30.933 ton (indeks 96), Al žice 1.008 ton (indeks 99), Al trak-ozki za prodajo 1.992 ton (indeks 149), Al trak-ozki za rondelice 3.949 ton (indeks 113), Al trak-široki za prodajo 1.630 ton (indeks 47), Al trak-široki za izparilnike 1.398 ton (indeks 42), gnetne zlitine 5.867 ton (indeks 146), livarske zlitine 1.298 ton (indeks 32), livarske zlitine za odlitke 963 ton (indeks 79), predzlitine za lastno porabo 655 ton (indeks 108), tokovodniki in drogi za kline 141 ton, pretapljanje Al za tuje naročnike 2.269 ton ter predelava tokovodnikov za MMPAI 374 ton.

DE Predelava aluminija

V tej DE smo v avgustu proizvedli 214 ton rondelice (indeks 101) in 139 ton izparilnikov (indeks 68). Proizvodnja rondelice je v času od I-VIII nižja od načrtovane količine, proizvodnja izparilnikov pa je 1.309 ton in je 18 % nižja od planske postavke. Od januarja do avgusta smo v tej DE predelali tudi 269 ton rondelice za tuje naročnike.

DE LLBK Trbovlje

S proizvodnjo 120 ton Al odlitkov mesečno za 22 % zaostajamo za planirano količino. Prav tako je tudi proizvodnja od začetka leta do avgusta, ki znaša 1.002 ton, nižja od planirane za 222 ton oz. 18 %.

Iz prikazanih podatkov je razvidno, da je mesečna blagovna proizvodnja Al proizvodov 6.435 ton in ne dosega načrtovane količine za 17 %. V času od I-VIII pa znaša 46.732 ton in prav tako ne dosegamo planske postavke za 3.836 ton oz. 8 %.

* V blagovni proizvodnji je zajeto 230 ton Al traku vrnjeno iz Impola iz prejšnjih let.

Tabela II: Pregled porabljenih najvažnejših surovin na enoto proizvoda

DE Proizvod	Enota mere	Planski normativ	Doseženi normativi		Indeksi		
			VIII	I-VIII	4 : 3	5 : 3	
1	2	3	4	5	6	7	
DE Proizvodnja glinice							
Al hidrat Al2O3							
– boksit	t	2,583	2,625	2,604	102	101	
– Na hidroksid	t	0,10067	0,0618	0,09706	61	96	
– para	t	4,344	4,521	4,503	104	104	
– žgano apno	t	0,0734	0,07057	0,0646	96	88	
– el. energija	kWh	386,495	426,059	424,681	110	110	
Kalcinirana glinica							
– toplotna energija	GJ	5,556	6,067	5,480	109	99	
– para	t	0,045	0,045	0,0455	100	101	
– Al fluorid	t	0,0002	–	0,00006	–	29	
– el. energija	kWh	39,273	37,391	34,251	95	87	
DE Proizvodnja aluminija							
Elektrolitski Al – hala A							
– glinica	t	1,920	1,920	1,920	100	100	
– anodna masa	t	0,559	0,613	0,570	110	102	
– kriolit	t	0,022	0,0322	0,022	147	101	
– Al fluorid	t	0,040	0,0555	0,0433	139	108	
– el. energija	kWh	17,754	18,395	18,214	104	103	
Elektrolitski Al – hala B							
– glinica	t	1,920	1,920	1,920	100	100	
– anodna masa	t	0,560	0,710	0,530	127	95	
– kriolit	t	0,020	0,1416	0,032	708	159	
– Al fluorid	t	0,040	0,0595	0,042	149	105	
– el. energija	kWh	17,501	19,230	17,468	110	100	
Elektrolitski Al – hala BP							
– glinica	t	1,920	1,920	1,920	100	100	
– anodna masa	t	0,560	–	0,560	–	100	
– anodni bloki	t	0,455	0,6325	0,681	139	150	
– kriolit	t	0,030	0,081	0,072	270	240	
– Al fluorid	t	0,040	0,0404	0,0332	101	83	
– el. energija	kWh	15,669	17,127	18,396	109	117	
Elektrolitski Al – hala C							
– glinica	t	1,925	1,925	1,925	100	100	
– anodni bloki	t	0,440	0,598	0,624	136	142	
– kriolit	t	0,001	0,0225	0,0111	2,250	1,107	
– Al fluorid	t	0,0175	0,0174	0,015	100	86	
– el. energija	kWh	13,695	13,306	13,975	97	102	

* Programirani normativi

Po sledovih sindikalne šole

V sindikalni šoli pred letom in pol, se je naš sodelavec Zdravko Jernejšek lotil socialne teme z naslovom "Možnosti za izboljšanje delovnih pogojev v delovni organizaciji".

