

Princesa - kot iz pravljice



Pravljичni sladoledni konec:

Po Princesah so se oblizovali še
tri dni in tri noči.

Tudi jaz sem bila zdraven... bodite še vi!



**Kratke vesti iz Mercatorja
o Mercatorju**

stran 4

aktualno

**Največji na obali -
Mercator Center Koper**

stran 6-7

Franšizing v Mercatorju

stran 8-9

mercator moje dežele

**Jogurt Yoni - nov probiotični
izdelek Gorenjske mlekarne**

stran 10-11

Brez panike do 30 nagrad

stran 14-15

Branje za znanje

**Preden sklenete zavarovanje je
dobro vedeti**

stran 12-13

**V Mercator SVS je v vsaki enoti
plača odvisna od dobička**

stran 16-20

Ležavje in Veselje

Moda, potopis, zelene strani

stran 21-25

Nagradna križanka

stran 26

Časopis Poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana,
Dunajska 107.

Izdaja Center za obveščanje, Uredništvo, Ljubljana,
Dunajska cesta 107, telefon 061/1683-205.

Urednica: Vesna Bleiweis

Priprava za tisk: Cortec Ljubljana

Tisk: Delo TČR, Ljubljana

Časopis prejemajo delavci, kmetje, učenci in upokojenci
Poslovnega sistema Mercator.

Naklada: 10.250 izvodov.

Po mnenju pristojnega državnega organa se od časopisa
plačuje 5% prometni davek.

Vesna Bleiweis

V svojem imenu

Ko sem nekoč spraševala o najpogostejši obliki komuniciranja med vodstvi in trgovinami oziroma med vodstvi in poslovodji glede urejanja problemov, ki se pojavljajo neposredno v trgovini, mi je večina direktorjev in tudi poslovodij odgovarjala, da so to poslovodski sestanki, da veliko problemov rešujejo neposredno poslovodje in da se iz oči v oči pomenijo o perečih zadevah. Tudi o zadovoljstvu in nezadovoljstvu s posameznimi dobavitelji.

Pred dnevi pa se je na moji mizi znašlo pismo, v katerem pisec "v imenu poslovodij P1, P2 in P3", kakovosti izdelkov Mercator Pekarne Grosuplje in Mesnin dežele Kranjske očita hude stvari in zahteva, da se naredi red, saj, da je na račun te kakovosti situacija v trgovini nevzdržna. Pismo pisec končuje:

"Kajti mi ne želimo, da bi se Mercatorjevih trgovin prijel slogan, da se v njih lahko kupi samo star kruh in pokvarjene klobase.

Ker je pismo anonimno, ne pričakujemo nobenega efekta, vendar za nas je že to dovolj, da vsaj preberete in spoznate tudi naše vsikadanje probleme, za katere nihče več ne vpraša."

In še ena zanimivost iz pisma: v pismu so navedene konkurenčne firme, katerih izdelki so vedno sveži in kakovostni, poleg tega pa se dobijo pod mnogo boljšimi pogoji.

Boljšimi pogoji za koga? Za posameznika ali za Mercator?

In od tod dalje sem o pismu razmišljala o piščevih "dobrih" namenih, strahopetno zavutih v imena 330 poslovodij in o verodostojnosti izjav glede načinov in oblik komuniciranja tudi o zadovoljstvu in nezadovoljstvu z dobavitelji.

Na to sta me napotila tudi odgovora prizadetih podjetij.

Nomine proprio - v svojem imenu

Vesna Bleiweis

"PRI KATRCI" - NAJ ŠTUDENTSKA GOSTILNA

Študentska organizacija je med študenti, ki se z boni za študentsko prehrano prehranjujejo v večih ljubljanskih gostilnah in restavracijah, izvedla anke-to o kakovosti ponudbe.

Že marca se je gostilna "Pri Katrci" v ljubljanski Rožni dolini prebila v sam vrh. V aprilski anketi pa je zasedla prvo mesto.

Gostilna "Pri Katrci" sodi v Mercator Hotel Ilirija, vodi pa jo mojster kuhalnice Vinko Jezernik.

Sindikata in sveta delavcev o letih 1997, 1998 ter drugih aktualnih zadevah

Na prvi junijski dan se bodo na skupni seji sestali Konferenca sindikata in svet delavcev Poslovnega sistema Mercator ter svet delavcev obvladujoče družbe.

Obravnavali bodo poročilo uprave o poslovanju koncerna v letu 1997 in prvem trimesečju 1998, uprava bo poročala o svojem delu v tekočem letu ter o pomembnih zadevah, ki jih je obravnaval nadzorni svet.

Za člane sveta delavcev in IO sindikata obvladujoče družbe pa bo najpomembnejša obravnava predloga organiziranosti obvladujoče družbe, zlasti sprememb in dopolnitev akta o organizaciji in sistemizaciji delovnih mest in posledic teh sprememb. Seznanili se bodo tudi z rezultati dosedanjega dela strokovne skupine, ki pripravlja metodološka izhodišča za poenotenje plačnega sistema v Mercatorjevih trgovskih družbah.

Poročilo o sklepih bomo objavili v naslednji številki časopisa.

NEKAJ MEDALJ 20. MERCATORIAD JE ŽE POTRJENIH

Kot je razvidno iz poročil organizatorjev tekmovanj v keglanju, odbojki in košarki, bodo 13. junija v Korpu z medaljami zanesljivo okrašeni :

KEGLJAČI - moški ekipno: MTL -ekipa Sadje zelenjava - zlata; srebro gre ekipi Mercator SVS 1, bron Gorenjski mlekarne;

Med ženskimi ekipami gre zlata medalja ekipi Mercator SVS 1, srebrna ekipi MTL iz Cerknice, bron Mercator KZ Krka.

Posamezniki in posameznice: zlato gre Suadu Dizdareviću iz MTL Sadje Zelenjava, srebro Nikoli Vranješiu iz Mercator SVS 1 in bron Borisu Kurentu iz Gorenjske mlekarne. Za zlato je podirala Brigita Kranjc Mercator SVS 1, za srebrno Milena Veber iz Mercator Dolenjske, ekipa Gradišča iz Trebnjega, za bronasto medaljo pa je dovolj kegljev podrla Jožica Ule iz ekipe MTL Cerknica.

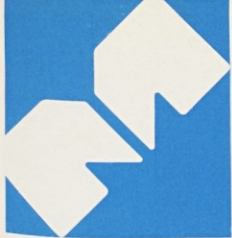
KOŠARKARJI (merili so se samo moški) zlata medalja bo šla v Mercator Kmetijsko gozdarsko zadrugo Sora Žiri, srebrna v Slosad in bronasta v MTL-ekipo Preskrbe iz Tržiča;

ODBOJKARJI - zlata medalja gre v Trgoavto Koper, srebrna v Mercator SVS in bronasta v Slosad;

med ženskami pa se bodo z zlato medaljo okitile tekmovalke iz Mercator Agrokombinata, s srebrno iz Slosada in z bronasto tekmovalke obvladujoče družbe.

V finalni **NOGOMETNI TEKMI** v Korpu se bosta za 1. mesto pomerili ekipi MTL Sadje Zelenjava in MTL Blagovni center, za 3. mesto pa ekipi Mercator Degroja in MTL Hladilnice Zalog.





Dan Mercatorja

Zaključek 20. Mercatoriade

13. junij 1998, Športni park Bonifika Koper

ob 9.00 uri

*začetek nogometnih tekem za
1. in 3. mesto - športni park
Bonifika, začetek tekmovanja
v krosu - športni park Bonifika*

ob 10.00 uri

*Zbor udeležencev na parkirišču
pri Mercator Centru Koper
Pozdrav predsednika Mercatorjeve
uprave Zorana Jankovića
in direktorja Mercator Degro
Borisa Požarja
Ogled Hipermarketa*

ob 11.00 uri

*Odhodi na organizirane izlete
(ogled Kopra, solin, Socerba in
Hrastovel)*

ob 12.30 uri

*začetek tekmovanja v vlečenju vrvi -
športni park Bonifika*

ob 14.00 uri

*začetek družabne prireditve
s podelitvijo nagrad
Poslovnega sistema Mercator
in medalj športnikom*

**ansambel Ottavia Brajka in Black Jack -
od alpsko-primorskih naskočnic do rock and rolla**

od golaža do ribic, od vode do žlahtnih kapljic, od kruha do iger ...

*"Ma kej se drenaste, kej ne videste de pri Mercatorji dobiste use
in še kanotjero. Bo fešta, de je ne boste pozabli dokler dihaste."*

Prijave:

do 4. junija 1998, pri _____ telefon _____

Mercator Center Koper

NAJVEČJI NA OBALI

Kot smo napovedali že v aprilski številki našega časopisa, bo julija Mercator odprl največji nakupovalni center na slovenski obali. Poimenovali smo ga Mercator Center Koper. Ker je največji in zato tudi z vidika vlaganj pomemben, bomo njegovo "rojstvo" podprli tudi z ustreznimi propagandnimi in drugimi komunikacijskimi aktivnostmi.

Nakupovalni center je ob koprski vpadnici na prostoru nekdanje tovarne Tomos, na levi strani ceste, če v Koper prihajate iz šmarske strani.

Dela so v zaključni fazi, prav tako pa tudi priprave, povezane s komunikacijsko podporo pred, ob in po otvoritvi nakupovalnega centra. Ciljev, ki smo se jih pri tem postavili, je kar nekaj. S kombinacijami različnih komunikacijskih aktivnosti, bomo seznanili tržno zaledje nakupovalnega centra o njegovem odprtju, razsežnostih in ponudbi, vzbudili zanimanje med potencialnimi kupci, prepričali možne kupce, da pridejo na ogled in postanejo stalni kupci, prav tako pa želimo okrepiti ugled Poslovnega sistema Mercator, d.d. v javnostih.

Kreativne rešitve

Za spodbuditev zanimanja za Mercator Center Koper je izbran simbol, ki je lahko razumljiv in enostavno priklicljiv v spomin - nakupovalni voziček.

Tako bodo že pred samo otvoritvijo na občestnih plakatih na Obali postavljeni velikanski hiperrealistični nakupovalni

vozički, ki bodo opozarjali na novo in največje nakupovalno središče v tem delu Slovenije.

Večer pred uradno otvoritvijo se bodo srečali Mercatorjevi poslovni partnerji, investitorji, dobavitelji, novinarji, lokalni odločevalci...).

Za nakupovalce bo otvoritveni dan Mercator Centra Koper poseben dogodek, ki bo kombinacija zabavno-glasbenega programa in nagradnih iger. V dogodek bo vključena tudi lokalna radijska postaja, ki se bo s prizorišča javljala s kontaktnimi oddajami. Kot spremljevalne aktivnosti naj navedemo tudi pakušine hrane in pijače.

Načrtovana publiciteta

Samo oglaševanje bomo nadgradili v medijih z informativnejšimi vsebinami o Mercator Centru Koper, ter tako povečali omenjanje Mercatorja v primorskih medijih.

