



LETO XVIII

ŠTEVILKA 1/2

Časopis poslovnega sistema Mercator

Trgovska družba v mešani lastnini

Vesna Bleiweis

## SPAR-MERCATOR, d.o.o.

Ljubljana - 23. 1. 1990: slovesneje kot je to običajno pri podpisovanju pogodb, je bila podpisana pogodba o ustanovitvi trgovske družbe SPAR-MERCATOR. Pogodbene stranke so se zavezale, da bo v določenem času v Sloveniji razvita mreža trgovin, ki bo nosila ime nove družbe. SPAR, Avstrija je torej stopil čez prag slovenske dežele.

Priprave na sklepni dogodek, podpis pogodbe o ustanovitvi družbe v mešani lastnini Spar-Mercator, so potekale skoraj eno leto. Slovesen podpis akta o ustanovitvi je bil 23. januarja 1991 v Mercatorjevem poslovnem centru v Ljubljani.

### O partnerjih

SPAR je bil ustanovljen leta 1932 na Nizozemskem, ko je gospod Adriaan van Well organiziral samostojne trgovce na drobno in nekatere grosiste, da so se skupnim delovanjem povezali v učinkovito mrežo oziroma trgovsko verigo, ki danes deluje pod imenom SPAR v dvajsetih državah. SPA-

ROVA trgovska veriga se je iz Nizozemske razširila po vsej Evropi, domovanje pa je našla tudi v Afriki, Južni Ameriki in na Dalnjem vzhodu. Firma povsod nastopa pod istim imenom, z istim zaščitnim znakom - zeleno jelko, ki je znak za zaupanje, kakovost in konkurenčne cene.

Slovenija ima tradicionalno dobre gospodarske stike z Avstrijo in zato ni čudno, da se je kot partner v trgovanju z MERCATORJEM pojavil avstrijski SPAR, ki ima sedež v Salzburgu. SPAR ima v Avstriji okrog 1.600 trgovin in 6 velikih skladišč. Lastniki 1.400 trgovin so zasebniki. Za vse SPAROVE trgovine je značilna enotna ureditev, stand-

ardna kakovost izdelkov in storitev ter konkurenčne cene. Po trgovski plati je MERCATOR zelo podoben SPARU. Ima razvejano trgovsko mrežo, pa tudi sam poslovni sistem je organiziran podobno kot SPAR.

Kot domači partnerji v sklenjeni pogodbi nastopajo POSLOVNI SISTEM MERCATOR - krovno podjetje in članice sistema, delniške družbe MERCATOR-BLAGOVNI CENTER, MERCATOR-DOLOMITI, MERCATOR-GOLOVEC in MERCATOR-GRMADA. Krovno podjetje in MERCATOR-BLAGOVNI CENTER vstopata v novo podjetje z denarnim vložkom, ostali pa z ovrednotenim vložkom v obliki objektov.

V novo mešano trgovsko podjetje partnerji vlagajo 74,5 milijonov dinarjev, razmerje v vložnem kapitalu med tujim in domačimi partnerji je 50:50.

### Namen ustanovitve in cilji

Dejstvo je, da pri nas - ne zgolj v Mercatorju, notranja trgovina v tehnološkem, organizacijskem in konkurenčnem smislu zaostaja za razvitim svetom. Potrebna je miselne, organizacijske in tehnološke prenove, če naj postane zanimiv udeleženelec v mednarodnem trgovanju.

V sodelovanju s SPAROM, Avstrija bo zagotovljen nujen del svežega kapitala za prestrukturiranje trgovine, predvsem za razvoj učinkovitejšega in za potrošnike prijaznejšega poslovanja ter obogatitev trgovske ponudbe pri nas.

Nova družba sprejema Sparov poslovni koncept in ga prenaša na naša tla. Ne samo v smislu organizacije temveč tudi v tehnološkem in kakovostnem smislu.

Nadaljevanje na 2. strani

### Ne prezrite:

– 8. skupščina  
PSM – monologi  
str. 5

– Inventurni  
popis, prosim!

– Plan kaže  
poznati  
str. 6

– Nebotičnik in  
Tivoli  
str. 7

– Valvasor v Litiji  
str. 9

– Uogen nakup  
stavbnega pohištva  
str. 12

Na dan podpisa pogodbe o ustanovitvi podjetja SPAR-MERCATOR sta pred Mercatorjevim poslovnim centrom vihrali Sparova in Mercatorjeva zastava.



# SPAR-MERCATOR, d.o.o.

Nadaljevanje s 1. strani

To pomeni, da vsi poslovni principi nove družbe (poslovanje, upravljanje, image) temeljijo na Sparovi poslovni filozofiji in podjetniški kulturi; da morajo biti v vseh objektih v lasti družbe SPAR-MERCATOR izvajani in upoštevani standardi, ki veljajo za poslovanje v Sparovi mreži (opremljenost, kakovost blaga in kakovost storitev).

V letošnjem letu bo nova družba upravljala in uredila 3 trgovine v Ljubljani (Šiška, Vrhovci, Zalog). Predvideno pa je, da se bo mreža trgovskih objektov nove družbe širila v vseh organizacijskih oblikah, ki jih SPAR uveljavlja v svetu. Mreža naj bi se razvijala tako na območju Slovenije kot Jugoslavije. To je tudi strateški cilj, ki ga opredeljuje sklenjena pogodba.

## Kje, kakšne trgovine, kakšno blago in kdaj?

Seveda je za slovenske potrošnike najbolj zanimivo in izzivalno vprašanje cen in izbor blaga v trgovinah, ki bodo sodile v družbo SPAR MERCATOR. Podpredsednik poslovnega odbora za trženje v Mercatorju Franc Prvinšek je dejal, da si bo nova družba prizadevala za konkurenčne cene, da pa je pri uvoženih izdelkih treba računati na carinske in druge dajatve, tečaj dinarja, skratka na okoliščine, ki bodo izhajale iz predpisov. Pričakovati, da bi v trgovinah nove družbe lahko kupovali samo uvoženo blago, je nesmisel. V trgovinah bodo tudi domači izdelki. Izbor izdelkov bo določen skupaj s Sparom tako, da bo ustrezal ponudbi, ki je v Sparovi mreži običajna. Če je verjeti izjavi Jožeta Kopušarja, namestnika direktorja Mercator-Rožnika, bodo cene v teh trgovinah v povprečju za 10 %

nižje. Prve tri trgovine nove trgovske družbe bodo stale bolj na robu Ljubljane, lokacije oziroma objekti so bili izbrani skupaj s predstavniki Spara. Prvi dve trgovini (v družbo sta jih vložila Mercator-Grmada in Mercator-Golovec) bosta v skladu s Sparovimi standardi urejeni v Šiški (Ulica Bratov Babnik) in v Zalogu (Agrkombinatska ulica). Odprti bosta v začetku poletja, tretja, na Vrhovcih (v novo družbo jo je vložil delničar Mercator-Dolomiti) pa bo odprta jeseni. Vsem trem objektom je treba nadeti novo podobo. "Za začetek so tri trgovine malo, vendar pa je zanimanje za širitev mreže nove trgovske družbe med Mercatorjevimi podjetji precejšnje, predvsem tistih izven Ljubljane. Z vidika velikosti kapitala je nova firma majhna, čeprav z vidika razmerja v sovlagateljskem deležu, ne. Začetek je v bistvu le forma za nadaljevanje sodelovanja z namenom, da se pri nas razširi značilna Sparova mreža večjih nakupovalnih centrov. Ob tem pa ne kaže zanemariti izvoznih možnosti, ki se odpirajo Mercatorju", je ob sklenitvi pogodbe dejal predsednik poslovnega odbora Mercatorja Miran Goslar.

## Dolgoročen posel

"Značilna Sparova zelena jelka si je kot znak zaupanja, kakovosti in konkurenčnosti, utrla pot v svet. Spremenjene razmere na evropskem vzhodu so odprle nove možnosti za njen prodor tudi v ta prostor. Sosedstvo, odprta meja ter področje, v katerem Spara še ni, pozna pa ga veliko potrošnikov, primeren partner, tega smo našli v Mercatorju, od tod odločitev za sovlaganje", je po predstavitvi Sparovih generalij dejal predsednik avstrijskega Spara gospod Hans Reisch.

Miran Goslar je dodal: "Spar k nam prinaša izkušnje tržnega

gospodarstva in lahko se marsičesa še naučimo, kar vse naj prispeva k naši večji kakovosti in konkurenčnosti.

Na podoben način, kot so se v novo trgovsko družbo vključili sedanji partnerji, bi se nova

družba morala širiti, saj je začetno delo le kot sadika, ki naj se razraste v drevo".



Podpis pogodbe (od leve: Andrej Skrt, direktor Mercator-Golovca, Hans Reisch, predsednik SPAR, Avstrija in Miran Goslar, predsednik Poslovnega sistema Mercator).

Izmenjava podpisanih pogodb.



Nasmeh za sedmo silo.



Posel je sklenjen.



Mercatorjevi nagajenci 1990

Vesna Bleiweis

# Za uspešno delo in osebnostne vrline

Na skupščinskem zasedanju 27. decembra 1990 so bile slovesno izročene nagrade Poslovnega sistema Mercator za leto 1990. S soglasnim sklepom odbora za podelitev nagrad in skupščine poslovnega sistema so bile nagrade podeljene in izročene delavcem in podjetju, ki so s svojim delom in osebnostnimi lastnostmi ter poslovnimi uspehi, prispevali k ugledu podjetja v katerem delajo in s tem tudi Poslovnega sistema Mercator kot celote.

V nagovoru članom skupščine in nagrajencem, je predsednik odbora Franc Zadravec poudaril vpliv kriznih razmer, tako na gospodarske rezultate podjetij, kot tudi na odnose med ljudmi. Zato nagraditev ljudi in podjetij, ki v teh kriznih časih niso izgubili občutka za poslovnost in človeške odnose, še posebej izstopa. "Imamo torej ljudi, ki s svojim znanjem in osebnostnimi lastnostmi zmorejo preseči okvire danega in določiti smeri novega".

## Nagrajenci Poslovnega sistema Mercator za leto 1990

V utemeljitvah za podelitev nagrade je zapisano:

Skupščina Poslovnega sistema Mercator podeljuje nagrado Mercator: Viktorju Rebeku, delavcu Mercator-Trgoavta iz Koprca. V Mercator-Trgoavtu je nagrajenec zaposlen od leta 1971. Opravljal je različna dela na področju komercialne, zadnjih nekaj let pa se je posvetil trgovini z rezervnimi deli za tovorna vozila. Iz nekdanjega vprašljivega referata je razvil sodobno organizirano in razvejano enoto, ki je po rezultatih in kakovosti storitev med najboljšimi oziroma med prvimi v Jugoslaviji. Poslovna uspešnost vodenja te enote se kaže v rezultatih podjetja Mercator-Trgoavto, saj je v letu 1989 delež te enote v trgovini na debelo znašal 17%, v devetih mesecih v letu 1990 pa 21%. Tako je enota, ki jo vodi gospod Rebek daleč najbolj uspešna. Nič manjša ni njegova uspešnost v zunanjetrgovinskem poslovanju. Sodelavci in vodstvo podjetja nagrajenca cenijo kot najuspešnejšega komercialnega delavca v podjetju, kot požrtvovalno, vestno in delu predano osebnost. Nagrada Mercator je le del priznanja, ki mu ga za uspešnost podjetja Mercator-Trgoavto in s tem tudi Poslovnega sistema Mercator, lahko izrečemo.

Skupščina Poslovnega sistema Mercator podeljuje nagrado Mercator: Stanetu Jamniku, delavcu Mercator-Oljarice iz Kranja. V Mercator-Oljarici je diplomirani inženir Stane Jamnik zaposlen od leta 1976. Je vodja kontrolno-razvojnega sektorja. Spopadel se je z ekološkimi problemi, povezanimi z rafinacijo olja in po njegovi zamisli je ob sodelovanju sodelavcev rojena in zgrajena čistilna naprava za odpadne vode. Zanj je prejel inovacijsko nagrado Borisa Kidriča. V proizvodnji je uvedel procesni računalnik in tako so izgube v proizvodnji zmanjšane na najmanjšo možno mero. Njegovo delo

je usmerjeno v razvoj novih izdelkov, novega proizvodnega programa, ki bo obsegal generacijo površinsko aktivnih snovi in detergentov. Vrsta inovacij in tehničnih izboljšav, ki so uvedene v Mercator-Oljarici je rezultat nagrajenečevega dela. Energetski prihranki, prihranki pri surovinah, nadaljnja predelava olja v biološko razgradljive in okolju neškodljive snovi, vrsta strokovnih člankov v strokovnem časopisu "Uljarstvo", uvrščajo gospoda Jamnika v vrh jugoslovanskih strokovnjakov za oljarstvo in z oljarstvom povezano ekologijo. Z njegovim imenom je povezano tudi ime Mercator-Oljarice, kar je v čast podjetju in Poslovnemu sistemu Mercator.

Skupščina Poslovnega sistema Mercator podeljuje nagrado Mercator: skupini strokovnjakov, ki delajo na prašičji farmi Pristava v Mercator-Agrokombinatu Krško.

