

Tosama

Interni časopis TOSAME p.o. · Št. 2 · Februar 1994 · Leto XXIX · Izhaja od oktobra 1965

KUPITI ALI NE KUPITI

Glavni udeleženec v okviru lastninskega preoblikovanja je vsekakor država, ki želi s privatizacijo doseči dvoje; restrukturirati podjetja in povečati učinkovitost gospodarjenja. To pomeni, da država želi iz samoupravnih (javnih) podjetij, ki so praviloma slabše učinkovita, ustvariti zasebna podjetja, v katerih naj odgovornost za poslovanje prevzamejo lastniki podjetij. Zasebna lastnina in tržno samostojna podjetja pa so hkrati sestavni del tržne družbe, ki jo želimo vzpostaviti in ki je kompatibilna z evropsko strukturo družbe.

Drugi udeleženec tega posla so politiki, ki se zavedajo, da je lastnina in z njo ekonomska moč še vedno glavni vzrok za globalno prerazdelitev politične moči od delavstva k lastnikom kapitala.

Pomemben udeleženec je tudi menedžerska struktura, ki si prizadevajo izkoristiti enkratno podjetniško priložnost, ki jo ponuja lastninjenje. V ta namen izkoriščajo vse zakonske možnosti za menedžerski prevzem podjetja.

Končno pa so tu še večinski udeleženci igre, to so zaposleni v podjetjih. Privatizacija za njih pomeni mučeniško dejanje ali kot neko očiščenje, saj so bili dosedaj lastniki nekaj kar ni bilo njihovo (družbena lastnina), istočasno pa varčevali in se odpovedovali osebnim dohodkom za nekaj, kar morajo zdaj ponovno kupiti. Zaposleni mora-

jo zato v procesu lastninjenja igrati aktivno vlogo, ker se kljub očitni opeharjenosti ponujajo ugodne možnosti, da si nekaj "minulega dela" na cenen način pridobijo nazaj.

Kako ravnati pri tej mešanici interesov? Kako se odločati? Kam vložiti denar? Ali izbrati privatizacijsko metodo: notranjega odkupa in tako postati večinski delničar? Zaposleni v podjetju morajo predvsem vedeti, da ima odkup podjetja s strani zaposlenih tudi nekaj ekonomskih sla-

Nekateri imenujejo privatizacijo, ki sedaj poteka v Sloveniji posel stoletja. V ta posel smo posredno vključeni skoraj vsi državljani, saj smo dobili možnost, da kupimo nekaj delnic s pomočjo lastniških certifikatov. Udeležence tega posla lahko primerjamo z igralci pokra, saj se ne ve, kdo bo po končani igri dobil ali izgubil.

bosti. Notranji lastniki podjetja (zaposleni) imajo predvsem kratkoročne interese. Predvsem želijo visoke osebne dohodke in

čim višje dividende, manj pa so zainteresirani za dolgoročne naložbe in z njim povezano tveganje. Podjetje v večinskem lastništvu zaposlenih in države (skladi) tudi ni preveč zanimivo za vlaganje svežega privatnega kapitala, ker se ta boji samoupravljanja in ostan- kov socialistične miselnosti v podjetju. Istočasno pa tudi zaposleni niso pripravljeni sprejemati zunanji kapital, ker bi s tem ogrozili svoj lastninski in upravljalški monopol.

Uspešnost podjetja je tudi lahko manjša, ker samonadzor poslovanja ni tako radikalen kot je zunanji nadzor, ko so v nadzornem svetu zunanji delničarji. Notranji nakup je tudi po svoji vsebini bolj primeren za manjša in srednja podjetja, kjer je povezanost in motivacija zaposlenih izredno velika. In na koncu, notranji odkup ni primeren za neučinkovita podjetja, ker se z odkupom še slabi ekonomsko moč in možnosti za preživetje podjetja.

In vendar se podjetja odločajo predvsem za notranji odkup. Zakaj? Glavni razlog



GREMO NAPREJ

Blagovna znamka

Izraz **blagovna znamka** v zadnjem času vse pogostejše slišimo, (predvidam upajmo) pa, da bo prave razsežnosti dobil v najnovejši akciji "Kupujmo slovensko!". Blagovna znamka ni samo ime ali enotna embalaža izdelkov, ampak je poleg tega še vse tisto, kar si pod določenim imenom predstavlja potrošnik. Kaj si le-ta predstavlja, pa je odvisno od tega, kako smo blagovno znamko predstavili, pri čemer ključno vlogo odigra ustrezna reklama.

Vedeti moramo namreč, da pridobljenost blagovne znamke ni odvisna le od kvalitete ali cene, ampak tudi od psihološkega vpliva na bodoče kupca. Navadno se pod blagovno znamko "skriva" več proizvodov in raziskave so pokazale, da je nastopanje večih istovrstnih proizvodov pod eno blagovno znamko tržno uspešnejše, kot pa, če bi ti proizvodi na trgu nastopali posamično. Da se tega zavedamo tudi v TOSAMI, dokazujeta naši blagovni znamki VIRIANA in KOBACAJ.