Kako vidi težave in kaj predlaga, je zapisal v obširni

nalogi. Pravi, da je tema vedno aktualna, zato želi, da jo preleti še kdo, ki bi mogoče lahko vplival na izboljšanje razmer.

Za začetek o prehrani delavcev in prevozu na delo.

Prehrana delavcev

Z organizirano družbeno prehrano med delom se želi delavcu omogočiti, da bi nadomestil med delom izgubljeno energijo in tako ohranil zdravje, dobro počutje in delovne sposobnosti.

Obrat družbene prehrane je izven delovne organizacije. Od same delovne organizacije je oddaljen 1 km. Vso pripravljeno hrano za vse izmene, je potrebno z vozilom pripeljati v delovno organizacijo in ga razvoziti po delilnih mestih.

Po pregledu inšpekcijskih služb, je iz njihovega poročila razvidno, da nekatera delilna mesta ne ustrezajo higijenskemu minimumu. So pomanjkljivo opremljena oziroma zanemarjena in umazana. Zaradi razdrobljenosti delilnih mest je cena obroka zelo visoka pa tudi kvaliteta malice ni na zavidljivi ravni, prav zaradi prevoza. V obratu družbene prehrane pripravljajo za delavce tople, hladne in dietne obroke. 80 % zaposlenih, ki koristijo to možnost organizirane prehrane med delom, je relativno dober uspeh, saj je ta odstotek delavcev, ki uživajo hrano iz obrata družbene prehrane iz leta v leto večji.

V obratu družbene prehrane se trudijo pripravljati kvalitetne malice, kar z ozirom na število obrokov, različno strukturo zaposlenih delavcev in ostale specifičnosti ni enostavno. Po delilnih mestih so razdelili knjige, v katere delavci lahko vpišejo pripombe glede malice.

Zaradi različne težavnosti dela, se dogaja tudi to, da so za nekatere delavce, ki delajo v težjih delovnih pogojih in težjimi fizičnimi obremenitvami malice prešibke.

Pri KOOS TGA "Boris Kidrič" Kidričevo imamo

komisijo za družbeni standard.

Ta ima naslednje naloge:

- spremlja kvaliteto malice,
- sodeluje pri sestavljanju jedilnika (mesečno)
- sodeluje pri regresiranju cene za počitniške kapacitete,
- pregleduje delilna mesta in zbira pritožbe preko knjige vtisov,
- predsednik komisije sodeluje pri razdeljevanju počitniških kapacitet.

Predlogi:

– smatram, da malico podražuje med drugim, visoka režijska – poiskati možnosti za zmanjšanje režijskih delavcev v ODP

– razdrobljenost delilnih mest stacionirati na eno lokacijo znotraj delovne organizacije

– malica naj bi se pripravljala znotraj delovne organizacije, se pravi tudi kuhinja za kuhanje malice naj bi bila znotraj delovne organizacije, tako bi odpadel prevoz malice, ki pogojuje visoko ceno in slabo kvaliteto malice – delavcem, kateri delajo preko polnega delovnega časa omogočiti kosilo, tudi takrat kadar je potreba po nadurem delu bila podana najkasneje 2 ure pred iztekom rednega delovnega časa

– izboljšati obroke suhe malice

– izboljšati obroke dietne malice

– glavno kuharico in kuharje vsaj enkrat letno seznaniti z novitetami v kuhinjah družbene prehrane – seminarji, predavanja in izmenjavah izkušenj

– delavce v kuhinji ustrezno stimulizirati oziroma nagraditi, predvsem kuharje, saj opravljajo zelo zahtevno in odgovorno delo

domove v bližini delovne organizacije.

Večina delavcev, 84 % je vozačev, od teh se polovica vozi z lastnimi prevoznimi sredstvi, na kar najbrž vplivajo slabe možnosti prevoza z javnimi prevoznimi sredstvi glede na delo v izmenah, posebej pa še ob državnih praznikih in ob nedeljah.