Skupino sestavljajo:

Matjaž Falkner, dipl. ing. agronomije  
Stane Tomazin, dipl. ing. agronomije

Franc Mlakar, dipl. veterinar  
Vanda Torkar-Tomljanovič, dipl. ing. živaloreje  
Darja Mirt, dipl. veterinarica  
Željko Radošević, dipl. ing. agronomije

Po vrsti organizacijskih, strokovnih in kadrovske težav, ki so pestile farmo, je bilo pred dvema letoma delo na farmi zaupano mladi in razmeroma neizkušeni skupini strokovnjakov. Spoprijela se je z vsemi težavami in vsestransko problematiko. Uspešno rešeni problemi pri reprodukciji, selekciji in zdravstvenem varstvu živali, so se odrazili tudi v ekonomskih rezultatih farme. Po zaslugi homogene ekipe strokovnjakov se je farma iz nazadujočega proizvodnega obrata po svojih tehnoloških in ekonomskih dosežkih prebila v vrh podobnih slovenskih obratov. Ekološka problematika farme še ni rešena in v zvezi z njenim reševanjem čaka skupino še veliko dela. Nagrada Mercator naj bo vsem članom skupine spodbuda pri reševanju zapletene in tudi negotove usode farme.

Skupščina Poslovnega sistema Mercator podeljuje nagrado Mercator: Silvu Korošču in Slavku Podržaju, delavcema Mercator-Ljubljanskih mlekarne. Silvo Korošec je vodja sirarne v Velikih Laščah, Slavko Podržaj je vodja sirarne v Stični. Oba nagrajenca si v vodenju obratov prizadevata za blagovno znamko posamezne vrste sira. V sirarni Velike Lašče se izdeluje cela paleta poltrdih sirov in v njihovo izdelavo je vtakano veliko strokovnega znanja, izkušenj in ambicij vodje sirarne. V stiškem obratu pa Slavko Podržaj neguje tradicijo znamenitega stiškega sira in mu dodaja celo vrsto majhnih serij specialnih sirov. Proizvodnja v Stiškem obratu je zaradi zastarelosti in majhne zmogljivosti majhna, toda komercialno uspešna. Oba nagrajenca sta v dnevi, ko je bila Zgornjesavinjska dolina pod vodo in je bila oddaja mleka nemogoča, obhodiла vse odročne kmetije ter učila sirarske umetnosti na kmetijah. Nesebično sta razdajala svoje znanje, bila sta poslanca dobre volje in predstavljala moralno, humano in ekonomsko vez Mercator-Ljubljanskih mlekarne in Poslovnega sistema Mercator s kmeti. Ugledu in spoštovanju, ki ga uživata v okolju, kjer delata in živita, se je pridružila hvaležnost za

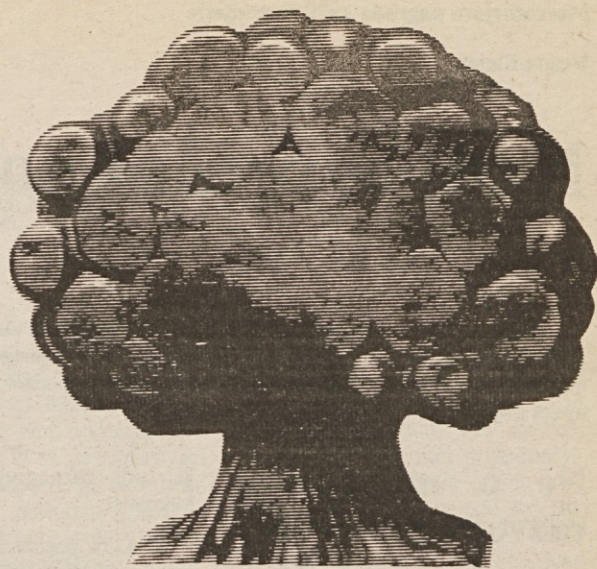
humano misijo v najhujših urah Zgornjesavinjske doline.

Skupščina Poslovnega sistema Mercator podeljuje nagrado Mercator: Ani Kovačič in Metodu Brodniku, delavcema Mercator-Dolomitov. Oba nagrajenca sta poslovodja v Trgovskem centru Pristan v ljubljanskem Trnovem. Pred tremi leti odprt trgovski center, od otvoritve pa do danes, ni izgubil začetnega bleska, nasprotno, med ljubljanskimi potrošniki uživa ugled ene najbolj založenih trgovin z blagom dnevne potrošnje. Ne samo najbolj založene, temveč tudi po kakovosti storitev ene najbolj prijaznih in ustrežljivih trgovin. Sloves je v veliki meri zasluha obeh nagrajencev, slovesu je enak tudi poslovni rezultat trgovskega centra. Trgovski center Trnovski Pristan je ena redkih trgovin, kjer je uveden računalniški sistem spremljanja poslovanja in pri uvajanju tega imata svoj delež tudi oba nagrajenca. Marsikje naši trgovci šele spoznavajo pravilo "kupec je kralj", v Trnovskem Pristanu je to že dolgo. In za tak odnos do kupcev, do vodenja poslovanja, naj bo tudi Mercatorjeva nagrada priznanje in izraz spoštovanja trgovske kulture obeh nagrajencev.

Skupščina Poslovnega sistema Mercator podeljuje nagrado Mercator: Ivanki Slak, delavki Mercator-Embe. Od leta 1977 je zaposlena v podjetju in opravlja delo delavca s posebnimi pooblastili in odgovornostmi, je vodja finančno-računovodske službe. Njena zasluga je, da je v Mercator-Embi uveden računalniško podprt sistem vodenja poslovnih in knjigovodskih podatkov, da je postavljena baza za hitro in učinkovito poslovno odločanje. Strokovnost, izkušnost in izredna osebna angažiranost nagrajenske pri vzgoji in usposabljanju sodelavcev, so le drobci njenega celovitega prispevka k uspešnemu poslovanju Mercator-Embe. Redkokdaj smo prav računovodskim in finančnim delavcem pripravljene priznati, da nosijo velik del bremena in odgovornosti za uspešno poslovanje podjetja, zato je nagrada Mercator v rokah gospe Slakove tudi izraz spoštovanja do poklica, ki ga opravlja.

Skupščina Poslovnega sistema Mercator podeljuje nagrado Mercator: Miranu Goslarju, predsedniku poslovnega odbora. Ustvarjalnih in delovnih prispevkov nagrajenca k uresničevanju razvoja in gospodarskih dosežkov Mercatorja, ni treba posebej dokazovati. Dokaz je enainsedemdeset podjetij, ki sestavljajo organizacijsko, finančno in človeško trden poslovni sistem, ki je zrasel na sedmih stebrih - temeljni filozofiji skupnega in posamičnega razvoja. Prav zaradi uresničevanja tega koncepta je Mercator sistem, ki ga niso zajele desintegracijske težnje, ki se je mogel in zmožil z medsebojnimi kapitalskimi povezavami in projektom lastninjenja najbolj približati aktualnim tokovom in smerem novega gospodarskega ustroja v slovenski državi. Nagrada je izraz spoštovanja nagrajenca, je priznanje prehojenemu času, pozdrav in izziv prihodnjemu.

Skupščina Poslovnega sistema Mercator podeljuje nagrado Mercator: podjetju Mercator-Pekarna Grosuplje. Mercator-Pekarna Grosuplje je po rezultatih poslovanja tako v letu 1989 kot v prvih devetih mesecih leta 1990 eno najbolj



uspešnih podjetij v Poslovnem sistemu Mercator. Posodobitev in povečanje zmogljivosti uvrščajo Mercator-Pekarno Grosuplje med najbolj sodobne industrijske pekarske obrate, izdelki kljub industrijskim postopkom niso izgubili kakovosti in šarma dobrega, domačega kruha in peciva. Vrsta tehnoloških postopkov je plod lastnega znanja in izkušenj, predvsem pa posledica spoznanja, da je kakovost merilo in pogoj za uspešno prodajo, uspešno gospodarjenje. Ob tem ne gre prezreti dejstva, da so v pekarni dojemljivi za vse vrste novosti in ena takih so majhne pekarnice, ki delajo v sklopu velikih prodajnih centrov. Potrošniki priznavajo kakovost izdelkov, poslovni partnerji izjemno poslovnost in spoštovanje dogovorov ter ustvarjalnosti pri obliko-

vanju poslovne politike in dobrih odnosov. Vse to so okoliščine, zaradi katerih se Mercator-Pekarna Grosuplje oziroma njenim delavcem s podelitvijo nagrade zahvaljuje tudi Poslovni sistem Mercator.

Posamezniki prejmejo denarno nagrado in listino o podelitvi nagrade, podjetje pa bronasto statuo in listino. Ob podelitvi nagrade Miranu Goslarju, predsedniku poslovnega odbora Poslovnega sistema Mercator, je bila narejena izjema. Kot posameznik ni prejel denarne nagrade, temveč statuo in listino.

V tej številki vam predstavljamo nagrajeno podjetje Mercator-Pekarna Grosuplje, portrete ostalih nagrajencev pa bomo objavili v naslednji številki.

Nagrade Mercator se podeljujejo od leta 1985, ko sta se združila sozda KIT in Mercator. Od takrat pa do leta 1990 so nagrade prejeli:

leto 1986:  
podjetja:

Mercator-Mednarodna trgovina, Ljubljana; Mercator-KŽK Gorenjske, TOZD Agromehanika, Kranj; Mercator-Izbira Panonija, TOZD Zaščita Kidričeva

posamezniki:

Janez Barborič, kmet, M-KZ Krka; Ludvik Čampa, direktor Mercator-Rožnik, TOZD Dolomiti, Janez Klemenc, kmet, Mercator-KZ Logatec; Bruno Miklavc, direktor Mercator-Trgoavto; Alojz Petek, živalorejec, Mercator-Ljubljanske mlekarne, TOZD Posestva; Izidor Potočnik, vodja gostinske dejavnosti, Mercator-Rožnik, TOZD Savica; Konrad Šintler, direktor, Mercator-Blagovni center; Danica Štojs-Bevc, računovodkinja, Mercator-KK Sevnica, TOK Kooperacija

leto 1987:

podjetja:

nagrajencev ni bilo  
posamezniki:

Milan Bitenc, propagandist, Delovna skupnost SOZD; Jože Bider, kmet-inovator, M-ZKZ Mozirje; Mirko Košmerl, direktor, Mercator-Potrošnik; Izidor Pečar, vzdrževalec, Mercator-Ljubljanske mlekarne; mag. Julij Nemančič, direktor, Mercator-KZ Metlika, TOZD Vinska klet; Mirko Vaupotič, predsednik KORŠ; Vjekoslav Kobal, poslovodja, Mercator-Zarja; Vjekoslav Lašič, vzdrževalec, M-Izbira Panonija, Slavko Zakošek, inovator, M-Kopitarna; skupina strokovnjakov iz centra za semenski krompir v Mercator-KŽK Gorenjske: dr. Miloš Kus, Marija Pepelnjak, dipl. ing. in Maša Vodenik, dipl. ing.

leto 1988:

podjetja:

nagrajencev ni bilo

posamezniki:

Ignac Hladnik in Franc Kavčič, kmeta, Mercator-KGZ Sora; Anton Kolenc, direktor, Mercator-Sadje zelenjava; Marko Višnar, dipl. veterinar, Mercator-Ljubljanske mlekarne; Jože Cimermančič, poslovodja, Mercator-KZ Cerknica

leto 1989:

podjetja:

Mercator-Blagovni center, Mercator-KK Sevnica; Mercator-KŽK Gorenjske, TOZD Oljarica

posamezniki:

Nežka Belcijan, poslovodkinja, Mercator-Rožnik, TOZD Golovec; Franc Škof, delovodja, Mercator-Rožnik, Anica Jordan, poslovodkinja, Mercator-STP Metlika; Franc Gorjup, kmet, Mercator-Agrokombinat Krško; Alojz Franc, direktor, Mercator-Eta; Peter Markovič, direktor, Mercator-Sremič; Milan Babič, direktor, M-STP Hrastnik; Peter Mohar, namestnik direktorja, M-Rožnik, TOZD Grmada; skupina strokovnjakov v Mercator-Mednarodni trgovini, TOZD Predelava sadja Bohova: Milan Makoter, Marjan Klemenčič, Matija Ugovšek in Zoran Glušič.

Mercatorjeva nagrada 1990 za podjetje

Vesna Bleiweis

# Nadpovprečni poslovni rezultati, poslovnost in izvirnost

Nagrada Mercator za leto 1990 je šla v Mercator-Pekarno Grosuplje, podjetje, v katerem že nekaj let dosegajo nadpovprečne rezultate poslovanja, izdelujejo kakovostne izdelke, razvijajo nove. Imajo cilj in do njega najdejo pot.

## Ne o nagradi, o razvojnih načrtih.

O sami nagradi naš sogovornik direktor Mercator-Pekarne Grosuplje, Štefan Plankar ni hotel prav dosti govoriti. Povedal je le, da je vest o nagradi sporočil delavcem in upokojencem Pekarne na novoletnem srečanju in da so se je vsi razveselili.

Gladko pa mu je beseda stekla, ko je razlagal načrte za prihodnost. "Nimamo namena povečati sedanje pekarske proizvodnje, ker menimo, da je pekarski del zaključen. V našem razvoju ima primat razširitev asortimaja izdelkov in njihova kakovost. V razvojnih načrtih se zavedamo tudi prednosti, ki jih imajo manjši obrati s klasičnim načinom dela, ko je pekova roka tista, ki naredi dober kruh. Med prednostne zadeve uvrščamo tudi tako imenovan bio program in prav zanj smo v Prekmurju naročili pridelavo različnih žit. Začeli bomo z majhnimi količinami, pričakujemo pa, da se bo trg na te izdelke dobro odzval. Pripravljamo tudi programe za pripravo pos. bnih predpripravljenih jedi. Skupna značilnost tega programa so domače slovenske jedi. Gre za program poljenih izdelkov, kot so žlikrofi z različnimi vrstami nadevov, cmoki, štruklji in podobno. Tovrstne izdelke bomo prodajali bodisi sveže, bodisi zamrznjene, na trgu pa naj bi se pojavili zgodaj spomladi. Proizvodna linija bo nared v teh dneh".

