

## Statut in spremembe pogodbe

Ljubljana, 6. februarja - prvo redno zasedanje skupščine Poslovnega sistema Mercator je minilo v znamenju sprejemanja aktov in imenovanj skupščinskih delovnih teles in imenovanja članov poslovnega odbora. Nekaj zadev pa je bilo že čisto v duhu novega podjetništva. Nakup ustanovnih delnic bank, je že bila ena takih zadev.

### Podjetništvo s papirjem

Pričakovati, da se da v razmerah "svobodnega podjetništva" (tako kot ga pojmuje jugoposlovništvo), posebnih podjetniških papirjev ne bo treba, je iluzorno. Poslovni sistem Mercator je dobil svoj Statut, ki je v glavnem povzetek določil pogodbe o ustanovitvi Poslovnega sistema Mercator z nekaj podrobnostmi. Običajnega prava o poteku sej skupščin podjetij tudi ne poznamo, zato je bilo treba zapisati in sprejeti tudi Poslovnik o delu skupščine in njenih organov, delovnih teles in ...pravila o obnašanju predstavnikov Poslovnega sistema v organih upravljanja članic. In časopis Mercator tudi ne more brez sklepa o ureditvi izdajateljskih razmerij. Brez plana pa tudi ne gre.

In tako se je nabrala vrsta aktov, s katerimi se urejajo medsebojna razmerja, pravice in dolžnosti, spet cel mali kodeks notranje zakonodaje.

Pričakujemo pa že spremembe pogodbe o ustanovitvi Poslovnega sistema. Teze zanje je predstavil predsednik poslovnega odbora, temeljijo pa na novem zakonu o prodaji družbene lastnine in na nekaterih praktičnih spoznanjih, kako urediti prenašanje kapitala iz levega v desni žep brez posebnih posledic za njegove lastnike.

### Podjetništvo z organi

Razpis je bil...kandidati za članice poslovnega odbora tudi in skupščini je ostal le še kronski posel - imenovati jih. In s tajnim glasovanjem (postopek z glasovi

članic je kar nekoliko kompliciran, tajnost pa zanesljivo jamči) je skupščina imenovala za **predsednika poslovnega odbora poslovnega sistema Mirana Goslarja, za njegovega namestnika Toneta Mastnaka in Alojza Klemenčiča, za podpredsednika za trženje Franca Prvinška, za podpredsednico za finance Drago Vaupotič, za podpredsednico za ekonomiko, informatiko in splošne zadeve Riko Germ-Metlika in za podpredsednika za kmetijstvo Slavka Glinška.** Med kandidati za podpredsednika za razvoj že razpisna komisija ni našla pravega kandidata, skupščina se je zato odločila, da bo vršilec dolžnosti podpredsednika za razvoj še naprej dosedanj **v.d. Mitja Ponikvar.** Iz imenovanj ste razbrali novost: predsednik poslovnega odbora bo imel v prihodnje dva namestnika. Njuna pristojnost oziroma delovno področje pa bosta različna.

V pristojnost skupščine sodi tudi ustanavljanje delovnih teles, strokovnih skupin, odborov in komisij ter imenovanje njihovih članov. Posebno nalogo ima komisija za dajanje soglasij k imenovanju poslovnih organov v podjetjih članicah poslovnega sistema. Ta po pooblastilih skupščine med dvema zasedanjema presoja in ugotavlja primernost predlaganih kandidatov. Ustanovljen je svet za obveščanje kot organ upravljanja časopisa Mercator. V njegovo pristojnost sodi nadzor nad uredniško politiko časopisa, pravica predlagati skupščini imenovanje odgovornega urednika in še nekaj drugih zadev, ki izhajajo iz sklepa o ureditvi izdajateljskih razmerij. Formalno je potrjena tudi sestava Koordinacijskega odbora za rekreacijo in šport (KORS). Razmere v Mercator-Kopitarni v Sevnici so narekovale ustanovitev sanacijske komisije, strogo zapurna je zadeva v zvezi z odborom za SLO in družbeno samozščito.

Še posebej pomembno pa je bilo imenovanje predstavnikov Poslovnega sistema Mercator v organih upravljanja članic. V

Glasilo je namenjeno na naslov:



Časopis poslovnega sistema Mercator

Leto XXVII

Ljubljana, februar 1990

št.: 2

skupščinah in nadzornih odborih podjetij članic poslovnega sistema

Nadaljevanje na 3. strani

## Ne prezrite

Skupščinski organi PSM 2

Iz plana za leto 1990 2

DEGRO, nova Mercatorjeva veja 3

30 let Mercator Zarje 5

BIKBUTIK 7

Bomba pri Klinji vasi 9

Nagradna križanka 11

### Začelo se je...

Prvi računi za časopis Mercator so bili poslani podjetjem. Odmev: kar nekaj podjetij je zmanjšalo število naročnikov. Eni tudi drastično: od 600 ali 500 izvodov, ki so jih delavci prejeli na domač naslov, na EN ali DVA izvoda, ki naj prideta na naslov podjetja.

Po motivih za odločitev nismo spraševali. Saj verjetno tudi ni treba. Le eno nas skrbi: le zakaj ni nihče, tudi tisti, ki so odpovedali časopis, ugovarjal sklepu o ureditvi izdajateljskih razmerij med časopisom Mercator in članicami Poslovnega sistema Mercator, v katerem črno na belem piše: "Izdajatelji časopisa in drugih edicij morajo zagotoviti sredstva za njegovo izhajanje oziroma za posamezno izdajo. Časopis prejema vsi delavci in kmetje članice Poslovnega sistema na domači naslov."

Izvod časopisa je januarja stal 3,50 dinarjev.





# SKUPŠČINSKI ORGANI

## Poslovodni odbor

1. MIRAN GOSLAR, predsednik poslovodnega odbora
2. TONE MASTNAK, namestnik predsednika
3. ALOJZ KLEMENČIČ, namestnik predsednika
4. FRANC PRVINŠEK, podpredsednik za trženje
5. DRAGA VAUPOTIČ, podpredsednica za finance
6. RIKA GERM-METLIKA, podpredsednica za ekonomiko, informatiko in splošne zadeve
7. SLAVKO GLINŠEK, podpredsednik za kmetijstvo
8. MITJA PONIČVAR, v.d., podpredsednika za razvoj

## Finančni odbor:

1. FRANC LAŠIČ, MERCATOR - IZBIRA PANONIJA, predsednik
2. STANIŠA BUJIŠIČ, MERCATOR - TRGOAVTO
3. TONE ČEBAŠEK, MERCATOR - KŽK
4. JANEZ DEBELJAK, MERCATOR - MESO-IZDELKI
5. LEA KASTELEC, MERCATOR - LJUBLJANSKE MLEKARNE
6. MARIJA KOLŠEK-TROBENTAR, MERCATOR - GRMADA
7. JANEZ KUŽNIK, MERCATOR - KZ KRKA
8. LUDVIKA MARNEČE, MERCATOR - SADJE ZELENJAVA
9. JADRANKA MILAT, MERCATOR - AGROKOMBINAT
10. VIDA POLIČNIK, MERCATOR - BLAGOVNI CENTER
11. ETA SAVIČ, MERCATOR - MEDNARODNA TRGOVINA
12. IVANKA SLAK, MERCATOR - EMBA

Komisija za soglasja k imenovanju individualnih in kolektivnih poslovodnih organov podjetij

1. JOŽE ČANDEK, MERCATOR-ROŽNIK
2. MIRAN GOSLAR, POSLOVNI SISTEM MERCATOR
3. JANEZ ELIKAN, MERCATOR-ILIRIJA
5. ALOJZ FRANC, MERCATOR-ETA
5. TONE MASTNAK, POSLOVNI SISTEM MERCATOR
6. SLAVKO NEMANIČ, MERCATOR-KZ STIČNA
7. FRANC TOMANIČ, MERCATOR-IZBIRA PANONIJA

## Sanacijska komisija v MERCATOR-KOPITARNI

1. MARIJA HOJNIK, POSLOVNI SISTEM MERCATOR
2. TONE MASTNAK, POSLOVNI SISTEM MERCATOR
3. ADOLF MIRTELJ, MERCATOR - KOPITARNA
4. MITJA PONIČVAR, POSLOVNI SISTEM MERCATOR
5. FRANC SUHADOLNIK, POSLOVNI SISTEM MERCATOR
6. DRAGA VAUPOTIČ, POSLOVNI SISTEM MERCATOR

## Svet za obveščanje

1. JOŽE KOPUŠAR, MERCATOR - ROŽNIK
2. VINKO KOŠMERL, MERCATOR - KZ LITJA
3. TONE MASTNAK, POSLOVNI SISTEM MERCATOR
4. ALJOŠA PRAJS, MERCATOR - MEDNARODNA TRGOVINA
5. IZIDOR REJC, MERCATOR - BLAGOVNI CENTER
6. TONE ROBLEK, MERCATOR - KŽK
7. MARKO SCHAUP, MERCATOR - LJUBLJANSKE MLEKARNE

## Koordinacijski odbor za rekreacijo in šport

1. JURE JEŽ, POSLOVNI SISTEM MERCATOR
  2. MATJAŽ KANDUS, MERCATOR - EMBA
  3. SREČKO KONČINA, MERCATOR - LJUBLJANSKE MLEKARNE
  4. MIRO VAUPOTIČ, MERCATOR - SADJE ZELENJAVA
  5. TOMO VOVČKO, POSLOVNI SISTEM MERCATOR
  6. FRANC ZALAR, MERCATOR - LJUBLJANSKE MLEKARNE
- SKLEPI, SPREJETI NA 1. REDNEM ZASEDANJU SKUPČINE POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR

## Skupščina je sprejela:

1. Statut Poslovnega sistema Mercator;
2. Poslovnik o delu skupščine in drugih organov Poslovnega sistema Mercator;
3. Pravila obnašanja predstavnikov Poslovnega sistema Mercator v organih članic poslovnega sistema;
3. Sklep o ureditvi izdajateljskih razmerij med članicami Poslovnega sistema Mercator in časopisom Mercator in drugimi sredstvi obveščanja v poslovnem sistemu;
4. Plan poslovnega sistema Mercator za leto 1990.

## Skupščina je imenovala:

1. Poslovodni odbor Poslovnega sistema Mercator;
2. Predstavnike poslovnega sistema Mercator v organih upravljanja članic poslovnega sistema;
3. Komisijo za dajanje soglasij k imenovanju individualnih in kolektivnih poslovodnih organov podjetij;
4. Svet za obveščanje,
5. Sanacijsko komisijo v Mercator - Kopitarni;
6. Koordinacijski odbor za rekreacijo in šport;
7. Odbor za SLO in družbeno samozaščito;

## Z ostalimi sklepi pa odredila:

- pričetek obravnave sprememb in dopolnitev pogodbe o ustanovitvi Poslovnega sistema Mercator;
- zasnovno in uresničitev sprememb in novosti v poslovanju Kluba Mercator;
- soglasja k že imenovanim poslovodnim organom podjetij;
- nakup delnic "Nove banke" in "Zadružne kmetijske banke";
- osnove za izračun osebnih dohodkov članov poslovodnega odbora.

## Iz plana za leto 1990

Veronika Kurent

# Leto 1990 - obvezno le združevanje v razvojni sklad

Skupščina Poslovnega sistema je sprejela plan za leto 1990. Zanj velja nekaj značilnosti, ki jih v preteklih letih nismo poznali. Je bolj namenjen usmerjanju delovanja podjetij v spremenjenih razmerah in z njim je odpravljen kar nekaj vrst dosedanjega obveznega združevanja sredstev za različne skupne namene.

## Konec tradicije

S tradicijo v sestavljanju planov je presekalo že kar uvodni stavek: "Z oblikovanjem novega poslovnega sistema kot delniške družbe, se v glavnem ohranja kontinuiteta skupnih poslovnih in razvojnih aktivnosti članic nekdanjega sozda, v določeni meri pa se uveljavljajo tudi nove usmeritve v delovanju sistema." Plan za leto 1990 ima zato specifičen pomen. V tem letu je predvsem potrebno izboljšati stare in razviti nove učinkovite oblike delovanja v skladu z opredeljenimi izhodišči v pogodbi o ustanovitvi Poslovnega sistema Mercator.

S planom so opredeljena naslednja področja delovanja članic:

- splošne strateško razvojne usmeritve, dogovorjeni poslovni principi in uvajanje nove kulture poslovnega sistema;
- posebne naloge, ki jih članice izvajajo skupno in skupno financiranje v okviru poslovnega sistema;
- organizacija izvajanja skupnih nalog v okviru podjetja Mercator, osrednje delniške družbe.