Vsak delavec dobi delno povrnjene potne stroške prevoza od kraja bivanja pa do delovne organizacije in nazaj.

Pri prevozi delavcev iz kraja bivanja pa do delovne organizacije imajo največje nevšečnosti tisti, ki morajo med prevozom na poti v službo presedati – oziroma menjati prevozno sredstvo, da lahko prispejo pravočasno na svoje delovno mesto.

Tu se pojavlja problem povrnitve potnih stroškov, saj jim ustrezna služba dostikrat ne upošteva teh stroškov, ampak jim obračunava pri povrnitvi stroškov tako, kot da bi se pripeljali z direktnim prevoznim sredstvom.

Predlogi

– vsem vozačem, predvsem iz oddaljenih krajev, povrniti dejanski strošek, katerega imajo ob prevozu na delo in nazaj

– razmisliti o tem, da bi se delavcem kupovale mesečne vozovnice za potrebe prevoza na delo

– v delovni organizaciji naj bi se preko delegatskega sistema bolj aktivno vključila v modernizacijo cest predvsem iz tistih smeri, iz katerih se vozijo njeni delavci.



Soferji



Skladiščnik

Prevoz na delo

Pod dnevno migracijo je razumeti dnevni prihod na delo iz krajevnih skupnosti, izven krajevnih skupnosti, v katero spada delovna organizacija TGA "Boris Kidrič".

Največ zaposlenih (37 %) prebiva v krajevni skupnosti Kidričevo, torej v neposredni

bližini tovarne. Na drugem mestu so delavci, katerih krajevne skupnosti mejijo na krajevno skupnost Kidričevo (36 %), vključno s Ptujem, kar je najbrž pogojeno s tem, da ima delovna organizacija Kidričevo v Kidričevem in v Ptuju okrog 700 stanovanj, precej delavcev pa si je zgradilo

Zaradi neusklajenosti dosedanjega Pravilnika BVP z Zakonom o kreditno-hranilnih službah in blagajnah vzajemnih pomoči Predsedstvo KOOS TGA daje v javno obravnavo novi Pravilnik BVP, ki je v skladu z zahtevami zakona.

Rok za razpravo in pripombe je do 28. 10. 1988. Pripombe oddajte predsednikom OOS v DE in Službah.

Na temelju 26. člena Pravil o organiziranosti in delovanju sindikalne Konference DO TGA "Boris Kidrič" Kidričevo in na podlagi 44. člena zakona o kreditno-hranilnih službah in blagajnah vzajemne pomoči (Uradni list SRS št. 4/80) je Konferenca sindikata na seji dne sprejela

PRAVILNIK

BLAGAJNE VZAJEMNE POMOČI KOOS V DO TGA "BORIS KIDRIČ" KIDRIČEVO

I. SPLOŠNE DOLOČBE

1. člen

S tem Pravilnikom delavci urejajo (v nadaljnjem besedilu člani BVP) namen, organe upravljanja BVP, včlanjevanje, način dodeljevanja posojil in druga vprašanja, ki so vezana na poslovanje BVP.

2. člen

BVP KOOS v DO TGA "Boris Kidrič" Kidričevo je prostovoljna organizacija, ustanovljena po sklepu delovnega kolektiva z dne 15. 9. 1952.

3. člen

Blagajnja posluje v okviru KOOS DO.

4. člen

Namen blagajne je varčevanje za dajanje pomoči članom blagajne v obliki posojila.

II. ORGANI UPRAVLJANJA

5. člen

Organi blagajne so:

1. zbor članov blagajne
2. upravni odbor blagajne
3. blagajnik
4. knjigovodja
5. nadzorni odbor blagajne

a) Zbor članov blagajne

6. člen

Zbor članov blagajne je najvišji organ blagajne. Naloge zbora opravlja konferenca sindikata, ki zlasti:

- odloča u ustanovitvi in prenehanju blaganje;
- sprejema pravilnik o poslovanju in upravljanju blagajne;
- obravnava in odloča o sprejemu letnih poročil upravnega odbora, blagajnika in nadzornega odbora blagajne;
- voli upravni odbor blagajne;
- sprejema zaključni račun blagajne;
- daje obvezna navodila organom upravljanja za delo, ki se tiče poslovanja blagajne.

7. člen

Zbor članov odloča na letni Konferenci osnovnih organizacij sindikata DO TGA.