Pekovski poklic je naporen in tisti, ki ga opravlja brez ljubezni, ne bo nikoli zamesil in spekel dobrega kruha. Šola in izkušnje tudi nekaj veljajo. In prav na šolanje pekov imajo v grosupeljski Pekarni veliko pripomb. Nič ni preveč, če zapišemo, da si želijo nazaj stare šole. V veliki večini podjetij se pripravljajo načrti za odpuščanje delavcev, v Pekarni pa nameravajo na novo zaposliti 7 visokokvalificiranih delavcev in visokoizobraženih tehnologov. Razvoj zahteva svoje.

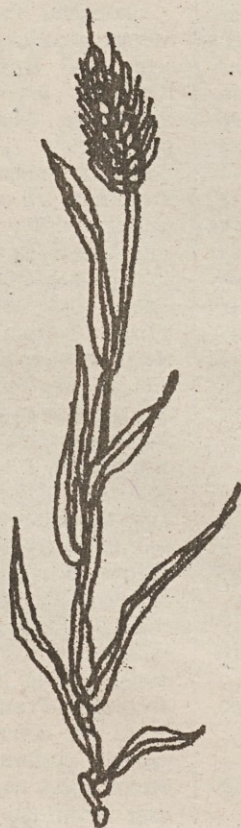
Kar precej, za naše razmere izvirnih idej, so v grosupeljski Pekarni že uresničili. Pravi "boom" so pomenile lične papirnate vrečke za kruh, prva mini pekarna v fužinskem trgovskem centru, sprotna dostava svežega kruha v trgovine, trgovina v stiškem samostanu... Med idejami je zasnova drugačnega transporta kruha in peciva, ki temelji na bolj higienskem ravnanju s kruhom. Kruha naj bi se od peči do prodajne police dotaknila samo pek in prodajalec. Odlična zamisel, za katero pa trgovci nimajo preveč posluha, pa bi jim sicer temeljito olajšala delo.

Kakovost ima v Mercator-Pekarni nedvomno prednost, poudariti pa velja še drugo skrb, skrb za imidž (image). Ste kdaj natančno pogledali papirnato vrečko, v katero vam bi moral vsak prodajalec zaviti grosupeljski kruh? Na vrečkah ni več smešnih podob, potiskane so z značilnimi slovenskimi žiti - ajdo, pšenico, ržjo. Motiv je ponovljen na ličnih platnenih namiznih zastavicah. Enoten likovni in oblikovni pristop - od oblikovanja propagandnih gradiv, firme, do poslovnih prostorov, nit,

ki tudi zaznamuje in poudarja kakovost.

Kazalci poslovne uspešnosti, ki so bili temelj za odločitev o podelitvi nagrade, so v Pekarni Grosuplje, tako v primerjavi s podatki v dejavnosti, kot v primerjavi s podatki v poslovnem sistemu, več kot nadpovprečni. Pa naj gre za kazalnike o poslovni uspešnosti (akumulacija na delavca, stopnja akumulativne sposobnosti, akumulacijo v primerjavi s trajnim kapitalom), kazalnike velikosti (poslovna aktiva, trajni kapital, skupni prihodek), kazalnike finančne varnosti (delež trajnega kapitala v celotnih virih poslovnih sredstev, delež stalnih sredstev v poslovnih sredstvih, stopnja pokritja stalnih sredstev in zalog s trajnim kapitalom) ali za kazalnike likvidnosti (razmerje med obratnimi sredstvi ter kratokoročnimi obveznostmi). Podatki so izračunani za petletno obdobje in skozi ves ta čas njihov trend ni šel nikoli navzdol. Povprečni osebni dohodek na zaposlenega v času od septembra do decembra 1990, zaposlenih je 65 delavcev, je znašal 1000 DEM. V tem povprečju izplačila za nočno delo predstavljajo približno 30 %.

O Mercatorju pa je gospod Plankar dejal, "da je že vse v redu, le tistih, ki svojevoljno v škodo drugih, skačejo iz dogovorjene, predvsem finančne politike, ne bi smelo biti". Kratko in jedrnat, pa dobro mišljeno.



PŠENICA

*Triticum Vulgare*

AJDA

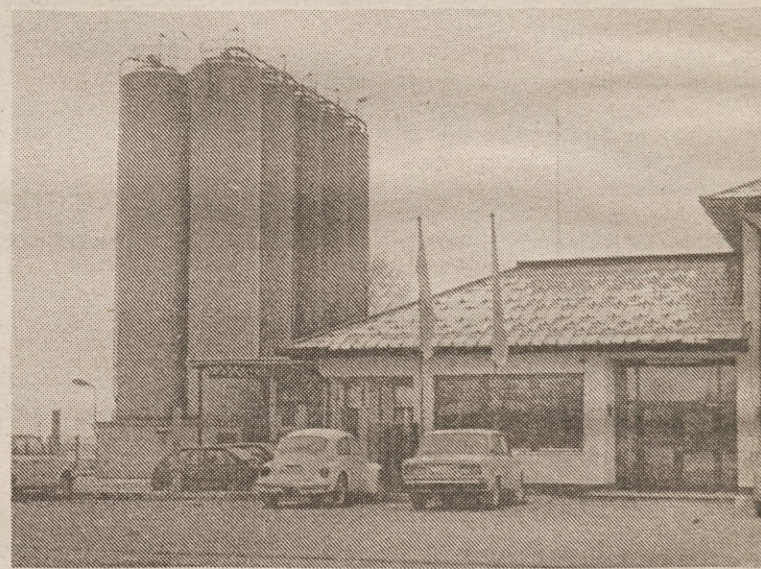
*Fagopyrum Esculentum*

**Sejejo. Žanjejo. Meljejo. Mesijo.  
Dobroto raznašajo.**

**Roke, ki kruh ponujajo.**



Čistunom najbrž ni prav, da na hiši ni »M«.



Silos pri pekarni.



## 8. zasedanje skupščine

Vesna Bleiweis

# Le zaradi novoletnega vzdušja brez razprave?

Ljubljana, 27. decembra 1990, ko je bilo novoletno vzdušje že pred izbruhom, je zasedala skupščina Poslovnega sistema. Aktualen dokument - plan 1991 in nekatera dejstva, povezana z dodatnim prenosom kapitala na krovno podjetje in uresničevanjem skupščinskih pobud, niso bila deležna prav nobenega komentarja. Skupščinsko zasedanje je bilo v znamenju monologov poročevalcev.

## Plan 91

Skupščina Poslovnega sistema je sprejela plan za leto 1991. Akt, ki bo ali pa tudi ne v celoti uresničen, saj je naravnano tako, da ga je moč odpraviti z zamahom ene roke ali pa ga vzeti preklemano resno, saj nakazuje garaško delo, trdo poslovno in finančno disciplino, predvsem pa marsikje tudi miselne spremembe. Potem pa, kakor ga kdo razume, saj o tem, kar smo v uvod lanskega plana (in letošnji uvod je prepisan) zapisali, ni govoril nihče. Moramo, moramo... stalni priganjaški moto, smo zmogli, mogli in ali pa sploh kaj smo, o tem pa, drage dame in gospodje, našlednje leto.

## Ustanavljanje mešanih podjetij

Krovno podjetje je dobilo pooblastilo, da sme sklepati pogodbe o ustanavljanju podjetij v mešani lasti. Posamično pooblastilo za ustanovitev družbe Spar-Mercator je realizirano in začela se bodo pogajanja za ustanavljanje še drugih. Cilj pri vseh je: s tujimi ali pa domačimi partnerji do svežega denarja, novih idej, dobička.

## Zavarovalnica pod firmo "M"

Predsednik odbora ustanovitelj Mercatorjeve zavarovalnice je na skupščini zatrdil, da so vsi formalni akti za njeno ustanovitev pripravljeni do te mere, da bi projekt moral samo še po "žegen" v Beograd, in bo. Bolj pa šepa druga stran: potencialni ustanovitelji mečkajo in od sebe ne dajo pravega glasu. Brez zadostnega ustanovitvenega kapitala z zavarovalno družbo ne bo nič. Obenem pa je jasno tudi to: dokler potencialnim zavarovancem ne bo jasna cena zavarovalniških storitev v lastni zavarovalnici, obseg njenih jamstev, se za "da" ali "ne" nihče ne odloča. Kje je torej obtičalo? Po skromnem mnenju poročevalke je zajec skrit v pisarniškem grmu. Dejstvo je, da ima vsako podjetje v zvezi z zavarovanjem premoženja in rizikov svojo problematiko, svojo poslovno politiko, ki jo hoče videti tudi v vsebinskem in računskem konceptu Mercatorjeve zavarovalnice. In te individualne problematike se ne da zajeti, še manj pa odpraviti z nekajminutnimi predstavami posledic ustanovitve lastne zavarovalnice, še posebej če so te predstavljene v globalnih številkah in zgolj pozitivno ovrednotene. Treba bi bilo s čistim računskim in organizacijskim konceptom zavarovalnice na dan, od primera do primera, kar pomeni od podjetja do podjetja ter tako ugotoviti posamično in nato opredeliti skupno korist. Lepo pa bi bilo, če ne gre za poslovno skrivnost, da bi strokovnjaki, ki pripravljajo projekt o zavarovalnici, spregovorili tudi nekoliko bolj javno, v našem časopisu naprimer.

## Večinski lastnik podjetij

Do skupščinskega zasedanja se je večina podjetij v sestavi poslovnega sistema odločila za dodaten prenos kapitala na krovno podjetje. Običajna finančna transakcija, da od nerazpoznavne družbene lastnine pridemo do spoznavnega lastnika večinskega dela podjetja, ki se v tem primeru imenuje Poslovni sistem Mercator, d.d. ali po domače krovno podjetje. Kapitalski princip zahodnega holdinga je uveljavljen, manjka pa mu pika na "i", ki jo bo dala lastninska zakonodaja, saj je cilj vsega privatizacija. Pa naj bo ta izvedena še tako "po naše". Po zagotovilih predsednika poslovnega sistema večinsko lastništvo krovnega podjetja ne bo v ničemer vplivalo na spoštovanje želja in pristojnosti kolektivov glede odločanja o privatizaciji posameznega podjetja.

ja. Privatizacija podjetja s strani delavcev pomeni prevzem dodatne odgovornosti za uspeh podjetja, ne sme pa to biti utvara, češ da bo podjetje uspešno že samo s privatizacijo. Glede tistih podjetij, ki se za dodatni prenos kapitala na krovno podjetje niso odločila, je predsednik menil, da imajo formalno, po pogodbi o ustanovitvi Poslovnega sistema Mercator, sicer še čas, da to storijo do 30. junija 1991. Seveda pa ostaja pri tem vprašanje statusa oziroma posebnega položaja teh podjetij. Kakšen naj bi ta bil v primerjavi z večinskim tretmajem, še ni jasno.

## Simbolično lastništvo

Česa vse v posledicah ne pomeni Markovičev zakon o plačah! Na podlagi tega zakona so delavci v krovnem podjetju prejeli del osebnih dohodkov v vrednostnih papirjih, delnicah in obveznicah. Izdane delnice na podlagi zveznega zakona so formalna

osnova za to, da so delavci postali solastniki krovnega podjetja v fantastičnem deležu - 0,08%. Formalno pravno je krovno podjetje izkoristilo možnost in se preoblikovalo v delniško družbo v mešani lasti. Priporočilo za podobno transformacijo je skupščina sprejela tudi za članice poslovnega sistema.

Med drugim pa je zdaj postalo jasno število tistih, ki so se članstvu

v Poslovnem sistemu Mercator odrekli: KZ Bled, KZ Medvode, Kmetijski zavod in Kmetijska zadruga Ljubljana (te že med letom), s posebnimi pogodbami o ureditvi medsebojnih pravic in obveznosti pa se bo uredil še izstop Farme Stična, nekdanjega Rožnikovega TOZD-a Veleblagovnice Beograd, Mlekaro Zemun ter Agromehaniko Kranj in Klavnico Jesenice.

## SKLEPI, SPREJETI NA 8. ZASEDANJU SKUPŠČINE - 27.12. 1990

1. Skupščina je sprejela informacijo o solidarnostnem združevanju sredstev za podjetja, ki so jih prizadele novembrske poplave. Sklep skupščine o pomoči so 100 % uresničile vse članice poslovnega sistema.

2. Skupščina je potrdila imenovanje Davorina Kogejca za direktorja Mercator-Blagovnega centra in imenovanje vršilca dolžnosti direktorja v Mercator-Standardu, Staneta Hribarja.

3. Skupščina je sprejela plan Poslovnega sistema Mercator za leto 1991.

4. Skupščina je sprejela informacijo o ustanavljanju mešanih družb - naložbah krovnega podjetja v tovrstne družbe in soglašala z ustanovnim vložkom krovnega podjetja v višini 30.000 din v Slovenski inštitut za management. Pogajanja o ustanavljanju mešanih podjetij pomenijo permanentno poslovno aktivnost v krovnem podjetju in zato je skupščina dala načelno soglasje za vodenje vseh pogovorov in pogajanj, o čemer pa mora biti skupščina sproti in tekoče obveščena.

5. Skupščina je sprejela poročilo o poteku dogajanj v zvezi z ustanavljanjem Mercatorjeve zavarovalnice. Do skupščinskega zasedanja se je o ustanavljanju zavarovalnice pozitivno izreklo 15 podjetij. Dani odgovori ne pomenijo večinskega soglasja, zato je skupščina podaljšala rok za odločanje do 15. januarja 1991.

