

## Jelentős társadalmi munkával Kisiparosok szolgáltatóháza Vásárhelyen



A megye első kisipari szolgáltatóháza

Megalakulásának 30. évfordulóját tavaly ünnepelte a KIOSZ. A jubileum alkalmából „Egy nap a szervezetért” jelszóval társadalmi munkára hívta fel a tagságot a KIOSZ Csongrád megyei szervezete. A kisiparosok alapszervezetei kivétel nélkül csatlakoztak a mozgalomhoz, a közel 600 kisiparos vállalta, hogy részt vesz a hőmezővásárhelyi szolgáltatóház létrehozásában. Példásan eleget is tettek vállalásuknak; a hőmezővásárhelyi kisiparosok 6620 munkaórával járultak hozzá a Munkácsy utcai szolgáltatóház építéséhez. Az öt — könyvkötő, rádió- és tévészereelő, férfiszabó, háztartásgép-szerelő, műszerész — műhelynek ott-hont adó, 186 négyzetméter alapterületű, a KIOSZ Országos Vezetőségének 1 millió 280 ezer forintot támogatásával épült létesítményt tegnap, hétfőn délelőtt Molnár József, a Kisiparosok Országos Szervezetének elnöke adta át rendeltetésének. Az avatóniáson részt vett Papdi József, az MSZMP Csongrád megyei

bizottságának osztályvezetője, dr. Szalontai József, az MSZMP hőmezővásárhelyi bizottságának első titkára, Vaszőcsik Győzőné dr., a Csongrád megyei tanács vb ipari osztályának vezetője és dr. Csatornai Antal, a hőmezővásárhelyi városi tanács elnöke. A megjelenteket — az ünnepi összejövetelen szép számban részt vettek a társadalmi munkát vállalt kisiparosok — Budai Antalné, a KIOSZ megyei szervezete titkára köszöntötte. Elmondta, hogy a szolgáltatóház építéséhez, csekély összegért, a hőmezővásárhelyi tanács biztosított területet, és két, bontásra ítélt épületet bocsájított a szervezet rendelkezésére. A terveket a városi tanács műszaki osztályán társadalmi munkában készítették el. A megyei szervezet titkára a társadalmi munkában kiemelkedően tevékenykedő alapszervezeteknek és kisiparosoknak kitüntető oklevelet adott át. A Kertvárosban épült új szolgáltatóház tegnap délutántól az ügyfelek rendelkezésére áll.

## Megyei küldöttségek utaztak Lódzba

Tegnap, hétfőn — a testvérmegei kapcsolatok keretében — Csongrád megyei kereskedelmi és vendéglátóipari szakemberek küldöttsége utazott a lengyelországi Lódzba.

Az épülő Szegec nagyáruháza létesítésére-üzemeltetésére társult vállalatok vezetői — *Teitkes György*, a Kompletta Ruházati Vállalat igazgatója, *dr. Azari Zoltán*, a szegedi ÁFESZ elnöke és *Dékány László*, a Csongrád megyei Vendéglátó Vállalat igazgatója — Lódzban tanulmányozták az áruházi rendszerben működő kereskedelmi egységek munkáját, e tevékenység tapasztalatait, valamint tárgyalnak a testvérvállalatok közreműködésével lebonyolítandó árucserre lehetőségeiről.

A Lengyel Szocialista Ifjúsági Szövetség lódzi városi tanácsának meghívására tegnap, hétfőn Csongrád megyei ifjúsági politikai delegáció utazott Lódzba. Kulcsár Péternek, a megyei KISZ-bizottság titkárának vezetésével. A küldöttség tagjai: Martonosi Imre, dr. Sterné Fejér Márta, a megyei KISZ-bizottság tagjai és Molnár Félián Edit, a megyei KISZ-bizottság munkatársa. A delegáció október 18-ig tartózkodik a lengyel testvérvárosban, ahol a lódzi fiatalok életével ismerkednek és tapasztalatot cserélnek a két ifjúsági szövetség munkájáról.

## Kilencmillió megtakarítás

Jelentős megtakarítással járó gyártmányszűkítést hajtott végre a közelmúltban a Növényolajipari és Mosószergyártó Vállalat nyírbátori gyára. Ennek során több olyan, a közületi nagyfogyasztók számára készített mosószer gyártását szüntették meg, amelyhez nagy mennyiségű importból származó alapanyag beszerzése volt szükséges. Terméksorozatának egyszerűsítésével a szabolcsi gyár több mint kilencmillió forint értékű devizát takarít meg.