Zbor članov zaseda, če tako zahteva upravni odbor, nadzorni odbor.

8. člen

Sklepi zbora članov so veljavni, če jih sprejme najmanj polovica vseh članov konference.

b) Upravni odbor blagajne

9. člen

Upravni odbor upravlja in zastopa blagajno. Naloge upravnega odbora so:

- informira člane blagajne in druge delavce o delu in načinu poslovanja blagajne;

Vse člane obveščamo, da zaradi sprememb ne bo več kreditov, deleže pa lahko dvignete vsako sredo na blagajni.

Prispevek bomo prenehali odtegovati 15. 11. 1988.

Vse deleže bomo izplačali do 31. 12. 1988.

V primeru sprejema novega Pravilnika BVP se bo ta začel uporabljati predvidoma 1. 1. 1989.

10. člen

Upravni odbor šteje pet članov. Člani upravnega odbora iz svojih vrst na ustanovni seji izberejo predsednika odbora, blagajnika in knjigovodja blagajne.

Upravni odbor vodi in zastopa predsednik, ki je tudi odgovoren za izvrševanje sklepov odbora. V njegovi odsotnosti ga nadomešča član odbora, ki ga določi ostali člani odbora.

Člani upravnega odbora se volijo za dve leti in so po poteku tega obdobja lahko znova izvoljeni.

c) Blagajnik

11. člen

Blagajnik izvršuje sklepe upravnega odbora in opravlja naslednje naloge:

- izplačuje posojila članom blagajne;
- izplačuje sredstva vplačanih članarin ob prenehanju članstva;
- enkrat mesečno poroča upravnemu odboru o delu blagajne, na koncu leta pa zboru članov.

12. člen

Knjigovodja izvršuje sklepe upravnega odbora in opravlja naslednje naloge:

- vodi evidenco o članih blagajne;
- vodi evidenco o vplačanih denarnih sredstvih (članarina).

13. člen

Blagajnik in knjigovodja imata za svoje delo pravico do mesečne nagrade v višini, ki jo določi upravni odbor.

Nagrada se izplačuje mesečno iz sredstev blagajne in je v soodvisnosti od rasti OD v DO.

d) Nadzorni odbor

14. člen

Nadzorni odbor blagajne nadzoruje delo upravnega odbora, knjigovodje in blagajnika ter odloča o pritožbah zoper odločitve upravnega odbora.

Nadzorni odbor je dolžan najmanj dvakrat letno pregledati poslovanje upravnega odbora in blagajnika in ukreniti vse potrebno, da se poslovanje blagajne odvija v skladu s tem pravilnikom.

Na koncu leta poroča Konferenci sindikata o svojem delu.

15. člen

Nadzorni odbor šteje pet članov.

Člani nadzornega odbora se izvolijo izmed članov blagajne.

III. POGOJI ZA VČLANJEVANJE IN PRENEHANJE ČLANSTVA

16. člen

Član blagajne lahko postane vsak zainteresirani delavec, član sindikata DO TGA.

Zainteresirani delavec postane član blagajne, ko da pismeno izjavo o pristopu, s katero sprejema akte blagajne ter soglaša, da se mu od prvega naslednjega izplačila osebnega dohodka dalje odteguje prispevek za blagajno (v nadaljnjem besedilu: članarina).

17. člen

Člani blagajne lahko postanejo praviloma zainteresirani delavci, ki so zaposleni za nedoločen čas.

18. člen

Dolžnosti člana blagajne so:

- da redno plačuje članarino blagajne;
- da redno vrača dodeljeno posojilo;
- da spoštuje odločitve organov upravljanja in se ravna po aktih blagajne.

19. člen

Članstvo v blagajni preneha:

- po pismeni izjavi člana, da izstopi iz blagajne;
- če članu preneha delovno razmerje;
- s smrtjo člana;
- na podlagi sklepa upravnega odbora o izključitvi iz članstva blagajne;

20. člen

Upravni odbor izključi člana iz blagajne, če ta s svojim ravnanjem krši akte blagajne in sicer:

- če ovira ali onemogoča redno plačevanje članarine blagajne ali redno vračanje posojila;
- če kot član oganov upravljanja blagajne izkoristi svoj položaj, da pridobi sebi ali drugemu več koristi, kot bi mu šle po aktih blagajne;
- če vpliva na člane organov blagajne, da bi mu dodelili posojilo v trenutku, ko do tega ne bi imel pravice.