## Strategija razvoja, spoštovanje dogovorjenih načel in kultura poslovnega sistema

Naloge so opredeljene kot splošne, pristojnost za njihovo uresničevanje pa je naložena podjetjem - članicam sistema. Pri tem se uveljavljata načeli samostojnosti in postopnosti. V novih gospodarskih razmerah se mora uveljaviti drugačna skupna filozofija oziroma druge skupne vrednote, ki jih pojmujejo kot kulturo podjetja. Predvsem je pomembna popolna preusmeritev od dohodkovnega na profitni interes. To zahteva temeljito spremembo v vrednostni orientaciji podjetij in zaposlenih. V preprostih besedah to pomeni: zagotoviti ugodne učinke poslovanja oziroma rezultatov poslovanja iz vsakega in celotnega poslovnega delovanja, kakovost proizvodnje in storitev in neprestano stremenje k še boljši kakovosti; povečevanje motivacije za delo, inovacije in izobraževanje.

Za vsako od teh temeljnih področij je v planu navedena vrsta dejavnosti in načinov delovanja, ki naj pripomore k resnični preobrazbi podjetij.

## Posebne skupne naloge in njihovo skupno financiranje

Med cilje združevanja v poslovni sistem sodi tudi skupen in skladen razvoj sistema, branž in delničarjev v sistemu. V ta namen bomo v letu 1990 podrobneje proučili in določili cilje, opredeljene v pogodbi o ustanovitvi poslovnega sistema. **Naloge s tega področja sodijo v sektor za razvoj in poglejmo si nekatere značilne usmeritve:**

- določitev strategije razvoja in

strateških ciljev sistema, branž in delničarjev;

- pregled zahtev združenega evropskega tržišča po letu 1992 in dejavnosti v poslovnem sistemu, kar pomeni oceniti tehnološki, organizacijski in marketinški nivo izdelkov in storitev članic poslovnega sistema in jih primerjati z zahtevami Evrope 92;
- pregled in analiza izkoriščenosti proizvodnih zmogljivosti, kadrovskega potenciala;
- priprava študije o pogojih, možnostih in smotrnosti organiziranja lastne raziskovalne enote.

Našteta je še cela vrsta konkretnih nalog in študij, ki naj bi pripomogle k kakovostnejšemu, predvsem pa tržno usmerjenemu razvoju delničarjev, takemu, ki mu EVROPA ZDAJ ne bo odrekla sodelovanja.

**Sektor za trženje ima na skrbi uresničevanje smernic poslovne politike na področju trženja.** V planu ta del poslovanja in delovanja temelji na oceni, da bodo tudi v letu 1990 veljali pogoji, kot so veljali na trgu v letu 1989. Značilnosti tega pa so: pretežno prosto oblikovanje marž, visoka cena kapitala, hiperinflacija, realni padec potrošnje, omejevanje potrošnje z administrativnimi ukrepi in administrativno poseganje države v odnose proizvodnja - trgovina. V pričakovanju takih razmer so oblikovane tudi strateške usmeritve in zahteve za odnose z dobavitelji, odnose med proizvodnimi in trgovskimi podjetji - članicami poslovnega sistema ter poslovanje trgovine na debelo in trgovine na drobno v internem prometu. Iz navedenih smernic se da izluščiti: povečati skupne nabave in s tem doseči ugodnejše pogoje, odvisnost plačilnih pogojev od trajanja prodajnega ciklusa, načina oskrbe maloprodaje, cene kapitala in inflacije in ponudbe blaga. Skrbnejši odnos do nivelacije cen, povezan z vplivom na osebne dohodke, enakopravnost zunanjih in notranjih partnerjev pri določanju pogojev za prodajo in nabavo izdelkov...in še vrsta drugih ukrepov, ki naj pripomorejo k razcvetu predvsem notranjega pretoka blaga in storitev. Med njimi je zanimiva zlasti ureditev odnosov med trgovino na debelo in drobno, kjer naj bi v letu 1990 stari sporazum o sodelovanju med njima, nadomestila pogodba. Kriteriji iz te pogodbe bodo motivirali in ekonomsko stimulirali vse tiste trgovce, ki bodo svojo nabavo usmerili izključno k internemu grosistu.

Po dosedanjih izkušnjah "največ sveta sliši financam." Tudi finančni del plana je podrejen ciljem, sprejetih s pogodbo. Kratko in jedrnatost so našete zadeve, skupne vsem članicam poslovnega sistema:

- povečevati mobilnost skupne akumulacije z združevanjem sredstev v **RAZVOJNI SKLAD MERCATORJA**, s čimer bomo učinkoviteje reševali financiranje dogovorjenih programov in tekočega delovanja;
- zagotavljali čim bolj racionalno gospodarjenje z denarjem s skupnim opravljanjem bančnih, kreditnih in drugih denarnih po-

slov v okviru pristojne službe poslovnega sistema.

Vse skupaj pa z enim samim ciljem: povečati in povečevati dobiček v celotnem sistemu. Za uresničitev tega cilja je predviden cel instrumentarij poslovne politike, ki se začne z zahtevo po povečevanju trajnih virov poslovnih sredstev in konča z dejavnostmi na področju hranilništva.

V **RAZVOJNI SKLAD MERCATORJA** se bodo natekala sredstva za udeležbo pri skupnih investicijah, ki so sestavni del plana. Letna obveznost članice poslovnega sistema za združevanje teh sredstev znaša 20 % sredstev za reprodukcijo (akumulacija in amortizacija), ugotovljenih po zaključnem računu za leto 1989, preračuna pa se po stanju 31. 12. 1989 v ECU-je. Sredstva, ki se združujejo se obrestujejo po obrestni meri, določeni s politiko obrestovanja v poslovnem sistemu. Za ta sklad pa velja še značilnost: sredstva vanj lahko združujejo tudi tista podjetja iz sestava nekdanjega sozda, ki niso vključena v poslovni sistem. Normalno, da lahko koristijo tudi sredstva.

## Koliko potrebuje podjetje Mercator?

Pred letom dni sporen proračunski način financiranja Delovne skupnosti sozda, je v letu 1990 odpadel. V delničarsko družbo - podjetje Mercator preobraženi delovna skupnost sozda in Interna banka, bosta morali s svojim delom zaslužiti najmanj 6,1 milijon mark, kar je 80 % potrebnih sredstev. Z zaračunavanjem svojih storitev se bodo morali preživeti: sektor za trženje, sektor za razvoj, sektor za finance, delno pa sektor za ekonomiko, informatiko in splošne zadeve. Zaračunavanje storitev članicam poslovnega sistema se bo začelo in prav gotovo bo to sprožilo tudi zahtevo po kakovostnejših, učinkovitejših in celovitejših storitvah. Pa o tem kako do njih, kdaj drugič.

## AFORIZMI

Zelo sem jo imel rad, le prenašal sem jo težko.

Bolje je govoriti več jezikov, kot imeti samo dolg jezik.

Umrl je človek, ki je imel pasje življenje. Bog ve, kako so ga pokopali?

Odgovornih je veliko, odgovarja jih malo.

Milan Pavšič



## DEGRO - nova Mercatorjeva veja

Andrej Dvoršak

## Korist obeh združenih partnerjev

O odcepitvi Preskrbe in Indusa od Nanosa se je že dolgo šušljalo. Odcepitev od matične organizacije ni mačji kašelj, ki bi ga odpravili čez noč. Gre za korak, ki je lahko usoden, tako za nekdanja tozda kot za novo podjetje pa tudi o položaju nekdanje matične organizacije Nanosa bi se dalo kaj reči.

V Portorožu in Kopru so o tem dobro premislili in ko so potegnili črto pod dobre in slabe strani odcepitve je postalo jasno, da je odcepitev neizbežna.

"Leta 1960 se je naša organizacija imenovala Prerad in je bila samostojna delovna organizacija. Imela je težave pri poslovanju in zato se je pridružila Nanosu ter spremenila ime v Preskrba. Kasneje se je izkazalo, da ni posebnega interesa za krepitev vloge delovne organizacije, se pravi Nanosa in vloga tozdov se je povečala. Preskrba je zato imela vse značilnosti samostojnega podjetja.

Zakon o podjetjih je omogočil prožnejše organiziranje gospodarskih subjektov. Dal je možnost svobodnega združevanja in odločanja o oblikah združevanja, ki temelji predvsem na podjetniških, tržnih interesih. Delavci morajo svojo usodo prijeti v lastne roke in sami odločiti o njej. Vdilo pa je kajpak dobiček.

Zakon tudi omogoča več različic organiziranosti. Žal je vodstvo Nanosa ponudilo osnutek statuta, ki za nas ni bil sprejemljiv in nato tudi vztrajalo na tej edini opciji - enoviti družbeni organizaciji, v kateri bi tozda Preskrba izgubil vso pravno in poslovno individualnost," nam je pojasnjeval odcepitev in novo organiziranost Maks Mauer, z verjetno najdaljšim direktorskim stažem v organizacijah v okviru Mercatorja. Vodi jo že 27 let.

"V Preskrbi se je začela kazati zaskrbljenost za nadaljnjo usodo, kajti po našem mnenju je Nanos nerealno obravnaval dislocirane tozde ter njihovo bodočo

statusno, poslovno in samoupravno organiziranost.

Delavski svet in zbor delavcev - tako številni, kot je bil ta, že dolgo ni bil nobeden - sta negativno ocenila ponujeno organiziranost, kar je bilo potrjeno še z referendumom. Odločili smo se pač na ekonomski in ne na čustveni podlagi. Želeli smo imeti še naprej status samostojnega subjekta, zato smo glasovali proti združitvi v enovito podjetje. Sama izločitev pa je bila opravljena brez večjih ovir."

Vse to so spremljali tudi v drugem nekdanjem Nanosovem tozdu Indus iz Kopra. Tudi njegovi delavci so bili zaskrbljeni za svojo nadaljnjo usodo in tudi njim, kot se je izkazalo, organiziranost Nanosa ni bila po volji. Ker pa so imeli težave na finančnem področju in tudi sicer niso imeli pogojev za samostojno pot, so se odločili, da se združijo s Preskrbo. Tudi zato, ker delujejo na istem terenu in imajo zelo podobno dejavnost kot Preskrba.

"Tako je nastal DEGRO, iz besed detail - grosist. Ker pa so bile vezi Preskrbe z nekdanjim sozdom Mercator dobre in ker Poslovni sistem Mercator svojim članicam zagotavlja poleg dobrega imidža tudi širše tržišče ter druge ugodnosti, smo se kot dobri gospodarji takoj vključili vanj. O kakšnem izstopu tudi nikoli nismo razmišljali, kajti Mercator je le Mercator!"

Na koncu se je izkazalo, da v poslovnem sistemu predstavljamo kar močnega delničarja, kar tudi ni slabo. Po gospodarski moči smo med prvimi desetimi v Poslovnem sistemu Mercator.

Še podatek: zaposlenih imamo 650 delavcev, ki delajo v 60 poslovnih enotah.

V Degru imamo tudi tri skupne dejavnosti, kar po svoje predstavlja prednost v naših razmerah gospodarjenja. To so trgovina na drobno, trgovina na debelo in gostinstvo. Naša trgovska mreža je razporejena po vsej slovenski obali, grosistično skladišče pa ima precej odjemalcev tudi v hrvaški Istri.

Sedaj, po združitvi, je pred nami trdo delo, kajti iz dveh, čeprav sorodnih organizacij, moramo narediti eno, ki bo imela usklajeno ponudbo in bo prilagojena kupcem. Gre za sodobno organiziranost, ki mora sloneti na ustrezni delitvi dela in razmejitvi pristojnosti ter odgovornosti med posamezniki. Pri tem pa je potrebno upoštevati velik potencial ustvarjalnosti in kreativnosti vsakega delavca posebej. Dobra trgovska organizacija mora sloneti na ljudeh in ti se morajo z njo poistovetiti. Samo to je pot do uspeha.

Že v dosedanjem razvoju smo vsaj v Preskrbi oblikovali takšno razvojno in poslovno politiko, ki je dajala vsakemu dovolj poslovne svobode in možnosti za uresničevanje lastne kreativnosti, kar je omogočilo uspešno poslovanje vsake poslovne enote. To želimo tudi v Degru. Za uspešno poslovanje pa imamo tudi primerjalne prednosti, ki jih moramo v večji meri izkoristiti," meni Maks Mauer.