## A Szegec környéki gazdaságokban

# Vetik a búzát

Az idei ős eddig még „jobban alakult” a tavalyinál. Több a napfény, kedvező az időjárás. A gépek a betakarítással egy időben tehát vehetnek is a határban. Csongrád megye gazdaságai úgy tervezik, hogy jövőre csaknem 100 ezer hektár kalászosat termesztene. Többségében búza és árpa kerül a földbe, a homokosabb vidéken — mint például a szegedi járás — rozssal is próbálkoznak. A termék-szerkezet változtatásához hozzátartozik az is, hogy az adottságoknak megfelelő növényeket termesztene. Ezért vetnek rozst a térszék és a szakszervezetek a homokföldöken. A szegedi gazdaságok mindegyikében hozzáfogtak az őszi búza vetéséhez, miután 583 hektáron a földbe szórták a vetőgépek az árpát és a repcét. A szegedi Tiszán-Marosköz Tsz.-ben 2 ezer 400 hektár gabonának készítik elő a magágyat. Többszörsen elmunkálják a talajt, hogy jó termést arathassa-

nak. Tizenkét vetőgéppel dolgoznak. Egy traktor egyszerre két gépet is húz, hogy szakszerűbb legyen a vetés. Ugyanis, ha nagy sebességgel halad az erögép, ritkábbra szórja a szemetet, és hiányos lesz a térszék, azaz ritka a vetés. A szegregiek ezen úgy segítenek, hogy megterhelik a traktort — két vetőgépet akasztanak utána; így csak a kívánt sebességgel haladhatnak az erögépek. Tervezték, hogy szombaton és vasárnap is dolgozzanak a vetőbrigádok, de az idő közbeszólt. Az eső betessékelte a gépeket a határból. Tegnap viszont újra dolgoztak a szegregi és a küköki kerületben. A szegedi járásban is leálltak a gépek a hétvégi eső miatt. Ami viszont még jól is tett a száraz, poros tábláknak. Valósággal fölülült a határ. Az ásothalmi Fel. szabadulás Tsz.-ben 300 hektár rozst és 100 hektár repcét már elvetettek. A többi vetnivaló területe is

napról napra fogy. Három gépük járja a táblákat, és naponta 150 hektáron szórják a földbe a jövő évi kenyérnekvalót. Úgy tervezik az ásothalmiak, 1 ezer 50 hektár földön termesztenek gabonát. A domaszéki Szőlőfűrt Szakszervezetben kukorica után is vetnek gabonát. A csötöröt és a kombájnt követik a traktorok, a hengerek és a vetőgépek. Csaknem 300 hektár lesz őszi árpa az ezerhektáros gabonaföldből. A Szegeci Állami Gazdaságban is meghaladja a vetnivaló terület az ezer hektárt. Tegnap kezdték az őszi árpa vetését. Számítanak — ha csak nem lesz valami főnnakadás —, október 20-ára elvitetik az összes gabonát. A gazdaságok — október 9. tavalyi év kárából — az idén gondosabban előkészítik a talajt, jobban ügyelnek a vetésre, mert még nem múltá idejét a régi bölcsélet: ki mint vet, úgy arat.

# Küllem és kelendőség

M aguk a pszichológusok is alaposan meglepődtek, akik először vizsgálták a párkapcsolatok kezdetének mechanizmusát. Meglepődtek, mert hiszen akár hogyan is nézték, egyféle eredmény jött ki: férfiak és nők esetében egyaránt a külső jegyek keltik föl elsőként az érdeklődést a partner iránt, vagyis a „megjelenés”, vagy a szépség, s minden más tulajdonság, mint intelligencia, kulturáltság, kedvesség stb. csak ezután következik, azaz, a már megszületett érdeklődés fönntartására való. Lehet, hogy mindezen megdöbbentek a pszichológusok — hiszen korántsem ezt az eredményt várták —, ám mindezt például nagyon is jól tudják a kisgyermekéi, akiknek szavazására szerint a csúnya és a rossz fogalmak egyenértékűek, s akik meséik révén is ezt tanulják, hiszen a jó tündér mindig gyönyörű, a gonosz vasorrú bába — amint azt a vasorrú is jelezni hivatott — mindig ronda...