Ime ji je Viriana ...

Pod blagovno znamko Viriana nastopa celoten asortiman izdelkov za žensko intimno higieno. Ime ohranja povezavo z dosedanjimi izdelki VIR (higienski vložki) in nadaljuje kontinuiteto poimenovanja Tosaminih izdelkov z izpeljankami krajevnega imena VIR (Virkol, Virfix, Virteks itd.) Izdelki Viriana so tehnološko izboljšani,

odeti v privlačnejšo embalažo in sortirani po vpojnosti in namembnosti. Dosedanji dnevni vložek (VIR 30) ali bolje - higienska zaščita, se predstavlja pod imenom **Viriana slip extra**. Ostaja, razen imena, nespremenjen. Od higienske podloge **Viriana slip normal** se loči po tem, da je



slednji brez zaščitne folije. Viriano slip normal smo doslej proizvajali le za tuji trg, na domačem pa predstavljamo novost.

S ponosom lahko predstavimo tehnološko povsem nov, tanek a močno vpojen vložek **Viriana perfect extra**,

ki je prekosil dosedanje kvaliteto Tosaminih vložkov in ga zlahka primerjamo s tovrstnimi izdelki najuglednejših svetovnih proizvajalcev. Pričakujemo velik tržni uspeh tega izdelka in prve raziskave že kažejo, da povsem upravičeno.

Viriana perfect extra se predstavlja tudi v različici posamičnega pakiranja, kar je dobrodošla in že dolgo pričakovana novost. Pestri ponudbi tujih proizvajalcev bo ob enaki kvaliteti in bistveno nižji ceni nedvomno kos. Zaradi prednosti novega vložka bomo opustili proizvodnjo Vir 70, Vir 90 in Vir 90 plus.

V prihodnosti pa se napovedujejo z novo podobo in z nekaterimi tehnološkimi izboljšavami še **Viriana natur normal** (sedanji VIR extra), **Viriana natur extra** (sedanji Vir 80) in **Viriana perfect super** (sedanji Vir 60).

Paleta izdelkov VIRIANA zaokružujejo **Viriana tamponi normal**, ki ga odlikujeta čvrstost in lažje dosegljiva vrvica.

Embalaži izdelkov blagovne znamke VIRIANA smo posvetili posebno pozornost. Ne glede na način pakiranja (vrečka z vrvico, škatla) je design enoten, razpoznaven na prvi pogled. To je namreč tudi eden od predpogojev za uspeh blagovne znamke. Odločili smo se za preprosto in upajmo učinkovito enotno podobo, ki posamezne izdelke v okviru blagovne znamke difrencira le po barvi: Viriana slip normal: vijolične barve z oranžnim VIRIANA napisom
Viriana slip extra: oranžne barve z vijoličnim VIRIANA napisom
Viriana perfect extra: vijolične barve z zelenim VIRIANA napisom
Viriana tamponi normal: zelene barve z roza VIRIANA napisom.

K o b a c a j i v r t i m o s v e t

Dosedanji Tosamin otroški program

je, predvsem dolgoletna tradicija samoupravljanja pri nas, ki je kot nekakšen predhodnik lastništva zaposlenih, utrdil v ljudeh prepričanje, da so sposobni upravljati s podjetji prav tako dobro kot posamezni lastniki. Drugi razlog za utemeljenost notranjega odkupa je, da se z notranjim odkupom zmanjša odtujenost lastnikov in zaposlenih in poveča motivacijo zaposlenih za delo, saj delajo tudi zase. Tretji razlog za notranje lastništvo je tudi atraktivnost tega načina lastninjenja, saj se s certifikati in potrdili ter s 50 % popustom lahko pridobi precejšen del lastni-

štva nad podjetjem. Močan razlog za olastninjenje z ustreznim odkupom je tudi mentaliteta in struktura zaposlenih v slovenskih podjetjih. Večinoma so to ljudje iz bližnje okolice, ki so z družinskimi, prijateljskimi in sosedskimi vezmi povezani med seboj, kar daje garancijo, da bodo tako dobro kot sodelujejo v kraju, na delovnem mestu in še kje drugje, sodelovali tudi pri upravljanju podjetja v smislu njegovega napredka in razvoja.