Večer pred otvoritvijo bodo predstavniki Mercatorja novinarjem predstavili Center, njegove značilnosti ter ostale pomembne podatke. Mediji bodo že pred samo otvoritvijo ob zaključku gradbenih del povabljeni na ogled, prejeli



bodo sporočila za medije in posebna gradiva, v katerih bodo natančne informacije o novem Mercator Centru Koper.

Oglaševanje

Ker bo v Mercator Centru Koper bogata in pestra ponudba, bo otvoritev podprta z oglaševanjem, ki bo doseglo odmevnost ne le v samem Koprju in njegovi okolici, temveč tudi drugod po Sloveniji.

Oglasi se bodo tako že v dneh pred samo uradno otvoritvijo (teden dni prej) pojavljali v tiskanih medijih in lokalnih radijskih postajah tako na Obali, kot tudi v hrvaških radijskih postajah na hrvaški obali Istre in v istrskem zaledju. Vsebina oglasov bo v obliki odštevanke - odštevali bomo dneve do otvoritve.

Prav tako bodo oglasi vidni na velikih gigant plakatih ob najbolj prometnih ulicah in cestah, ki vodijo do Mercator Centra Koper, ob cestnem križu na območju Slovenije in v obmejnem pasu s Hrvaško.

Na plakatu bo velikanski nakupovalni voziček z ljudmi, ki so zaposleni v Mercator Centru Koper. Krovni slogan otvoritve novega Mercator Centra Koper - pojavljal se bo v vseh oglasih in na plakatih **NAJVEČJI NA OBALI!**

Direktni marketing

Prebivalce, ki živijo v neposredni bližini nakupovalnega centra bomo še dodatno obveščali z neposredno pošto. Vsa gospodinjstva na območju obalnih občin bodo približno teden dni pred otvoritvijo dobila razglednico z vabilom na otvoritev.

Prav tako bodo naročniki in kupci časopisa Primorske novice in najbolj razširjenega istrskega časopisa prejeli s čas-

nikom tudi posebno zloženko (na Hrvaškem v hrvaščini), z najpomembnejšimi informacijami o novem nakupovalnem centru in o njegovi ponudbi. V zloženki bo mogoče prebrati tudi vse podrobnosti o otvoritvenem programu. Poleg povabila na otvoritev pa bo vsebovala tudi kupone za popuste v posameznih trgovinah, ki bodo v nakupovalnem centru. Zloženske bomo na dan otvoritve delili tudi voznikom na obalnih mejnih prehodih med Slovenijo in Hrvaško.

Korporativna akcija

Mercator se vrača tudi na televizijske ekrane z novim TV spotom, s katerim utrjujmo ugled blagovne znamke Mercator, Mercator kot zaupanja vredno trgovsko podjetje in vzbujamo pozornost ter vrednotenje blagovne znamke pred otvoritvijo Mercator Centra Koper. Korporativno akcijo bodo podprli tudi gigant plakati, ki se bodo, tako kot TV spot, pričeli pojavljati že v juniju.

To akcijo posredno podprimo tudi zaposleni v Mercatorjevih trgovinah, saj na nas sloni kakovost storitev, tako da bomo zaposleni poskrbeli za to, da bo to, kar oglašujemo, udejanjeno tudi v praksi, torej v odnosu do potrošnika. Mercator je namreč med številnimi trgovskimi družbami največji vseslovenski ponudnik, ki je uvedel vrsto izboljšav tako glede poenotnega izgleda trgovin kot tudi ponudbe izdelkov in cen.

Zato bo tokratna oglaševalska akcija poudarila povezovanje in združevanje izdelčne (dobite vse) in storitvene (smo povsod, smo prijazni, smo najboljši sosed) ravni ter umeščanje Mercatorja kot najboljše trgovske mreže v Sloveniji.

Alenka Jakomin

FRANŠIZING V MERCATORJU

Franšizing lahko razumemo kot strategijo razvoja poslovnih sistemov, kot sistem distribucije in kot marketinški pristop. Temelji na dolgoročnem pogodbenem sodelovanju med dvema pravno in finančno samostojnima poslovnima partnerjema to je franšizodajalcem (franšizorjem) na eni in franšizojemalcem (franšizijem) na drugi strani. Franšizing združuje prednosti velikega sistema na nabavni strani s prednostmi malega trgovca na prodajni strani.

Franšizing je ameriški izum

Franšizing se je razvil v Združenih državah Amerike. Prvo podjetje, ki je pričelo poslovati po sistemu franšizinga je bilo Singer Sewing Machine Cooperation, ki je po državljanški vojni leta 1860 za prodajo šivalnih strojev na ozemlju Severne Amerike, organiziralo distribucijsko oziroma prodajno mrežo na franšizni osnovi. Na prehod stoletja so Singerju sledili General Motors, Coca-Cola, Pepsi-Cola in drugi. Danes so vsem znane franšizne verige hitre prehrane, kot so McDonald's, Burger King in podobni. Postopno se je franšizing kot način poslovanja prenesel tudi v druge dele sveta, trenutno je v vzponu v t.i. Vzhodni Evropi. Priljubljenost franšizinga je vse večja, žal pa mnogi pozabljajo, da franšizing sam po sebi še ne prinaša uspeha. Uspešno poslovanje franšiznega sistema namreč temelji na utečenem in dobro izdelanem konceptu.

Mercatorjev franšizing - načrt, pravila

Tudi v Mercatorju smo relativno zgodaj sklenili nekaj franšiznih pogodb. Prve pogodbe so bile sklenjene v letu 1991, proces se je nadaljeval tudi v naslednjih letih tako, da danes v Poslovnem sistemu Mercator, d.d. sodelujemo s kar nekaj franšiziji, pretežno v gostinstvu. V vseh primerih so franšiziji najemniki lokalov, katerih lastnik je Mercator, dotedanji Mercatorjevi delavci.

Da bi Mercatorjev franšizing postal za franšizije zanimivejši in bolj izzivalen, je uprava poslovnega sistema letos marca sprejela nov projekt franšizinga, ki bo franšizijem zagotovil celovito podporo v grosistični, maloprodajni in drugih spremljajočih funkcijah. Tako bo franšizing zasnovan predvsem na naslednjih izhodiščih:

- prodajni, plačilni in ostali pogoji bodo kar najbolj izenačeni s pogoji, ki veljajo za Mercatorjeve maloprodajne enote, vključno z vsemi izrednimi pogoji, ki jih dobavitelji namenjajo trgovini za pospeševanje prodaje.

- Pri tem mora grosist - oskrbovalec videti svojo korist v prednostih velikih kupcev in racionalni izkoriščenosti vseh elementov oskrbovanja;

- programsko opremo, razvito za Mercatorjeve potrebe, bo Mercator preskrbel franšiziju brezplačno, če njena uporaba ne bo zahtevala dodatnih stroškov. Franšizi bo predvidoma plačal le dejanske stroške njene instalacije in uvajalno izobraževanje. Programsko opremo bomo v franšizne enote uvajali postopno tako kot v lastne enote. Strojno opremo bo financiral franšizi, pod pogoji, ki veljajo za skupne Mercatorjeve nabave. Prav tako pa bo, glede na možnosti, franšizijem čim prej zagotovljena računalniška povezava z grosistom (direktno naročanje);
- vsa navodila, pravila in standardi, ki veljajo za poslovanje Mercatorjevih trgovskih ali drugih lokalov, se bodo v franšiznih enotah uporabila neposredno. Glede na posebnosti posameznih franšiznih enot pa se bodo po potrebi lahko predhodno prilagajala. Vse potrebno bo zbrano v priročniku za po-

slovanje franšiznih enot, ki ga bo prejel vsak franšizi;

- za celostno grafično podobo franšiznih enot se bodo uporabljali osnovni prepoznavni elementi Mercatorjevih prodajal, ki opredeljeni v pravilih o celostni podobi Mercatorjevih poslovnih enot. Okviri Mercatorjeve celostne grafične podobe franšiznih enot so osnova za ureditev konkretnega lokala. To je ena od pogodbenih obvez franšizorja;

- zunanjo označitev, projekt ureditve lokala in pomoč pri prvem polnjenju bo financiral Mercator, notranjo ureditev in opremo pa franšizi. Franšizi bo dolžan ves čas trajanja franšiznega razmerja vzdrževati začetno ureditev lokala.

Cilji franšizinga

Razvoj franšizinga načrtujemo na podlagi naslednjih naslednjih elementov:

- oddaja Mercatorjevih (pretežno manjših) prodajal, ki poslujejo negativno in v katerih za Mercator ni donosno opravljati dejavnosti. Pri tem bo opravljena selekcija glede na višino potrebnih sredstev za ureditev lokala in glede na oceno možnosti, da bo lokal s preходом v franšizing posloval pozitivno. V tem primeru bomo tak lokal oddali v najem s franšizo;

- v primeru, da bo imel Mercator v svoji mreži le večje prodajalne, bomo v franšizo z najemom oddali tudi (manjše) prodajalne, ki že sedaj poslujejo pozitivno in so že sedaj primerne urejene;

- predvsem pa želimo v franšizni sistem pritegniti samostojne male

trgovce, ki že poslujejo ali pa imajo namen urediti lastno prodajalno in se želijo ukvarjati pretežno s prodajo ter obenem imeti zagotovljeno konkurenčno nabavo pri franšizorju.

Prav tovrstno sodelovanje pa tudi edino predstavlja širitev Mercatorjeve maloprodajne mreže in večanje tržnega deleža brez dodatnega vložka kapitala. Pomemben vir za širitev te skupine franšizijev so že obstoječi eksterni kupci (v tem primeru gre bolj za ohranjanje tržnega deleža), vendar bo treba kar največjo pozornost posvetiti trgovcem, ki jih sedaj oskrbujejo konkurenčni grosisti.

Med franšizije pa nameravamo vključiti tudi Mercatorjeve kmetijske zadruge. Zadruga, ki bo vstopila v Mercatorjev franšizni sistem, bi vanj praviloma vstopila z vsemi svojimi maloprodajnimi enotami z market programom.

Mercator ponuja

Franšiziji bodo z vključitvijo v Mercatorjev franšizni sistem deležni vrste prednosti, ki jih kot samostojni trgovci ne bi bili deležni.

Naštejmo le nekatere:

- pravica do uporabe blagovne znamke Mercator,
- konkurenčni prodajni, plačilni in

ostali pogoji,

- strokovna pomoč pri prvem polnjenju in ureditvi prodajalne,
- stalna, celovita, prednostna in pravočasna oskrba prodajalne z blagom,
- vključitev v vse prodajne in propagandne akcije,
- vključitev v skupne nabave ne-trgovskega blaga in opreme.

Franšiziji bodo morali spoštovati navodila franšizorja, mu sporočiti podatke o poslovanju ter mu plačevati mesečno nadomestilo v višini 1% bruto prometa za koriščenje ugodnosti, vezanih na vključenost v Mercatorjev franšizni sistem.