Temeljne razvojne usmeritve podjetja slonijo na stabilnem poslovanju, ki se mora sproti prilagajati spremembam na trgu. Pri tem pa ne bo poudarek le na širitvi prodajne mreže ampak predvsem v izboljšanju poslovanja in organiziranosti. V ta sklop sodi tudi drugačen delovni oziroma obratovalni čas, ki bo dosledno prilagojen kupcem.

Brez investicijskih vlaganj ne bo šlo in bo treba usposobiti nekaj novih trgovin in jih prilagoditi turističnemu utripu naše obale.

V Preskrbi so dolga leta načrtovali gradnjo velike blagovnice v Portorožu. Ti načrti so sedaj spravljani v omaro. Indus je v Degru prinesel lepo doto v obliki velikih trgovin, ki jih kaže le nekoliko sremeniti in v njih uskladiti ponudbo.

Namesto gradnji, se bodo lahko bolj posvetili drugim področjem zlasti informatiki. Močan informacijski sistem, tesno vpet v informacijski sistem Poslovnega sistema Mercator bo omogočal hitro in učinkovito načrtovanje in odločanje.

S pomočjo centra za AOP v Poslovnem sistemu so se že opremili z najnovejšimi stroji in programi. Sedaj vse blagovno in finančno poslovanje poteka preko računalnika, ki je v Ljubljani. Nanos jim je namreč obrnil hrbet tisti trenutek, ko so se izločili iz njega.

Med sprejete cilje uvrščajo predvsem reorganizacijo, ki pa je le instrument, s katerim želijo naprej zadržati primat na slovenski obali, optimalno ponudbo blaga in čimvečji dobiček.

Se bodo marali kar precej potruditi, kajti konkurenca v zadnjem času je vse večja. Ne le tista iz Italije, pač pa tudi iz hrvaške meje, da o zasebnih trgovinah niti ne govorimo. Mauer je optimist in meni, da bo moč vzdržati, kajpak če bodo uspeli dovolj hitro izvesti vse predvidene organizacijske spremembe, ki bodo za posameznike tudi boleče.

Čas, kakršen je, nikomur ne prizanaša...

Že res, da imajo sedaj delavci Degra občutek večje samostojnosti in moči, a vzporedno s tem se je povečala tudi njihova odgovornost za vsakodnevne gospo-

darske naloge. Če teh ne bodo opravili kot je treba, se jim tla pod naogami lahko kaj hitro zamajejo, ne le njim kot posameznikom, tudi celotnemu podjetju. Tega pa si najbrž nihče od njih ne želi.

## Statut in spremembe pogodbe

Nadaljevanje s 1. strani

ma, v katere je delniška družba Mercator vložila kapital, bodo sedeli njeni predstavniki s pravicami in dolžnostmi iz naslova upravljanja. Pravila njihovega obnašanja so minimalni kodeks, ki so ga dolžni spoštovati in tako prispevati k svojemu ugledu in ugledu poslovnega sistema.

V skupščinski pristojnosti je tudi odločanje o vlaganju kapitala v institucije in podjetja izven poslovnega sistema. Predloga, da se kupijo ustanovne delnice dveh bank, sicer ni nihče zavrnil. Nekaj hude krvi pa je povzročilo število delnic. Predstavniki kmetijskih organizacij so se zavzemali, da bi se sistem odločil za večje število delnic v Zadržni kmetijski banki in to zahtevo so povezali z moralnim in prestižnim vidikom zadeve. Prvič je bilo uveljavljeno novo pravilo glasovanja: podjetje, kolikor delnic toliko glasov in predlog je bil preglasovan.

Osebnih dohodki so občutljivo področje, zlasti če gre za osebne dohodke poslovodne strukture. Že dlje časa je telo vprašanje, kdo in kako naj določi merila oziroma izhodišča za oblikovanje osebnih dohodkov članov poslovodnega odbora Poslovnega sistema Mercator, ki so obenem poslovodni odbor sistema in obenem poslovodni odbor podjetja Mercator. Skupščina je ta vozec presekal z enostavnim sklepom in pod svoje okrilje (v skladu s pravkar sprejetim Statutom) sprejela tudi to pristojnost. Kot osnovo je določila 90 odstotkov povprečnega neto osebnega dohodka v gospodarstvu SR Slovenije za zadnji znani mesec in za najvišji osebni dohodek določila faktor 6. Odvisni pa so osebni dohodki članov poslovodnega odbora od individualne uspešnosti, uspešnosti posameznih organizacijskih enot v podjetju Mercator in skupne uspešnosti podjetja. Določitev osnove in razmerij torej še ne pomeni avtomatizma, saj za oblikovanje osebnih dohodkov velja temeljni omejitveni dejavnik: ustvarjen dohodek in dobiček. Kako pa bo v podjetju Mercator s tema dvema, predvsem s tistim njunim delom, ki izhaja iz lastne dejavnosti, bo treba še kar nekaj časa počakati.

Sicer pa je skupščinsko zasedanje pokazalo, da smo star poslovodni svet pokrili s plaščem

novega imena, dodali nekaj zrnc novega z načinom glasovanja in da se imamo še naprej radi. To pa je tudi nekaj.

## Opravičilo

Soavtorici sestavka "Iz krize le z razvojem", ki je bil objavljen v 1. letošnji številki Mercatorja, SONJI BLAS iz Mercator-Kopitarne, se opravičujemo, ker nismo navedli njenega imena.

Obenem pa še popravek podatka o cenah. V DEM navedene cene so veljale decembra, sedaj pa se cene gibljejo od 180,00 do 1.000,00 dinarjev.

## AFORIZMI

Dvorni norci današnjih dni imajo to prednost, da lahko svojim gospodarjem rečejo - tovariš.

Vedno so trdili, da na delovnem mestu osla, delam kot konj.

Očetje sedanosti bi morali začeti plačevati alimente.

Tiran se posipa s pepelom svojih naboljših demokratov.

Jasim Mrkalj

Upravna stavba Mercator - DEGRO.





## S hladilnico - stalna ponudba

Andrej Dvoršak

# Ločitev dobrega in slabega pridelovalca

V Mercator-Agrokombinatu so pred dvema letoma zgradili hladilnico ter skladišče za sadje in krompir. Danes bi brez tega težko, saj se je trg navadil na zanesljivost ponudbe, kakovost in promptno izpolnjevanje naročil. Obenem pa je nova hladilnica omogočila tudi selekcijo med slabim in dobrim pridelkom.

"V naši hladilnici lahko shranimo okoli 1.100 ton jabolk v komorah z nekontrolirano atmosfero in temperaturo do nič stopinj, poleg tega pa lahko skladiščimo še 1.200 ton krompirja. Sedaj je v njej tretji pridelek po otvoritvi in ugotavljamo, da je njegova kakovost iz leta v leto boljša," nam je povedal **Miran Bogovič**, vodja hladilnice in tehnolog.

"Sprva smo imeli težave zlasti s sadjem. Bilo je slabše kakovosti in ker smo bili brez izkušenj,

smo imeli tudi težave. Nismo mogli ugotoviti, kateri od kooperantov nam je oddal slabše blago, kateri boljše in na koncu so bili vsi "enako krivi". Vsi so dobili za plačilo neko povprečje, s čemer ni bil nihče zadovoljen. Že naslednjo sezono pa smo odkup zastavili drugače. Cena je bila prvenstveno odvisna od kakovosti. Kdor je oddal boljša jabolka, je dobil več denarja. Ko so kooperanti spoznali, da bomo pri tej usmeritvi vztrajali tudi v prihod-

nje, so se začeli bolj truditi in bolj skrbeti za svoje sadovnjake. Rezultat je tu: dokaj izenačena kakovost odkupljenega sadja, ki nam omogoča boljšo prodajo na trgu in večji dobiček. Zaradi boljše kakovosti sadja so se znižali tudi stroški skladiščenja na kilogram blaga," poudarja **Bogovič**.

Sicer pa je tehnologija skladiščenja in hlajenja zelo sodobna in dobra. Kot hladilni medij uporabljajo freon 12, celoten postopek skladiščenja in hlajenja pa je avtomatiziran in zato tudi ne potrebujejo strojnika, ki je v nekaterih drugih hladilnicah nepogrešljiv. Skupno je v hladilnici - skladišču zaposlenih 12 delavcev, le ob konicah jim na pomoč priskoči še

deset honorarcev, da lahko pridelek čim hitreje spravijo v hladilne komore.

Iz te hladilnice se oskrbuje kar precejšen del Posavja, okoli 60 odstotkov blaga pa prodajo na zagrebškem tržišču, kjer ima Agrokombinat tudi tri lastna prodajna mesta. Nekaj blaga pa prodajo celo v Dalmacijo, zlasti spomladi.

S prodajo nimajo težav. S posameznimi odjemalci sodelujejo že preko dvajset let. Agrokombinat je znan po tem, da se vedno zelo hitro prilagodi zahtevam kupcev, upošteva pa tudi predloge trgovine. Tako so na pobudo trgovine vpeljali novo vrsto embalaže, ki je prilagojena zahte-

vam povprečnega kupca. Gre za kartonsko embalažo za kivi in jabolka, ki je ravno pravšnja za tedenski nakup.

Med razlogi za uspešnost in stalnost odjemalcev je tudi stalna ponudba vsega blaga čez celo leto. Odjemalcu tako ni potrebno za vsako vrsto blaga iskati drugega dobavitelja, kajti v Agrokombinatu dobijo vse in to po razmeroma konkurenčnih cenah, kar pa v sedanjem času sploh ni zanemarljivo.

## Razmišljanja o drugačnem trgovanju

Andrej Dvoršak

# Promet pada... povečati in zmanjšati bo treba

Ko so zapihale podjetniške sape so se v Mercator-Preskrbi v Krškem kar hitro prelevili v podjetje z omejeno odgovornostjo. Tristo zaposlenih, petdeset trgovin, trije bifeji, ena gostilna in grosistično skladišče. Padec prometa, razmišljanje o tem, kako do več dobička.

**Viljem Manček**, direktor Preskrbe je povedal, da izgub že vrsto let niso imeli, da pa je v zadnjem času prodaja precej padla. Za doseganje približno enakih rezultatov morajo trgovci vložiti mnogo več truda. Kupna moč je v Krškem in okolici, tako kot drugod, vedno nižja, precej nakupov pa občani opravijo tudi v Zagrebu in Novem mestu. Tako je bil lani fizični obseg prodaje manjši

kar za 12,5 odstotka, prvi letošnji meseci pa kažejo še slabše indekse. Šele v zadnjem času se je krivulja prodaje nekoliko dvignila - zaradi posojil.

V Preskrbi Krško skušajo kupce prigtegniti tudi z boljše urejenimi lokali in višjim nivojem trgovskih storitev. Lani so v Brestanici prenovili prodajalno tekstila, v Krškem pa odprli novo trgovino z osnovnimi živili. Ta trgovina zelo

dobro posluje, čeprav sta se v bližini pojavili še dve zasebni trgovini.

Med pomembnejše naložbe v lanskem letu sodi tudi modernizacija poslovanja, saj so vpeljali računalniško obdelavo podatkov, ki bo omogočala hitrejše in učinkovitejše delo. Za potrebe grosističnega skladišča pa so nabavili nov transportni viličar in še nekaj druge opreme.

Preuredili so tudi zgornjo etažo v nakupovalnem centru in s tem znižali število zaposlenih. Dvig produktivnosti na račun manjšega števila zaposlenih je tisti pogoj, ki jim bo v prihodnje

zagotavljal veljši dobiček. To še ne pomeni, da bodo delavce odpuščali. Odločili so se, da tistih, ki bodo odšli v pokoj ali v drugo organizacijo ne bodo nadomeščali z novimi. V zadnjem letu ni bilo fluktuacije, saj ni niti en sam delavec ni zapustil kolektiva!

Produktivnost bi v Preskrbi lahko povečali tudi, če bi prešli na drugačen poslovni oziroma odpiralni čas. Če bi imele trgovine deljen delovni čas, bi lahko zmanjšali število zaposlenih za 30 do 40 odstotkov, pri tem pa se obseg prometa ne bi prav nič zmanjšal. Tako vsaj ocenjujejo v Preskrbi. Veliko rezerv pa je še v

administraciji. V strokovnih službah je zaposlenih okoli osem odstotkov vseh delavcev. Niti ni veliko, a če bi naša država zahtevala malo manj papirjev, bi lahko tudi tu kaj hitro primerno zmanjšali število zaposlenih. Sedaj se na primer, samo s preračunavanjem prometnih davkov ukvarjajo trije delavci, ki komaj zmorejo vso papirno vojno, ki jo nalagajo predpisi.