Če v tej zmešnjavi politike, ekonomije, sociologije in čudaštva skušamo najti recept za naše podjetje, je ja-

sno predvsem to, da moramo igrati aktivno vlogo, kajti deli se premoženje, ki smo ga soustvarjali tudi mi. Ponudila se nam je zgodovinska priložnost, da postanemo "narod gospodarjev" in prepričan sem, da smo zato dejanje tudi dovolj zreli in usposobljeni. Podjetje Tosama je po velikosti sicer na zgornji meji, kar se tiče primerčnosti za notranji odkup, vendar pa rezultati poslovanja, visok delež lastnih sredstev in usidranost na slovenskem trgu dajajo dovolj garancij, da se smelo lotimo olastninjenja po načinu notranjega odkupa. Največjo garancijo pa

vidim v zaposlenih podjetja, saj mislim, da skoraj ni "tosamovca", ki ni pripravljen nekaj denarja žrtvovati, da bi končno lahko rekel, to je naša Tosama, brez strahu, da bi mu kdo očital, ni vaša, ampak je družbena, državna, ali pa ne vem katera še!

Pravilen odgovor, na uvodoma postavljeno vprašanje, je seveda da, kajti verjetno bomo več dobili, kot izgubili.

Poiskati je treba vse možnosti, da se kupi čim večji delež delnic, kajti pred nami je kupčija stoletja in ne bi bilo dobro, če jo zamudimo.

J. L.

smo zaokrožili v "družinsko" blagovno znamko KOBACAJ.

Imena ni potrebno posebej razlagati, saj vemo, da predstavlja starostno obdobje otroka, ki uporablja izdelke nove blagovne znamke.

Glavnino otroškega programa predstavljajo izboljšane hlačne plenice Kobacaj za enkratno uporabo. Izdelane so v dveh izvedbah, kar predstavlja pri tem izdelku posebno novost: plenica za punčke ima zunanjo folijo roza barve, superabsorbens pa je nanešen v "rogovilo" plenice. Plenica za fantke pa ima zunanjo folijo modre barve, superabsorbens pa je nanešen nad "rogovilo" plenice. To pa še ni vse! Plenica ima tudi ojačano (dvoplastno) jedro, površinsko vlaknovino prilepljeno na jedro in dvojno obnožno elastiko za boljše tesnenje. S tako izboljšano, bivšo hlačno plenico SAMO super oz. sedanjim Kobacajem, smo dosegli evropsko kvaliteto in se precej približali vodilnemu Pampersu.

"Družino" KOBACAJ sestavljajo še Kobacaj vložne plenice (dosedanje nočne), Kobacaj tetra plenice, Kobacaj kaliko plenice, Kobacaj plenične predloge, Kobacaj povijalne rutice, Kobacaj hlačke JANA in Kobacaj hlačke TOSAMA ter nazadnje še Kobacaj palčke (bivše bebi palčke).

Zaščitne hlačke TONI in MAJA so izven nove blagovne znamke, njihova embalaža je ostala nespremenjena.

Tudi izdelki blagovne znamke KOBACAJ so enotno opremljeni, razpoznavni pa so po nežnih barvah in posrečeni maskoti Kobacaja.

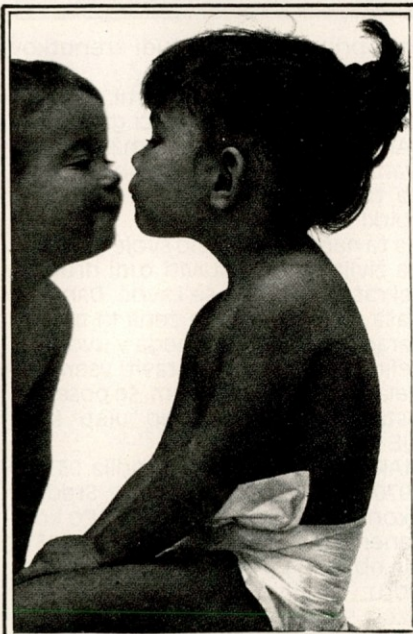
Promocija

Predstavitve nove blagovne znamke je zahtevna naloga. Obsega celo paleto propagandnih prijemov, s katerimi ne smemo skopariti, če hočemo doseči željeni učinek. Preprosto rečeno, novo blagovno znamko je treba predstaviti v takšni obliki in v takšni količini, da se "udomači" v podzavesti potencialnih kupcev. Danes že lahko rečemo, da je bila promocija Tosaminih novih dveh blagovnih znamk, VIRIANE in KOBACAJA, čeprav še ni v celoti končana, uspešna.

Viriano propagiramo s TV spotom, ki se je začel predvajati 17. januarja in se je v tem mesecu odvrtel 24-krat. V februarju pa ga bomo na malih zaslonih videli 45-krat. To predstavitev smo dopolnili s celostranskimi časopisnimi oglasi v reviji JANA. Tudi na opremo prodajnih mest nismo pozabili, saj vemo, da odločitev za nakup večkrat dozori šele v trgovini. Pripravili smo Virianin ogledni karton, s katerim smo opremlili 1200 prodajnih mest: trgovin, drogerij, lekarn S kratkim, prijaznim, informativno - propagandnim pismom smo se obr-

ZAPIS NOVIH DVEH BLAGOVNIH ZNAMK IN OBRAZI Z REKLAMNIH SPOTOV

KOBACAJ



Viriana

nili na poslovne partnerje, ki kupujejo naše izdelke.