Franšizing ima prednosti in slabosti tudi za franšizorja. Slabosti so predvsem v razkritju znanja in načina poslovanja ter izpostavljenost blagovne znamke možnim negativnim kritikam zaradi napak franšizijev. Prednosti pa so predvsem v širitvi tržnega prostora brez vlaganj lastnih investicijskih sredstev, povečan grosistični promet in s tem povečan odjem pri dobaviteljih (proizvajalcih in uvozniki) in tako potencialno ugodnejši nabavni pogoji.

Franšizing je in bo uspešen le tam, kjer bosta z vstopom vanj pridobili obe strani in kjer bodo obojestranske ugodnosti večje od slabosti. Glede na koncept franšizinga, ki smo ga pripravili,

lahko tako franšizor kot franšiziji pričakujejo obojestransko korist in zadovoljstvo.

Ustanavljanje slovenskega franšiznega združenja

Že dalj časa potekajo v slovenskem prostoru tudi aktivnosti za ustanovitev slovenskega franšiznega združenja, ki naj bi kasneje lahko postalo tudi član evropskega franšiznega združenja. V teh aktivnostih poleg predstavnika Mercatorja sodelujejo tudi predstavniki Kovinotehne, Merkurja in McDonaldsa - te štiri družbe bodo predvidoma tudi ustanovni člani slovenskega franšiznega združenja, ki bo organizirano kot sekcija v okviru Združenja za trgovino pri Gospodarski zbornici Slovenije. Ustanovni sestanek bo predvidoma 10. junija 1998.

Namen združenja bo predvsem koordinacija med člani, pomoč franšizorjem in franšizijem, morebitna arbitražna v primeru nesoglasij, predvsem pa naj bi članstvo v združenju in izvajanje kodeksa etike evropskega franšiznega združenja, zagotavljalo bodočim franšizijem, da vstopajo v soliden franšizni sistem.

Stanislav Tomšič



Yoni

Megamilk YoniJogurt iz pasteriziranega in homogeniziranega
posnetega mleka z 1,5 % mlečne maščobe
in sadnim pripravkom jagodeVsebina: 0,70 L • Hranite pri temp. 0...+6°C (273...279 K).
Uporabno do datuma na prednji strani embalaže.Gorenjska mlekarna, d.d.
Smledniška c. 1, 4001 KranjOsnovne sestavine v 100 g izdelka:
mlečna maščoba do 1,5 g
bejakovine do 3,0 g
ogljikovi hidrati do 11,0 g
vitamini in rudninske snovi
energijska vrednost: 70 kcal (293 kJ)

Pred uporabo pretresi!

Yoni

3 838900 220344

**YONI, YONI Z JAGODAMI, YONI Z GOZDNIMI SADEŽI**

Gorenjska mlekarna je poslovno leto 1997 zaključila po pričakovanjih. Ostalo ji je dobrih 58 milijonov tolarjev čistega dobička, kar je 95 odstotkov več kot leto prej. Kakovostno gorenjsko mleko botruje tudi njenim kakovostnim izdelkom. Najnovejši med njimi - jogurt Yoni z blagovno znamko Megamilk, je svoj "tržni krst" doživel 19. maja 1998.

Gorenjska mlekarna je v letu 1997 od sedmih kmetijskih zadrug in dveh mlečnih farm odkupila skoraj 37 milijonov litrov mleka. Značilnost odkupljenega mleka je njegova visoka kakovost, saj se kar dobrih 82 oziroma 85 odstotkov mleka po kriterijih (mikroorganizmi in somatske celice) uvršča v ekstra razred. Tako kakovostno mleko ima višjo odkupno ceno, zato zanimanje za proizvodnjo mleka narašča in pritiska na odkup. Slovenska pridelava mleka kar za 25% presega njegovo porabo.

Lani so v Gorenjski mlekarni prodali nekaj več kot 12 milijonov litrov mleka, skoraj 4 milijone litrov jogurtov in 1,7 milijonov kilogramov različnih sirov. Vse pod svojim tremi blagovnimi znamkami: Gorenjsko mleko, Megamilk in Jošt. Večino njihovih izdelkov smo pokupili na Slovenskem, vrednostno pa je izvoz v Hrvaško znašal slabih 7 odstotkov. Ta odstotek se je zaradi povečanega odkupa mleka v



Ivana Valjavec, direktorica Gorenjske mlekarne novinarjem predstavlja nov izdelek

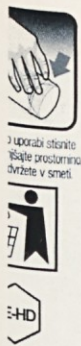
prvem trimesečju pozvpel že na dobrih 8 odstotkov.

V letu 1997 so v mlekarni za posodobitev proizvodnje namenili okoli 300 tisoč nemških mark. Mlekarnini delničarji so prepričani, da je naložba dobička v razvoj na prvem mestu, zato bodo na skupščini junija zanesljivo podprli predlog uprave in nadzornega sveta, da se večina dobička nameni za rezerve, manj pa za dividendo, in sicer 480 tolarjev brutto na delnico. To bo za desetino več kot v letu 1997.

Povečan odkup mleka mlekarni narekuje novosti v njegovi predelavi - proizvodnjo tržno zanimivih izdelkov.

Družina jogurtov z blagovno znamko Megamilk je letošnje pomlad dobila novega člana - jogurte različnih okusov z imenom Yoni. Na trg so Yoniji zakorakali natančno 19. maja. In kaj jih odlikuje?

Yoniji se od klasičnih jogurtov razlikujejo predvsem po nekaterih sestavinah,



Pred uporabo pretresi!

Yoni

Megamilk Yoni

Jogurt iz pasteriziranega in homogeniziranega posnetega mleka z 1,5 % mlečne maščobe in z dodanim sadnim pripravkom gozdnih sadežev

Vsebna: 0,70 L • Hranite pri temp. 0...+6°C (273...279 K).
Uporabno do datuma na prednji strani embalaže.

Gorenjska mlekarna, d.d.
Smledniška c. 1, 4001 Kranj

Osnovne sestavine v 100 g izdelka:
mlečna maščoba do 15 g
beljakovine do 3,0 g
ogljikovi hidrati do 11,0 g
vitamini in rudninske snovi
energijska vrednost: 70 kcal (293 kJ)

Pred uporabo pretresi!

Yoni



ki jih strokovnjaki za prehrano poudarjajo kot ključne elemente zdrave, uravnotežene, bogate in učinkovite prehrane. To so sestavine, ki jih človeški organizem dnevno potrebuje za poživiljanje prebave in vplivajo na zniževanje holesterola, krepitev imunskega sistema in zmanjševanje tveganja za razvoj črevesnega raka.

Jogurti Yoni vsebujejo samo 1,5 odstotka mlečne maščobe. V 100g običajnega Yonija (jogurt brez sadnih dodatkov) je do 4g beljakovin, prav toliko ogljikovih hidratov, veliko vitaminov in rudninskih snovi, njegova energijska vrednost pa znaša 47 kcal (197kJ). V Yoniju z okusom jagod in gozdnih sadežev pa je do 3 g beljakovin, do 11g ogljikovih hidratov, veliko vitaminov in rudninskih snovi, energijska vrednost pa znaša 70 kcal (293kJ). Jogurt Yoni je probiotični mlečni izdelek, saj vsebuje aktivne mlečno-kislinske bakterije, ki ugodno vplivajo na prebavo in krepijo odpornost organizma. Gre za zelo odporne mlečno-kislinske bakterije Lactobacillus acidophilus iz rodu Bifidobacterium. Te bakterije blagodejno učinkujejo na človeški organizem, zlasti na delovanje črevesne peristaltike. Yoni je korak k geslu "hrana kot zdravilo".

In Yonijeva obleka? Praktična 7 del okolju prijazna plastenka. V primerjavi s kartonom - do sedaj najbolj uporabljanim gradivom za embaliranje tekočih živil, ima Yonijeva plastenka

vrsto prednosti. Večslojna kartonska embalaža je ekološko visoko obremenjujoča tako pri izdelavi kot pri odstranjevanju. Yonijeva palstenka pa je izdelana iz gradiv, ki zagotavljajo nizko ekološko obremenitev, je lahko razgradljiva in ob sistematičnem zbiranju embalaže primerna za recikliranje. Poleg tega pa ne gre zanemariti čisto praktičnih prednosti nove embalaže. Odprto plastenko po uporabi zapremo z navojnim pokrovčkom, postavimo v hladilnik in tako zaprta počaka do naslednjega poživiljajočega požirka Yonija. Po uporabi se z lahkoto splošči in konča..., škoda, da še ne med sistematično ločenimi gospodinjstvi odpadki. In če boste z Yonijem na pikniku - ne puščajte za seboj tudi njegovih sledi - plastenka naj konča na ognjišču, brez dima in smrada bo zgorela do konca.

Vesna Bleiweis



ZAVAROVANJE PREMOŽENJA, DA ALI NE?

Vsi se bojimo za svoje premoženje. Pamet nam narekuje, da zavarujemo kar največ svojega imetja. Pri tem pa vedno glodamo "Kaj pa, če bomo zli usodi že nekako ušli?" Naše zaupanje v zavarovalnice je majhno, skope so tudi naše denarnice in kolebanje glede odločitve o sklenitvi zavarovanja, je tu. Dobro je živeti kar se da varno, ker pa to ni vedno mogoče, je dobro biti tudi zavarovan. Ko je škoda tu, pa nastanejo problemi.

Ko smo se že odločili skleniti zavarovanje pa naenkrat nimamo več časa za nazorno, predvsem pa pravilno seznanitev z vsemi splošnimi pogoji, ki jih nudi zavarovanje. Torej nasvet. Vzemite si čas, dodobra se posvetujte z zavarovalnico o vašem zavarovalnem primeru, preberite pogoje, šele nato sklenite zavarovanje, da ne boste tudi vi tisti, ki boste zaradi svoje površnosti pri sklepanju zavarovanja, ob nastalem škodnem primeru bentili nad zavarovalnico.

Poglejmo si primer zavarovanja.

POŽARNO ZAVAROVANJE

Požarno zavarovanje sodi v skupino zavarovanj, ki krije škodo zaradi uničenja ali poškodbe zavarovanih stvari zaradi naslednjih nevarnosti: **požara, strele, eksplozije, viharja, toče, padca letala, manifestacije, demonstracije in udara motornega vozila.**

Dodatne premije se posebej obračunajo za vsako naslednjo naštetu nevarnost pred uničenjem ali poškodbo: **poplava, izliv vode, zemeljski plaz, iztek (lekaža), samovžig zalog ter žareče mase.**

V primeru nastanka zavarovalnega primera v navedenih okoliščinah, krije zavarovanje tudi stroške za izginitev zavarovanih stvari, čiščenje, rušenje in odvoz zavarovanih stvari, vendar največ 3% od zavarovane vsote.