Zoper sklep o izključitvi iz blagajne ima član pravico pritožbe v 15 dneh od prejema sklepa pri nadzornem odboru blagajne.

21. člen

Član blagajne, ki želi izstopiti iz članstva blagajne, mora to pismeno sporočiti najkasneje mesec dni pred izstopom.

Član, ki izstopi iz blagajne, ostane pa v delovnem razmerju, se ne more ponovno včlaniti pred pretekom enega leta od prenehanja članstva.

22. člen

Članu, kateremu je prenehalo članstvo v blagajni, se vrne vplačana članarina v blagajno v roku 30 dni od dneva prenehanja članstva. Od članarine se predhodno odtegne nepovrnjeno posojilo, če do tega roka ni bilo vrnjeno.

Članarina, katere vračilo se ne zahteva v roku enega leta, postane last blagajne.

IV. PLAČEVANJE ČLANARINE V BLAGAJNI IN DODELJEVANJE POSOJIL

23. člen

Sredstva blagajne se oblikujejo iz članarine, ki jo člani plačujejo ob vsakokratnem izplačilu akontacije osebnega dohodka v določenem znesku od svojega čistega osebnega dohodka in iz drugih virov. Sredstva članarine se ne obrestujejo.

Višino članarine določa upravni odbor blagajne ob začetku leta in ob polletju.

Članarina se plačuje ne glede na to, ali je član zaprosil za dodelitev posojila in tudi v času vračanja posojila.

24. člen

Sredstva blagajne se vodijo pri Kreditni banki Maribor, enota Ptuj, na hranilni knjižici št.

Obvezna rezerva na hranilni knjižici so denarna sredstva v višini eno-mesečne članarine.

25. člen

Člani blagajne imajo pravico do posojila po določbah tega pravilnika. Posojilo se daje za dobo pet mesecev.

Najvišji znesek, do katerega se lahko dodeli posojilo določi upravni odbor ob začetku leta in ob polletju, glede na razpoložljiva sredstva.

26. člen

Skupaj z danim posojilom je član dolžan vrniti tudi obresti od izposojenega denarja, ki znašajo 10 %.

27. člen

Posojilo se odobri na podlagi pismene prošnje člana. Prošnja mora vsebovati:

- ime in priimek prosilca in rojstne podatke;
- znesek posojila, ki se naj dodeli;

Prošnja za posojilo se odda v Tajništvo DPO TGA, da se zavede v evidenco (datum sprejema).

28. člen

Posojilo izplačuje blagajnik na podlagi sklepa o dodelitvi posojila, ki ga podpišeta predsednik in blagajnik.

29. člen

Posojila se izplačujejo enkrat na teden. Dan določi upravni odbor blagajne.

30. člen

Članu se lahko dodeli novo posojilo šele, ko je vrnil prej dodeljeno posojilo v celoti.

V izjemnih primerih se lahko članu dodeli novo posojilo še preden je v celoti vrnil prej dodeljeno posojilo.

V. KNJIGOVODSKA EVIDENCA

31. člen

Knjigovodsko evidenco o poslovanju blagajne vodi knjigovodja blagajne.

Knjigovodska evidenca zajema vse podatke in listine, ki omogočajo spremljanje poslovanja blagajne.

32. člen

Podatki, pomembni za knjigovodstvo blagajne, so podatki o plačanih članarinah, dodeljenih posojilih in vrnjenih posojilih.

Listine, pomembne za knjigovodstvo blagajne, so prošnje in sklepi o dodelitvi posojila in blagajniški izdatki (potrdilo o izplačilu posojila).

33. člen

Podatki in listine pomembni za knjigovodstvo blagajne se hranijo najmanj 3 leta, razen podatkov o vplačanih članarinah, ki se hranijo od začetka članstva do enega leta o prenehanju članstva posameznega člana.

VI. PRENEHANJE BLAGAJNE

34. člen

Blagajna preneha, če tako sklene zbor članov, ali če se zaradi izstopa število članov zmanjša pod 20 % vseh članov blagajne.

35. člen

Zbor članov blagajne, potem ko ugotovi, da so izpolnjeni pogoji za prenehanje blagajne, določi rok v katerem mora upravni odbor izvesti postopek prenehanja blagajne. Ta rok ne sme biti krajši od 1 meseca in ne daljši od 6 mesecev.