Predstavili smo jim izdelke in način promocije.

Do kupcev pa smo sklenili stopiti tudi osebno. Srečali smo se že s poslovnimi partnerji s Prekmurja in Štajerske, z informativnimi srečanji pa bomo nadaljevali tudi v drugih delih Slovenije. Na podoben način je potekala tudi promocija Kobacaja, zlasti pa sta bili odmevni TV in radijska predstavitve. Reklamni spot na TV je bil predvajan 62-krat.

Rezultati Gralove raziskave "oglaševalski odmev", ki tedensko meri

všečnost in gledanost TV oglaševalskih filmov (objavljeno v časopisu Delo) so pokazali, da se je tudi naš Kobacaj v januarju znašel na prvem mestu.

Posebej pa je "sedla" v srce tudi Kobacajeva pesmica, ki jo brundajo že otroci v vrtcih....

VIRIANA in KOBACAJ stopata torej z roko v roki v konkurenčni boj. Opremljena z rezultati poglobljenih tehnoloških in tržnih raziskav sta za pot dobro pripravljena. Z njima bo tudi odločitev Slovencev za akcijo "Kupujmo slovensko" lažja. Srečno pot!

TOSAMIN IZBOR

MARJANA GRUJIČ

Bil je 8. februar, slovenski kulturni praznik, ki ga že vrsto let posvečamo spominu na dan smrti največjega slovenskega pesnika dr. Franceta Pre-



vanj prihodnosti pa tudi trenutkov preteklosti, sedanjosti

In tako so nastajale pesmi, ki jih je leta 1990 ob 25. obletnici glasila TOSAMA s pomočjo ZKO Domžale, prof. Ivana Sivca, Črtomirja Frelaha in seveda tudi podjetja TOSAMA objavila v zbirki KAPLJA KRVI.

Na ta način ji je uspelo svoje gledanje na življenje predstaviti tudi drugim. Takrat se je pisala še Lavrič. Danes je naša sogovornica že žena in mati. Zaradi vsega povedanega v uvodu jo želimo поблиžje predstaviti vsem sodelavkam in sodelavcem, še posebno tistim, ki jim ni bilo dano "ujeti" KAPLJE KRVI.

MARJANA GRUJIČ se je rodila 03. 08. 1970 v Ljubljani. Končala je Srednjo ekonomsko šolo v Kamniku. Po končanem šolanju se je zaposlila v TOSAMI, ob delu pa študira na EPF v Mariboru.

Vzela sva si čas in pogovor je stekel. Prvo o otroštvu, seveda.

"Vsega kar se spominjam iz otroštva

Zelo so me "zanimali" predvsem tehnični predmeti, ure še najbolj. Kar hitro sem jih znala "popraviti". Veliko in rada sem se družila z vrstniki in bila nas je cela soseska dovolj. Počeli smo vse mogoče, včasih tudi kaj takega, da me je mami skoraj morala po ritki.

Ko sem pričela obiskovati OŠ na Rodici, tja sem hodila vseh osem let, sem svoj značaj bistveno spremenila. Hitro sem pozabila interese preteklosti, postala sem resnejša. Prično sem se učila in v prostem času najraje brala knjige. Najprej vse iz domačih polic, nato veliko knjig Karla Maya. Všeč so mi bile "napete" zgodbe in tudi zgodbe z ljubezensko vsebino. Branje me je literarno bogatilo in ve-

**MARJANA GRUJIČ (LAVRIČ)
– AVTORICA PESMI, KI SO
IZŠLE V KNJIŽICI Z NASLO-
VOM KAPLJA KRVI (1990)**

liko sem premišljevala o vsebini zgodb, ki sem jih prebrala v knjigah.

Morda me je prav zaradi tega včasih "prišlo" in če se pravilno spominjam, sem že v 4. razredu napisala svojo prvo pesem. Kasneje pa jih je bilo še zelo veliko. Profesorici za slovenščino so bile zelo všeč. Velikokrat me je pohvalila in tudi vspodbujala k pisanju novih pesmi.

Preostanek prostega časa sem rada izrabila za igranje odbojke, še veliko raje pa sem bila vratarka pri rokometu. Tudi narava mi je blizu, zelo rada jo imam, zato se z veseljem spominjam nekaterih tur, ki smo jih opravili

šerna. Prevzela ga je poezija in v združenju duhovno- estetskih hotenj so nastajale pesem za pesmijo, ki so se skupaj z ZDRAVLJICO za večno stkele v dediščino neprecenljive vrednosti za ves slovenski narod.