6. Skupščina je sprejela informacijo o dodatnih prenosih kapitala na krovno podjetje. Razen v Mercator-Ljubljanskih mlekarnah, Mercator-Mlekarni Kranj, Mercator-Spectrumu in Mercator-Kmetijskem gospodarstvu Kočevje, so se povsod odločili za dodaten prenos kapitala. Spremembe kapitalskih deležev terjajo spremembe pogodb o ustanovitvi podjetij, njihovih statutih in pogodb o ustanovitvi Poslovnega sistema Mercator. Navedene spremembe v deležih so osnova za spremembe registracije podjetij in krovnega podjetja. Za začetek so nujne le spremembe, ki izhajajo iz kapitalskih deležev, vse ostale vsebinske spremembe pa bodo opravljene, ko bo ustrezno spremenjena tudi zakonodaja.

7. Po sklepu skupščine so med letom iz poslovnega sistema izstopile: KZ Bled, KZ Ljubljana, KZ Medvode in Kmetijski zavod Ljubljana, konec leta 1990 je članstvo prenehalo tudi Farmi Stična, Agromehaniki iz Kranja in Klavnici Jesenice. Črtana sta tudi formalna člana Veleblagovnica Beograd in Mlekara Zemun.

8. Skupščina je soglašala, da se krovno podjetje iz delniške družbe v družbeni lastni preoblikuje v delniško družbo v mešani lastni. Razlog: na podlagi zveznega zakona o osebnih dohodkih so delavci krovnega podjetja prejeli del osebnih dohodkov v vrednostnih papirjih in tako so nastali formalni razlogi za spremembo. Obenem je skupščina sprejela priporočilo, da se vsa podjetja iz istih razlogov in ob enakih okoliščinah, preoblikujejo v podjetja v mešani lastni.

9. Skupščina je strokovnim službam v krovnem podjetju naložila pripravo meril za oblikovanje osebnih dohodkov poslovnih delavcev in meril za sklepanje individualnih pogodb o zaposlitvi. O predloženem modelu bo skupščina razpravljala na naslednjem zasedanju.

## ODSTOPILO PREDSEDNIK KOORDINACIJSKEGA ODBORA ZA ŠPORT IN REKREACIJO

Sredi januarja je predsednik Koordinacijskega odbora za šport in rekreacijo Franc Zalar, odstopil. V svoji odstopni izjavi, ki jo je naslovil na predsednika poslovnega odbora poslovnega sistema, je zapisal, da je funkcijo prevzel in jo opravljal v prepričanju, da sta šport in rekreacija pomemben integrativni faktor v poslovnem sistemu. Razen zimske Mercatoriade, ki je odpadla zaradi neugodnih snežnih razmer, je KORŠ izpeljal vse načrtovane akcije.

"Delo KORŠ-a sloni na zagnanih članih predsedstva, ki žrtvujejo veliko svojega prostega časa in sil za skupne cilje ter na številnih animatorjih v posameznih podjetjih, članicah PSM. Prav zaradi njih sem se težko odločil za ta korak. Pa vendar. Dokler člani skupščine Poslovnega sistema Mercator smatrajo to dejavnost za nujno zlo, je ves trud zaman. To se je pokazalo že ob dokaj uspešni 13. letni Mercatoriadi, ko smo direktorje podjetij neuspešno iskali celo z lučjo pri belem dnevu.

Dopuščam možnost, da sem slabo predstavil potrebo po organiziranju zimskih športnih iger. Vendar sem računal, da velika večina mora poznati dejavnost, predvsem pa ceniti njen pomen za celotni poslovni sistem. Če sem bil pri tem v zmoti, moram odstopiti že zaradi tega, v nasprotnem primeru pa nisem pripravljen svojega časa in sil trošiti za dejavnost, ki jo večina smatra za nepotrebno.

Hvala za podporo v času, ko sem opravljal to funkcijo. Brez tega ne bi šlo. Prepričan sem, da bo moj odstop pomagal k ponovni oceni potrebnosti športno rekreativne dejavnosti v PSM in morda boste imeli z novim predsednikom več sreče."

### Pripis uredništva:

Zalarjevi izjavi nimamo česa dodati. Upamo le, da da bo njegov odstop resnično privedel do ponovne razprave o potrebnosti športno rekreativne dejavnosti v poslovnem sistemu, saj lakonični in z ničemer utemeljeni "NE" za letošnjo zimsko Mercatoriado na 7. zasedanju skupščine, pomeni kratkovidnost in popolno zanikanje dosedanjega sklicevanja na "vzgojo pripadnosti firmi", ki smo jo skozi Mercatoriade propagirali vsa leta. Obenem pa nam je neprijetno, ker tak lakoničen "NE" v naprej lahko pomeni "NE" tudi za vse, kar nas zbližuje in ohranja človeške. Pa se prav s tem v našem sistemu zelo hvalimo.

## Plan trženja v letu 1991

Stanko Klemenčič-Sarazin

# Nepoznavanje planskih določb škodi

Plan trženja za leto 1991 je sestavni del plana Poslovnega sistema Mercator za leto 1991. Smernice poslovne politike na področju trženja so sprejete in tako obvezne za vse članice sistema. V tem zapisu poudarjamo ureditev tržnega komuniciranja in odnosov med internimi proizvajalci in trgovci.

Zadnji sestanek komercialnih delavcev v letu 1990 je bil posvečen opredelitvi pogojev za uspešno izvajanje nalog trženja v letu 1991.

Na sestanku se udeleženci niso mogli izogniti oceni pogojev v letu 1990, ki so pozitivno ali pa negativno vplivali na dosežene rezultate na področju trženja Mercatorja kot celote in njegovih posameznih članic, kot tudi ne strategiji nujno potrebnih sprememb v medsebojnem poslovnem obnašanju in sprotne prilaganju tržnim razmeram in potrebam. Tako je plan trženja nujni kašpot do cilja tudi v tržnem gospodarstvu. Plan trženja je očiščen formalizma, predstavlja pa skupen dogovor internih proizvajalcev in trgovcev o uresničevanju skupnih ciljev.

Skupen cilj lahko opredelimo: proizvajati in prodajati v zadovoljstvo potrošnikov in s tem ustvarjati dobiček. Zato, da bi lažje in hitreje prodajali, moramo veliko več sredstev, časa in izvirnosti vložiti v najrazličnejše metode pospeševanja prodaje. Marketinško obnašanje predpostavlja, da dobro poznamo primarne človekove potrebe, saj se te ne ustvarjajo na novo, s proizvodno in prodajno ponudbo jih lahko usmerjamo, spodbujamo, razvijamo.

Sestavni del plana trženja je tudi tržno komuniciranje, ki smo mu v letu 1990 dajali precej več pozornosti kot vsa leta poprej. Plan te dejavnosti je za leto 1991 ambiciozen, gledano dolgoročno, pomeni investicijsko vlaganje.

Plan tržnega komuniciranja zajema: tržno komuniciranje v javnih medijih, propagandno publiciteto, donatorstvo in sponzorstvo, udeležbo na sejamskih in razstavnih prireditvah, izbor in distribucijo propagandnih artiklov, posebne pospeševalne prodajne akcije. Sprejeli so ga vsi: trgovci, proizvajalci in gostinci v poslovnem sistemu. Skupna sredstva, namenjena za vse prej našete dejavnosti, presegajo 14 milijonov dinarjev. Četrtna sredstev je namenjenih za utrjevanje ugleda (imidža) firme Mercator in s tem vsake posamezne članice firme. V tem delu je posebej poudarjena celostna podoba firme oziroma poslovnega sistema. Za ta del sredstva prispevajo vse članice sistema del dohodka, delež je odmerjen v promilih. Od celotne predvidene vsote je približno 15 % sredstev namenjeno za prenovo sejamskega prostora na Zagrebškem velesejmu. Večinski delež sredstev je namenjen za najrazličnejše oblike tržnega komuniciranja na področju prodaje. Izpostavimo bistvene dele tega programa: oblikovanje propagandnega TV spota v smislu "Pri Mercatorju dobite vse!", stalen termin oglašanja preko Radia Slovenija (dvakrat tedensko), stalen prostor za oglaševanje v dnevnikih časopisih, medijska podpora skupnim pospeševalnim prodajnim akcijam, enotna dekoracija v maloprodaji, ki naj poudari pripadnost firme. Del sredstev za te namene združujejo tudi zunanji dobavitelji, zato bomo tudi zanje na prodajnih mestih opravljali najrazličnejše aktivnosti za pospeševanje prodaje.

Pospeševanje prodaje bo potekalo v naslednjih oblikah in načinu: pet skupnih akcij, or-

ganiziranih in vodenih na ravni poslovnega sistema, ki bodo zajele celotno prodajno mrežo; poseben Mercatorjev dan v celotni prodajni mreži; prodajne akcije posameznih dobaviteljev v določenih regijah; posamične prodajne akcije posameznih dobaviteljev. Nad načinom izvajanja akcij bedi in jih usklajuje posebna delovna skupina, ki ima naslednje naloge: usklajevati termine skupnih in posamičnih prodajnih akcij; določiti izbor izdelkov; oblikovati končne prodajne cene tako, da se doseže primerno znižanje cen že pri dobaviteljih in zniža marže do 30% maksimalne vrednosti; opredeliti način distribucije blaga od dobaviteljev do maloprodaje; skrbeti za izvedbo potrebne ekonomske propagande in publicitete.

V prihodnje nas bodo odprti pogoji poslovanja na trgu in naša medsebojna soodvisnost vedno bolj silili in usmerjali k discipliniranemu

izvajanju skupaj dogovorjenih in usklajenih poslovnih odločitev. Poslovanje med internimi proizvodnimi in trgovskimi podjetji v letu 1991 tako temelji na naslednjih načelih:

- trgovska podjetja skupaj s proizvajalci zagotavljajo prisotnost in prednostno lociranje izdelkov na vseh prodajnih mestih;

- proizvodna podjetja morajo zagotoviti trgovski mreži najmanj enake prodajne in plačilne pogoje v odnosu na zunanje dobavitelje ter tako ekonomsko stimulirati prodajno mrežo za uresničitev načela prednostnega položaja v maloprodajni mreži;

- v letu 1991 mora porasti količinska prodaja tistih izdelkov in tistih proizvajalcev, ki še ne dosegajo optimalne zastopanosti v maloprodajni mreži (vinska proizvodnja, mesni izdelki, mlečni izdelki, krmila itd.);

- maloprodajna podjetja morajo skupaj z internimi grosisti prevzeti vso odgovornost za izpolnitev planirane prodaje tudi tistih izdelkov, ki jih proizvajalci dobavljajo v mrežo preko grosističnih skladišč;

- proizvodna podjetja morajo zagotoviti hitrejšo širitev prodaje tržno

zanimivega in deficitarnega blaga (glede na realne potrebe maloprodajne mreže in proizvodne zmogljivosti);

- naloga proizvodnih podjetij je, da s sodobnejšimi metodami trženja, večjo propagandno aktivnostjo ter drugimi oblikami informirajo potrošnike, dosežejo večjo tržnost svojih izdelkov v Mercatorjevi maloprodajni in gostinski mreži;

- proizvodna podjetja, zlasti podjetja, ki se ukvarjajo z mlečno in mesno predelavo, morajo v sodelovanju z internimi grosisti postopoma opustiti trgovanje na debelo, zlasti z izdelki drugih proizvajalcev in to dejavnost zaradi racionalne oskrbe maloprodajne mreže prenesti na internega grosista ter organizirati in okrepiti tržne aktivnosti za trženje izdelkov iz svojega proizvodnega programa tako v domači, kot tudi zunanji mreži;

- trgovska podjetja na debelo in drobno, ki oblikujejo republiške in občinske blagovne rezerve izdelkov za osnovno preskrbo, so dolžna v program oblikovanja in obnavljanja rezerv, vključiti izdelke internih proizvajalcev;

- proizvodna podjetja ne bodo razvijala lastne maloprodajne mreže na trgu, kjer deluje Mercatorjeva maloprodajna mreža. Poslovanje v obstoječih poslovnih enotah pa morajo na področju cen in drugih prodajnih pogojev uskladiti s trgovskimi podjetji na drobno.

Navedli smo le del planskih določb, ki zadevajo odnose med internimi proizvajalci in internimi trgovci. Seveda pa plan določa tudi smernice poslovne politike na nabavnem trgu in smernice poslovne politike med internimi trgovskimi podjetji na debelo in drobno. Opredeljene so tudi temeljne naloge sektorja za trženje v krovnem podjetju.

Od spoštovanja sprejetih usmeritev na vseh področjih, ki jih zadeva plan trženja, bo v letu 1991 v veliki meri odvisna poslovna uspešnost vsakega udeleženca in celotnega poslovnega sistema. Če jih hočemo disciplinirano izvajati, mora biti z njimi seznanjen v proizvodnih podjetjih vsak komercialni delavec v trgovskih podjetjih pa poleg vseh komercialnih delavcev tudi vsak poslovodja.

Dve na mah

Vesna Bleiweis

## Popis delovanja, prosim!

Ob koncu leta je prav, da pogledamo tudi nekaj števil, ki označujejo delovanje osrednjega organa Poslovnega sistema Mercator - njegove skupščine, si dovolimo nekoliko komentarja v zvezi z uresničevanjem njenih pobud in sklepov ter izprašimo vest tudi v zvezi s časopisem Mercator.

### Skupščinska inventura

V letu 1990 je skupščina poslovnega sistema zasedala osemkrat, eno zasedanje pa je bilo opravljeno na korespondenčen način. Na zasedanjih je bilo sprejetih 168 sklepov, kar pomeni 21 sklepov na zasedanje. Povprečno je skupščinsko zasedanje trajalo čiste štiri ure. Povprečno pa je bilo na skupščini prisotnih 938 glasov od skupno 1000 glasov. To je izredno visok odstotek udeležbe oziroma sklepčnosti.