## Paštašuta, ki ne redi

Andrej Dvoršak

# Izdelki zasebnikov prehiteli

V začetku letošnjega leta so se v trgovinah Mercator-Savice in nato še Mercator-Grmade pojavili izdelki obrtne delavnice **PAŠTAŠUTA** iz Maribora. **Božo Šega** in **Mitja Slokan** sta izkoristila praznino in kupcem pripravila napol zamrznjene tesetnine in dietni program **NAŠE KLASJE**. Prvega za vitke, ki nimajo dosti časa za kuhanje, drugo za debeluhe, ki si želijo shujšati, vendar brez pretirane ga stradanja.

V Savici so vzeli za poizkušnjo nekaj njunih izdelkov in izkazalo se je, da gredo dobro v denar. Problem je bil prodati le prve tri škatle **NAŠEGA KLASJA**, potem pa so kupci sami spraševali po njem.

Gre za paket, v katerem je osem vrečk različnih vrst žitaric, ki jih pridelujejo kmetje v Prekmurju na njivah, kjer že dolgo niso uporabljali kemije - herbicidov in pesticidov. Pridelek je nekoliko manjši, ja pa zato bolj zdrav. O tem imata podjetneža vsa ustrezna, drago plačana potrdila ustreznih institucij.

Na pokušini, ki sta jo pripravila za poslovodje Grmade, sta s pomočjo mojstra kuharstva **Pera Perčiča**, ki je v Grmadi nekaj takega kot **Zdenko Potočnik** v Savici, skuhalo takšne jedi, ki so šle vsem v slast. Žitarice brez dodatkov imajo sicer podobno neizrazit okus kot **Enemon**, z nekaj dodatki sadja, medu, zelenjave in začimb, pa dobijo odličen okus. Vse to svetujeta kupcem

tudi na embalaži, ki jo krasi štoraklja, zaradi katere človek sprva pomisli, da gre za ptičjo hrano. No, kalorij imajo njuna žita resda

komaj dovolj za kakega ptiča. Toda po osmih dneh bo tisti, ki se bo dosledno držal navodil, ob tem pa ne bo pretirano lačen, lahko ugotovil, da kazalec na osebni tehtnici kaže štiri do pet kilogramov manj! Ni slabo. Poleg tega pa ta dieta dobro vpliva tudi na prebavo in krvno sliko, vsaj tako sta zatrjevala **Šega** in **Slokan**.

Cena, okoli 110 dinarjev, se na

prvi pogled zdi visoka. A možakarja dokazujeta, da je nizka, kajti v tednu dni diete človek prihrani trikrat ali štirikrat toliko.

Drugi del pokušine je bil namenjen njenemu zamrznjenemu programu raviolov, žlikrofov, kanelonov, itd. Ta program, meni so se vse te jedi zdele preveč začinjene in predvsem preslane, ima to prednost, da ga lahko v nekaj minutah pripravimo in je

gospodinjji prihranjeno zamudno kuhanje.

Nesporno bo ta program sčasoma še bolj pester, verjetno pa se bo Pašta šuta pridružil še kdo, kajti prostor na trgu je, le da ga doslej družbena podjetja še niso znala izkoristiti. Zatorej nič strahu pred zasebniki, ki iščejo svoje možnosti na tržišču. Od njihovih idej bo trgovina imela še veliko koristi.

# BLAGA JINA



DELAKE OBVEŠČAMO, DA BOMO ZARADI LIKVIDNOSTNIH TEŽAV IZPLAČALI PLAČO V TEM MESECU V OBLIKI MERCATORJEVIH BONOV, PRIHODNJI MESEEC V OBLIKI IZDELKOV NAŠIH POSLOVNIH PARTNERJEV...

VASA FINANČNA OPERATIVA



## 30 let Mercator-Zarje

Anica Lukaček

## Breme razvoja na lastnih plečih

V trideset let obstoja Mercator-Zarje je lepa nanizanka dogodkov, sprememb in stvaritev zaposlenih. Razvoj trgovske dejavnosti je odvisen od kraja, v katerem deluje podjetje. Stopnja in obseg gospodarskega razvoja določa predvsem obseg kupne moči okolja. Na organiziranost in uspešnost pa pomembno vpliva tudi ekonomska politika družbenopolitične skupnosti. Še posebej to velja za slabše razvite sredine.

Že leta 1959 se je takratno občinsko vodstvo zavedalo prednosti povezovanja in tako je združilo tri trgovske organizacije v ormoško Zarjo. Ustanovljeno podjetje ni imelo niti enega samega lastnega prostora, zaposlenih pa je bilo 27 delavcev. Prve razvojne poteze je načrtoval takratni direktor Alojz Holc, po njegovi upokojitvi leta 1965 je delo nadaljeval mladi diplomirani ekonomist Kruno Novak. Ta je hitro spoznal omejevalne dejavnike razvoja v naši občini in zato je nove razvojne možnosti poiskal na Hrvaškem.

Zanimanje za razvoj trgovine so kazali predvsem občani in največ posluha je zanje imela Zarja. Dejavnost je opravljala v najetih prostorih - vse od zasebnih hiš, do zadrugnih ali gasilskih domov, je imelo nad trgovino napis "Zarja". Tudi kadrovske rešitve so bile pogosto povezane z lastništvom prostorov.

Leta 1970 je 143 Zarjinih delavcev še vedno delalo v pretežno najetih prostorih, potrebnih celovite obnove in prenove, da bi ustrezali minimalnim tehničnim pogojem za opravljanje blagovnega prometa.

Breme razvoja je Zarja nosila sama. Treba je bilo opraviti poslovno, finančno in kadrovske konsolidacije in si pridobiti ustrezne poslovne prostore. Vse to pa je temeljilo na prizadevanjih, da bi potrošniku ponudili potrebno blago in seveda čim ceneje.

Skoraj 30 let po osvoboditvi so bili v ormoški občini zgrajeni prvi trgovski kvadratni metri. Leta 1972 je bila v Ormožu pri avtobusni postaji odprta prva samopostrežna trgovina z bifejem in trgovino s pohištvo. Za Ormož in za Zarjo je bil to velik dogodek in obenem velika pridobitev. Potem je sledila Železnina. Programi so rasli iz leta v leto, toda potrebe so bile vedno večje od dejanskih možnosti.

Velikega pomena za razvoj je bila združitev Zarje v SOZD Mercator. Oktobra 1976 je referendum delavcev odločil, da se Zarja priključi ljubljanskemu Mercatorju. S sodelovanjem je bilo la-

žje uresničevati sprejete plane na področju komercialne politike, naložb in združevanja denarja.

Potencial Mercator-Interne banke je omogočal dnevno likvidnost, združevanje sredstev za naložbe in sodelovanje Kreditne banke Maribor pa je omogočilo uresničitev planiranih naložb.

Leta 1979 smo zgradili Trgovsko hišo v Središču ob Dravi, 1983 založno skladišče pijač v Ormožu, prodajalno gradbenega materiala "Les" in skladiščne prostore za blagovne rezerve. 1984 je zrasla prodajalna Sveti Petar, 1985 prodajalna Knežinec Donji, 1986 samopostrežba z bifejem v Veliki Nedelji, 1987 samopostrežna trgovina v Tomažu, odkupljeni so bili prostori za prodajalno v Bolfanu, 1988 smo preuredili in obnovili poslovne prostore za bife v Miklavžu in bife v Tomažu in 1989 smo v obnovljenih prostorih odprli diskont in okrepevalnico Maček v Ormožu. In tudi uprava je leta 1989 lažje zadihala v novih sodobnih prostorih.

Na podlagi zakona o poslovnih prostorih smo leta 1980 prevzeli v upravljanje približno 1000 kvadratnih metrov poslovnih prostorov in vsi so bili potrebni celovite prenove.

Danes nas je 250 in na 12.000 kvadratnih metrih površin opravljamo svoj posel. In velika večina (90%) je naša last. V zadnjih nekaj letih smo letno zgradili povprečno 300 kvadratnih metrov novih površin. V letu 1989 pa smo se poskusili tudi v drugačnem, podjetniškem investiranju. Smo med sovlagatelji v mariborski Oskrbni center.

Tudi lansko trideseto obletnico dela smo zaznamovali z odpiranjem novih ali prenovljenih objektov. Diskont, okrepevalnica Maček, upravni prostori, počitniške zmogljivosti v Barbarigi in na koncu še "Tkanina". Vse to v času, ko so bili pogoji za investiranje zoženi na minimum.

"Tkanina" pomeni zaključek projekta, ki obsega blagovnico, postajo Milice in že obstoječ objekt. "Tkanina" pomeni poso-

dobljeno prodajo, dostopnost blaga na enem mestu in obenem združitev trgovin "Moda" in "Vzor".

Zarjine razvojne usmeritve bodo tudi še naprej tesno povezane s potrebami občanov. Še so nam ostala področja, kjer zaradi neustreznih prostorov nismo uspeli zagotoviti celovite ponudbe. Mislimo na salon pohištva, razširitev in posodobitev

samopostrežbe pri ormoški avtobusni postaji. Tudi določene krajevne skupnosti še čakajo na vrsto in na izpolnitev naših obljub. Potrebe pač rastejo hitreje kot naše možnosti. In če te povežemo z načeli dobičkanosti poslovanja in z zakonitimi padanja kupne moči...prav svetle prihodnosti za razvoj trgovine ni. Cene bo treba prilagoditi kupni moči prebi-

valstva in uspešen trgovec bo samo tisti, ki bo v svoji ponudbi združil primerno kakovost, ceno in modnost. Obenem pa z inventivnimi poslovnimi aktivnostmi privabil kupce, pa naj bodo to ugodna posojila, popusti...ali kuponi Kluba Mercator. Prav z vlaganjem denarja v kupone si potrošniki "krepijo" denarnico. V ormoški Zarji imamo dobre izkušnje.

## Prednost boljšemu mleku

Andrej Dvoršak

## Neposreden odkup pri kmetu

V Mercator-Ljubljanskih mlekarnah so sklenili, da bo prihodnji odnos do kmetov temeljil na doslednem upoštevanju Pravilnika o kakovosti mleka. Na podlagi količin so začrtali strategijo, po kateri ne bodo več sprejemali mleka slabše kakovosti, obenem pa se usmerili v neposreden odkup mleka pri velikih tržnih proizvajalcih. Prve izkušnje s prav tem so dobre.

Tistim kmetom, ki so doslej oddajali mleko, ki je komaj še zasluzilo to ime, se slabo piše. Čeprav v Mlekarnah še niso opredelili instrumentarija, s katerim bodo uresničevali začrtano politiko in spodbujali večje tržne pridelovalce mleka, je že povsem jasno, da bo tisti, ki na zbirno mesto prinaša le kanglico, potegnil kratko. Spodbujali bodo kmete, ki letno oddajo 50.000 litrov in več mleka.

Marko Prohinar, direktor mlekarske proizvodnje nam je povedal, da se že pojavljajo kmetje, ki so postali podjetniki in imajo z mlekarno enak odnos kot ga ima zadruga. Mleko ji prodajajo brez posrednikov in tisto, kar je dobila pred zadruga za posredništvo, pripade njim. Prvi takšen kmet je iz okolice Brežic, se pa za ta način zanimajo tudi že drugi večji proizvajalci mleka.

nimajo nikakršnega vpliva. Določa jo poseben odbor pri Izvršnem svetu Slovenije, v njem pa ni Mercatorjevega človeka, čeprav so Mercator-Ljubljanske mlekarnе druga največja jugoslovanska mlekarna. Sicer pa je cenovno razmerje 1 : 2, kakršno je sedaj, menda primerno.

Med črnimi oblaki, ki se zgrinjajo nad mleko, je tudi grožnja, ki jo bodo v Mlekarnah prej ali slej začeli uresničevati. Zavrnilo bodo vse mleko, ki ne bo ustrezalo določenim standardom. Naj zaluzi le tisti, ki si prizadeva in ki skrbi za kakovost, pravijo.

Marka Prohinarja smo vprašali tudi po novih načrtih za letošnje leto. Kot je dejal, z načrti ni težav, še preveč jih je celo.