Ljudje smo različni. Različnih misli, hotenj in tudi različnih čustev. Notranja hotenja te enostavno postavijo v trenutek časa, ko razmišljaš, premisliš in dokončno reagiraš, kot Marjana GRUJIČ, naša sodelavka, ki je enega od svojih trenutkov, predanega pisanju pesmi, zabeležila takole:

MOJA PESEM

*Mojo pesem s pogledom zažgi,
zažgi, jo uniči, naj srce me boli!*

*Le naj me boli,
le naj krvavi!*

*Iz krvavenja, trpljenja
in ljubezni nova pesem vzcveti.*

Marjanine predanosti čustev trenutkov, so na koščke papirja zabeležile še veliko misli, občutkov, predvide-



je bilo lepo. Ko sta mami in oče hodila v službo, sta bili moji varuški prababica in stara mama. Kljub temu, da sem edinka v družini, sem znala zaposliti otroško radovednost, zato sta morali biti moji varuški kar urni in pazljivi. Bila sem zelo živahna deklica.

s starim očetom in staro mamo. Bolj sem odrasčala, bolj se mi je odpiralo obzorje najrazličnejših interesov in hotenj.

Z Marjano sva se pogovarjala še o marsičem, na primer tudi o odločitvah pri izbiri poklica.



"To je resnično zelo težka odločitev. Tudi sama sem imela kar nekaj težav. O končni odločitvi sem izbirala med administrativno, medicinsko in tekstilno šolo. Zelo me je mikalo tudi družboslovje - študij tujih jezikov. In končno, odločila sem se oditi na Srednjo ekonomsko šolo v Kamnik. Prav nič mi ni žal izbire smeri. Bolj se je odmikal čas šolanja, trdneje sem spoznavala, da je to "tisto pravo". Imela sem veselje, kot nekoč, ko sem se še igrala razne "ekonomske igrice". Rada sem bila trgovka, bančna uslužbenka.... Med počitnicami sem prihajala na delo v Tosamo. Tukaj sem opravila tudi vso obvezno prakso in končno tudi pripravniški izpit. Ker sem delala na različnih delovnih mestih, sem podjetje zelo dobro spoznala. Vesela sem bila sprejema in službo, še posebej zato, ker mi ni bilo potrebno menjati delovnega okolja. Trenutno dela v ERS - stroškovno računovodstvo."

O nadaljnjem pisanju pesmi se nisva veliko pogovarjala, kot bi pomenilo, da so v Marjani zamrla notranja hotenja - želja navdiha. Pa ni tako. Še so nastajale in še bodo nastajale pesmi, ko bo čas za to. Še lepše in bogatejše! Je pač tako, da življenje, če to želiš, mora poznati pravo in smiselno pot, ki ti da novih moči, spoznanj in v tebi odkrije tisočero novih in novih želja. Nekaj takega v življenju je prav gotovo to, da si ustvariš družino. Tudi Marjana jo je. V podjetju je spoznala Saša in po dobrem letu dni sta sklenila zakonsko zvezo.

"Res je lepo", pravi, "če se razumeš in če v skupnem življenju vidiš vizijo prihodnosti. To najino skrb, da bo družinsko življenje še popolnejše vsekakor dopolnjuje najina 3-letna Maja, ki me bolj in bolj spominja na dni mojega otroštva. Vesela je in razigrana, polna domišljije. In prav je

tako, kajti zdrav in srečen otrok je nedvomno tudi velik del tvoje osebne sreče."

Nekaj besed sva v pogovoru namenila tudi študiju ob delu na EPF (Ekonomske pravni fakulteti) v Mariboru, ki ji poleg družine in službe pomeni trenutno glavno skrb. Če bo po sreči, pravi, bo tudi ta zahtevna naloga kmalu končana.

"Realistka sem," nadaljuje, "človek, ki živim in prisegam le na današnji in jutrišnji dan. Zgodovina ima vsekakor svoje bogastvo, a je žal le čas, ki se ne more vrniti. Zato včasih preprosto ne razumem ljudi, ki tako radi razmišljajo o preteklosti!"

Kakorkoli že, prihodnost ostaja želja, hrepenenje ... tudi tvoje MARJANA. Ko bo čas in hotenje v tebi narekovalo, da napišeš pesem, pesmi, le daj. Tudi te bodo nekoč, morda že jutri, zgodovina, polna tvojih, samo tvojih trenutkov časa, ko nam boš morda v novi zbirki hotela povedati vse, bodosi o sreči, veselju ali žalosti, bodisi o dokazovanju, da je duševna sreča lepša, mnogo lepša od materialne, ali pa kot v besedah iz pesmi TRENUTKI ŽIVLJENJA, ko praviš:

*Leti, človek, leti kot ptica,
bodi svoboden, nasmejana naj bodo
tvoja lica,
kajti veseli tvoj žar zame je dar.
Leti, človek, bodi nebo,
bodi poezija,
naj svoboda ti bo mila.*



Za tvojo predanost kulturi ob kulturnem prazniku je najin pogovor v TOSAMINEM IZBORU kot nalašč trenutek, naš trenutek, da se ti zahvalimo in ti iskreno čestitamo z najlepšimi željami za prihodnje.