Požar

Kot požar, zaradi katerega zavarovalnica krije nastale stroške, zavarovalnica šteje ogenj, ki nastane zunaj določenega ognjišča ali ognjišče zapusti in se širi s svojo lastno močjo.

Zavarovalnica ne krije škode na zavarovanih predmetih, če so bili ti izpostavljeni koristnemu ognju ali toploti (likanje, sušenje, praženje, peka, kuhanje, segrevanje, dimljenje ipd.) in jih ne obravnava kot morebitni požar.

Strela

Zavarovanje krije škodo, ki jo na zavarovanih stvareh povzroči strela s toplotno in rušilno močjo ali ki nastane

zaradi udara predmetov, ki jih je strela podrla ali vrgla na zavarovano stvar.

Zavarovanje ne krije škode na strojih, aparatih, električnih vodih in posredno tudi ne na varovalkah, stikalih ipd.

Eksplozija

Eksplozija je nenadna sprostitvev sile, ki nastane zaradi težnje pare in plinov pri raztezanju. Kot eksplozija v zaprtih sistemih se šteje takrat, ko se pritiski izenačijo z zunanjim pritiskom. Jedrske eksplozije zavarovanje ne krije, če ni drugače dogovorjeno. Zavarovalnica ne krije škod, ki so posledica miniranja in eksplozij, ki so redni pojav v proizvodnem procesu, eksplozij v zaprtih sistemih zaradi dotrajanosti, preboja zvočnega zidu itd.

Vihar

Vihar je veter s hitrostjo najmanj 17,2 m /sekundo ali 62 km/uro (8. stopnja po Beauforovi lestvici). Za vihar šteje veter, ki je bil v kraju, kjer je poškodovana stvar tako močan, da je lomil veje in debla ali poškodoval dobro vzdrževane hiše.

Če je moč vetra dvomljiva, jo mora zavarovanec dokazati s podatki hidrometeorološkega zavoda. Krije se škoda, ki nastane zaradi neposrednega delovanja viharja na zavarovane predmete ali škoda zaradi zamakanja padavin skozi odprtine, ki so posledica viharja.

Toča

Krije se škoda, ki nastane, kadar toča z udarci poškoduje zavarovano stvar ter škoda zaradi zamakanja padavin skozi odprtine, ki so posledica toče. Ne krije se škoda na folijah, steklu, toplih gredah, rastlinjakih ter škoda na slabo vzdrževanih in dotrajanih stavbah.

Manifestacije in demonstracije

Manifestacija in demonstracija sta organizirano in spontano javno izražanje skupine ljudi, ki s svojim delovanjem lahko povzroči škodo na zavarovanih predmetih. Za zavarovalni



primer se šteje, kadar so manifestacije ali demonstracije dovoljene od državnih organov.

Padec letala in udarec motornega vozila

Zavarovanje krije škodo, ki nastane, kadar letalo ali drugo plovilo pade ali z njegovimi deli udari v zavarovano stvar, jo poškoduje ali uniči. Prav tako je krita škoda, če v zavarovano stvar udari motorno vozilo ali premični delovni stroj.

Predmet zavarovanja

Zavarovane so samo tiste stvari, ki so navedene v zavarovalni pogodbi. Pri zavarovanju zgradb in drugih nepremičnin, so zavarovani vsi deli zgradbe (temelji, kletni zidovi, vgrajene instalacije, vgrajena oprema kot so dvigala, centralna kurjava, cisterna za gorivo, bojlerji ipd.).

Vse premičnine zavarujemo posamezno ali v kompletu, vendar se morajo biti na kraju zavarovanja. Zavarovane so samo tiste stvari, ki pripadajo zavarovancu in osebam, ki z njim živijo v družinski skupnosti.

Zavarovalna vrednost

Zavarovalna vrednost (če niste dogovorjeni drugače) se določi na podlagi naslednjih elementov:

Zgradbe - vrednost nove zgradbe po cenah v kraju, kjer

zgradba stoji, zmanjšana za znesek obrabe, starosti in ekonomske zastarelosti.

Blago in material - upošteva se nabavna cena z odvisnimi stroški (prevoz, skladiščenje ipd.), vendar ne višja kot tržna cena.

Kmetijski pridelki in izdelki - upošteva se proizvodna cena z odvisnimi stroški, vendar ne višja kot tržna cena (velja za pridelovalce).

Vrednostni papirji, plemenite kovine, dragocenosti - če vrednost ni določena na zavarovalni polici, se šteje za vsako posamezno stvar največ 2.000 SIT, umetniške ali druge zbirke pa 10.000 SIT.

Torej, če želite biti dobro zavarovani, precizirajte vse vrednosti na zavarovalni polici. S tem, ko ste zavarovali hišo ali drug objekt proti požaru, vam zavarovalnica ob nezgodnem primeru ne bo krila opreme ali drugih vrednosti, ki so sestavni del hiše ali drugega objekta. Zavarovalnica jamči le do višine zavarovalne vsote stvari, ki ste jo zavarovali. Vse ostalo je stvar dogovora med vami in zavarovalnico.

Tomaž Kutnar

BREZ PANIKE DO 30 NAGRAD

Od sredine marca do sredine aprila smo kupcem v vseh naših prodajalnah delili anketne lističe z vprašanjem o zadovoljstvu z nami. Anketnemu lističu je bil priložen tudi nagradni kupon za nagradno žrebanje sodelujočih v anketi. Povratne informacije smo dobili od okoli 100.000 kupcev. Rezultati ankete bodo znani jeseni, takrat bo tudi znano, katero našo trgovino so kupci najboljše ocenili.

Panike nobene - trajno nizke cene. Slogan, ki se je vrtel na kar nekaj slovenskih radijskih postajah in na trajno nizke cene opozarjal na plakatih, je vabil kupce k sodelovanju v anketi o zadovoljstvu z Mercatorjem in k nagradni igri.

Vprašanje je bilo preprosto: koliko izdelkom je cene vkljenil Mercator. Razpisane nagrade: 15.000, 25.000 in 50.000 SIT v Mercatorjevih bonih za nakup v Mercatorju.

Velike skrinjice za oddajanje anketnih lističev so bile v sleherni naši prodajalni. Do konca akcije se je v njih nabralo nekaj več kot 100.000 anketnih lističev, torej toliko tudi nagradnih kuponov.

Vsa količina kuponov se je 24. aprila letos znašla na istem kraju: v 750 litrskem plastičnem bazenu, pred obnovljenim Mercatorjevim nakupovalnim centrom v Krškem. Tega dne se je po več deževnih, nasmejal celo sonce. Malce po trinajsti uri se je začelo: žrebanje, ki se je prepletalo z glasbo, vrtele se je kolo sreče, peli sta Monika in Jasmina, čaral je čarodej Rado, plesale plesalke plesne skupine Santana, pa folklorna skupina Svoboda iz Senovega, nastopili so tudi mladi harmonikaši iz Krškega. Stojnice so ponudile hrano in pijačo, prodajali so kmetijsko opremo in tisto, kar sodi na prve spomladanske piknike; brezplačne pokušine pa so pripravili naši: Emba, Mesnine dežele Kranjske, Gorenjska mlekarna in Mercator-KG Kočevje. Obljubljenim in razpisanim nagradam smo dodali še tri slastno napolnjene





košare z Mercatorjevimi izdelki in še 24 praktičnih nagrad - kape, majice in brisače. Ker se je prav tega dne dokončno preuredilo prvo nadstropje krškega nakupovalnega centra, smo skupaj z Mercator-Tehniko žrebali tudi nagrade - kupone za ugodnejši nakup na tehničnem oddelku.

V akciji "Panike nobene - trajno nizke cene" je trideset nagrad takorekoč obšlo vso Slovenijo; od Tržiča do Metlike in od Dolge vasi do Portoroža.

Po majskih praznikih so nagrade prišle tudi do nagrajencev. **Jure Vidovič, trinajstletnik iz Postojne**, je dobil največ. Bone v znesku 50.000 SIT. Na sedežu postojnskega Mercatorja smo se srečali z njegovim očetom, ki je vesel prevzel bone. I. Povedal je, da jih bo Jure pustil v Mercatorju za kolo BMX in še dodal, da je kar slutil, da bodo izžrebani. Celu na to, da bi se udeležil žrebanja v Krškem, je pomislil.

Z zajetno košaro Mercatorjevih izdelkov sem obiskal tudi **Opravšev v Godiču pri Kamniku**. Nagrajenec je bil sin Primož, ki je nagrado prejel prav na svoj 22. rojstni dan.

Tudi druge nagrade so zdaj pri nagrajencih. Vseh trideset.

Tako sedaj čakamo na tiste, ki bodo iz odgovorov kupcev izluščili njihovo mnenje o Mercatorju. Tudi o tem bomo še pisali.

Torej: panike nobene - nagrade so odšle. Trajno nizke cene ostajajo. In brez panike: zdaj jih je že sedem ducatov, zagotovo v zadovoljstvo mnogih kupcev.

Mile Bitenc

V MERCATOR SVS PLAČA ODVISNA OD DOBIČKA

V družbi Mercator-SVS usmerjamo in nadziramo poslovanje s pomočjo kontrolinga. V letnih poslovnih načrtih podrobneje opredelimo in ovrednotimo poslovne cilje celotne družbe, profitnega centra in posameznega prihodkovnega centra. Vrsto podatkov spremljamo mesečno, vsake tri mesece izdajamo poslovni izid z bilanco stanja in bilanco denarnih tokov za celotno družbo. Za potrebe notranjih uporabnikov izdelamo po svoji metodologiji pripravljen poslovni izid za profitne in prihodkovne centre (poslovne enote).

Informacije o poslovanju so osnova za ugotavljanje pozitivnih in negativnih odmikov od načrtovanih rezultatov oziroma vrednosti ter predmet nadaljnjih analiz. Posebno metodološko navodilo določa pristojnosti za sprejemanje in izvajanje ukrepov v primeru nedoseganja planiranih ciljev. Gre za odločanje na ravni družbe, posameznega profitnega ali prihodkovnega centra. Bolj ko je načrtovan cilj posamezne organizacijske enote oddaljen, na višji ravni se rešuje njegova problematika.

Informiranje o uresničevanju ciljev

Uprava družbe organizira delovne sestanke z direktorji profitnih centrov, direktorji sektorjev in direktorji prodajnih programov ter jih seznanja s poslovnim izidom družbe in posameznih profitnih centrov. Vsaj dan pred sestankom vsi povabljeni prejmejo izčrpna pisna gradiva, iz katerih je razvidno uresničevanje planiranih nalog in primerjava s preteklimi obdobji. Glede na izkazana dejstva, so udeleženci teh sestankov dolžni pripraviti predloge ukrepov, ki jih pozneje na ločenih sestankih uskladijo z upravo. Direktorji profitnih centrov skupno z direktorji prodajnih programov in drugimi strokovnimi sodelavci organizirajo delovne sestanke z vodji prihodko-

vnih centrov. Zaradi sorodne problematike so sestanki vedno organizirani po prodajnih programih. Vodje prihodkovnih centrov že nekaj dni pred delovnimi sestanki prejmejo pisna gradiva, ki se nanašajo na poslovanje profitnega centra ter na posamezne poslovne enote tega profitnega centra. Obenem pa za medsebojne primerjave bodisi glede produktivnosti, količnikov obračanja zalog ali poslovnega izida, prejmejo še podatke poslovnih enot ostalih profitnih centrov za enak ali podoben prodajni program. Na delovnem sestanku je zaželeno, da predvsem vodje poslovnih enot sami predlagajo rešitve za izboljšanje poslovnega izida enote, ki jo vodijo oziroma nakažejo rešitve, ki bi bile uporabne tudi za druge poslovne enote.