Az előbbiekből több minden is kiderülhet. Többek között az is, hogy sokszor pszichológusi tudásra és apparátusra sincs szükség ahhoz, hogy értékes eredményekre juthassunk, mindössze egykori gyermeki észjárásunkat kellene felelevenítenünk ahhoz, hogy rejtettebb emberi reakciókat megérthessünk. A felnőtti viselkedésre ugyanis sokféle társadalmasodott szabályozottság rakódik rá, s ezért önmaga számára sem világos a legtöbb esetben, hogy ítéleteit, cselekvéseit nagyon sokszor oly egyszerű, ösztönös tényezők befolyásolják alapvetően, amelyeknek az ember utóljára gyermekkorában engedhetetlen nyíltan szabad utat. Sajnos, ezt a kis igazságot alig veszik figyelembe például az iparban és a kereskedelemben. Ezért is van az, hogy boltjainkat, áruházaikat jobbra a „szürke”, érdektelen küllemű áruk özönlik el, s gyártó, eladó egyaránt csodálkozik, hogy forgalma miért marad alatta a várakozásnak. Pedig a küllem, a formatervezett külső fontosságát másutt már régóta fölismerték, s jó néhány jól menő tőkés cég tudna beszámolni arról, hogy műszakilag kevésbé fejlett, kevésbé tartós, ám szép, formatervezett áruival hogyan tudta lesöpörni versenytársait a piacról.

Nemrégiben egy szegedi vállalatnál jártam, amely azzal szerzett világhírű nevet, hogy az Alföld egyik termékét exportálja. Az egyik osztályvezető asztalán néhány zacskó hevert, vállalati méretű fejtorésre ökot szolgáltató zacskók. Termékeiket ugyanis külföldi piacon alufóliával bevont papírból készült zacskóban hozzák forgalomba, piros nyomtatott szöveggel és ábrával. Mindaddig nyugodtan dolgoztak, amíg egy osztrák cég szállította nekik a zacskókat. Egyszer aztán egy magyar vállalat kijelentette, ilyen ők is tudnak csinálni. Örültek a javaslatnak, hiszen ezután forintért kaphatják a csomagolóanyagot, s ha nem is örültek volna, csak ezt választhatták, mert az ajánlat után megvonták tőlük a zacskóra szóló importengedélyt. És megérkezett a minta a hazai gyártmányú zacskóból. A fólia nem fényes, inkább törődött, mintha a kutya szájából húzták volna ki, a ragasztás csáléra sikeredett, a rányomott szöveg pedig nem piros, inkább bordó, s ami még nagyobb baj, még véletlenül sincs a zacskó közepén. Az osztályvezető elkecserevedt legyint: — Mit kezdünk mi ezzel? Képzeld el egy külföldi szupermarketet, ahol csodásnál csodásabb csomagolásban sorakoznak az áruk! Hát melyik vevő fogja leemelni a polcra a miénket?

Egymás mellett látva a kétféle zacskót, igazat kellett adnom neki. Így aligha lehet keletje a magyar árunak, amelynek ráadásul egyre komolyabb külföldi versenytársai vannak, amelyek majdnem ugyanazt a minőséget, s csodásan szép és praktikus csomagolást tudnak produkálni. Pedig hát a hazai zacskókat följajánló vál-

lalat is nyilván be tudná állítani tisztességesen gépeit, hogy szép zacskókat adjon, csak hogy nyilván föl sem vetődött benne a küllem fontossága, az, hogy rajta egy jó magyar exporteuró sorsa, jövője múlik. Hiszen nálunk még mindig divik az a szemlélet: az a fontos, mi van belül. Ez már nálunk sem így igaz, s egyáltalán nem lehet igaz olyan piacokon, ahol nagyon sokféle egyenértékű áru között választhat a vevő. Választását ilyen körülmények között nyilván a külső megjelenés fogja elsősorban befolyásolni.

Külföldet járt hazánkfiak sokszor áradozva jönnek meg újtújról, lelkesen, csillogó szemmel mesélnek áruházaikról, üzleteikről, arról, mi mindent láttak a kereskedelem háza táján. Leleszen beszélnek nagyáruházaik ruházati osztályairól, s ha az emberben ilyenkor fölmerül a hazai áruháza „szürke” öltönyösorainak képe, az ember kénytelen igazat adni a lelkesedőnek. Hiszen áruházaink jobbra ma is úgy festenek, mintha minden ember ma is reggeltől estig öltönyben járna. Dzsekit vagy blézert, vagy hasonlót vásárolni? Ugyan. Akkor marad a maszek szabó, vagy a külföldi áruháza. Pedig — mint az idej BNV is bizonyítja — a magyar ipar is képes sok mindent szépen, divatosan gyártani, csak hogy ezek a termékek valahogyan évtizedek óta képtelenek eljutni az üzletkebe. Most ne firtassuk — mert úgy is reménytelen —, hogy ki a hibás, a kereskedelem, vagy az ipar. Nyilván mindkettő. Így azonban áruházainkban maradnak a „szürke”, unalmas, érdektelen öltönyösorok, amelyek alig-alig csábítanak vevőt, s közben a ruházati ipar és kereskedelem panaszkodik, hogy forgalma stagnál, hogy relative évről évre kisebb hányadot bírtokolnak a kiskereskedelmi forgalomból. Pedig lehetne ez másképpen is...