36. člen

Med postopkom prenehanja blagajne je treba ugotoviti finančno stanje blagajne, izterjati še nepovrnjena posojila in izplačati članarino članom blagajne.

37. člen

Če po izplačilu članarin ostanejo denarna sredstva v blagajni se le-ta dodelijo KOOS DO za dvig družbenega standarda delavcev DO.

V primeru, da ni dovolj sredstev za izplačilo članarin se denarna sredstva za izplačilo članarin zmanjšajo vsem članom blagajne v enakem odstotku.

38. člen

Po izvedenem postopku da upravni odbor poročilo zboru članov.

Ko zbor članov sprejme poročilo upravnega odbora o izvedenem postopku prenehanja blagajne, istočasno s sklepom odloči, da je blagajna prenehala obstajati.

VII. KONČNA DOLOČBA

39. člen

Ta pravilnik začne veljati z dnem, ko je bil sprejet na Konferenci OOS DO TGA. Uporablja se od

**Predsednik Konference osnovnih
organizacij sindikata TGA
"Boris Kidrič" KIDRIČEVO:
Janez Kotar**



Srečanje delavcev bratskih občin

V okviru aktivnosti bratstva in prijateljstva, sedaj že trinajstih občin Hrvaške in Slovenije, je tudi vsakoletno srečanje delavcev sodelujočih občin. Letošnje srečanje, ki je bilo v soboto, 24. septembra, je organiziral Občinski sindikalni svet Lendava, ki je letos nosilec aktivnosti srečanj. Na srečanje so bili povabljeni v glavnem delavci športniki, ki so se pomerili v šahu, malem nogometu, odbojki, streljanju z zračno puško in pikadu. Prek tristo se jih je zbralo.

Športno tekmovalni del srečanja sta organizirali komisija za šport pri

občinskem svetu sindikata in osnovna šola Drago Lugarič, ki je dala na voljo prostore in vse športne objekte. Tudi zanimiv kulturni program so nam priredili učenci te šole. Kot je ravnatelj šole, Štefan Berke, že v pozdravu opozoril, je bil program v madžrskem, hrvaškem in slovenskem jeziku, saj je šlo za srečanje dveh republik in manjšine.

Med športniki so bili najuspešnejši delavci iz Maribora-Tezno pred Ormožanci in Čakovčani.

V športnih večerih so se pomerili tudi delavci občinskih svetov in sicer v



Udeleženci srečanja iz Ptuja. Med njimi naše: Ana, Dragica, Majda in Anka

ribolovu (umetne ribe), metanju obročkov in pikadu. Najuspešnejši so bili Ptujčani pred Lendavo in Mariborom-Tezno.

Dobra organizacija, za kar gre zahvala predvsem predsedniku komisije

za šport in rekreacijo pri OS ZSS Lendava, Treziki Danko, je prispevala k prijetnemu vzdušju, zato je tudi tekmovalcem bilo srečanje in preskušanje sposobnosti pomembnejše kot rezultati.

L. C.



Bravo, Majda



Ptajska ekipa lovi ribe

Zahvala ob odhodu v pokoj

Ob odhodu v pokoj bi se rad zahvalil svojim sodelavcem druge izmene hale A za prejeto darilo.

Prav tako pa bi se rad zahvalil izvršnemu odboru osnovne organizacije sindikata DE Proizvodnja aluminija za darilo in pogostitev, ki jo je organiziral izvršni odbor v obratu družbene prehrane. Zahvaljujem se predsedniku osnovne organizacije sindikata DE Marjanu Lenartu za tople besede, ki nam jih je izrekel ob tem slovesu.

Vsem nekdanjim sodelavcem in tovarišem, ter izvršnemu odboru osnovne organizacije sindikata DE Proizvodnja aluminija želim mnogo delovnih uspehov in iskrenih tovarištev še mnoga leta. Lep pozdrav!

**Vaš nekdanji sodelavec
Janez Lovrenčič,
Mestni vrh**

V spomin Milanu Longhinu

Dragi Milan!