Na osnovi povratnih informacij z delovnih sestankov z vodji poslovnih enot ter na osnovi predlogov direktorjev profitnih centrov in sektorjev, uprava s sklepom zadolži posamezne vodje za reševanje problemov oziroma odstopanj. Potek in uspešnost uresničevanja nalog se nadzoruje trimesečno. Na podoben način se rešujejo problemi, ki se pojavijo na nižjih organizacijskih ravneh. V teh primerih direktor profitnega centra za ukrepanje zadolži vodjo posamezne poslovne enote pri čemer nadzoruje potek reševanja problematike te enote.

Uprava družbe o poslovnih rezultatih

družbe in posameznih profitnih centrov tekoče poroča svetu delavcev in IO sindikata.

Trimesečno ugotavljanje poslovnih rezultatov profitnih in prihodkovnih centrov

Računovodski informacijski sistem je v družbi zasnovan tako, da zagotavlja sintetično in analitično knjigovodstvo za potrebe družbe in zunanjih uporabnikov.

Za potrebe notranjih uporabnikov informacij spremljamo prihodke in odhodke po profitnih centrih in stroškovnih mestih. Vsaka poslovna enota, skladišče ali sektor predstavlja stroškovno mesto. V praksi to pomeni, da v Mercator SVS spremljamo poslovni izid profitnega centra in posamezne poslovne enote na enak način. Stroškovna mesta, ki ne ustvarjajo prihodkov z opravljanjem funkcij skupnega pomena, ustvarjajo le stroške. Ta stroškovna mesta so sektorji in posamezne službe v okviru sektorjev ter stroškovna mesta upravne režije v posameznih profitnih centrih.

Vse naložbene odločitve so centralizirane. To je tudi razlog, da se poslovni izid profitnih centrov in poslovnih enot spremlja po prilagojeni bilančni shemi, ki ne zajema prihodkov in odhodkov iz naslova financiranja ter



tistega dela izrednih prihodkov in izrednih odhodkov, ki so nastali zaradi dezinvestiranja.

Prilagojena bilanca upošteva:

Prihodki od prodaje: prihodke od prodaje blaga, prihodke od prodaje storitev in druge prihodke (najemnine ipd.).

Odhodki iz poslovanja: nabavna vrednost prodanega blaga, amortizacija, stroški dela, popravek vrednosti terjatev iz naslova blaga in obresti, ostali neposredni stroški razreda 4.

I. POKRITJE: stroški vodstva in režije profitnega centra, stroški uprave in sektorjev na ravni družbe.

II. POKRITJE: izredni prihodki, izredni odhodki.

BRUTO DOBIČEK

Vsi v gornji shemi prikazani prihodki in odhodki oziroma stroški upravne režije profitnega centra in družbe so v knjigovodstvu za vsako poslovno enoto evidentirani neposredno po mestih nastanka. Po ustreznih ključih se delijo posredni stroški upravne režije profitnega centra ter uprave družbe in sektorjev, s tem da se stroški slednjih naprej prenesejo na profitne centre in se nato porazdelijo na posamezne poslovne enote.

Stroški vodstva in režije profitnega centra se delijo na poslovne enote po naslednjem ključu: za vsako poslovno enoto v sklopu posameznega profitnega centra se ugotovi delež ustvarjene neto razlike v ceni v ustvarjeni razliki v ceni profitnega centra. Izbor nevedenega kriterija ima svoj razlog. Posamezni prodajni programi dosegajo različne stopnje razlike v ceni, ker jim to omogočajo tržni ali drugi pogoji, zato so skupine poslovnih enot, ki dosegajo višjo razliko v ceni, obremenjene z ustrezno višjimi upravno režijskimi stroški. Nekaj let nazaj je kot kriterij služila dosežena realizacija, vendar je bilo ugotovljeno, da so bile na ta način privilegirane prodajalne s tekstilnim, drogerijskim in pohištvenim programom, na račun prodajaln s prehrabnim blagom.

Delitev stroškov uprave in sektorjev na ravni družbe na posamezne profitne centre je zahtevnejša. Za vsako službo v okviru sektorja, v večih primerih pa

tudi za posamezni delokrog, so na osnovi ustreznih meril določeni ključni, ki so predhodno usklajeni z direktorji profitnih centrov in so priloga k letnemu poslovnemu načrtu. V primeru večjih organizacijskih sprememb se ključni spreminjajo tudi med letom, sicer pa se preverjajo v začetku poslovnega leta. Navajam le nekaj kriterijev, ki jih uporabljamo pri določitvi ključa:

- za delitev stroškov kadrovske službe je osnova število zaposlenih. Enako velja za oddelke knjigovodstva plač;
- stroški oddelka saldakontov, likvidature in primerjave trgovskih knjig se delijo po številu dokumentov, ki so bili v preteklem obdobju obdelani za posamezni profitni center. Enako velja za nekatere druge oddelke v knjigovodski službi;
- stroški strokovnega sodelavca v službi načrtovanja in analiz, se delijo na osnovi števila stroškovnih mest v posameznem profitnem centru;
- stroški referenta za investicije se delijo na osnovi načrtovanih prenov po profitnih centrih;
- stroški nabavnih referentov v sektorju trženja se delijo na osnovi obsega nabave za posamezni profitni center.

Na osnovi tako ugotovljenega ključa se stroški razdelijo na posamezni profitni center, od tam pa na posamezne poslovne enote po enakih ključih, kot so razdeljeni stroški upravne režije profitnega centra. Operacija delitve stroškov na poslovne enote poteka preko osebnega računalnika, ki je v mreži povezan z računovodskim informacijskim sistemom na glavnem računalniku.

Poleg poslovnega izida, prikazanega v shemi, prejmejo profitni centri in poslovne enote še podatke po posameznih vrstah stroškov ter druge informacije kot na primer podatke o doseženi stopnji razlike v ceni, podatke o prejetih količinskih rabatih, specifikacijo neplačanih terjatev iz naslova blaga in obresti, informacije o inventurnih viških in primankljajih ter druge podatke, ki vplivajo na končni rezultat poslovne enote.

Metodologija delitve posrednih stroškov upravne režije ima svoje kritike in zagovornike. V naši družbi izhaja-

mo iz predpostavke, da je prodaja v trgovini končni smoter poslovanja, vse ostale poslovne funkcije služijo temu končnemu cilju in so organizirane zaradi prodaje. To pa obenem pomeni, da mora vsaka enota ustvariti tolikšno dodano vrednost, da zagotovi pokritje vseh stroškov, potrebnih za njeno funkcioniranje ter del načrtovanega dobička. Pri tem imam v mislih optimalni obseg upravno režijskih stroškov, ki ga dana razlika v ceni ob normalnem obsegu prodaje še lahko prenese.

Ko je Poslovni sistem Mercator prešel na enotni obračun poslovnih enot po metodologiji OPI, smo v Mercator SVS za naše potrebe ohranili obstoječi način ugotavljanja poslovnih izidov, ker smo prepričani, da ima večjo izrazno moč.

So pa še drugi razlogi, ki družbi Mercator SVS narekujejo opisani način ugotavljanja poslovnega izida na različnih organizacijskih ravneh. V družbo se je v letu 1996 združilo pet različno uspešnih družb, dve med njimi sta leto 1995 zaključili z izgubo. Poslovno leto 1997 sta tudi ta dva profitna centra zaključila z dobičkom, število poslovnih enot z izgubo pa je iz leta v leto manjše. V teh dveh profitnih centrih so bili stroški upravno režijskih služb v primerjavi z ostalimi profitnimi centri nadpovprečno visoki. Primerjalne analize tovrstnih stroškov so bile osnova za ugotavljanje presežnih delavcev predvsem na področju upravne režije.

Dobiček prihodkovnega centra kot osnova za ugotavljanje stimulatívne delo plač zaposlenih

Družba Mercator SVS izplačuje plače v skladu z določili kolektivne pogodbe za trgovinsko dejavnost, podrobnejše opredelitve pa so zapisane v internem Pravilniku o napredovanju in stimulatívnem plačevanju delavcev. Gibljivi del plače se obračunava mesečno na osnovi vnaprej znanih meril, metodološko navodilo za izvajanje pravilnika je sestavni del letnega poslovnega načrta in omogoča letno prilagajanje vrednosti meril glede na načrtovani

obseg dobička ter pričakovani obseg plač.

Sistem nagrajevanja, ki ga bom v nadaljevanju predstavila, je povzet od bivše družbe Mercator MIP, ob združitvi so ga pričeli uporabljati tudi sedanjí profitni centri v Mercator-SVS. MIP je svoj sistem razvil pred osmimi leti, pred tem pa smo gíbljivi del plač ugotavljali na osnovi doseganja planirane realizacije.

Prehod na nagrajevanje v odvisnosti od dobička poslovnih enot, je naletel na velike odpore v skoraj vseh sredinah, kar je razumljivo. Zaradi preza-poslenosti in s tem nizke produktivnosti, so poslovne enote v maloprodajni dejavnosti dosegale slabe poslovne rezultate. Velik problem so predstavljale zaloge, ki so vezale preveč obratnega premoženja, družba je imela likvidnostne težave, dobiček pa je bil izključno rezultat inflatornih učinkov (nivelacije cen). Tudi v dejavnosti prodaje na debelo je bil položaj podoben, vendar je ta dejavnost dosegala višje dobičke zaradi avtomatske nivelacije cen.

Družba je že pred leti ugotavljala poslovni izid po takratnih organizacijskih enotah, zato ni bilo težko ugotoviti velikih neskladij, ki so se kazala med obračunanim in izplačanim stimulatívnim delom plač na osnovi realizacije ter poslovnim izidom posamezne enote. V veliko primerih so visoke stimulacije prejemale prav zaposleni v enotah, ki so poslovale z izgubo, predvsem v enotah, ki so prodajale blago velikim kupcem in so se srečevale s problemom neplačane realizacije.

Prvo leto uvajanja novega plačnega sistema v odvisnosti od dobička enote, smo uporabljali kombinirani sistem, saj je delno še držal sistem nagrajevanja po realizaciji, delno pa že na osnovi doseženega dobička. Na ta način je bil prehod na novi sistem, ki je zaradi slabih poslovnih izidov zagotavljal nižji odstotek stimulacije, manj boleč. Sedaj, ko podjetje dobro posluje in večina poslovnih enot dosega dobiček, so zaposleni v trgovinah relativno zadovoljni z obstoječim sistemom.