Bolj zanimivo pa je pogledati med teme in posamezne sklepe. Med temami prednjačijo, po pogostnosti, obravnave poslovnih rezultatov in razprave o kapitalskih povezavah. Skupščina je sprejela tudi vrsto aktov: poslovnik o delu skupščine, statut Poslovnega sistema Mercator, pravila o obnašanju predstavnikov Poslovnega sistema Mercator, d.d. v skupščinah in nadzornih odborih podjetij ter imenovala člane vrste organov poslovnega sistema. Kot dokaz dinamičnega ravnotežja je tudi vrsta sprejetih sprememb in dopolnitev prej navedenih aktov. Tako sta bila statut in pogodba o ustanovitvi poslovnega sistema spremenjena v skladu z zakonskimi spremembami in prilagojena pragmatičnim potrebam celotnega sistema.

Sodeč po sprejetih sklepih o poslovnih rezultatih (nanašajo pa se na poslovanje ob koncu leta 1989 in med letom 1990) smo bili v tem obdobju razmeroma uspešni, saj je skupščina le v primeru Mercator-Kopitarne uporabila možnost

in v skladu s pogodbo o ustanovitvi Poslovnega sistema Mercator imenovala sanacijsko komisijo.

Med sklepi skupščine najdemo tudi celo vrsto pobud za izvedbo zanimivih projektov: uvedba Mercatorjeve kreditne kartice, uvedba franchisinga, ustanovitev Mercatorjeve zavarovalnice, izplačilo osebnih dohodkov v vrednostnih bonih. In prav ti zanimivi projekti terjajo poseben komentar, saj so bile v fazi sprejemanja sklepov (to je mnenje sestavjalke te inventure), roke glasujočih stisnjene v figo, kar se da dokazati z izvedbo sklepov.

Mercatorjeva kreditna kartica je projekt, zasnovan kot protiko-

nkurenčna poteza, ki je obtičala le na karticah za delavce Mercatorja. Od potencialnih 15.000 lastnikov kartice (za kakih 3000 zaposlenih kartica ni smiselna, ker na njihovem področju Mercatorjeve prodajne mreže ni), je konec januarja kartice imelo le 537 Mercatorjevih delavcev. O kartici za občane pa bomo slišali enkrat v prvi tretjini tega leta. Sklep o kreditni kartici pa je bil sprejet sredi julija preteklega leta. Pobuda za uvedbo franchisinga je bila sprejeta konec oktobra lanskega leta, število dokončno sklenjenih tovrstnih pogodb pa je konec januarja, nič. Pri tem projektu velja poudariti: se premika in interes je, da ne gre hitreje in bolj učinkovito, pa je vrsta objektivnih razlogov.

Pobuda o ustanovitvi Mercatorjeve zavarovalnice je bila sprejeta konec junija lanskega leta, priprave

za njeno ustanovitev še tečejo, način njenega ustanavljanja pa smo že posebej komentirali. Dodajamo le, da je konec januarja 1991 njena ustanovitev mnogo manj navdušujoča, kot je bila sredi vročega poletja preteklega leta. Neslavno se je poslovila sicer dobra zamisel o izplačilu dela osebnih dohodkov v Mercatorjevih vrednostnih bonih. Bilo bi krivično, če bi za vse rezultate izvajanja sprejetih pobud krivili glasujoči stroji oziroma predstavniki podjetij. Treba je pošteno in odkrito povedati, da so v metodah in načinu dela zatajili tudi pobudniki idej. Ti so vse prepogosto pred izvajalci mahali zgolj s sklepi skupščine in od jih zahtevali brez-pogojno izvrševanje, verjetno pa vse premalokrat posegali po individualnih načinih dela in obravnavanja problemov in na njihovi podlagi oblikovati za vse



Delavski dom - Hotel Tivoli

Pino Silvanec

# Nov del hotela, za njim pa polno novega

Najbolj eminentne - po arhitekturi in nekdanjih navadah Ljubljancev slove lokale, upravlja delniška družba Mercator-Nebotičnik. Nebotičnik, Evropa, Delavski dom... vsem se piše nova zgodovina. V Nebotičniku bodo Kitajci, v Evropi le Bog ve, kaj, v Delavskem domu - Hotelu Tivoli pa poslovneži.

Na dan otvoritve prenovljenega dela ljubljanskega Delavskega doma, ki se poslej imenuje Hotel Tivoli, smo izvedeli tudi za novo ime firme Mercator-Ajdovščina. Preimenovala se je v Mercator-Nebotičnik.

Opravljen prenovitvena dela so le del celotnega načrta, ki jih ima vodstvo firme s kompleksom, ki sodi v območje Delavskega doma. Za začetek so uredili recepcijo in sobe v pritličju ter del sob v prvem nadstropju, tako da so uvrščene v B kategorijo. Vsaka od 31 "novih" sob (29 enoposteljnih s pomožnim ležiščem in dve dvoposteljni) ima kopalnico, telefon in televizor. Prenova je zajela tudi upravne prostore hotela. V prvo fazo spreminjanja podobe Delavskega doma - Hotela Tivoli sodi tudi ureditev restavracije in sprememba njene ponudbe tako, da bi bila ta skladna s kategorizacijo hotela.

Prenovljena dela so veljala 6,1 milijona dinarjev. Sredstva za obnovo so bila zbrana iz različnih virov (Ljubljanska banka, Gospodarska banka Ljubljana, Poslovni sistem Mercator, lastna sredstva). Najbolj zanimiv pri naložbi pa je delničarski vložek Zavoda za izgradnjo trga revolucije v

Ljubljani, ki je projekt in celotne inženiring storitve, vložil kot svoj kapitalni delež, kar je po mnenju direktorja Mercator-Nebotičnika Andreja Mihevc, za podjetje posebnega pomena.

Mercator-Nebotičnik ima tri poslovne enote: Hotel Tivoli, Kavarno in slaščičarno Evropa ter Nebotičnik - kavarno, ki jo dopolnjujejo kitajske specialitete in

nočni lokal. Vsi trije objekti so prave ljubljanske znamenitosti. Vsak med njimi je arhitektonska posebnost, vsak med njimi je bil in je še posebnost tudi zaradi družabnega in javnega življenja svojih gostov. Danes je kot značilnost ostala le še arhitektura. O navadah stare klientele ni ne duha ne sluha, pa tudi poskusa, da bi se v njih dogajalo nekaj, kar bi spominjalo na stare čase, v načrtih Mercator-Nebotičnika ni. Povsod naj bi zaživel novi programi.

Med najbolj ambiciozne načrte, ki so seveda hudo dolgoročni, sodi

ureditev sedaj neuglednega kompleksa za Hotelom Tivoli, ki ga zapirajo Kolizej, Gosposvetska in Puharjeva ulica. Ureditveni načrt je pripravljen in posredovan v obravnavo pristojnim službam mesta Ljubljana. Gre za prostor, kjer je možno urediti parkirne površine v dveh etažah, dograditi hotelske zmogljivosti Hotela Tivoli, obenem pa s komercialno zanimivimi programi spremeniti namembnost Kolizeja. Po programu naj bi v letu 1991 izdelali idejno dokumentacijo, potem pa program ponudili v realizacijo doma in v tujini. Program ureditve je podprt tudi z vrsto

drugih študij, ki utemeljujejo ekonomičnost naložbe.

V Mercator-Nebotičniku se zavedajo vrednosti dediščine, s katero upravljajo, pravijo pa, da starega ni mogoče vzdrževati (mišljeno je kavarniško življenje po starih dunajskih šegah), če ni ekonomično, saj Slovenci sedanji način "kavarniškega vzdušja", odklanjamo. Zato se bo v Nebotičnik vselila kitajska restavracija - posebnosti šanghajske kuhinje, v Evropo pa...kdo bi vedel, saj je kavarniški del odkupilo krovno podjetje, Mercator-Savica pa naj bi pripravila program.

Klub upokojencev je klub živahnih

Fani Papler, Cenka Kesič

## Izletniška dejavnost v pretekli jeseni

Klub upokojencev Mercator-Ljubljanskih mlekarj družji vse mlade po srcu in načinu življenja, čeprav so upokojeni. Izleti, prepevanje, ni nas strah potovanje po naši in bližnjih deželah. Kaj vse smo počeli lansko jesen!

Za člane Kluba upokojencev Mercator-Ljubljanskih mlekarj ni nobena dejavnost prenaporna.

Živahno se podajamo na izlete, družabnosti ne zmanjka na tradicionalnih novoletnih srečanjih. Naj-

lepše pa smo razpoloženi na izletih. Čeprav je sedaj trd zimski mraz, naju je zapeljal spomin na jesenski izlet na Brione in v Rabac, obisk lovske koč, na skok čez mejo.

Kot vedno smo se tudi za izlet na Brione zbrali na železniški postaji ter se v precej hladnem jutru odpeljali proti cilju. V Pulju nas je sprejel topel in sončen dan. Bili smo gostje hotela Puljanka in od tam smo se odpeljali v Fažano.

V Fažani smo se vkrkali na trajekt, ki nas je po mirnem morju pripeljal do Brionov. Z majhnim vlakom smo se odpeljali na ogled otoka.

Otok je nenaseljen, prebivalci so edino le skrbniki živali in reprezentančnih vil, ki sedaj samevajo, za časa Tita pa so služile za sprejemanje najvišjih tujih državnikov in uglednih domačih gostov. Med vožnjo po otoku smo občudovali različne živali - antilope, jelene, zebre, ptice in številne druge živali. Doživljali smo nepozabne trenutke navdušenja. Posebej nas je navdušil velikanski slon, ki ga je Titu podarila Indira Gandhi. Prelep naravni park, čudovit dan, prijetna družba...

Po ogledu smo se nastanili v hotelu Narcis v Rabcu. Za nas je bila novost postrežba, za goste in hotelsko osebje pa smo bili presenečenje mi. Predsednik Kluba

gospod Janez Volaj je organiziral zabavni večer s petjem. Zapeli smo štirideset pesmi, vsak je začel svojo, ostali pa smo mu pritegnili. Od narodnih, do partizanskih, vse so prišle na vrsto.

Zaradi slabega vremena si Rabca nismo mogli ogledati. Toda to ni povzročilo slabe volje, saj smo bili še polni brionskih vtisov. Ni čudno, da smo se že na tem izletu dogovorili za izlet v Trbiž in Beljak.

Še prej pa smo bili na izletu z upokojenimi sodelavci Mercator-Mesoizdelkov. Obiskali smo lovsko kočjo na Suši pod Lubnikom. Oskrbnika sta nam postregla z dobrim, prav po planinsko serviranem kosilom. Marsikdo se je popoldne napotil v gozd, po kostanj in gobe. Toda tu ni ne gob, ne kostaanja. Zahvalili smo se za kočje gostoljubni krov, zahvaljujemo pa se tudi upravi Mercator-Mesoizdelkov, ki nas je povabila.

Izlet v Trbiž in Beljak pa je bil predvsem nakupovalni. Tudi tak izlet je lahko vznemirljiv. Začne se z dolgimi kolonami pred mejo. Vendar nas to ni motilo.

Za vso organizacijo izletov in drugih srečanj članov Kluba upokojencev Mercator-Ljubljanskih mlekarj skrbi njegov predsednik Janez Volaj. Vsi izleti so srbeno organizirani in vse poteka v redu. Zato se mu zahvaljujemo.

sprejemljive rešitve. Izhajajoč iz stanja uresničenosti pobud, ki so po zamisli strateško usmerjene, lahko rečemo, da je skupščina na teh področjih odigrala vlogo glasovalnega stroja, pobudniki pa kljub vsem prizadevanjem za konkretno uresničevanje izglasovalnega, bolj ali manj pisarniškega molja.

## Časopisna inventura

V letu 1990 je kot fizični izdelek izšlo 10 številčk časopisa, sicer pa 12, ker sta bili dve številčki dvojni. Povprečno je vsak izdan časopis štel 13 strani, povprečno je številka izšla v nakladi 17.770 izvodov. Vendar pa velja poudariti, da je naklada januarja 1990 znašala 21.700 izvodov, decembra 1990 pa 16.170 izvodov.

Povprečna ekonomska cena izvoda je v letu 1990 znašala 6,25 dinarja, vendar smo v januarju začeli z ekonomsko ceno 4,05 dinarjev in decembra končali s ceno 9,20 dinarjev. Povprečna cena, ki smo jo zaračunavali naročnikom časopisa v letu 1990 je znašala 4,7 dinarjev. Na začetku preteklega leta smo zaračunali za izvod časopisa 3 din, decembra pa 7 din.

V ceno izvoda časopisa so vračunani vsi materialni stroški (stroški tiska in papirja, stroški za adremo, poštni stroški in avtorski honorarji) in brutto osebni dohodki treh zaposlenih v centru za obveščanje, pomnoženi z režijskim faktorjem v krovnem podjetju (pokrivanje skupnih stroškov krovnega podjetja). To pravilo izhaja iz plana Poslovnega sistema Mercator za leto 1990. V strukturi celotnih stroškov predstavljajo stroški tiska in papirja 41 %, stroški adreme in stroški poštne 18 %, brutto av-

torski honorarji 8% in osebni dohodki zaposlenih 33 %.

V letno inventuro je treba zapisati tudi število člankov, fotografij, humorističnih in drugih zabavnih prispevkov. Člankov o podjetjih, poročil in komentarjev o dogajanjih je bilo v letu 1990 objavljenih 195, fotografij 141, karikatur 85, križank 6, celostranskih reklamnih sporočil podjetij v sestavi poslovnega sistema 5 ter 10 različnih preglednic. Povprečno je bilo v vsaki številki 19 pisnih sestavkov različnih vrst in 14 fotografij. V letu 1990 je bilo v časopisu v sliki in besedi predstavljenih ali ako drugače omenjenih 41 članic poslovnega sistema.