S proizvodnih trakov bo na trg že v kratkem prišla nova serija jogurtov z okusom tropskih sadežev, tik pred začetkom pa je proizvodnja jogurta z vanilijevim okusom. Ta bo poslastica.

Precej novosti bo tudi v proizvodnji sterilnih napitkov. Tem, ki jih že poznamo, se bo pridružila bogata paleta novih z okusom sadja in vanilije. Spremeniti pa nameravajo tudi izgled svojih izdelkov oziroma njihovo embalažo. Vse to so le obrobne zadeve v primerjavi z načrtom za posodobitev linije za konzumno mleko. Razpisan je bil mednarodni tender za novo strojno opremo, ki vključuje tudi zahtevo po novi obliki embalaže. V Prohinarjevi pisarni je cel kup novih izvirnih rešitev, v Mlekarnah pa imajo pripravljeno tudi študijo o tem, kako bi se v zvezi z embalažo odločili kupci, če bi imeli kaj besede. Odločala bo posebna komisija, ki verjetno ne bo upoštevala zgolj praktičnosti embalaže, temveč se bo odločala za celovitejšo rešitev.

Med novostmi, ki so jih Mlekarnе letos že uvedle, je oskrba ljubljanskega območja z mlekom iz koprškega obrata. To mleko ima 3,6 % toščice. Kupci po njem radi posegajo, tudi zaradi embalaže, ki je vsekakor priročnejša od nesrečnih plastičnih vrečk. No, pa saj jih kmalu ne bo več.



## Jogurt naš vsakdanji!

15 16 17 18 19 20  
21 22 23 24 25 26  
27 28 29 30 1 2  
3 4 5 6 7 8  
9 10 11 12 13 14  
15 16 17 18 19 20



V Mlekarnah temu ne nasprotujejo, prej nasprotno, kajti želijo vzpostaviti kar najbolj racionalen sistem zbiranja in dovoza mleka. Zato bodo tudi z zadrugami skušali doseči enake odnose kot z neposrednimi proizvajalci mleka. Zadruga tako ne bi več nastopale kot nekakšen posrednik, pač pa bodo morale same skrbeti za kakovost mleka in vse ostalo, s čimer so se do sedaj ubadali v mlekarnah.

Tako bosta možni dve poti za zadrugo in mlekarno. Ali bo prva prevzela del skrbi in odgovornosti za mleko, pravzaprav vso - od kmeta do mlekarninega dvorišča, ali pa bo mlekarna skušala vzpostaviti neposredne odnose z večjimi proizvajalci mleka, okrog katerih se bodo potem zbrali tudi manjši. Mreža 18.000 do 20.000 kmetov, ki oddaja mleko, namreč ne omogoča racionalnega načina zbiranja na sedanji način.

V Mlekarnah pa ob tem poudarjajo, da na samo ceno mleka

Mercator-Zarja: najnovejša pridobitev trgovina "Tkanina" sodi med tridesetletne naložbene dosežke.





## Savica tiho in vztrajno žubori

Andrej Dvoršak

## Bohinjske trgovine so boljše, lepše

Lani se je Mercator-Savica usmerila predvsem v prenavo in obnovo trgovin v bohinjskem kotu. O tem ni bilo dosti slišati. Naložbe sedaj že dajejo sadove in zdaj je čas, da o opravljenem delu tudi spregovorimo.

Ko sva se z direktorjem Savice **Robertom Vodopivcem** peljala v Bohinj, sva se morala ustaviti že na Bledu. Ne le zaradi "Gadafija", moderne zgradbe, ki se v blejsko okolje vključuje tako, kot kamele v Ado Ciganlijo ali Dedinje, temveč zato ker bo v njem Savica že čez kak mesec odprla delikateso in vinoteko najvišjega ranga. Ustavila sva se tudi zaradi skromne delikatesne trgovinice, ki so jo Savičani lani "naredili" iz nekdanjega skladišča za mlečne izdelke. Te so preselili v nekdanjo šolo ob blejski cerkvi.

"Tale delikatesa je majhna, a le pogledite njene vitrine!

Ceprav ni na najboljši lokaciji, ustvarja dober promet in Blejci radi zahajajo vanjo," je pojasnjeval Robert Vodopivec.

Že bežen pogled v vitrine je bil zgovoren. Raznovrstno in ustrezno urejeno delikatesno blago je kar samo vabilo kupce. Temu pa se v tej delikatesi, kot v večini

delikates Savice, pridružuje še prijaznost prodajalk.

Naslednja postaja je bilo skladišče mlečnih izdelkov pri cerkvi. Savica je pred časom dobila v najem prostor od lokalnega trgovskega podjetja. Pogoji je bil, da prostor preuredi v skladišče, za katerega ji pet let ni treba plačevati najemnine. Po petih letih pa ima možnost, da odkupi celotno zgradbo. Sedaj v Savici o tem že intenzivno razmišljajo, čeprav je še nakaj let do končne odločitve. Pomalo iščejo tudi soinvestitorja, kajti gre za objekt, ki je na dobri lokaciji in v katerem bi lahko poleg skladišča ali trgovine uredili še apartmaje za odih delavcev ali za oddajanje turistom. Do jezera je petdeset metrov, razgled na Bled in jezero pa je tudi odlični.

Prave rekorde pa so dosegli pri preurejanju špecerijske trgovine v pritličju počitniškega doma M—Ljubljanskih mlekarn v

Bohinjski Bistrici. V manj kot tridesetih dneh so iz sorazmerno zanemarjene klasične trgovine naredili novo samopostrežno s poudarkom na delikatesi.

Več razlogov je bilo, da so se odločili za to, že dolgo načrtovano prenavo, ki pa ni in ni prišla nikdar na vrsto. Med poglavitnimi razlogi za odločitev o preurejanju je bilo turistično bujenje Bohinja. Turistično društvo je zgradilo nov avtokamp in v poletnih mesecih so nastajali, zaradi povečanega števila turistov, pred trgovino repi kupcev. Pajavljati pa so se začele tudi zasebne trgovine, ki so grozile, da bodo prevzele dobršen del stalnih strank. Tudi novi bloki s turističnimi apartmaji in splošna širitev kraja so vplivali na odločitev.

Posodobitev te trgovine je bila vsekakor upravičena. Njen promet je opravičil naložbo. Trgovina je pritegnila precej novih strank, na kar kaže promet v ostalih trgovinah, kjer so se skrajšale čakalne vrste. Sedaj je nakupovanje bolj enakomerno porazdeljeno. Ne nazadnje pa je

Savica s to trgovino v Bohinjski Bistrici tudi zaokrožila svojo ponudbo, ki sedaj obsega vse, od športnega blaga in konfekcije, do železnine in gradbenega materiala ter prehranskega blaga.

Ni več veliko trgovin, ki jih bo v Bohinju potrebno posodobiti. Le še "Oskrbo" in ono v Ukancu. Zamisel, kakšni naj bi bili, v Savici že imajo. Predvsem želijo s prenavo dvigniti raven trgovske ponudbe in povečati promet.

Kako posodobitev vpliva na dvig prometa pa kaže tudi primer trgovinice v Srednji vasi. V tem kraju sta bili kar dve Savicini trgovini. Za dve ni bilo dovolj prometa, zato so iz ene naredili diskontno prodajalno. V nekaj tednih so uresničili zamisel. Prodaja v novem diskontu je bila v prvih dvajsetih dneh po otvoritvi kar dvainpolkrat večja kot cel mesec pred prenavo!

Za letos pa ima Savica že nove načrte. Povečati namerava obrat v Tomačevem, iz katerega oskrbuje veliko število delikatesnih trgovin in gostinskih obratov. Pripravljena delikatesna jedila

gredo dobro v promet in povečanje je nujno, kajti zmogljivosti so že premajhne glede na povpraševanje, ki je hitro presegllo pričakovanja in skromne upe ob njegovem načrtovanju.

Nadalje bodo prenovili še gostinski lokal na Ambroževem trgu in samopostrežno trgovino v Dobrovi. Pripravljajo pa tudi že dokumentacijo za gradnjo oskrbnega centra v Murglah, kjer bodo tudi novi upravni prostori podjetja. Kot zanimivost omenimo, da je sedanja samopostrežba v Murglah priljubljena točka vlomilcev. Enega so organi varnosti zgrabili celo pri delu!

Robert Vodopivec pravi, da je lanskoletno investiranje v prenavo bohinjskega kota precej vplivalo na likvidnost podjetja, a hkrati ugotavlja, da so te težave le prehodne, ki Savice niti slučajno ne bodo preusmerile v mrtev rokav. Čeprav tiho, vztrajno žubori po svoji strugi in uresničuje strategijo, ki jo je sprejela: čimveč specializiranih trgovin in visoka raven ponudbe v prav vseh lokalih, ki nosijo njeno ime.

## Mariborčani so pokusili

Mile Bitenc

## Malo sirčka, malo salamce

Ne spominjam se, koliko različnih pokušnin sem že pripravil in jih vdih. Lažje povem nekaj izkušenj s kupci. Eni gredo mimo, kot da se nič ne dogaja, druge je sram pogledati od blizu, tretji spet...

Nova delikatesna trgovina, ki je v Mercator-Potrošnikovi samopostrežbi v Mariboru, je kot nalašč za pokušino izdelkov. Pripravili smo pokušino mesnih izdelkov in sira, ki je naletela na ugoden odmev pri potrošnikih. Da je bilo temu tako, kaže tudi veliko nadpovprečen izkupiček.

Predstavitve izdelkov Mercatorjevih proizvodnih organizacij smo se tokrat lotili na nekoliko drugačen način. Obiskovalcem smo skušali povedati več, kot kdajkoli doslej: kako se izdelki pravilno hranijo, pripravljajo in postrežejo, v kakšni posodi, v kakšnem kozarcu...

Še posebej pa so se v mariborski pokušini izkazali sodelavci **Mercator-Mlekarn** iz Kranja in **Mercator-Mesne industrije** iz Ljubljane, ki so neposredno sodelovali z obiskovalci trgovine. Svetovali so, postregli in povabili k nakupu. Odlično pa so pri pokušini sodelovali tudi sodelavci iz trgovine.

Kaj smo pripravili? Mercatorjevo domačo salamo in želodec, dve vrsti sira - kranjsko gaudo in još in pri vseh izdelkih pri cenah pogledali skozi prste. Kranjskemu mleku, jogurtu, smetani, maslu, se tudi Mariborčani niso mogli upreti. Razgrabljeno in ne razprodano, je kazalo napisati nad praznimi policami. Vrli Štajerci so pokušeno lahko zalili s kozarčkom rujnega iz **belokranjske Mercatorjeve vinske kleti**. Štajerci so najbolj pohvalili Rose, Metliška črnina in Laški rizingl pa Štajerce, vajenih svojih goric, nista preveč ogrela.

Z veseljem pa zapišimo nekaj odmevov na našo predstavitev in samo mariborsko trgovino: trgovina je lepa, čista, pregledna, dobro založena in z najbolje založeno delikatesno trgovino. Lahko se primerja s podobnimi trgovinami v Avstriji.

Tudi poslovodja je našo predstavitev in pokušino dobro ocenil, predvsem z vidika iztržka v dneh, ko je akcija trajala. Ponovitev je več kot zaželjena. In pripravili jo bomo. Za Mariborčane in okoličane in tudi za Murskobočane. Saj nas je prijazna prebivalka iz Murske Sobotice povabila: "Pridite tudi k nam, pri nas kaj takega nikoli ne doživimo!"

Za uspeh se je treba prav gotovo zahvaliti vsem prodajalcem in vodstvu trgovine, ki je sodelovalo pri izvedbi akcije. Aranžerka Jolanda je trgovino odela v prijaznejšo podobo, pa tudi pri pogovorih s potrošniki se je izkazala, čeprav ni trgovka. Skupaj se da, mar ne?



Trgovine v počitniškem domu Mercator-Ljubljanskih mlekarn v središču Bohinjske Bistrice ne boste prepoznali. Iz klasične - nova in sodobna delikatesna trgovina.



Blejska delikatesa.



## Trgovina s prvovrstnim mesom

Mile Bitenc

# BIKBUTIK

Ljubljana je v zadnjih januarskih dneh dobila novo trgovino s posebnim imenom BIKBUTIK. V njej Mercator-Mesna industrija iz Ljubljane prodaja prvovrstno meso in mesne izdelke.