Pozitivne strani tega sistema so:

- zmanjševanje števila zaposlenih v poslovnih enotah (nižji stroški delavíjši dobiček);
- skrb zaposlenih za znižanje vseh



vrst stroškov;

- občutno zmanjšanje rizičnih terjatev, saj ni več cilj ustvarjanje realizacije za vsako ceno;
- dovolj velike razlike med plačami zaposlenih v enotah z dobrim rezultatom od povprečnih ali celo tistih z izgubo.

Delovno uspešnost poslovnih enot ugotavljamo na osnovi metodologije, predstavljene v tem prispevku. Iz podatkov o poslovnem izidu enote se upoštevata dva podatka, in sicer:

- prihodki od prodaje, povečani za izredne prihodke poslovne enote,
- bruto dobiček enote.

Iz razmerja med prihodkom in dobičkom ugotovimo donos prodaje posamezne enote oziroma delež dobička v prihodkih enote. Z metodološkim navodilom, ki je sestavni del letnega poslovnega načrta, so določene širine razredov in pripadajoči odstotek delovne uspešnosti za posamezni razred.

Za leto 1998 je v veljavi naslednja "lestvica":

delež dobička v prihodku	% delovne uspešnosti
do 0,5	5,0
nad 0,5 do 1	7,5
nad 1 do 2	10,0
nad 2 do 3	12,5
nad 3 do 4	15,0
nad 4 do 5	17,5
nad 5 do 6	20,0
nad 6 do 7	22,5
nad 7 do 8	25,0
nad 8	27,5

Lestvica navzgor ni omejena, za vsak naslednji razred se stimulacija poveča za 3,5%.

Enaka lestvica se uporablja tudi za ugotavljanje "negativne stimulacije", vendar je določena spodnja meja in sicer je pri doseženi izgubi mogoče znižati osnovno plačo za največ 10%. V primeru, ko poteka sanacija poslovne enote ali pa je prišlo do izrednih okoliščin, ki vplivajo na večje stroške (investicijski posegi, odpravnine presežnim delavcem ipd), uprava s sklepom odredi, da se tem poslovnim enotam negativna stimulacija ne obračuna zaradi objektivnih okoliščin, zaradi katerih poslujejo z izgubo.

Po gornji lestvici se obračunava gibljivi del plače zaposlenim v poslovnih enotah, vodje poslovnih enot, ki imajo večji vpliv na poslovanje, prejema-jo za 50% višjo stimulacijo, vendar se jim v primeru nedoseganja načrtovanega količnika obračanja zalog stimulacija zniža.

Zaposleni v upravno režijskih službah v profitnih centrih so nagrajevani na enak način, le da se delež stimulatívne- ga dela plače ugotavlja na osnovi prihodkov in dobička profitnega centra.

Za izračun stimulatívne- ga dela pač zaposlenih v sektorjih na ravni družbe (z izjemo nekaterih ključnih delavcev v komercialnem sektorju, ki so vezani na dobiček blagovne skupine, ki jo pokrivajo) se upoštevajo vsi prihodki družbe in njen dobiček. Vsebinska razlika je le v tem, da rezultat družbe zajema tudi prihodke in odhodke financiranja.

PRIMER

Poslovna enota A je v obdobju januar-marec 1998 dosegla naslednji poslovni rezultat:

- prihodki 108,398.239 SIT;
- bruto dobiček 4,819.659 SIT;
- delež dobička v prihodkih (donos prodaje) 4,45%.

Na osnovi doseženega poslovnega rezultata in veljavne lestvice za tekoče leto, zaposleni v tej enoti naslednje tri mesece prejema-jo mesečno 17,5% od osnovne plače (odvisno od števila ur na delu) iz naslova gibljivega dela plače. Vodja poslovne enote, ki preje-

ma 50% višji gibljivi del, prejema 26,25% gibljivega dela plače mesečno. Obravnavana poslovna enota sodi med enote z nadpovprečnim donosom prodaje.

Stimulativni del plač se izplačuje mesečno, vendar s trimesečnim zamikom. To v praksi pomeni, da zaposleni po tri mesece prejema-jo enak % delovne uspešnosti na osnovi poslovnega izida za zadnje obračunsko ob-

Družba Mercator SVS ima za razliko od obvladujoče družbe, v kateri pa je zaposlena večina Mercatorjevih trgovcev, dokaj transparenten oziroma pregleden način ugotavljanja stimulatívne- ga dela plače. Podlaga za izvajanje modela so podatki oziroma informacije o poslovnih uspešnostih vsake organizacijske enote, zato je del objavljenega članka namenjen tudi potrebni informacijski podpori, metodološkim rešitvam, načinu obravnavanja poslovanja in ukrepanju. Bolj kot sami metodologiji in končnemu rezultatu v plačilni kuverti se v danem trenutku kaže ustaviti pri informiranju o poslovanju - če drugega ne, gre prav to "poglavje" vzeti najbolj resno. Vem, koliko sem ustvaril - vem, koliko bom zaslužil. Ali je to veliko ali malo, pa je že druga zgodba, o kateri ne gre soditi.

Mercatorjeva uprava je med zahteve po poenotenju posameznih poslovnih funkcij umestila tudi zahtevo po poenotenem plačnem sistemu za vse odvisne trgovske družbe. Povprašali smo Aleša Čerina (člana uprave), ki vodi delovno skupino za pripravo zahtevnega gradiva, kako daleč oziroma kako blizu so njeni predlogi. Odgovor je bil kratek in jasen: "Blizu."

Vesna Bleiweis

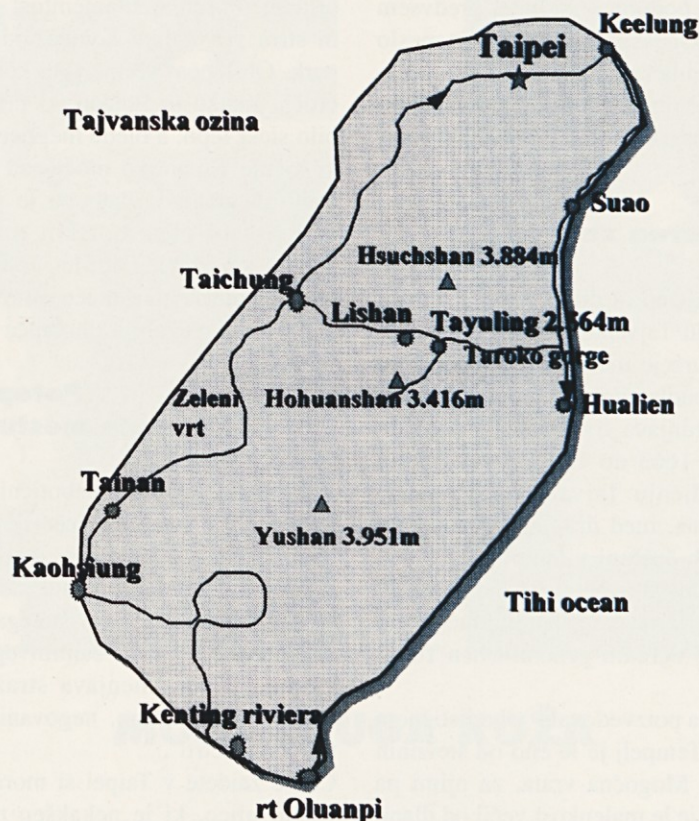
dobje, kar je tudi največja slabost tega sistema. Predvidoma bo ta poma-njkljivost prihodnje leto odpravljena, saj že potekajo aktivnosti za prehod na mesečne obračune rezultatov poslovanja.

Spremljanje rezultatov poslovanja na vseh organizacijskih ravneh družbe, omogoča upravi podjetja, direktorjem profitnih centrov in programov nadzor nad poslovanjem ter dobro osnovo za poslovne odločitve. Enote, ki posluje-jo z izgubo in ne pokrivajo niti neposrednih stroškov, so predmet prodaje ali oddaje v najem. Pred tovrstno odločitvijo so običajno opravijo tudi kadrovske zamenjave. Ni malo primerov, ko je enota s prihodom novega poslovo- dje že po letu dni zaključila poslovanje brez izgube. Podatki o poslovnih izidih enot so osnova za sprejem investicijskih odločitev, predvsem ko gre za preнове enot večjih vrednosti.

Stimulativni sistem nagrajevanja na osnovi poslovnega izida organizacijskih enot je družbi Mercator SVS omogočil hitrejše uresničevanje nekaterih ključnih ciljev. Pozitivni učinki se kažejo v povečanju produktivnosti, zniževanju stroškov ter izboljšani likvidnosti zaradi zmanjševanja zalog in neplačanih terjatev. Kljub nižjim stroškom dela zaradi manjšega števila zaposlenih, povprečna bruto plača na zaposlenega v družbi realno raste, saj je posledica ustvarjenega dobička, ki je iz leta v leto višji.

Marjana Olstrak

>> **Tajvan** <<



POPOTOVANJE PO TAJVANSKEM "PRIMORJU"

Z goljufijo se daleč pride

Strmo, težko prehodno vzhodno obalo Tajvana sva v drugem delu najinega potepanja zamenjala za prijaznejšo, a manj spektakularno zahodno. Po železni cesti na jug proti Kaohsiungu, drugemu največjemu mestu na Tajvanu! Preverjanje veljavnosti vozovnic na tajvanskih vlakih je sila zanimivo. Vozovnice namreč preverjajo le ob vstopu na peron in ob izstopu. Tako vozovnico kupiš le do prve naslednje postaje, pelješ pa se tja, kamor si namenjen. Ko prideš do željenega kraja ob izstopu s perona konduktarju izročiš karto. Ker je ponavadi gneča velika in se vsem muči, je pregledovanje vozovnic površno in preden konduktar ugotovi, da vozovnica ni prava, si že jadno mimo. Pa tudi, če te dobijo z napačno vozovnico, se zaradi konduktarjevega slabega znanja angleščine in nepopisne gneče neka-ko izmotaš. Lahko se sicer zgodi, da vozovnice preverjajo tudi na vlaku, vendar smo popotniki neverjetni špekulan-ti. Če do pregledovanja pride med vožnjo, se izgovoriš, da si se premislil in da boš vozovnico doplačal na peronu izs-topne postaje. Ker si turist ti ponavadi verjamejo in vse se lepo uredi.