Za časopise, izdane v prvi polovici preteklega leta sta značilna predvsem dva avtorja, za drugo polovico pa eden. Časopis je tako postal neke vrste "kantavtorski" izdelek urednice, saj se lahko pod 55 % objavljenih vsebin podpisše: zbrala, izbrala, spisala, uredila in poskrbela za slikovno opremo, urednica. To pa je tudi temeljna slabost, ki jo lahko časopisu očitamo kljub prizadevanju, da bi se vzpostavila dopisniška mreža ali pa vsaj mreža za obveščanje o aktualnih dogodkih. Časopis je ostal brez tega in zato zaznamovan tudi s subjektivizmom avtorice večine prispevkov. Tako zaznamovan časopis je izgubil na kakovosti, marsikdaj na objektivnosti in celovitosti, saj je bil pisan tako, kot da večina bralcev ve, najmanj toliko kot avtor. Razlog ne tiči samo na strani urednice in neorganiziranost dopisniške mreže, temveč tudi v obravnavanju potrebe po obveščanju in obveščeni v podjetjih.

Če se v odnosu do časopisa oziroma potrebe po širši obveščeni ne bo nekaj spremenilo, je bolje, da časopis ukinemo in ga nadomestimo s cirkularji, informatorji ali drugimi oblikami

obveščanja, ki so namenjene ožjemu krogu Mercatorjevih delavcev. Bleiweisove Kmetijske in rokodelske novice so se izjalovile predvsem zato, ker je večino prispevkov (strokovnih, političnih, kulturnih), napisal Bleiweis sam. Naj se z Mercatorjevimi mar zgodi isto? Treba pa se je zahvaliti vsem avtorjem, ki so napisali samostojne članke ali kako drugače prispevali, da časopis le ni bil tako monoton.

Če bi sodili po ocenah, ki jih je o posamezni številki časopisa izrekel uredniški odbor, bi morali biti s splošno oceno "dobro", zadovoljni. Toda kaj, ko se je uredniški odbor v popolni sestavi na sejah sestel le dvakrat. In tudi to je svojevrstna slika razmer.

V časopisni inventuri je treba omeniti tudi Informator, tedenski informativni bilten, ki ga izdaja center za obveščanje. V letu 1990 je izšlo 52 številčk, vsaka v povprečnem obsegu 4 strani formata A 4. V letu 1990 je bilo v Informatorju objavljenih 405 obvestil, bolj ali manj pomembnih za vse članice Poslovnega sistema Mercator. Tako v preteklem letu praktično ni bilo tedna, ko prejemnikov Informatorja nismo "razveselili" s povprečno 10 informacijami. Verjetno bi jih bilo še več, če bi Informator bolj uporabljale tudi članice sistema za različna obvestila, ponudbe in še kaj. Tako pa je vsebina Informatorja nastajala pretežno v strokovnih službah krovnega podjetja.

In med časopisno inventuro je treba poudariti tudi naslednje: po 26 letih izhajanja se je v letu 1990 spremenila naslovnica časopisa Mercator, jeseni se je spremenila grafična zasnova Informatorja in konec februarja, ko bomo porabili njegovo vnaprej tiskano "glavo", bo tudi Informator dobil novo podobo.



»Očka, ali se ne bi spravila in si povedala vso resnico?«

V Mercator-Blagovnem centru vsak dan sproti vedo

Suzana Modrijan

# Standardne obdelave podatkov so bile premalo

Računalniška obdelava podatkov je smotrna, ko so podatki obdelani tako, da predstavljajo celovito informacijo potrebno za poslovno, upravljalno in druge vrste odločanja. V Mercator-Blagovnem centru smo se lotili povsem svojega projekta računalniških obdelav podatkov, ki v končni fazi omogočajo dnevni pregled nad stanjem podjetja.

Nekaj se je moralo zgoditi. Uporabniki in izvajalci informacijskega sistema smo predolgo vegetirali in premalo razmišljali o razvojni poti, energijo smo trošili na ohranjanju zdravja obstoječega poslovno-informacijskega sistema.

Naša firma je v računalništvu prešla skozi značilne razvojne faze: začeli smo leta 1974 z obdelavo podatkov na paketni način, tako da smo zajemali podatke na kodiranih strojih vse do leta 1981, ko smo dobili modernejše zajemalne naprave MDS 21 (terminali s testaturo) in jih uporabljali do lani, ali natančneje, do 1. oktobra 1990 leta.

Prva programska oprema je bila za tiste čase revolucionarni projekt. Razvili so jo zelo dobri in perspektivni kadri. Toda informacijski sistem smo preveč centralizirali, ga bolj in bolj oddaljevali od uporabnika, boljši kadri so začeli odhajati, delo je postajalo enolično, prenehali smo razmišljati o nadaljnjem razvoju. V miselnosti in znanju izvajalcev in uporabnikov so nastala velika odstopanja. V tem obdobju smo kupovali novo strojno opremo, toda programska je ostajala enaka, z nekaterimi dodatnimi aplikacijami v povezavi s starimi programi. Te so nastajale največkrat pod velikim pritiskom uporabnika, saj izvajalec računalniške obdelave podatkov ni bil motiviran za izdelavo le-teh. Delno zaradi samih težav v vezanosti na obstoječo aplikacijo in zato, da se ne bi kaj "podrlo", (žargon, ki smo ga uporabljali), največkrat pa sta bili za nemotiviranost izvajalcev in njihov neposluš za želje uporabnikov krivi lagodnost in nezainteresiranost. Osrednji računski center smo financirali uporabniki, ki nas ni bilo malo.

Uporabljali smo bolj ali manj isto programske opreme. Potrebno je bilo vzdrževati predvsem obstoječe programe in opraviti pravočasno obdelave. Tako so se v osrednjem centru lahko povsem sami financirali, imeli solidne dohodke, bili samozavestni in prepričani, da bodo uporabnike obdržali za zmeraj.

Tak koncept, koncept zgolj vzdrževanja programske opreme, podjetju kot je Mercator-Blagovni center, ni ustrezal. Zato smo se v našem podjetju lotili projekta, ki pomeni podvig za vsakega strokovnjaka na tem področju.

Strokovnjak mora biti neke vrste vizionar, človek, ki stremi k uspehu in vzponu tudi zaradi sebe, ne samo zaradi ciljev, ki se jih je zadalo njegovo podjetje. Če dobro premislimo, smo v podjetju predvsem zaradi sebe, da bi tako dosegli tudi osebne cilje.

Ali gledano drugače: podjetje nas zaposluje zato, da bi bilo uspešnejše, pri čemer ve, da mora upoštevati tudi naše, osebne cilje. Strokovnjak, ki je bil trdno prepričan v zmago zastavljenih ciljev, je organizatorka računalniške obdelave Mercator-Blagovnega centra Suzana Modrijan, ki je ob začetni podpori nekdanjega direktorja in sedanjega ministra Izidorja Rejca, tudi izpeljala zastavljeni projekt za izvajanje in upravljanje nabavno-prodajnih, skladiščno-operativnih procesov, finančnih funkcij ter organizacijo skrbništva podat-

kov, skrbništva baz podatkov in upravljanja razvoja informacijskega sistema Mercator-Blagovnega centra, skupaj z zunanjimi sodelavci firme Mikropis iz Žalca. Kasneje so se projektu pridružili tudi drugi sodelavci. Zaposlili smo programerja za materialno poslovanje in letos še programerko za finančno poslovanje.

Za novi projekt sta pomembni dve značilnosti. Projekt temelji na naših dosedanjih izkušnjah in novih videnj razvoja, na osnovi katerih smo projekt oblikovali v sodobno programske opremo, medtem ko je organizacija programskega paketa zasnovana tako, da varuje podatke pred različnimi zunanjimi vplivi, kot so izpad elektrike, dostop tujih oseb do podatkov in podobno, hkrati pa omogoča uporabniku, ki ni več del z osebnim računalnikom, da se v zelo kratkem času privadi na delo in produktivno izkorišča vse prednosti, ki jih nudi računalniška obdelava.

Naš ambiciozni projekt je zahteval tudi sodobno strojno opremo s PS računalniki. Materialno poslovanje ima naslednjo opremo:

- IBM PS 80 MODEL A31
- 4 X 320 mb DISKI
- 40 POSTAJ VIKTOR 286 IN 86 RAČUNALNIKI
- NOVELL VERZIJA 3.1
- BTRIEVE BAZA PODATKOV 5.0.

Finančno poslovanje imna naslednjo opremo:

- IBM PS 8 MODEL 311
- 2 X 320 MB DISKA
- 15 POSTAJ VIKTOR 286 RAČUNALNIKI
- NOVELL 3.1.

Izhodišče za pripravo in izvedbo programske opreme je logus, ki vključuje osem temeljnih procesov in je osnova za interaktivno računalniško podporo, procesi pa so naslednji: nabava, prevzemanje, skladiščenje, prodajanje, planiranje oskrbe, oskrba in transport, notranji blagovni tokovi, nadzor in evidentiranje zalog. Vsi procesi so med seboj povezani tako, da tvorijo integralno celoto. Za vsak proces je definiran organizacijski postopek, potrebni vhodni podatki ter nosilci podatkov in informacij.

Zasnovani model podatkov je torej celovita in končna vsebinska rešitev baz podatkov, izdelana do potrebnih posameznih podatkov in povezav med njimi ter oblikovno pripravljena za snovanje tehnološke rešitve baz podatkov. V projektu se seveda ta rešitev nanaša na podatke v zvezi z nabavno-prodajnimi, skladiščno-operativnimi in finančnimi funkcijami. Zasnovali smo model podatkov za podporo izvajanja, to je model, ki vsebuje podatke, potrebne za pripravo in nadziranje uresničevanja nalogov in izvajanja. Zasnovani model podatkov za podporo upravljanja pa je tisti, ki vsebuje podatke, potrebne za pridobivanje informacij za upravljanje. V projektu se to seveda nanaša na pripravljalec in izvajalce nabavno-prodajnih, skladiščno-operativnih procesov in na poslovodne delavce.

Za projekt lahko rečemo, da je raziskovalno-razvojni, z vidika širine svojega področja relativno kompleksen, z vidika globine (podrobnosti) pričakovanih rešitev dokončen, z vidika potrebnega

vloženega dela obsežen, z vidika potrebnih kadrov pa ga je bilo težko sestaviti.

Predvsem pa vsebuje vsebinske rešitve za kvalitetnejše in produktivnejše delo pri posameznih delovnih postopkih ter kakovosten odnos do kupca. Osnovno bazo podatkov torej tvorijo artikli in partnerji. Oboji so sistemizirani v obliki šifrantov z vsemi podatki, ki so potrebni za njihovo identifikacijo in spreminjanje vseh poslovnih dogodkov (naročanje, prevzem, oddaja, fakturiranje, plačila).

Novosti so tudi pri disponenci naročil. To pripravimo takoj po vnosu vseh naročil, v večernih urah, tako da so komisijarni listi opremljeni z odlagalnim mestom (BOX) in po zaporedju voženj, kar je pomembno za pripravo in odpremo blaga kupcu. Želimo se približati tudi koristnikom - Mercatorjevi maloprodaji, zato smo bili z njo v stalnem stiku. Tako smo vključili v sam projekt tudi njene potrebe in interese. Tudi v bodoče bomo tesno sodelovali in skušali razviti strahotegijo, s pomočjo katere bomo prihajali do informacij o mišljenju

kupcev. Zavedamo se, da je potrebno kupcu olajšati poslovanje z nami in mu pomagati, tako da mu bo sodelovanje v veselje.

Prvi korak, ki ga bomo storili je naročanje blaga. Najprej bomo večjim trgovinam v Ljubljani priključili računalnike za vnos naročil blaga, z vso potrebno informacijo o vsebini možnega naročila in tehniko posredovanja naročila.

Naše postopke dela bi radi uskladili in približali metodi "just in time". Z izboljšano pripravo in dostavo blaga kupcu bi dosegli povečanje povpraševanja po naših storitvah, to pa zmanjšuje zaloge, povečuje učinkovitost in konkurenčnost, zmanjšuje stroške ter povečuje možnosti za modernizacijo. Projekt nam tudi omogoča, da dnevno lahko analiziramo stanje v podjetju, gibanje zalog in finančno učinkovitost.