Polna čudovitih sanj, idealov in ciljev, je človeška usoda. Vsak od nas si želi živeti dolgo in lepo, želi biti obdan z ljubeznijo in dajati vso svojo življenjsko moč in energijo v skupno zakladnico človekove kulture, znanja in premoženja, tako tistega privatnega, takšen kot si pa bil ti Milan, pa predvsem družbenega, našega skupnega. Ni nam znano od kod si črpal toliko energije, dana ti je bila takšna življenjska moč, ki te je gnala vedno naprej, da si lahko vedno dajal toliko od sebe in da si vedno v naprej vedel, kaj je potrebno storiti, da bo prihodnost kolektiva dobra, da bo delovna organizacija v pozitivnih tokovih, ki je ne bodo pestile gospodarske težave oz. se bo gospodarskim težavam znala prilagoditi in jih obiti.

Vsaka smrt je hud udarec za družino, za prijatelje in za sodelavce pokojnega. Še posebej je težko, če izgubimo človeka, ki nam je bil posebej drag in za katerega vemo, da je mnogo pripomogel k boljšemu življenju in da je umrl v letih, ko bi lahko še mirno živel in užival sadove svojega napornega življenja, toda mnogokrat se zgodi, da starka s koso zadene ravno takrat, ko človek konča s svojim delom in reče: Tako sedaj bom pa lahko počival. Od človeškega življenja tako najpogosteje ostane le delo in trpljenje.

Milan je bil dolgoletni sodelavec v Tovarni glinice in aluminija "Boris Kidrič" v Kidričevem. Danes ga ni več. Vzel ga je demon našega časa — rak. Ta divja neobzdržana razširajoča ekspanzija celic v človeškem telesu je še enkrat ubila dušo in srce velikega, sposobnega, odločnega človeka, ki se je ves čas svojega dela ukvarjal s finančno in ekonomsko problematiko in jo uspešno vodil. V naši delovni organizaciji je opravljal najodgovornejše finančne posle skozi 15 let — v letih 1959 do 1973. V tem času je tovarna prešla skozi več faz modernizacije in razširitve in prav njegova skrb je bila: zagotovitev finančne konstrukcije, za kar je bilo tudi v tistem obdobju potrebno mnogo naporov, mnogo osebnega odrekovanja, predvsem pa poznavanje gospodarske situacije. Milan je čutil ob tem potrebo tudi po osebnem izraževanju in izpopolnjevanju, zato je moral temu posvetiti mnogo prostega časa.

Med nami je mnogo takih, ki bi se mu radi še enkrat zahvalili za vso pomoč, predvsem pa nasvete, ki jih je tako nesebično dajal tudi za reševanje osebne problematike. Mnogim je naredil razne usluge in jim priskočil na pomoč, ko je komu bila potrebna. In zato, ker je bil takšen, ker se nikoli ni kregal s sodelavci in ljudmi, ampak je vedno skušal najti skupni jezik z njimi, pa čeprav je zato moral sam popustiti, smo ga vsi, ki smo ga poznali, imeli radi in ga spoštovali. Hudo nam je, ker ga ni več med nami in hvaležni smo mu za vse, kar nam je dobrega storil, pa tudi za to, da nam je pokazal, kako mora biti človek močan v trenutkih najhujših preizkušenj, kako ne smemo nikoli obupati, ampak vedno vztrajati do konca, saj je to edino kar žene posameznika in cloveštvo naprej.

Na koncu naj izrečem v imenu celotnega delovnega kolektiva Tovarne glinice in aluminija "Boris Kidrič" Kidričevo, družbenopolitičnih organizacij in v svojem lastnem imenu iskreno in globoko sožalje, ženi, sinu in vsemu ostalemu sorodstvu.

Naj ti bo lahka domača zemlja!

aluminij

Izdaja delavski svet tovarne glinice in aluminija "Boris Kidrič" Kidričevo — Uredniški odbor sestavljajo: Majda Zadavec, Mojca Cafuta, Viktorija Petauer, Majda Lampret, Srečko Širovnik, Rajko Topolovec, Marija Korada, Franc Sagadin, Ciril Majcen, Janez Liponik, Vera Peklar (odgovorna urednica). Fotografije: Stojan Kerbler, dipl. ing. Grafična priprava: Studio Linea, Trubarjeva 11, tel. (062) 24-716, Maribor. Tisk: Ptajska tiskarna, Ptuj. Člani kolektiva in upokojenci dobivajo list brezplačno. Rokopisov in slik ne vračamo. Naklada 3400 izvodov. Oproščeno temeljnega prometnega davka po mnenju Sekretariata za informiranje pri IS Slovenije št. 321/172 z dne 24. oktobra 1975.