Zeleni vrt Tajvana

Ozek obalni pas zahodnega dela Tajvana je ena sama veli-ka, rodovitna ravnina v obliki banane. Bogata sestava prs-ti, ugodno podnebje in ne prav pogosti rušilni tajfuni, so zanjilnosti tajvanskega zelenega vrta. Otok so portugalski pomorščaki poimenovali "Ihle Formose" - Čudoviti otok. Pogled počiva na neskončnih riževih gredah, poljih slad-kornega trsa, bambusovih gozdovih ter nasadih kokosovih palm, banan in ananasa. Številne majhne in idilične vasi so posejane po zeleni preprogi in dajejo pokrajini poseben čar. Vidim ananas v naravnem okolju. Zmeraj se mi je zde-lo, da ananas raste na drevesih, pa temu ni tako. V resnici je anans nekakšna 50 do 70 cm visoka grmovnica, katere listi spominjajo na kaktus. Podolgovati koničasti listi rastejo iz centra, okoli katerega rastejo plodovi, ki jim pravimo ananas.

Zaradi svoje naravne darežljivosti sodi obalni pas na za-hodnem delu Tajvana med najgosteje naseljeni del otoka (90% prebivalcev živi tukaj). To območje je dolga stoletja veljalo za središče gospodarskega razvoja. Sedaj je to glavno mesto Taipei.

Vendar zelena pokrajinakaže tudi globoke rane zaradi človeške brezbržnosti in materialne zaslepljenosti. V zadnjih 40 letih je težka industrija kot simbol gospodarskega napredka dodobra spremenila podobo pokrajine, predvsem v okolici mesta Kaohsiung. Onesnaževanje ni prizaneslo stoletja opevani lepoti Reke Ljubezni. Reka Ljubezni - umazan, mrtev kanal, ki priča le o človekovi pogoltnosti, ljubezni do denarja. Enako priča jedrska centrala v bližini narodnega parka Kenting.

Duhovna in kulturna zakladnica

Ljubiteljem vzhodnjaške duhovne in druge kulture sproža območje v jugozahodnem delu Tajvana obilico duhovnega adrealina. Zakladnica te kulture je mesto Tainan z bližnjo okolico, kjer je več kot 200 budističnih in taoističnih templjev. Tainan, znan tudi kot trdnjava tradicionalne Tajvanske kulture, je bil v letih od 1663 do 1885 glavno mesto Tajvana. V vsakdanjem življenju Tajvanca je duhovna tradicija globoko zakoreninjena, med drugim se kaže tudi v veličastnih obredih različnih čaščenj v templjih. Vseh 200 templjev si seveda nisva uspela ogledati. Delček tajvanske preteklosti sva našla v najstarejšem konfucijskem templju, ki ga je dal leta 1665 zgraditi general Chen Yung-hua.

Po vzhodnjaških modrostih sva poizvedovala v budističnem "Templju 10.000 Bud". Sam Tempelj je le eno od številnih svetišč v sklopu samostana. Mogočna vrata, za njimi pa 10.000 Bud. Najmanjši Buda je le malenkost večji od dlani, medtem ko največji meri okoli 5 m. Med taoističnimi templji je izstopal tempelj petih kraljev v kraju Matou. Z udarci na gonge in z manjšimi ognjemeti opravljajo obredna čaščenja.

Dogajanja v templjih sva spremljala kot atrakcijo, za njihovo razumevanje potrebovala temeljit pouk.

Počitnice na Kentingski rivieri

Po naporni kulturni turi sva se podala na skrajni južni del Tajvana v okraj Pingtung, znanem po čudovitih peščenih plažah, bujnih tropskih gozdovih in najtoplejšem zimskem vremenu na Tajvanu. Sredi decembra je dnevna temperatura preseгла 30 stopinj Celzija.

Turistični Kenting, nekakšen tajvanski odgovor na ameriške Havaje, franosko riviero ali avstralski Golden coast. Mesto dobesedno živi za turizem in možno je početi prav vse, od deskanja na valovih, ki so tu, kjer se srečujejo tokovi Pacifiškega oceana in Tajvanskega morja še posebno visoki, vožnje s skuterji, do potapljanja v morske globine. Res, raj za počitnikovanje. Poležavanje na soncu in brezmejno premetavanje po valovih v toplem decembrskem soncu nama je dobro delo. Dvomesečno potepanje po azijskih tleh je izpraznilo najine baterijer in nekaj dni počitnic je prišlo kot naročenih.

Biti turist pa me ni nič kaj veselilo. Zato treking tura v narodnem parku Kenting. Park je novejšega datuma, saj so ga ustanovili šele 1. januarja leta 1984. Narodni park je

znan predvsem po svojem bujnem tropskem zelenju oz. oblikovanih botaničnih vrtovih, ki so mešanica dreves, grmovja, trav, cvetja, med drugim tudi prekrasnih dišečih orhidej. Posebna znamenitost parka je okoli 300 m visok in strm vrh Velika konica, od koder je prelep razgled na park. Ob lepem vremenu se, kot trdijo domačini, vidijo tudi otočja Lanxu in Bataan, ki pripadajo Filipinom. Vreme je bilo sicer lepo, a blede meglice nad Bashi kanalom (kanal, ki ločuje Tajvansko otočje od Filipinskega arhipelaga), so zastirale pogled. Zato pa je pred najinimi očmi potekal združitveni ples morskih tokov Pacifiškega oceana in Tajvanske ožine. Patrolni čoln obalne tajvanske straže je rezal nemirne in peneče valove oceana. Na "transverzali mamil", je prežal na tihotapce belega zla s Filipinov.

Potep po glavnem mestu in Kačji ulici

Pod oblake segajoči nebotičniki, nepregledne kolone sive pločevine, v smogu dušeče se prebivalstvo, problemi sodobne družbe - kriminal in zasvojenost z mamilom, astronomsko visoke zemljiške rente ... V tem skoraj trimilijonskem čebelnjaku, je vsega naštetega na pretek. Po drugi strani pa veliko lepega in zanimivega. Številni muzeji, templji, vladne palače, menjava straže pred Chiang Kaishkovo spominsko dvorano, negovani parki, slepeče razsvetljene trgovske četrti ...

Če že zaidete v Taipei si morate ogledati Snake Alley oz. Kačjo ulico, ki je nekakšen nočni bazar in zato obiskan predvsem v večernem času. Če verjamete v čudežne napoje boste vsekakor poskusili kačje meso, kačjo juho ali pa kačji žolč. Vse bojda deluje kot afrodisiak. Vzdolž ulice so številne kačje restavracije, pred katerimi se pred očmi mimoidočih odvijajo pravi rituali za pripravo kačjih specialitet. Pred restavracijami stojijo nekakšni zaboji, za njihovo stekleno prednjo steno pa gomazijo kače. Kačeljubci si lahko izberejo nesrečnico, ki jim bo pomagala pri posteljni učinkovitosti ali pa zgolj potešila gurmansko radovednost. Poleg zaboja je običajno še "mesarski pult", na katerem izbrana nesrečnica konča. Veščji pripravljalec kačjih dobrot jo v nekaj sekundah pred očmi jedca "strokovno obdela". Vse skupaj je tako odurno in srhljivo, da me je želja po specialitetah "domače" kuhinje povsem minila. Zapri-sežen ostajam goveji juhi, praženemu krompirju, govedini s hrenom in solati.

Žal vam to pot ne morem postreči s fotografijo katere od omenjene znamenitosti. Zgodi se, da tudi fotoaparati odpove poslušnost. Popravili so mi ga šele na naslednji potepinski postaji. Zato le zemljevid Tajvana z označeno potjo.

Primož Godler



MOJA DRUGA KOŽA

To je bil nekoč slogan blagovne znamke spodnjega perila in boljšega bi težko našli.

Perilo - najintimnejši del oblačila, najbolj naš, kot naša druga koža. Jasno, da mora biti spodnje perilo udobno in lepo. In predvsem enostavno za vzdrževanje. Novi materiali omogočajo vse to, mi pa se jih kar ne moremo navaditi. Da spodnjega perila ne bi kuhali!!! se ogorčeno sprašujejo bolj "klasične" uporabnice. Groza! Ali pa ne. Kajti, že omenjeni novi materiali in nova pralna sredstva omogočajo čistost tudi pri nižjih temperaturah. Toliko za uvod v pestro modo spodnjega perila in kopalke.

Ja, tudi najbolj skrito je podvrženo modi. Nedrčki so v zadnjem času še posebno na udaru mode, kajti pogosto dobivajo poleg praktične, tudi "korektivno" funkcijo. Torej, oblikovati nas morajo po modni silueti. Spodnje hlačke pa postajajo - v nasprotju z nedrčki - vse bolj udobne. Pomikajo se višje k pasu, izrez pa je lahko ali zelo visok ali pa zelo spuščjen, da spominjajo že na moške bokсарke. Tak model je še posebno vabljiv v čisti svili, medtem ko so klasični modeli spodnjih hlačk pogosto v novih, mehkih tkaninah, ki so prijetne za nošenje. Hlačke so vse lepše in okinčane. Predvsem pa je na njih pravo razkošje čipk v barvi osnovne tkanine. Ta pa že dolgo ni več samo bela, ali črna, ampak so dovoljene in zaželeno prav vse barve, tudi siva, rjava, zelena, bordo itd.

Seveda so najlepši kompleti nedrčka in hlačk, ki jih prilagodimo času in namenu - od zelo svečanega ali izzival-

nega, kar pikantnega spodnjega perila do športnega kompleta, ki je ponovno v čistem bombažu (za tiste najbolj pravoverne). Skratka, ko se razkrijemo, ko smo same s seboj ali z našim najdražjim, pokažemo svojo drugo kožo - vso v mavričnih barvah in vso v čipkah, nežno in lepo, izzivalno, vabljivo.

In kopalke?

Najelegantnejše so enodelne pa naj bodo drobno ali intenzivno vzorčaste ali enobarvne. Prsa so mnogokrat oblikovana, tiste, ki si pri sončenju "zrolajo" kopalke do bikink, pa prisegajo na enostaven, večeren model. Zadnja moda mu spreminja izrez pri nogah tako, da niso več izpodrezane skoraj do pasu ali pa kopalke spravlja celo do kratko-hlačnega modela, kar pa je po okusu predvsem mlajših.

Dvodelne kopalke so podobno - z oblikovanim nedrčkom, višje segajočimi hlačkami in nekoliko bolj soncu obrnjeno ritko v eni skrajnosti in v kratke hlače oblikovan spodnji del v drugi skrajnosti. Nekje na sredi pa se nas bo našla večina.

Sicer pa so naše plaže ob morju in v notranjosti vse bolj razgaljene. Vse več je gole kože in kopalke si vse pogosteje nadenemo predvsem takrat, ko stopimo v senco, gremo na pijačo. Torej so postale takorekoč oblačilo za promena-do in zato ni vseeno, kakšne si nadenemo.

Vesel dopust in prijetno počutje v vaši drugi koži!

Lidija Jež

Pomlad prihaja v zgodnje poletje. Posledica relativno mile zime bo veliko škodljivcev in boleznih rastlin.

Tudi proti mravljam in listnim ušem moramo začeti odločno ukrepati s tekočimi škropivi in gnojili iz kopriv, gabeza, pelina, cvetočega vratiča, rabarbare, čebule, česna, paradižnikovih listov, kamilic, rmana itn.