Iz vsega navedenega je vidno, da prenavljanje v Mercator-Blagovnem centru poteka kompleksno in v več smereh. Seveda se zavedamo, da z novo programske in strojno opremo ne moremo rešiti vsega, vemo pa da nam mora biti skrb za

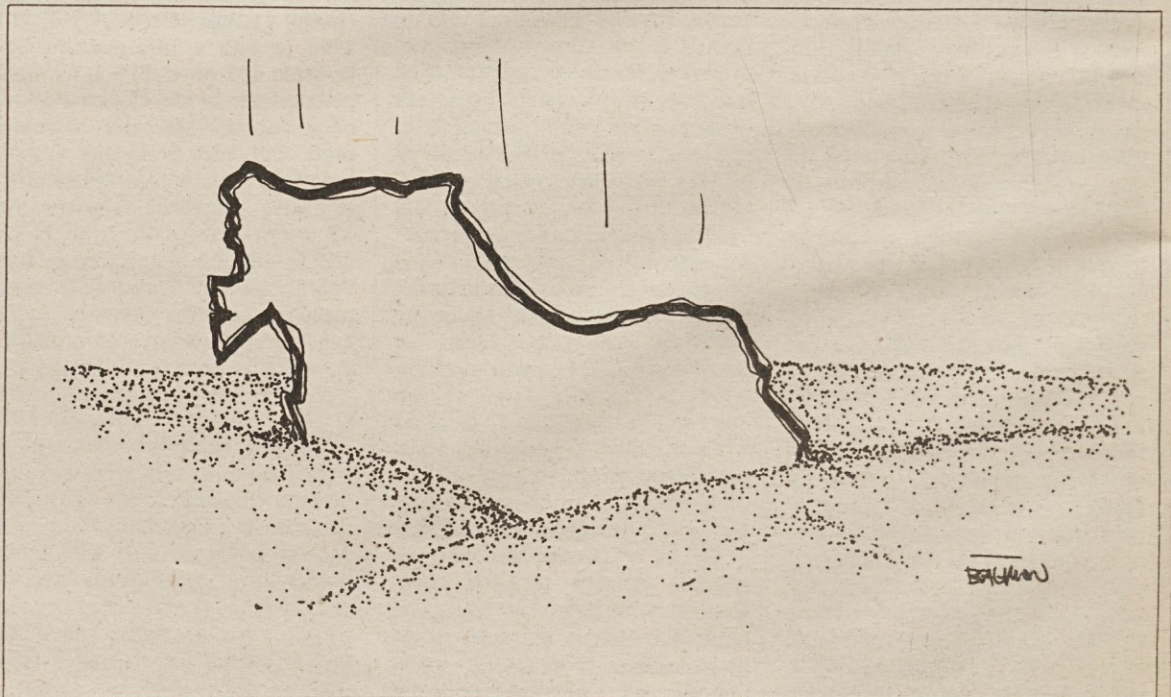


Računalnik tudi v skladiščih. Vsaka sprememba je takoj evidentirana.

kulturno preobrazbo firme hkrati tudi skrb za človeške potenciale, kajti le tako bomo uspeli. Seveda pa je vse odvisno od cilja in ljudi, ki nas vodijo.



V nabavni službi Mercator-Blagovnega centra uvedba računalnikov pomeni mini revolucijo. »Nazaj na staro papirato vojsko za nobeno ceno ne več!«, je bil enoglasen odgovor vseh.





Litijani so dobili novega Valvasorja

Vesna Bleiweis

# Izvirna rešitev poslovanja

Obnova mestnega jedra oziroma ohranjanje stavbne kulturne dediščine je v Litiji ena od tekočih nalog in vanjo se je z obnovo svoje upravne stavbe vključila tudi Mercator-Kmetijska zadruga Litija. Poleg obnovljene poslovne stavbe pa je Litijanom in obiskovalcem ponudila še nov gostinski lokal Valvasor. Zanimiva rešitev v poslovanju: za kuhinjo bodo skrbele kmečke gospodinje.

Ko se naravnost čez litijski most maniri urejeno teraso, bi težko zagledal v nekoliko po Plečnikovi dejal, da je staro stavbo nad njo in

samo teraso uredila nič manj kot kmetijska zadruga. Upravna stavba Mercator-Kmetijske zadruge Litija je tako ena najbolj markantnih stavb v središču Litije. V njej je litijska Kmetijska zadruga poleg diskontne trgovine odprla še gostinski lokal - Bistro Valvasor. Ime so si sposodili pri svojem zna-

menitem rojaku. Notranja ureditev lokala mu prav gotovo ne jemlje časti in ugleda, prav tako pa tudi ne izgled celotne upravne stavbe Mercator-Kmetijske zadruge Litija.

"V Litiji si že kar nekaj čas prizadevamo obnoviti mestno jedro. V sklop te prenove sodi tudi

obnovev zunanosti naše poslovne stavbe, kamor sodi tudi terasa. Del, v katerem je sedaj bistro, je bil poprej zanemarjena podstreha in ropotarnica. Dragocen prostor je bilo treba izkoristiti in ga nameniti tisti dejavnosti, ki je v Litiji ni, tisto pa kar je je, ne zasluži svojega imena. Gostinstvo, namreč. V spodnjem delu je urejena točilnica, ki bo odprta za vse goste, v zgornjem delu je banketna dvorana, namenjena za posebne priložnosti, je dejal direktor Mercator-Kmetijske zadruge Litija Vinko Košmerl. Poroke na Bogenšperku, Valvasorjevem domovanju, se bodo lahko nadaljevale s svatbo v Valvasorjevi banketni dvorani. To je le ena od možnosti, načrti pa so še drugačni: "V banketni dvorani je treba pripeljati tudi program. V njej naj bi se dogajale lepe stvari, muzika, literartura, likovna umetnost, moda...Litija je majhna, vendar zato nič manj željna lepega. Klub? Debatni? Lahko tudi to. Vselej in vedno na ravni, ki Valvasorju ne bo delala sramote" se iskre pogovarja gospod Košmerl. In reči je treba, da sogovornik že oblikuje, sliši in vidi poslanstvo lepega, iskrivega...

In ker posebnih priložnosti ni vsak dan, bo banketna dvorana praviloma odprta le od petka do nedelje, sicer pa jo bo treba rezervirati in naročiti storitve. In prav v tem je zanimivost litijskega Valvasorja. Razen v točilnici, v gostinskem obratu ne bo redno zaposlenih, ne bo zalog hrane, kajti gostinske storitve - kuhinja bo v rokah kmetic, članic litijske kmetijske zadruge. Te bodo po pogodbi z zadrugo skrbele za kuhinjo, za izbor in pripravo jedi. Zadržna skrb bo tako samo pijača in zagotovitev strežnega osebja. Zanimiva zamisel, kako pa se bo obnesla, bo pokazal čas. Tisti, ki smo jo imeli priložnost prvi doživeti, smo bili zelo zadovoljni. Še bolj pa tisti, ki so še dva dni po uradni otvoritvi pokušali vse, kar dobrega na mizo postavijo litijske kmečke gospodinje.

Mercator-Kmetijska zadruga Litija sodi med srednje velike zadruge. V njej je zaposlenih 100 delavcev. Zadruga ima lastne proizvodne obrate za proizvodnjo mleka in prašičev, organizirano kooperacijo s kmeti in drugimi občani, trgovino in nekaj gostinstva. Zadruga upravlja s 300 ha zemlje, za lastne potrebe obdelujejo 180 ha, ostala zemlja pa je oddana v najem tistim kmetijam, ki se razvijajo po konceptu družinske kmetije. S proizvodnimi rezultati v živinoreji in poljedelstvu so v litijski zadrugi zadovoljni, saj jih potrjuje nenehen trend rasti. Ta uspeh pripisujejo predvsem skrbno določeni in upoštevani tehnologiji. Med proizvodnimi dosežki je najprej omeniti letno proizvodnjo 1,2 milijona litrov mleka, proizvodnjo 50.000 brojlerjev, 500 govedi in 800 prašičev v posameznem proizvodnem ciklusu. V pogovoru je gospod Košmerl poudaril dobro sodelovanje z vsemi kmeti in tudi drugimi kooperanti, ki poslujejo preko Mercator-Kmetijske zadruge Litija.

Kako bo zadruga organizirana po novem - v litijski imajo pripravljen načrt, ki temelji predvsem na tem, da zadruge ne kaže razbijati, postane naj enovito združeno podjetje. V zadrugi so trdno prepričani, da svoje (družbene) proizvodnje ne bodo ukinjali, prav tako tudi ne spreminjali trgovskega dela zadruge, pa tudi odnosov s kooperanti ne mislijo krhati.



Gostitelj in tudi gonilna sila za ureditev litijskega Valvasorja, direktor Mercator-Kmetijske zadruge Litija Vinko Košmerl (desno), se je pohvalil namestniku predsednika poslovnega odbora Tonetu Mastnaku.

Prvi Valvasorjevi gostje so bili člani litijskega področnega odbora ljubljanske Medobčinske gospodrske zbornice. Ti so kljub razneženosti nad novo litijsko pridobitvijo prav trdo govorili o gospodarski krizi, o razmerah v litijski občini...

Ta vhod si velja zapomniti; notranjščina ne dela slabega imena in časti imenitnemu soimenjaku.



Sušni meseci za izobraževanje

Jadranka Kuhar

## Po gastrokulturi se ceni narod, kraj, hotel

Trend v gostinstvu so filigransko pripravljene jedi, obrok sestavlja vrsta različnih jedi v mini količinah. Ta trend naj bi se pojavil tudi v desetih gotinskih obratih Mercator-Hotela Ilirija. Udeleženci in udeleženci funkcionalnega izobraževanja so gaspoznavali v kuhinji Hotela Ilirija.

Gostinci se zavedajo, da je kakovost storitev edino, kar jih lahko tudi v kriznih časih drži nad vodo. V Mercator-Hotelu Ilirija so sušni januar in februar izkoristili za funkcionalno izobraževanje svojih delavcev, predvsem tistih, od katerih je kakovost storitve najbolj odvisna.

Funkcionalno izobraževanje je organizirano v treh sklopih, in sicer: za vodje poslovnih enot, za kuharje (vodje kuhinj in njihove namestnike) in za strežno osebje (vodje strežb in glavne natakarje). Tako izobraževanje je bilo letos prvič. Izobraževanje temelji na praktičnem prikazu novitet, ki se v svetu uveljavljajo tako na področju prehrane, strežbe oziroma celotne gostinske ponudbe. Znanje, pridobljeno na seminarju, naj bi prešlo v vsakdanjo ponudbo vseh desetih poslovnih enot, kolikor jih ima Hotel Ilirija. Pomenilo naj bi dopolnitev splošne ponudbe.

Janez Elikan, direktor Hotela Ilirija nam je povedal, da je bila specializacija lokalov kot poslovna in programska usmeritev sprejeta že pred tremi leti, vendar je zaradi objektivnih razlogov ni bilo mogoče uresničiti. "Gostinstvo se ubada s tolikšnimi težavami, da je vse njegovo početje usmerjeno na prizadevanja za preživetje na vsaj obstoječi ravni. V Hotelu Ilirija jedro gostinske dejavnosti predstavljajo poslovne enote v Ljubljani, Hotel Bor v Črnem vrhu nad Idrijo pa je poseben problem. Prav zanj v Hotelu Ilirija ne vidimo prihodnosti, zato ga bomo oddali v najem, če le mogoče v obliki franchisinga".

Pobudnik za izobraževanje je Janez Meglen, sicer vodja restavracije pri Jelenu. Izkušeni gostinec nam je o svoji pobudi povedal tole: "Po naših obratih ali pa kar v gostinstvu na sploh je ponudba splošna in enolična. V prihodnje bo specializacija gostinskih obratov nujna, vendar bo treba to specializacijo obravnavati kot generalno prenavo, saj je treba tudi ambient gostinskega obrata podrediti njegovi specializaciji. S funkcionalnim izobraževanjem želimo obstoječe kadre usposobiti zato, da bi splošni ponudbi dodali tudi vrsto sprememb, ki vplivajo na sloves lokala in njegovo klientelo".

Ogledali smo si potek "praktičnega pouka" za kuharje - v kuhinji Hotela Ilirija je nove jedi pripravljalo 22 udeležencev. Sedem poslovnih partnerjev: Vajda Čakovec, Kolinska Ljubljana, Žito Ljubljana, Mercator-Sadje zelenjava, Mercator-Eta, Mercator-Ljubljanske mlekarne, Slovenija vino in zasebni izdelovalec umetnih cvetličnih aranžmajev, je prevzelo pokroviteljstvo. Duhovni in operativni vodja seminarja pa je bil Anton Strajnar, svetovalec za gostinstvo pri Gospodarski zbornici Slovenije.

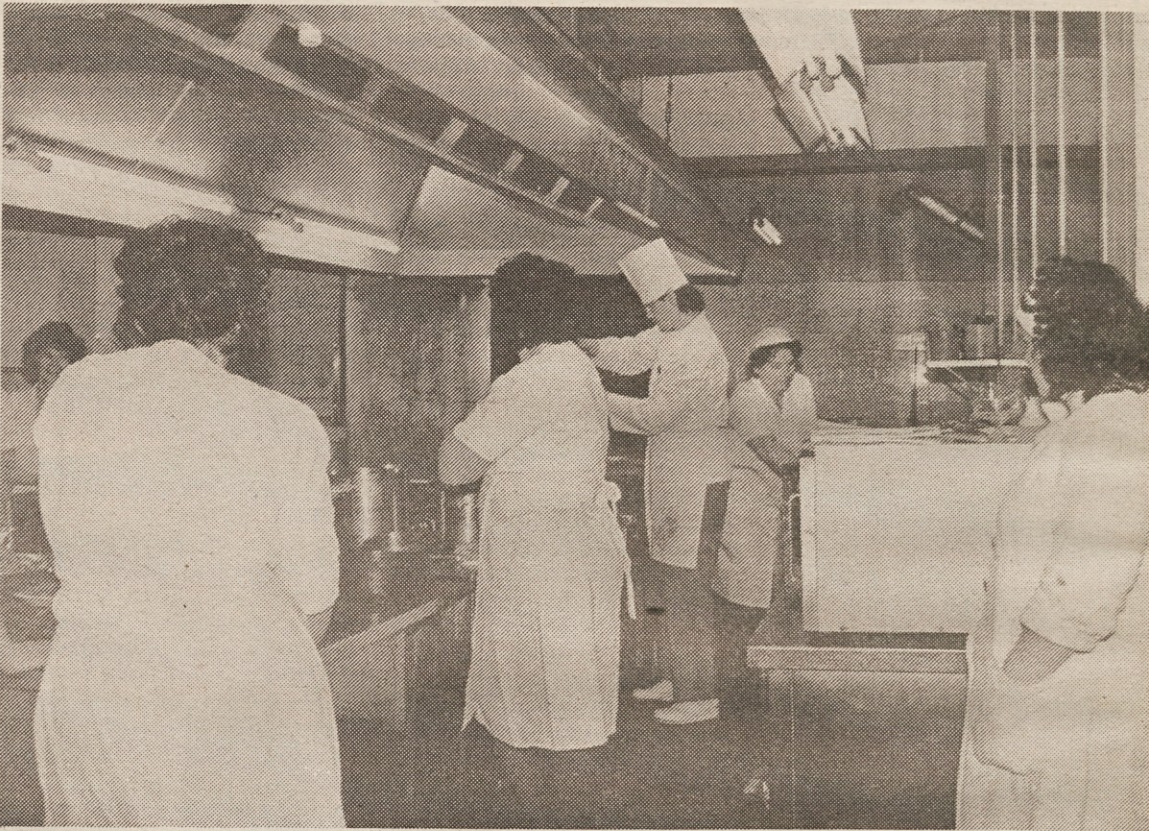
Prav pogovor z gospodom Strajnarjem je pokazal na veliko slabosti našega gostinstva. "Temeljna slabost so kadri. Nimajo ustreznega znanja, za kar so krivi slabi izobraževalni programi, vodstvo in finance. O tem, kako se ceni izobraževanje gostincev nam pove že številka - 0,8% dohodka gre za permanentno izobraževanje, v Nemčiji pa je ta znesek 4%. Zato ni

čudno, da se v našem gostinstvu pojavlja stereotipnost, da kvantiteta zamenjuje kvaliteto. V gastronomiji so na pohodu filigransko izdelane jedi, trend večih jedi v mini količinah, vse pa s primerno dekoracijo".