M. Š.

MOJA MISEL

*Misel v meni
se rojeva,
ko duša čustva
lepa izžareva.*

*O misel,
ti ptica uporna,
nikoli nisi se ujela,
nikoli nisi se izpela ...*

*in v družbi
nerada se izgovoriš,
a če se, izgoriš,
izgoriš in se izgubiš ...*

*pa v kletki ustnic
peruti razprostiraš,
a nikoli ne poletiš,
ker se sveta "bojiš".*

Marjana Grujić

SODELAVCI

V tej številki Tosame so s svojimi pismenimi prispevki sodelovali: Albina Kosmač org., Alojzija Korbar-Tacar, Janez Leskovec dipl.oec., Sonja Rode, Marjan Štrukelj, Melita Ulčar in Feliks Vodlan ing.

Objavljene fotografije (razen arhivskih) je posnel Jože Vidmar.

Grafična oprema časopisa, oblikovanje in risbe: Feliks Vodlan ing.

Računalniška obdelava tekstov: Tinca Ocvirk.

Grafična postavitev časopisa: Bojan Rabzelj PAPIROTI, vse iz papirja, Krško d.o.

Avtorjem posameznih prispevkov se uredniški odbor zahvaljuje za sodelovanje in vabi vse druge sodelavce k sodelovanju v glasilo.

TOSAMINE DROBTINICE

PODARJENI POTNI LISTI AMERIČANOM

Britanska turistična organizacija je sklenila dogovor z Virgin Atlantic organizacijo iz ZDA. Ponudila je podaritev potnega lista 90 % Američanom, ki niso še bili srečnejši in potovali v tujino. Samo 25 milijonov Američanov od skupno 250 milijonov celotne populacije ZDA ima potni list. Lansko leto je prišlo v Evropo 7 milijonov Američanov, kar je le 1 milijon več kot v letu 1990.

Pri celem strošku potovanja pa je vrednost potnega lista zanemarljiva in podaritev le - tega bi Britaniji prinesla veliko več koristi v smislu promocije obiska Britanije, kot pa je sama vrednost darila.

Bi lahko Slovenija uvedla isto?

A. K.T.

VSI HIGIENSKI VLOŽKI VIRSKÉ TOVARNE

Izdelek, ki ga je virska tovarna izdelovala od samega začetka naprej, je bil ženski higienski vložek.

Od leta 1923 je bila izdelana na Viru množica različnih tovrstnih izdelkov, ki so bila tudi raznoliko poimenovana.

Vsekakor pa je bilo od vseh različnih imen vložkov najbolj razširjeno ime VIR, saj so bili Virci praktično pol stoletja sinonim intimne ženske higiene v okolju, ki je pripadalo tedanji Jugoslaviji.

Če so se Virci z Viriano res poslovili, potem res drži tista misel, da je vsake pesmi enkrat konec, čeprav po drugi strani tudi drži tisto, o nesmrtnosti dobrih pesmi.

Sicer pa pogledjmo, kako simpatična (ali pa tudi ne) imena so imeli (oziroma imajo) higienski vložki iz virske tovarne.

Kocjančič&drug je izdeloval različne higienske vložke, med tiste, ki so bili posebej poimenovani, so sodili izdelki:

PI-BO, TOSCA, LILIPUT in LOLA.

Vata oziroma kasnejša Tosama je (do-

slej) poznala (razen krajšega sodelovanja s švedsko firmo MÖlnlycke v sedemdesetih letih) le Virce (z ali brez dodatne oznake).

Sem so sodili:

VIR, VIR EKSTRA, VIR VESNA, VIR 30, VIR 55, VIR 60, VIR 70, VIR 80, VIR 90, VIR 90 PLUS ter VIR TAMP.

V času licenčnega "švedskega sodelovanja" sta bila v ponudbi Tosame higienska vložka; kot dopolnitev obstoječega programa, noviteta ter za metek ponudbe "evropskega" tipa: MIMOSEPT in MIMOSEPT KOMFORT.

Ime, ki ga zdaj dobivajo virski higienski vložki je VIRIANA, ki ga Tosama ponuja v naslednjih komercialnih variantah:

VIRIANA SLIP NORMAL, VIRIANA SLIP EXTRA, VIRIANA PERFECT EXTRA, VIRIANA NORMAL

ter v prihodnje še:

VIRIANA NATUR NORMAL, VIRIANA NATUR EXTRA in VIRIANA PERFECT SUPER.

Uporabnice naj bi vložke z novim imenom ugodno sprejele, verjetno bo nekoliko težje prepričati slaviste,

F. V.

individualne delovne uspešnosti v vsebini kot je bila dana v javno obravnavo s korekcijo razpona negativne in pozitivne satimulacije do -20 in do +50 %.