Odpreti trgovino s prvovrstnim mesom in izdelki, ki ima tudi posebno ime "BIKBUTIK", ni najbolj enostavna zadeva. Zato smo se na otvoritev posebej pripravili in jo za razliko od standardnih, ki so namenjene predvsem pova-

bljenim gostom, namenili predvsem potrošnikom. Tik pred slovesnim "zdaj" smo se v živo vključili v program radia Glas Ljubljane. Kmalu nato pa smo njegovim poslušalcem postavili nagradno uganko in obljubili boga-

to meseno nagrado. Vprašanje se je glasilo: katera vrsta mesa je potrebna za pripravo tatarskega bifteka in katere začimbe dajo temu izdelku značilen okus. Našteti jih je bilo treba najmanj sedem. V petnajstih minutah se je zvrstilo toliko odgovorov, da se je za najbolj popolnega odločila posebna komisija in mojstra nagradila.

Nagrajevanje kupcev z izdelki je trajalo prve dni in mnogi so bili nad podarjeno kračo ali salamo razneženi. Upokojenca nista mogla verjeti, da gre za nagrado, saj sta prvič dobila nekaj v dar.

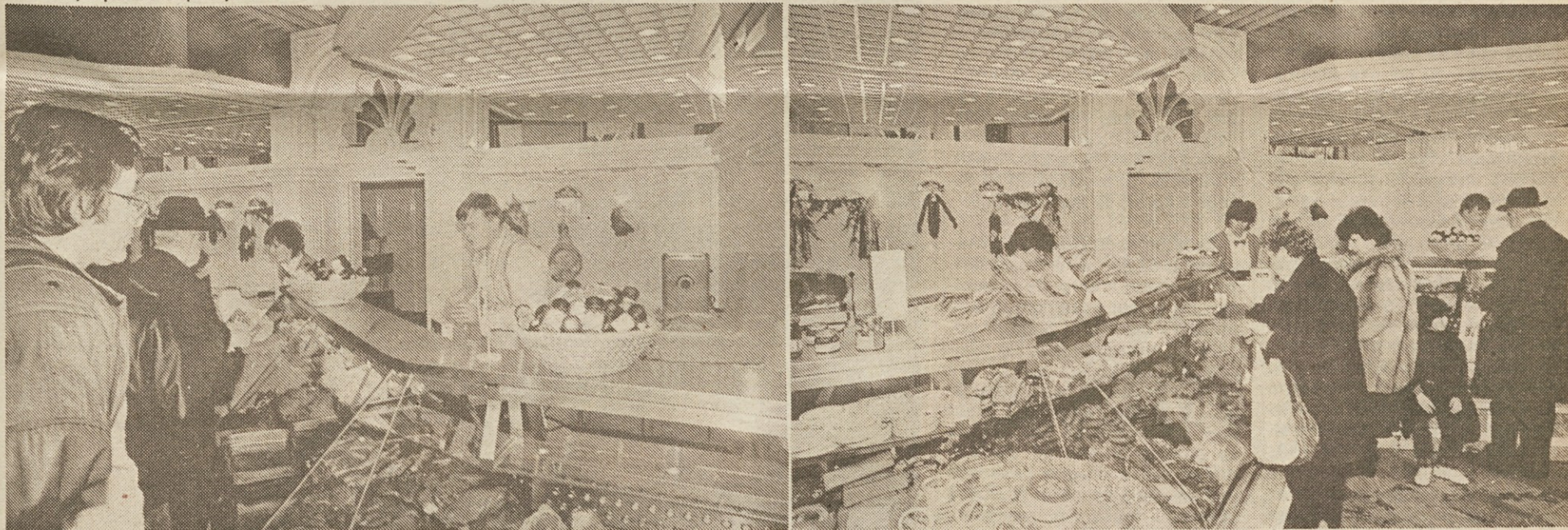
V BIKBUTIKU tudi nakup za velik denar ni redkost. Potrošniki pravijo, da se za dobro kakovost splača odpreti denarnico. In kakovostno meso in izdelki, so

značilnost BIKBUTIKA. Ja, nihče ni več tako bogat, da bi kupoval poceni. Pri nas je poceni vse prevečkrat tudi sinonim za slabo kakovost. BIKBUTIK kupcev ne bo razočaral, morda pa bo spodbudil tudi druge mesarje, da se odločijo za kakovost.



Zunanost BIKBUTIKA.

Tudi notranjost prav nič ne spominja na »mesnico«.



## Tkanina v Ormožu

Mile Bitenc

# Presenečenje za kupce

V začetku februarja je ormoška Mercator-Zarja odprla novo trgovino "Tkanina". Sredi Ormoža je lepa in dobro založena prodajalna, ki se je bodo kupci spominjali tudi po presenečenjih ob otvoritvi.

Na novo trgovino s tekstilom je Mercator-Zarja opozorila preko lokalne radijske postaje. Poslušalce je povabila na ogled in tudi na presenečenje. Pred otvoritvijo se je nabralo kar nekaj radovednežev.

Direktorica Mercator-Zarje Anica Lukaček je obiskovalce povabila na kavo in šilce. Potem pa so se presenečenja začela: nagrade za kupce so bile primerne vrednosti kupljenega blaga. Najvišji nakup je bil deležen 5 odstotnega popusta.

O Mercator-Zarji redkokdaj pišemo in to daje potem vtis, da se v tem podjetju nič posebnega ne dogaja. Pa ni tako. Križem rok ne sedijo in pohvalijo se lahko z delniškim deležem v mariborski trgovini, preselitvijo v nove upravne prostore, gostiščem "Maček" in novo "Tkanino".

Nova trgovina s tekstilom je naravnana na nakup tega blaga na enem mestu. Od plašča, do perila, od postelje do okrasnega traku. Razgibano in prijetno urejena, s prodajalkami v nestan-

darnih delovnih oblekah, kot nalašč vaba za kupce. Te je otvoritev že navdušila.

Kar precej opravkov in dogovarjanja pa je terjalo usklajevanje "medlastniških" in "medprostorskih" odnosov, saj je trgovina v objektu, kjer se je moralo sedem lastnikov dogovoriti o...

## Paloma - cenejši izdelki

Mile Bitenc

# NATURA - nov program

Z izdelki Palome se srečujemo vsak dan in postali so nepogrešljivi. Veliko jih je, med njimi bo gotovo vžgala novost iz programa NATURA. Nova proizvodna linija omogoča nove izdelke higienske papirne konfekcije.

Prednosti programa NATURA:

- kakovost, ki je za
- 40 odstotkov cenejša;
- varstvo zelenega bogastva - za izdelke NATURA ni padlo eno samo novo drevo.

V Palomin program NATURE sodijo: robčki, kuhinjske brisače in toaletni papir. To so trije vrhunski in na trgu najbolj iskani izdelki.

Paloma bo za te izdelke pripravila informativno propagandna gradiva za prodajna mesta, ki jih bo Studio za ekonomsko propagando Poslovnega sistema Mercator posredoval aranžerjem. Propagandna akcija bo marca, vanjo bodo vključena tudi vsa sredstva obveščanja. Na NATURO kot nov, cenejši in z varstvom okolja povezan Palomin program, smo skupaj dolžni opozoriti potrošnike. In na standardno Palomino kakovost tudi ne gre pozabiti.



## S kakovostjo in večjo proizvodnjo

Andrej Dvoršak

# Tudi kruh je lahko ekskluziven

V Mercator-Pekarni Grosuplje je dobro delo povezano tudi z dobrim imenom. Povpraševanje po grosupeljskem kruhu in pecivu je tako naraslo, da so prizadevni peki komaj še lovili sapo, če so hoteli ustreči vsem naročilom in zahtevam. Odločitev za temeljito prenovo je bila torej utemeljena. V novi peči že pečejo...tudi tako dobro, da bo primerno za prvi slovenski kruhov butik.

Prenova in modernizacija za obrat kot je pekarna, nista poceni in edina rešitev, ki je bila, je bila v odločitvi za postopno gradnjo in prenovo.

Maja lani so pričeli s prvo fazo - razširitvijo proizvodnje. Zgradili so novo proizvodno halo s pomožnimi prostori in vanjo postavili najsodobnejšo linijo za proizvodnjo kruha in peciva, ki jim ji jo je izdelal Gostol iz Nove Gorice. Ta proizvodna linija je dolga celih 45 metrov, sama peč, ki je vključena vanjo pa 21 metrov. V njej lahko spečejo do tisoč kilogramov kruha na uro, toliko, kot je dnevna zmogljivost zasebnega peka.

"S postavitvijo te proizvodnje linije in dokončanjem prve faze prenove pekarnice, smo dosegli naš prvi cilj - zagotovitev zadostnih pečnih kapacitet ob konicah, zlasti pred prazniki in ob sobotah. Sedaj lahko napečemo več svežega kruha, ker je proizvodnja skrbna na krajše obdobje. Prej smo pekli kruh 18,5 ur dnevno, sedaj pa ga na tej liniji napečemo dovolj v devetih urah. Zelo pa smo zadovoljni tudi z doseženo kakovostjo. Zadovoljstvo si delimo s kupci, ki ves ta kruh kupijo. Peč smo usposobili za proizvodnjo že pred novim letom in sedaj nam že prinaša denarce, ki jih vlagamo v drugo fazo prenove. S to smo začeli septembra in zajema izgradnjo poslovno prodajnega objekta, ki nam bo končno omogočil normalno poslovanje in lažje snovanje razvojnih ciljev. V tem objektu bo tudi posebna prodajalna, nekakšen butik, v katerem bo specializirana ponudba izdelkov iz moke in žita, od testenin, mok do žitnih mešanic, kruha in peciva. V njem bo vse najboljše, kar naše tržišče lahko ponudi izbirčnemu in zahtevnemu kupcu. Predvsem bo v njej veliko izdelkov iz proizvodnega programa Mercatorjevih članic, a tudi drugih, ki bodo zadostili kriterijem, ki jih bomo postavili kot vstopnico za naš butik," se je razgovoril Štefan Plankar, direktor M-Pekarne,

sicer pa izreden organizator in tehnolog, ki je sam botroval mnogim receptom, ki jih uporabljajo v Pekarni.

Ko govori o butiku vedno znova poudarja, da ne bo šlo za navadno industrijsko prodajalno, kakršnih je povsod dovolj. Čeprav njena lokacija ni ravno najboljša, je prepričan, da bo imela dovolj širok krog stalnih odjemalcev.

Če bo vse po sreči, bo druga faza končana konec marca. In potem? V Pekarni pravijo, da imajo tudi za kasnejše načrte. Več želez imajo v ognju, predvsem pa želijo razširiti mrežo manjših pekarn, podobnih tisti na Fužinah. Postavili naj bi jih v večjih preskrbnih centrih. Izkušnja iz Fužin je tako dobra, da sedaj niti ne pomišljajo več, da bi lahko bilo tudi drugače. Z nekaterimi organizacijami že potekajo precej konkretni razgovori o postavitvi takih majhnih pekarskih obratov, bodisi v njihovih trgovinah, bodisi kot samostojne enote na prometnih točkah v mestu. Če bodo pogovori uspešni, bo Pekarna najbrž še pred Božičem odprla kakšno novo pekarnico.

Na ta način pa bo lahko povečala tudi celotno proizvodnjo, ki je sedaj okoli 500 ton kruha mesečno, poleti celo do 600 ton. Lani so ga napekli okoli 5.800 ton, kar je bila rekordna proizvodnja njihove pekarnice in kar jih uvršča po količini na peto mesto v Sloveniji. To proizvodnjo so dosegli s komaj 62 zaposlenimi!

Za letos načrtujejo tudi povečanje prodaje za 6 odstotkov, kar je precej hlabro, če pomislimo, da je lani pekarnam upadla prodaja v povprečju za deset odstotkov, nekaterim celo do dvajset! V Grosupljem so jo lani uspeli zadržati na ravni prejšnjih let - z visoko kakovostjo izdelkov! Ugotavljajo pa tudi oni, da se prodaja poveča ob plačilnih dnevih, kar z drugimi besedami pomeni, da smo se iz družbe z obetano lepšo prihodnostjo, spremenili v družbo revežev...



V novi peči v eni uri lahko napečejo toliko, kot zasebni pek v enem dnevu.

Kruha ni nikoli preveč, kruha ni nikoli dovolj, zlasti, če je grosupeljski. Direktor Mercator-Pekarne Štefan Plankar je po poklicu diplomirani inženir živilske tehnologije in marsikatera receptura za grosupeljski kruh je njegova.