Napake se začnejo pri nekorektni verbalni komunikaciji, saj gostinsko osebje marsikje gosta ne pozdravi ali pa ne zna pozdraviti, kaj šele ponuditi in sprejeti naročilo. "Pri nas se ne zavedamo, da je jedilni list marketinški dokument, pri nas je to bolj ali manj seznam ponudbe (tudi bolj ali manj zastarelih jedi), pa še te gost ne more dobiti, ker gre res za papirnat seznam. Jedilni list mora biti dinamičen, na njem je lahko 25 do 37 jedi, skratka je marketinški dokument, ki najbolje prodaja gostinske storitve. Pravo gostinstvo pri nas nima tradicije in tudi trudimo se zanj ne preveč. Jurišamo na turiste, v tem jurišu pa pozabljamo, da se skozi odnos do gastrokulture ceni tudi raven naroda, kraja, hotela". Gospod Strajnar pripisuje velik del gostinskih slabosti tudi sami stroki, ki se ne zna prav predstaviti in se proslaviti. Gostinski delavci ostajajo anonimni, četudi so olimpijski prvaki v svoji stroki. Od tod izvira tudi rahlo nespoštljiv odnos. Po njegovem mnenju leži veliko krivde v neizobraženosti, saj dobra polovica vseh kuharjev v času zaposlitve pozabi, česa se je učila v šoli, nihče pa jim novega znanja ne omogoča. "Poseben problem je problem osebnostne kulture gostinskega delavca. Prav v konkretnem primeru se je pokazalo, da je bil program seminarja za udeležence prezahteven. Bo še kar trajalo, preden se bo naše gostinstvo spremenilo in stopilo v svet".

Nekoliko filozofije in pa imenitnih imen, ki so se ukvarjala z gastronomijo, je v pogovoru omenjal gospod Strajnar. Gastronomijo je treba pripeljati do točke, ko je vsaka slučajnost, ko je vsako naključje izključeno. Tako si idealno gostinstvo zamišlja tudi naš strokovnjak za gastronomijo, vendar pa doda: "Takega gostinstva pri nas ni".

Slavnostno pogrnjena miza: solatne omake na povsem drugačen, nič serijski gostilniški način; različne vrste zelenjave in nekoliko drugače pripravljene mesne jedi... Kdaj jih bomo lahko naročili tudi zares?



Okrog štedilnika v hotelski kuhinji.

Potem, ko so si udeleženci izobraževanja obrisali pot, sta jih k pokušini povabila vodja tečaja Anton Strajnar (levo) in direktor hotela Ilirija Janez Elikan.



# NAGRADNA KRIŽANKA LEK - Z NARAVO DO ZDRAVJA

Križanka je posvečena tovarni LEK, Mercatorjevemu poslovnemu partnerju, ki skrbi za naše zdravje, lepoto in čistočo. Geslo nagradne križanke napišite na dopisnico, ki jo do 15. marca 1991 pošljite na naslov: Poslovni sistem Mercator, center za obveščanje, 61000 Ljubljana, Titova 137. Tri

izžrebane pravilne rešitve bo nagradila tovarna Lek. "ZA DOMOVINO - S PLEBISCITOM NAPREJ" je bilo geslo prejšnje, novoletne nagradne križanke. Navdušeni smo nad številom poslanih rešitev. Ko je na naš naslov prišlo čez 1800 rešitev, smo jih prenehali šteti.



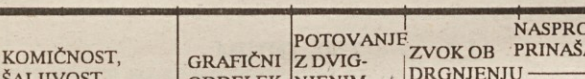
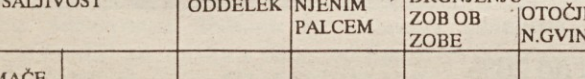

### Nagrajenci so:

1. ANGELA GRUM, Spodnja Slivnica 82, 61290 Grosuplje
2. DORA KOMAR, Potrčeva 10, 61000 Ljubljana
3. DARKO BOGATAJ, Leninov trg 5, 61000 Ljubljana

1	2	3	4	5	6	7	8	9	
10	11	12	13	14	15	16	17	18	19

4. MAJDA NOSAN, Partizanska 1 a, 64205 Šenčur
5. VASILJE PERIČ, Hum 59, 62270 Ormož

Nagrade bomo poslali po pošti. Iskrene čestitke nagrajencem, reševalcem pa: poskusite srečo z današnjo križanko.

		IME IN PRIIMEK ANGLEŠKE PEVKE POPEVK Z ZNAČILNIM GLOBOKIM GLASOM 5	IME PISATELJICE LINDGREN	PRIPADNIK MORMONOV	OBOKANO STEBRISČE	NIKOLA TESLA	POSLEDICA OGNJA 8	VZDEVEK LADJARJA ONASSISA	ŠALJIV VZDEVEK ZA VOJVODINCA	NAUK O ENERGIJI	JED IZ PEČENIH PAPIK Z DODATKI	ŠPORTNI KLUB IZ MADRIDA
		RAZVRŠČANJE, PREBIRANJE				SRBSKO Ž. IME						
		KARAMBOL				KORISTNOST						
		ZDRAVILNA RASTLINA KAČA UDAV 19				2	DUŠA UMRLEGA PRI ST. SLOVANIH	JEZERO V SZ KLADA ZA SEKANJE		12		
									GREGOR ROŽMAN YU VOJSKA			RISBA=P.J.
KOMIČNOST, ŠALJIVOST	GRAFIČNI ODDELEK	POTOVANJE Z DVIJENJENIM PALCEM	ZVOK OB DRGNJENJU ZOB OB ZOBE	NASPROTJE PRINAŠANJA OTOČJE PRI N.GVINEJI							NEPRIZNAVANJE OBLASTI	SLABA VOLJA
DOMAČE Ž. IME (IZ ČRK=AAKSŠT)					OKRASNA PTICA	OSTRO DIŠEČ PLIN	OSEBA, KI KVANTA LOVEC RAKOV					
ZELO DROBAN PESEK		14			HRVAŠKI REŽISER (GEORGIJ)		18	SHIRLEY MAC..... GR.BOG VETROV				
DERIVATI ALKOHOLA			4		TUJE M. IME, AMADEUS					NASLOV PREŠERNOVE PESMI		
PREBIVALEC ŠKOTSKE				DELAVSKA ENOTNOST	KRAJ PRI KRANJU	6		NASPROTJE NAPADA	TROPSKE PAPIGE SIMBOL ZA NEON			
PLANTAŽA	3			31. DECEMBER (DVE BESEDI)	SINTETIČNO VLAKNO			7		HERBERT REEVES SUKANEC	16	
KRAJ PRI RIBNICI					REKA NA PELOPONEZU RADIOFONSKA PRIPRAVA			AFRIŠKA DRŽAVA ST. GRŠKI PESNIK				
SODOBNI SLOVEN. LITERAT (JOŽE)				BABICA (PRIMORSKO) TEGA LETA			ZVARJENO MESTO NA KOVINI		ISMET PO DOMAČE REKA V ZDA		10	
DELAVEC, KI TAPECIRA							NEKDANJI ŠPANSKI TENISAČ (MANUEL)					
						..... IN PRIIMKI	OT. OK V SPORADIH JUDOVSKI SREBRNIK		15	MITO TREFALT PRILIZOVALEC		
		ATLANTSKA LUKA OB VHODU V PANAMSKI PREKOP									PREPROST ROČNI VOZ	IME IGRALKE MAGGRAW
		GLAVNO MESTO DRŽAVE TOGO	9				GOLA ŽENSKA GLAVNI ŠTEVNIK					
		UČINEK POSLEDICA						POLITIČNO ZATOČIŠČE OKRAJŠAVA ZA DECIGRAM		1		
		BARVA PRI FOTOKOPIRNEM STROJU						ISLAMSKA SEKTA V LIBANONU IN SIRIJI			17	
		LETOPIS, KRONIKA				13		DRŽAVA V AFRIKI				SESTAVIL JOŽE PETELIN

# MERCATOR-ZGORNJESAVINJSKA ZADRUGA MOZIRJE

## UGODNE CENE IZDELKOV GORENJE-GLIN IN ŽAGANEGA LESA

### PRODAJNI CENIK ZA ŽAGANI LES

VRSTA PROIZVODA	DIMENZIJA		KVALITETA DIN/m <sup>3</sup>				
	DOLŽINA m	DEBELINA mm	ČPČ	I.	II.	III.	IV.
NEROBLJENE DESKE	4	76	3.800	3.400	2.900	2.300	1.800
ROBLJENE DESKE	4	24, 48	4.100	3.700	3.200	2.600	2.100
LETVE	4	24x38, 48		3.800			
MORALI	4	28x38, 48		3.800			
	4	38,48x48,76		3.500			
TRAMI	3 - 4			2.400			
	5 - 6			2.900			
	7 in več			3.400			
STANDARDNI PRESEKI TRAMOV V cm so : 12 x 14, 14 x 16, 16 x 18							
KRAJNIKI	4	KOMAD	10,00 DIN/KOMAD		ALI	2,50 DIN/M	

- cene veljajo fco naloženo pri prodajalcu

- za posebna naročila (mere, ki niso zajete v ceniku, suhi les) se cene povečajo po dogovoru do 20%

- cene so proizvodjalne, prometni davek ni obračunan

- nastanek DUR z dnem odpreme, rok plačila 15 dne, način plačila - virman ali akceptni nalog

- fizične osebe plačajo les po predračunu s prometnim davkom

- les je klasičen po predpisu jus

- cenik velja od 10.12.1990 dalje

#### IZDELKI GORENJE - GLIN NAZARJE

##### ZLOŽLJIVE PODSTREŠNE STOPNICE

	dimenzija	cena
PS EKO 2 1	110 x 70	2.600,00
PS EKO 3 1	120 x 70	2.700,00
PS EKO 6 1	120 x 60	2.600,00
PS EKO 8 1	110 x 60	2.500,00

##### VEZANA OKNA

60 x 60	668,00
80 x 60	732,00
60 x 90	747,00
80 x 90	793,00
100 x 90	846,00
120 x 90	974,00
140 x 90	1.032,00
80 x 120	1.172,00
100 x 120	1.236,00
140 x 120	1.483,00
180 x 120	2.047,00
80 x 140	1.356,00
100 x 140	1.422,00
120 x 140	1.520,00
140 x 140	1.593,00
180 x 140	2.277,00
210 x 140	
80 x 210	1.400,00
80 x 220	1.450,00
140 x 220	2.250,00
120 x 120	1.330,00

#### VEZANO OKNO - ZASTEKLENO

60 x 60	800,00	180 x 120	2.710,00
80 x 60	890,00	80 x 140	1.700,00
60 x 90	920,00	100 x 140	1.880,00
80 x 90	970,00	120 x 140	2.070,00
100 x 90	1.030,00	140 x 140	2.250,00
80 x 120	1.450,00	180 x 140	3.050,00
100 x 120	1.580,00	80 x 210	2.200,00
120 x 120	1.680,00	80 x 220	2.350,00
140 x 120	1.780,00	140 x 220	3.950,00
180 x 120	2.590,00		
80 x 140	1.670,00		
100 x 140	1.740,00		
120 x 140	1.880,00		
140 x 140	1.990,00		
180 x 140	2.277,00		
80 x 210	1.830,00		
80 x 220	1.901,00		

#### TERMO OKNO

60 x 60	900,00
80 x 60	1.000,00
60 x 90	1.100,00
80 x 90	1.300,00
100 x 90	1.400,00
120 x 90	1.500,00
80 x 120	1.530,00
100 x 120	1.650,00
120 x 120	1.820,00
140 x 120	1.990,00

## POHITITE, DOKLER TRAJA ZALOGA



Casopis poslovnega sistema Mercator

Časopis poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana, Titova 137. Izdaja Center za obveščanje PSM. ● Uredništvo: Titova 137, 61113 Ljubljana. ☎ 061/373-047. ● Ureja uredniški odbor: Franc Božič, Franci Dovč, Ivan Drozdek, Marija Fajfar, Alenka Por, Nada Rihitar, Lojze Šterk, Matija Trstenjak in Franc Zdravec. ● Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis. ● Tehnični urednik: Matjaž Marinček. ● Tiska DP Delo - Tiska časopisov in revij, p. o. ● Glasilo prejemajo delavci, združeni kmetje, učenci in upokojeni PSM ● Izhaja zadnje sredo v mesecu. Naklada 16.500 izvodov. Po mnenju pristojnega republiškega organa je časopis opravičen temeljnega davka od prometa proizvodov.