Vajon mi lehet az oka, hogy termelő- és kereskedelmi vállalatunk még mindig nem fedezték fel áruik küllemének fontosságát? Arra már nyilván rájöttek, hogy külföldi piacokon a jó minőséggel egyenértékű igény a küllem, a megjelenés. Csakhogy mintha mindezt tehernek éreznék, s belföldre csak kínos lassúsággal produkálják ezeket az erényeket. Talán azért, mert a hazai piacon nem kell éles versenyben eladniuk? Ma már ez sem igaz, mert ha más nem, hát a piaci részesedés — amely igencsak elhanyagolt közgazdasági fogalom minálunk — komoly „versenytárs” önmagában is. Hiszen alapigazság, hogy nagy szériákat lehet olcsón előállítani. Vagyis az a vállalat jár jól, amely ugyanazt a fazont egy időben képes külföldön és belföldön értékesíteni. Ezzel is jócskán csökkentheti önköltségét. Csakhogy erre eddig kevés a példa. Ráadásul a mai gazdasági helyzetben az sem mindegy egy vállalat számára, hogy piaci részesedését képes-e növelni. Hiszen a mai árak között az emberek nagyon is megfontolják, mire költsék a pénzüket. Ám divatos, szép küllemű árukkal ma is bőségesen növelhetné egy vállalat eladásait, míg konvencionális, „unalmas” és „szürke” termékeket gyártva, csak veszíthet piaci részesedéséből, amivel előbb-utóbb saját jövőjét vonhatja kétségbe.

Pszichológus híján, legalább a gyermekesülésre alapozva, átállhatnának vállalatunk — akiket ez illet — a vasorrú bába gyártásáról a jóaság tündérek mindeneképpen nagyobb haszonnal és piaci részesedéssel kecsegtető kínálatára. Ez nemcsak a hazai piacnak, hanem exportlehetőségeinknek is jót tenne. Arról nem is beszélve, hogy szép tárgyak, javak, divatos áruk, használati cikkek között valamennyiünk mindennapi közérzete is jobb lenne. Mert aligha tagadhatjuk: mi, felnőttek sem szeretjük a vasorrú bábákat...

Szavay István

## Felvilágosítás, gondozás

# Nővédelem a serdülőkortól

Az egészségügyi integráció keretében a szülészetben, nőgyógyászatban a szakemberek arra törekednek, hogy a család- és nővédelmi tanácsadással kezdődően és összefogottan „egy kézben” legyen egészségügyileg a nőkről való gondoskodás a serdülőkortól, az ivarérett korban át a szülésig, és azután is. Dr. Turi Péter szülész orvos fogalmazta meg ezeket a gondolatokat, a fiatal szülész orvosok és egészségügyi szakdolgozók tudományos konferenciája után adott nyilatkozatában. — A szülészetben-nőgyógyászatban az integráció hosszabb időre, több évre szóló programot jelent —

mondotta. — Az előrehaladás mértékét természetesen befolyásolják a helyi adottságok. A területi elv szerint működő kórházakhoz például több vagy kevesebb körzeti rendelőintézet, így több, vagy kevesebb ellátandó nő tartozik, de mindenütt egyformán fontos, hogy mind a járó-, mind a fekvőbeteg ellátása azonos szakmai feladatok szerint történjen. — A szülészeti gyakorlat egyik fontos feltétele a terhesgondozás, nem túlzás azt mondani, hogy a jó terhesgondozás a zavartalan szülés biztosítója. A szülészeti eredmények további javítására ma már egyre kevésbé az, hogy a szülészobán. Jól le-

het még mindig 171 intézetben — szülőotthonban — szülhetnek a nők, a szülések több mint 80 százaléka azonban már 52 jól felszerelt nagy intézményben kerül sor. A felvilágosításban még nagyon sok a tennivaló, s ez nemcsak —, s elsősorban nem — az orvosok feladata! Már otthon, a családban kell kezdődnie, s az iskolában kell folytatódnia. Igaz, szintén szóval! Különösen fontos ez annál a korosztálynál, amelyik már nem gyermek, de még nem felnőtt, s így adott esetben, ha egészségügyi problémája van, tudja azt, hová forduljon tanácsért, segítségért. (MTI)