Pripravimo si škropivo iz kopriv, tako da kilogram sveže narezanih kopriv namakamo v desetih litrih vode. To po enem dnevu precedimo in z razpršilom skrbno poškopimo rastline z vseh strani.



Ne pozabimo na redno zalivanje, toda ne po listih, temveč le po tleh. Še bolje pa bo, če zemlji primešamo **zrnca Agrogela**, s katerim se na najlažji način bojujemo proti suši. Agrogel lahko veže do 400 krat toliko vode, kot je njegova teža, se napihne in tako postane rezervoar za sušne dni. Nabrekli in po izrabljeni vlagi spet skrčeni delci zaradi spreminjanja prostornine tudi zelo učinkovito rahljajo prst.

Na vrtu in pa tudi v sadovnjaku moramo biti pozorni na voluharja, da nam ne napravi preveč škode. Sproti ga lovimo s pastmi, ki jih nastavljamo v naseljene rove.



Inteligentni papagaji

Ameriška biologinja Irene Papperberg je raziskovala inteligenco svojega papagaja Alexa. Ugotovila je, da zna papagaj poimenovati vsaj 50 predmetov, če mu jih pokaže, da pozna barve in številke od 1 do 9 ter da pozna načelo enakosti in različnosti. Po njenem Alexove zmožnosti ustrezajo zmožnostim 5 letnega ameriškega otroka.

Alexa pa so podvrgli tudi inteligenčnim testom, ki jih opravljajo z delfini in velikimi opicami. Na nekaterih področjih je papagaj dosegel prav tako dobre rezultate kot delfini in opice, na nekaterih pa jih je celo prekašal.

Gorila umrla za infarktom

Ko so 28-letni gorili zvenečega imena Sultan, prvič pripeljali harem deklet, s katerimi naj bi se malce pozabaval, je dobil infarkt in umrl. Zoologiso mu pripeljali tri samice, da bi jih oplodil in tako prispeval, da bi že precej iztrebljena vrsta opic ne izumrla. A po treh minutah ljubezenskih igrice se je Sultan nenadoma zgrudil in pomagati mu nista mogla ne veterinar ne oskrbnik, če prav sta mu nudila ustrezno prvo pomoč. Pomagalo ni niti umetno dihanje usta na usta. Sultana, ki prej ni imel težav z zdravjem, so pripeljali v Kioto pred dvema mesecema iz tokijskega živalskega vrta. Sultan pa ni bila prva opica v živalskem vrtu v Kiotu, ki je doživela srčni napad. Lansko leto je bilo usodno tudi za samca Matta, prvo gorilo, ki je prišla na svet v živalskem vrtu.



Kako spijo živali?

Živali, ne samo da spijo, ampak tudi sanjajo, so ugotovili britanski raziskovalci, ki proučujejo vedenje živali. Med največjimi zaspanci je prav gotovo maček, ki pozimi, zvit v klobčič, poleti pa stegnen na kakršnikoli podlagi, samo da je hladna, prespi tudi od 16 ur na dan. Najprej začne zehati in mežikati, nato hitro zaspi in po petnajstih minutah spančkanja, že ves zadovoljen spet striže z ušesi in brki. Med spanjem včasih prede, včasih pa spi nemirno, kot da bi sanjal, da lovi veliko miš. Raziskovalci so ugotovili, da sanjajo le toplokrvne živali, plazilci, insekti in ribe pa ne. In zakaj nekatere živali spijo dlje kot druge? Zakaj, na primer, pasavec spi nepretrgoma tudi do 20 ur na dan, morski prašiček pa samo eno uro? Ugotovili so, da obstoja povezava med spanjem, sanjami in občutkom varnosti. Denimo lisjak, velik lovec na zajce, spi tudi do dvakrat več kot njegov plen. Lev brezskrbno spi v visoki travi tudi pa več ur, medtem ko si plaha antilopa le redko upa zatisniti oko, pa še to le v stoje in v nenehni pripravljenosti na beg. Po mnenju drugih znanstvenikov, ki proučujejo škorpijone, netopirje in metulje, občutek varnosti ni povezan s spancem, saj na primer sokol ne spi nič dlje kot vrabček. Po tretji teoriji pa je dolžina spanca povezana s starostjo - mladi sesalci spijo po petkrat manj kot njihovi starejši vrstniki. Zaspanost naj bi bila odvisna od dostopnosti do hrane. Ugotovili so, da prežvekovalci, ki se pasejo v naravi, spijo veliko manj kot tisti, ki so zaprti v hlevu in imajo neomejen dostop do hrane. Prav tako kot ljudje pa lahko tudi živali trpijo za nespečnostjo ali kronično zaspanostjo. Morda bodo z opazovanjem teh bolezní pri živalih pomagali marsikateremu človeku, ki ima težave s spanjem.



Recept

Prišel je čas, ko je na vrtu vedno dovolj sveže zelenjave. Na tržnici so poleg različnih solat že rdeče redkvice, beluši, zgodnji paradižnik in še kaj. Kombinacija sveže zelenjave z različnimi hladnimi omakami in preliv ali sestavljene solate, so dobrodošla popestritev jedilnika, hkrati pa zaužijemo še obilo rudninskih snovi in vitaminov.

Cesarska solata

*1 glava solate, 2 žlici olja,
2 stroka česna, 6 sardelnih filetov, 4
rezine kruha,
3 dag parmezana*

Preliv:

*1 jajce, 5 žličk limoninega soka,
3 žlice olivnega olja,
1 žlička worchestrske omake,
četrt žličke gorčice,
sol in poper*

Olje damo v posodo, vanj stisnemo česen in pustimo stati vsaj eno uro. Precedimo, prelijemo v kozico in na olju prepražimo na kocke narezan kruh. V posodo za solato damo liste solate, ki jih potresemo s popečenim kruhom, parmezanom in pretlačenimi sardelnimi fileti. Preliv naredimo tako, da jajce kuhamo eno minuto, ga pretlačimo, dodamo limonin sok, gorčico, začimbe in z vsem skupaj prelijemo solato.

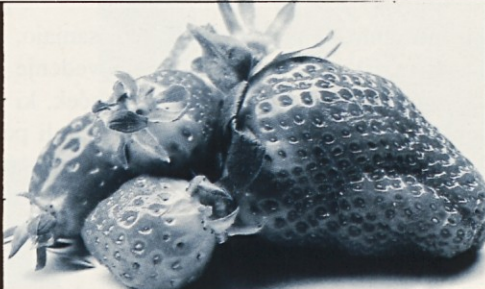

Solatni preliv s skuto

*100 dag skute, 1 žlica mleka, 3 žlice
majoneze, 1 čebula, 2 žlici olja, 1
žlička gorčice, 3 stroki česna, kis, sol
in poper.*

Čebulo in česen seseklamo in zmešamo z drugimi sestavinami. Takšen preliv je primreren za najrazličnejše solate.

Andrej Remškar

NAGRADNA KRIŽANKA

TRHEL LES DREVESNEGA ŠTORA	VRSTA METALOV (DVE BESEDI)	NEKDANJI KANADSKI POPEVKAR (PAUL)	BEL PRAŠIČ PLEMENITE PASME	POLITIČARKA PERON	KRAJŠA OBLIKA IMENA RATOMIR	PROGRAM	PTIČ PEVEC	BRITANSKI ŠEF VLADE OD 1945 - 51 (CLEMENT)																
SLOVENSKA POKRAJINA																								
ROMAN ALEKSEJA TOLSTOJA																								
ISKRENOST									ULTRA KRATKI VALOVI	ŽELEZNA KONICA NA PALICI	DEL MESTA RIJEKE	ROCK GLASBENIK	PIONIR HIDROTERAPIJE (KNAJ-PANJE)											
NAPRAVA V JEDRSKI FIZIKI							VRTNA DIŠAVNICA, LUŠTREK																	
VSE V REDU		ŠTEF ALIČ	GRŠKA POSODA ZA DIŠAVNO OLJE		SESTAVNI DEL ATOMA																			
VPREŽNA ŽIVINA				ŽITNI PLOD	MAJHNO DREVO																			
IVERNA PLOŠČA					ANTON INGOLIČ		PREMIČNI DEL VITEŠKEGA ŠLEMA	POVPR. DOLŽINA BESED JE 5,3 ČRKE.	DEL OTROŠKEGA KOLESA	ZLATO JABOLKO														
ZLITINA NIKLJA, BAKRA IN MANGANA							RAVS			LASTNIK RANČA														
IME PESNICE ČERNEJEVE					OBMOČJE, POVRŠINA							RECEPT												
SESTAVIL JOŽE PETELIN	LATINSKI VEZNIK		ZLAGANJE BESED V BESEDNE ZVEZE		GRŠKI BOG ČASA							AMERIŠKO OTOČJE												
																								
										SLAB PESNIK									DEL OBRAZA					
										NAOČNIKI									KARAMBOL					
										NEZNANEC						ŽALNA OBLEKA								
										DESNİ PRITOK SEINE V FRANCIJI						SOLMIZ. ZLOG			NORVEŠKI KRALJ					
TELOVADNI ELEMENT									AMERIŠKI REŽISER (MARTIN)															

Rešitve pošljite do 20. junija 1998 na naslov: Poslovni sistem Mercator, Center za obveščanje, Dunajska 107, 1000 Ljubljana. Za pravilno rešitev križanke v prejšnji številki časopisa, nagrade prejmejo: Kristan Justina, Ravne 7, 4290 Tržič, Lenček Milena, Vrhpolje 18 A, 1251 Moravče, Ivanka Prešern, Dol. Nemška vas 48, 8210 Trebnje.

Princesa - kot iz pravljice



Sladkosnede lahko izbirajo različne okuse:

Princesa čokolada z delci - vanilija

Princesa spagnola z amareno,

Princesa bacio z lešniki - pistacija,

Princesa jagoda - limona in

Princesa gozdni sadeži - jogurt.



Zmajčkov družinski litrski sladoled Princesa je v vseh Mercatorjevih prodajalnah.



TrgoAvto

Mercator Trgoavto
Trgovina, Servis d.d., Koper
6001 Koper, Pristaniška 43/a
telefon: (066) 272-510
telefax: (066) 272-481

OBIŠČITE NAS V NAŠIH 30 PRODAJALNAH V SLOVENIJI



- ▶ Skuterji **PIAGGIO, GILERA,**
- ▶ motorna kolesa **TOMOS**



- ▶ Kolesa **ATALA, ROG,**
KASTLE by BENETTON



Zeleni program:

- ▶ vrtno kosilnice **CASTEL GARDEN,**
HARRY, HUSQVARNA
- ▶ Obrezovalci **ACTIVE, JONSERED,**
HUSQVARNA
- ▶ Drobna kmetijska mehanizacija
GOLDONI



- ▶ Rezervni deli za vsa tovorna in osebna vozila,
- ▶ Gume, elektromaterial, dodatna oprema, avto kozmetika, agregati, orodje,
- ▶ Avtoakustika