Sprejme se relativno razmerje med skupami v vsebini kot je bilo dano v javno razpravo.

Vrednost grup se v januarju korigira z ozirom na drugačno število dni, kot je bilo v decembru, tako dobljene osnove se povečajo še za 18 %.

Za osebne dohodke nenormiranih del za mesec januar se upošteva 5 % stimulatívni del.

Osební dohodki se sprotí prilagajajo kolektivni pogodbi, prav tako se sprotí prilagajajo vrednosti urne postavke.

Pregledati je potrebno kriterije - merila za cilje, ki bodo v kontekstu doseganja realizacije - povezava z mesečnim načrtom.

Po 3 mesecih se naredi analiza tega sistema, pobude naj prihajajo iz delovnih sredin, vodje del v tem času dajo predloge za spremembo opisa del in nalog ter ovrednotenje za tista delovna mesta, za katera se meni, da imajo velik vpliv na proizvodnjo, pa v tem sistemu niso zajeti.

O vseh spremembah se informira delavski svet in bo po 3 mesecih ponovno sklepal o spremembah sistema nagrajevanja.

ERS se pooblašča, da samostojno prilagaja vrednost kategorij osebnih dohodkov številu plačanih dni v mesecu iz meseca v mesec tako, da se s tem mesečno bruto izplačilo ne bo spreminjalo.

KRONIKA

V mesecu januarju 1994 je Komisija za delovna razmerja sprejela na delovno mesto stroškovni knjigovodja za določen čas - za 9 mesecev - prijavnico Kosec Urško.

Člani so potrdili sporazum med podjetjema Induplati in Tosamo o zaposlovanju presežnih delavcev v podjetju Induplati v podjetju Tosama, za dobo enega mesec, oz. do dokončanja dela.

Za določen čas, do konca meseca februarja so sprejeli 23 delavk, ki so bile prijavljene na Zavodu za zaposlovanje.

Odobreni so bili stroški tečajev tujih jezikov: Alojziji Korbar- Tacar (italijanski), Dušanu Osolin org. in Vinku Ocepku oec. (angleški). G. Ocepku pa so bili odobreni tudi stroški šolanja na II. stopnji ekonomske fakultete, s tem, da mu pri omenjenem študiju manjka samo še en izpit in diploma.

Delavski svet je sprejel sklep, da se članom organov upravljanja (delavski

svet, gospodarski odbor, komisiji za delovna razmerja in družbeni standard, komisija za vzpodbujanje in usmerjanje ustvarjalnosti pri delu in komisija za odpis med letom) pripada sejnina v višini 1.000 SIT od posamezne seje, predsednikom, oz. namestnikom, ki vodijo sejo v predsednikovi odsotnosti pa 3.000 SIT. Sejnine se izplačujejo mesečno in se izplača tudi za leto 1993.

Povišajo se cene izdelkom v predlagani višini s strani komercialnega sektorja in sicer od 01.02.1994 dalje. Sprejme se sprememba 38. člena pravilnika o normah in normiranju v vsebini kot je bila dana v javno obravnavo.

Sprejme se organizacijski predpis - fakturirana mesečna neto realizacija - v vsebini kot je bilo dano v javno obravnavo in osnova v mio SIT in kot je bilo navedeno v predhodnem stavku.

Sprejme se organizacijski predpis -

DELOVNI IN OSEBNI JUBILEJI V MESECU JANUARJU

V mesecu januarju so delovni jubilej 10 letnico delovne dobe izpolnili naši sodelavci:

PIVEC MARTINA, ŽNIDAR ANDREJA

20 letnico delovne dobe:

KLARIČ IVA

KRIŽMAN OTON

PLANINC FRANCKA

30 letnico delovne dobe:

ČERNOHORSKI VUKOSAVA

C e s t i t a m o !

V preteklem mesecu so praznovali okrogle živiljske jubileje naslednji sodelavci:

Petdesetletnico PERVINŠEK ANTON
Štiridesetletnico HRIBAR MARTINA,
KOPRIVŠEK MARJAN

Ob tej priliki vsem želimo še mnogo zdravih in uspešnih let.