### Pravnik svetuje

Marta Laufar

## Kakšen pravilnik o plačah?

### PRAVILNIK O OSEBNIH DOHODKIH (začasnih mezdah)

#### 1. člen

S tem Pravilnikom delavci podjetja Metro-Goldwin-Mayer, b.p., Zgornji Kašelj, Ulica proletarcev 5, pooblaščamo poslovodni organ podjetja, da določa osebne dohodke (mezde) vsem in vsakemu delavcu.

#### 2. člen

Merila, ki jih uporablja organ, naveden v prvem členu, so vsebovana v foto prilogi tega pravilnika, ki mora biti usklajena s celotno podobo podjetja. Merila po potrebi in glede na priložene fotomodele, spreminja organ iz prvega člena pravilnika.

#### 3. člen

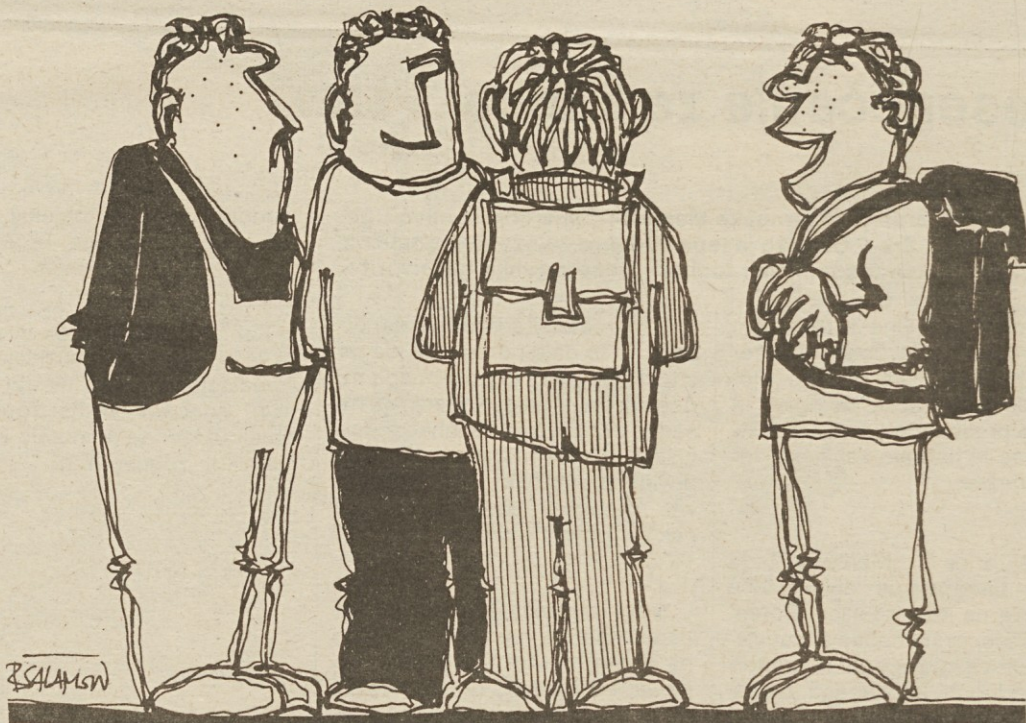
Za tajnost uporabljanja 2. člena jamči organ, naveden v prvem členu.

Poslovodni organ  
Metro-Goldwin-Mayer  
Alfred Hitchcock

Predsednica  
delavskega sveta podjetja:  
Jerica Hudorovac, fotomodel

V Zgornjem Kašlju, na Pustni torek leta 2000.

Včasih: »Moj ata ima mercedes, tvoj pa nee...«  
Danes: »Moj ata še ima službo, tvoj pa nee...«





## Bomba na Krškem polju, bomba pri Klinji vasi

Andrej Dvoršak

# Še en voz gnoja

Dolgo že vemo za ekološko problematiko prašičjih farm, Mercator se ubada z ekologijo na dveh. S prvo v Krškem že od vsega začetka, druga ekološka bomba pa je koncem lanskega leta eksplodirala na farmi Mercator-Kmetijskega kombinata Kočevje v Klinji vasi. Produktivnost in donosnost te farme nista bili nikoli pod vprašajem, saj so njeni dosežki pogosto nad slovenskim farmskim povprečjem. Tudi lagune z gnojevko niso bile problematične, če jih primerjamo s krškimi. Eni pravijo, da je ekološko katastrofo v Klinji vasi povzročil udorni potres, ljudski glas pa, da jo je povzročila eksplozija na zaprtem kočevskem območju. Gnoja ne z ene ne z druge farme pa ne bo mogoče razvoziti na polja brez širše družbene pomoči.

Kakorkoli že, zaradi premikanja zemeljskih plasti je v večji od dveh lagun za gnojevko zazijala kakšnih štirideset centimetrov velika luknja, skozi katero je odtekala gnojevka v temačne globine kočevskega podzemlja... in ekološka problematika farme je razburkala ekološko osveščeno slovensko javnost. Farma je postala medijsko privlačna in njeni strokovnjaki, zlasti **Božidar Po-**

**pović**, vodja PE Prašičereja ter **Franc Trdan**, vodja farme, sta poleg vseh težav, ki so nastale zaradi izlitja gnojevke, dobila na vrat še novinarje. Ne, da bi se jih otepala, ali da bi jim hotela kaj prikriti, le dragocen čas za nujna sanacijska dela in vodenje so jima pobrali. Toda tudi to sodi k delu in za prav vse, ki so potrkali na vrata farme sta si vzela čas. Zavedala sta se, skupaj z **Janezom Žlindro**, direktorjem M-KG Kočevje, da je pametneje javnosti postreči s trdnimi in resničnimi podatki, kot pa se skriti za zid molka.

nja za dokončno sanacijo lagun," pravijo na farmi.

"Zadeva ni tako preprosta, kot se zdi na prvi pogled. Potrebno je precej raziskav in dovoljenj, da bi lahko izpeljali zastavljena dela. Ta pa morajo biti opravljena v nekaj mesecih, še pred začetkom poletja, sicer bo proizvodnja na farmi resno ogrožena," smo izvedeli od **Slavka Glinška**, podpredsednika za kmetijstvo v Poslovnem sistemu Mercator, ki je tudi aktivno vključen v ekološko sanacijo farme.

Po načrtih naj bi lagune v Klinji vasi zabetonirali, tako da jih morebitni novi potresi ne bodo več presenetili in da iz njih v podzemlje ne bo več odtekala gnojevka. V vsaki naj bi bilo prostora za toliko gnojevke, kolikor se je nabere v 90 do 100 dneh. Težava je le ta, da je za to betoniranje potrebnih kup dovoljenj in soglasij, da pa se vedno znova pojavi še kdo, ki meni, da brez njegovega blagoslova ne gre in tako se kup dokumentacije večja, vreča z denarjem pa prazni. Papirji so pač dragi!

"Letna proizvodnja naše farme je okoli 25 do 27 tisoč rilcev, težkih povprečno 100 kilogramov. To je sicer nekaj manj, kot so zmogljivosti, vendar dovolj za rentabilno poslovanje, predvsem pa na ta način manj obremenjujemo okolje. Od leta 1977, ko je bila farma zgrajena - je najstarejša tovrstna farma v Sloveniji - nismo imeli večjih težav, vse do lanskega 25. novembra, ko je prišlo do izlitja gnojevke v podzemlje," nam je povedal Božidar Po-

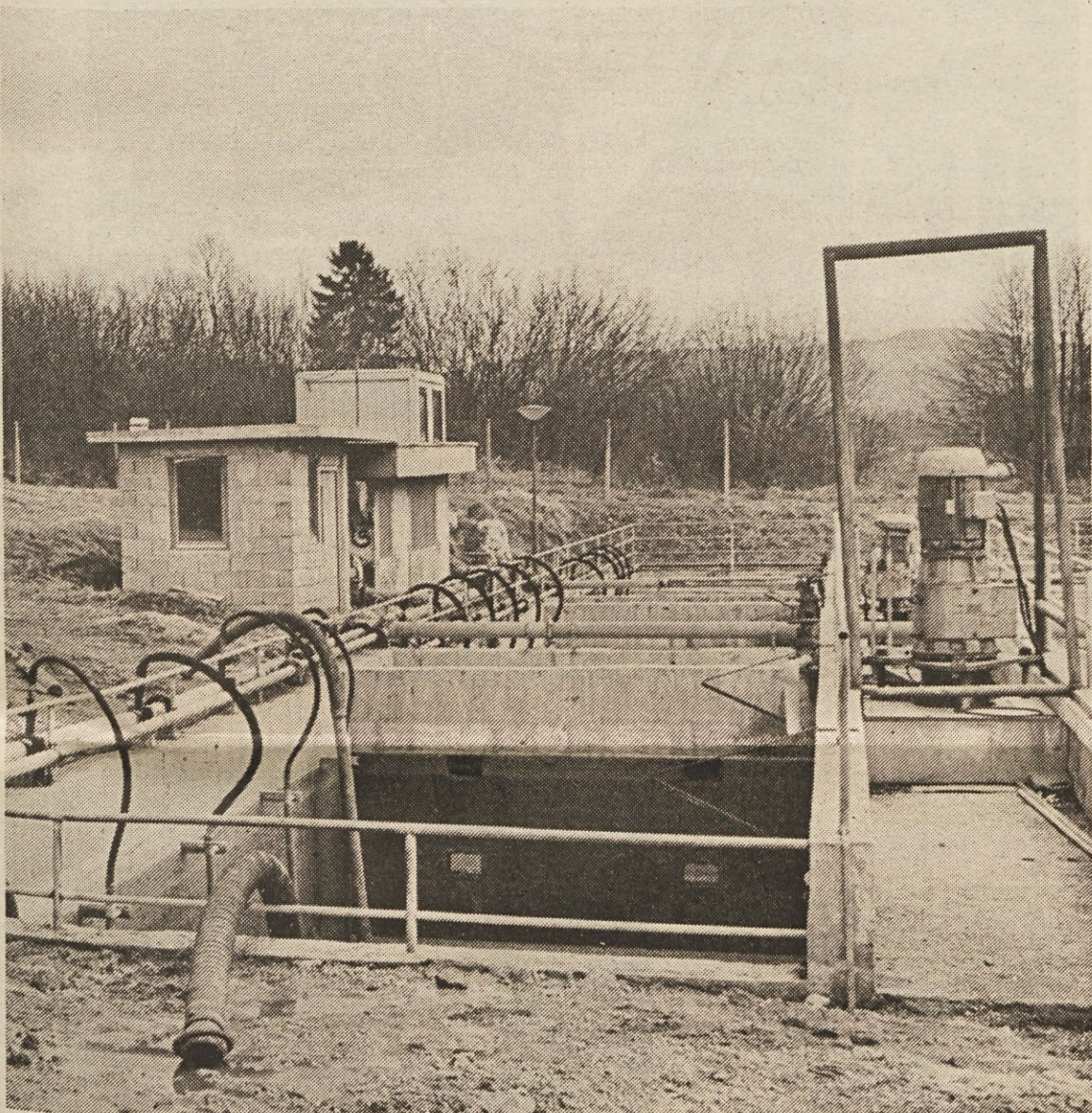
M-KG Kočevje je lani naredilo načrt, kako bi izboljšali ekologijo farme. Predvsem so hoteli posodobiti in obnoviti separacijo in čistilne naprave za gnojevko ter povečati laguni, ki bi potem omogočali anaerobne procese. Tako so poglobili večjo laguno že sredi lanskega leta in jo potem začeli počasi polniti z gnojevko. Avgusta so v Klinji vasi, kjer je farma, čutili potres, ki ga je Seizmološki zavod označil kot udornega in je verjetno vplival na to, da se je čez nekaj mesecev, konec novembra, pojavila sredi lagune tista usodna luknja.

"Iz lagune je odtekla le tekočina, medtem ko so sedimenti ostali. Luknjo smo potem, ko so jo ustrezni organi pregledali, takoj zabetonirali in sedaj čakamo, da dobimo vsa ustrezna dovolje-

Sedaj, ko so ostali brez lagun, te so izpraznjene in čakajo na pričetek gradnje, morajo vso gnojevko voziti na polja in travnike, kar ni niti malo preprosto. Morali so izdelati začasni gnojilni načrt. Ta načrt, če se ga držiš in v Klinji vasi se ga, onemogoča pretirano gnojenje posameznih površin. Teh je kar 660 hektarov, kar zadostuje za sedanjo zmogljivost farme in jo celo presega. Sicer pa je bil razvoz gnojevke sprejet tudi kot trajna usmeritev te farme. Letno bo tako na vsak kvadratni meter predvidenih površin razpršenih le 4 litre gnojevke, to pa je nekako toliko kot predstavlja malce močnejša rosa. Vsaj tako so nam pojasnili na farmi. Gnojevka tudi ne bo prodrla globoko v zemljo, zatrjujejo v Kočevju. A vse to morajo potrditi še razne inštitucije, ki se ukvarjajo z ustreznimi raziskavami... seveda ne zastoni!