Osnove v mesecu februarju

Nagrade mentorjem in inštruktorjem
5.730,90 SIT/176 ur

Delo v deljenem delovnem času s

- prekinitvijo nad 2 uri
9.551,60 SIT/176 ur

Dnevnice za službena potovanja v državi

- cela dnevnic 3.820,60 SIT
- polovična dnevnic 1.948,50 SIT
- znižana dnevnic 1.413,60 SIT

Kilometrini z osebnimi vozili

20,60 SIT/km

Stroški za prevoz na delo

- oddaljenost do 4 km
150,00 SIT/dan
- oddaljenost od 4 km do 8 km 190,00 SIT/dan
- oddaljenost od 8 km do 12 km 260,00 SIT/dan
- oddaljenost od 12 km do 16 km 300,00 SIT/dan
- oddaljenost nad 16 km
350,00 SIT/dan

Odpravnine ob odhodu v pokoj

143.274,00 SIT

Osnove za izračun deleža delovne učinkovitosti šoferjev in spremljevalcev

- prevožen kilometer s tovorom
3,13 SIT
- tekoči kilometer 2,09 SIT
- spremljevalec tovora
1,27 SIT

■ Albina Kosmač

ZAHVALE

Ob smrti mojega očeta REMS VIKTORJA se iskreno zahvaljujem sodelavkam in sodelavcem iz sanitetne konfekcije za denarno pomoč, izrečeno sožalje in udeležbo na njegovi zadnji poti.

Zahvaljujem se tudi sindikatu za izkazano pozornost in Oktetu TOSAMA za odpete žalostinke.

Breda Petrovič

Ob boleči izgubi mojega dragega SLAVCA GRILJ se iskreno zahvaljujem sodelavkam in sodelavcem iz tkalnice širokih tkanin, ter sindikatu TOSAMA za denarno pomoč, izrečeno sožalje in udeležbo na njegovi zadnji poti.

Zahvaljujem se tudi Oktetu Tosama za odpete žalostinke.

Brigita Cerar

Ob boleči izgubi moje drage mame JULIJANE OREHEK se zahvaljujem sodelavkam in sodelavcem pripravljalnice, tkalnice širokih tkanin in sindikatu za izrečene sožalje ter denarno pomoč.

Zahvala velja tudi Oktetu Tosama za zapete žalostinke.

Pavla Keršič

Ob smrti mojega očeta PAVLA LEVCA se iskreno zahvaljujem vsem sodelavkam in sodelavcem iz oddelka tkalnice širokih tkanin, pripravljalnice, ter sindikatu Tosama.

Hvala tudi vsem za izraženo sožalje.

Joži Rems

Klubu upokojencev se najlepše zahvaljujem za obisk v bolnišnici in darilo. Kolektivno pa še veliko delovnih uspehov.

Regina Urankar

TOSAMA NAGRAJUJE

Koncem lanskega leta smo poskušali izvesti s telefonsko anketo pri nekaterih bralcih Tosame, kateri prispevki o iztekajočem se letu, so jim najbolj vtisnili v spomin.

"Anketa" je zajela le majhen del dobitnikov časopisa Tosama, je pa vseeno pokazala, da je enoletno obdobje, kar predolgo za kolikor toliko realno oceno zanimivosti posameznih objavljenih prispevkov. Saj, kdo se pa spomni kaj je obedoval pred štirinajstimi dnevi.

Zato smo se letos v uredniškem odboru domenili, da poskušamo od bralcev bolj tekoče dobivati mnenje o prispevkih, ki bodo bralcem najbolj "sedli v srce".

Vsaka dva meseca bomo objavili vprašalnik za izbiro naj prispevkov v zadnjih dveh izdajah Tosame.

Bralci TOSAME, ki bodo omenjeni vprašalnik izpolnili in oddali v Tosamin nabiralnik, bodo sodelovali v žrebanju za nagrado TOSAME.

Če torej želite na določen način sodelovati pri oblikovanju časopisa Tosama in če želite sodelovati v nagradnem žrebanju, potem preberite in si dobro oglejte svoje tovarniško glasilo ter izberite vaše NAJ 3 prispevke za zadnja meseca.

Vsak izpolnjen vprašalnik, bo v žrebanju sodeloval dvakrat; in sicer pri obdobjem žrebanju, ter ob letnem izboru naj prispevka po izboru Tosaminih bralcev.

F. V.

JANUAR, FEBRUAR 1994

V TOSAMAH IZ PRETEKLIH DVEH MESECEV SEM SI NAJBOLJ Z ZANIMANJEM OGLEDAL PRISPEVKE:

1. _____

2. _____

3. _____

IME IN PRIIMEK _____

NASLOV _____

IZPOLNJEN KUPONČEK ODDAJTE V TOSAMIN NABIRALNIK DO 20. V MESECU.

NAJ
Tosama



– Predstavitev Tvornice Kocjancić leta 1946 v Jaršah



– Tovarna sanitetnega materiala na razstavi leta 1953 v Osjeku

PETROSPEKTIVA REKLAMIRANJA TOSAME

Slikovni prikaz sodelovanja virske sanitetne tovarne na nekaterih sejmskih oz. razstavnih prireditvah s prikazom svojega proizvodnega programa. (Arhivski posnetki)



– Na Beograjskem sejmu leta 1975



– Razstavitev izdelkov ob 50 letnici tovarne v novem v Tosami zamišljenem iz izdelanim paviljonom



– Tosamin "štant" nekje na sejmu v 60-letih