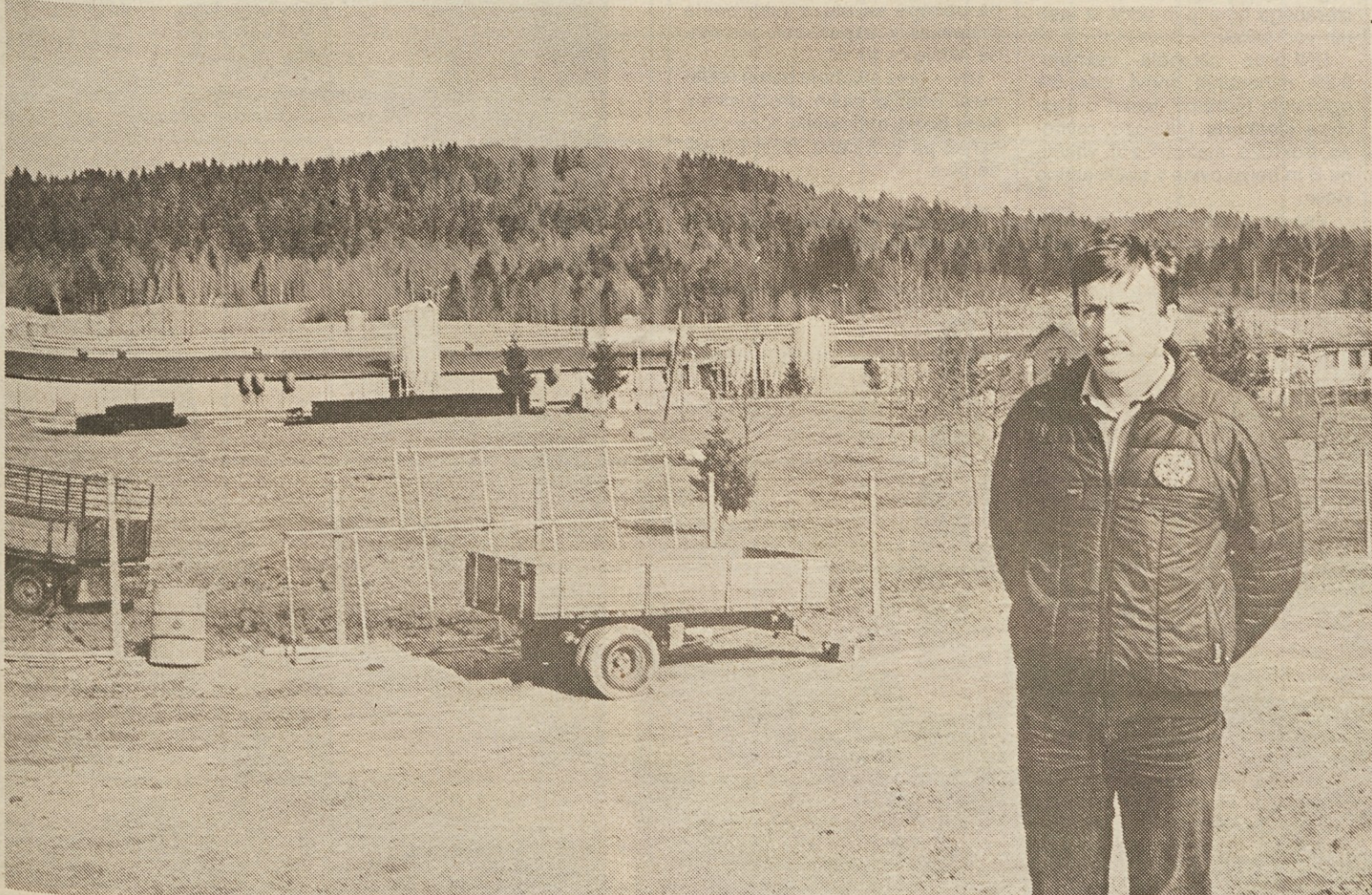
Na farmi so sklenili, da bodo skušali zmanjšati število rilcev, ne da bi istočasno zmanjšali proizvodnjo mesa. To bodo dosegli s pitanjem na višjo težo do 130 kilogramov. Poizkus takega pitanja že teče, rezultati pa bodo znani že čez kakšen mesec. Velja omeniti, da sodi meso pujsov iz Klinje vasi med boljše vrste svinjskega mesa, predvsem zaradi načina pitanja in uporabe naravne hrane, med katero sodi tudi sirotka, ki jo dobivajo iz mlekarne oziroma sirarne v Kočevju.

Direktor Janez Žlindra je optimist. Pravi, da ni razlogov, da farma ne bi še naprej dobro poslovala in da bodo ekološka vprašanja rešena v najkrajšem možnem času. Seveda pa M-KG Kočevje pri tem pričakuje tudi pomoč Poslovnega sistema Mercator in širše družbene skupnosti, kajti naravna katastrofa, ki je prizadela farmo, presega finančne in druge zmogljivosti naše kočevske članice.



Farma v Klinji vasi - del čistilne naprave.

Farma v Klinji vasi - vodja farme Franc Trdan.





## Poslovodja s širokim nasmehom

Andrej Dvoršak

# Mojster dobre volje in svojega poklica

Od Radovljice do Stare Fužine gre dober glas o bohinsko bistrski Železnini. Trgovina spada pod streho Mercator-Savice, pa tega kupcem ni dosti mar. Ti poznajo trgovino po dobrih prodajalcih, predvsem pa poslovodji Francu Žvanu. Sedemindvajset let že prodaja v njej, od prvega dne, ko se je izučil za trgovca. Slabe volje in nerganja mož ne pozna.

"V začetku šestdesetih let sem šel za vajenca v Staro Fužino k Izbiri. Ta se je združila s Savico, jaz pa sem ves čas v istem podjetju. No, nekaj let sem bil v tozdu, zdaj pa sem spet v podjetju. Se lepše sliši in tudi bolj jasno je, za kaj pri tej zadevi gre. Dobiček! Če ni tega motiva, ni prave štacune, pa naj misli vsak kar hoče. Toda, tako je," se široko nasmeji.

"Izučil sem se v živilski stroki, a nazaj ne bi šel. Je železnina vse kaj drugega. Dela v njej sem se navadil in bolj zanimivo je prodajati vijake, ventile, televizorje, hladilnike kot pa krompir in makarone. To ljudje že še kupijo, pa prepričaj ti koga, da bo kupil videorekorder ali pa televizor, ki je tu dražji, kot če si ga pripelje iz Karavank. To je umetnost."

Kaže, da je Žvan velik umetnik, kajti njegova trgovina je v Savici med tremi najuspešnejšimi. Po prometu na zaposlenega v tej skupini dejavnosti pa je na prvem mestu.

"Trgovec mora uporabljati glavo. Da z njo misli in da se smeji takrat, ko bi se vsi okoli njega najraje zjokali. Z vedrim obrazom in prijazno besedo se veliko prodaja.

V železnini mora biti prodajalec mojster za vse. Če ni doma v vodovodni instalaciji, centralni kurjavi, elektriki, če ni na pol zidar, krovce, klepar in še kaj drugega, potem lahko kar "spoka". Kako boš mamki prodal ventil ali pipo, če še sama ne ve, kaj potrebuje. Zdi pa se ji povsem normalno, da prodajalec ve, koliko col ima cev v njeni stari kopalnici, kakšno varovalko potrebuje za štedilnik in še in še. To so vsakdanje reči. Pa pride kupec, ki se na zadevo spozna in te vpraša po lastnostih in značilnostih takega in takega ventilatorja, ti pa samo sapo loviš. A le enkrat! Drugič ne boš več v zadregi, če si pravi trgovec. Trgovci pa smo v tej trgovini vsi. Moški smo tudi še vozniki vilničarjev, ko pa pride vagon z blagom, smo težaki, ki moramo v najkrajšem času raztovoriti vagon.

Kupcem svetujemo, kupljeno blago dostavimo na dom, če le ni predaleč. Razvoz opravi kar skladiščnik s svojim traktorjem."

Takole opisuje svoje in delo drugih Franc Žvan. Čez dva tisoč artiklov ima v trgovini, za več kot tri četrtine cen ve na pamet. To, po njegovem, sodi k poklicu. Kam pa bi prišel, če bi za vsaka



"Da bi za vsak »nipi« gledal v knjigo, kam pa pridem?«, pravi poslovodja Železnine v Bohinjski Bistrici, Franc Žvan.

"nipi" gledal v knjige. Jih je v trgovini premalo, da bi s tem pravljali čas. Priznava pa, da je to težko, saj ima vsaka pošiljka novo ceno.

V zajemanju rezultatov nivelacije cen, je tudi del uspeha bistrške Železnine. Skrbno pazijo na zaloge in maloprodajne cene. Na

ta način so cenejši od večine podobnih gorenjskih trgovin. "Bolje je imeti denar v blagajni, kot na policah," trdi Žvan.

Sedaj, ko naj bi se inflacija umirila, bodo zadevo zgrabili še na drugem koncu. Stroške poslovanja trgovine bodo znižali kolikor se največ da, nekoliko

znižali maržo in spet bodo cenejši in konkurenčnejši. "Saj pravim, da mora trgovec delati z glavo in skrbno paziti, da ima več denarja v blagajni kot na »stelaži!« Tistega v blagajni se da obračati..." se smeji poslovodja, ki svojo vedrino prenaša na sodelavce in kupce.

## Ni pivo, ima pa njegov značilen okus

Mile Bitenc

# UNI - brez alkohola

Pivci in ljubitelji piva, še posebej tisti, ki prisegamo na pivo UNI-ON, smo se že navadili, da nas PIVOVARNA UNION preseneča z novimi izdelki. Za PREMIUM PIVOM, PILS ORIGINALOM, ČRNIM BARONOM zdaj prihaja UNI-brez alkohola!

V ljubljanski pivovarni UNION izdelujejo novo vrsto brezalkoholne osvežujoče pijače iz žit. UNI-brez alkohola je nova nizkokalorična pijača z zmerno grenkim okusom, vitamini in minerali, ki hitro in učinkovito nadomesti izgubljeno tekočino. UNI-brez alkohola je idealna pijača za vse, ki bi pili pivo, pa...

UNI-brez alkohola varijo po posebnem postopku iz ječmenova

vega slada vrhunske kakovosti, izbranega hmelja in vode iz lastnih vodnjakov.

UNI-brez alkohola vsebuje: 0,2% mineralnih snovi, cca 5% ogljikovih hidratov, lahko prebavljive sladkorje (glukoza, maltoza, fruktoza, maltotriozo), vitamine B in beljakovine v obliki amino kislin.

Vse te sestavine omogočajo, da UNI-brez alkohola lahko pijete

med in po telesnem naporu. V mišicah boste ohranili zalogo glikogena in podaljšali svojo vzdržljivost. UNI-brez alkohola - priporočljiv za športnike, rekreativce in vse druge pivce!

UNI-brez alkohola prihaja ravno v pravem času. Pomlad gre v deželo, poletje visi v zraku in okusu po pivu se ne bo mogoče upreti. UNI-brez alkohola ga ima, ne upirajte se mu, z njim boste prispevali k uspešnosti prometne akcije "- 10 %".

UNI - brez alkohola bomo reklamirali tudi v naših prodajalnah. Nanj bodo opozarjale lične obešanke pa tudi cena, nižja od cene piva.

**UNI brez alkohola - KO VEŠ, KDAJ REČI DA!**





# Nagrada križanka

Rešitve pošljite do 15. marca na naslov uredništva. Nagrade bo prispeval Studio za ekonomsko propagando PSM.

	SADNE MEZGE	MERCATOR ... LJUBLJANA	ZNAK ZA EL. UPOR	GLASBILO NA STRUNE	NAPLACILO NADAV	KAZALNI ZAJMEK	SIMBOL ZA KISIK	PONOČNA ZVER /MEDVED/	KRAJ NA PRIMORS.	... POZNA VAŠ OKUS	PREDLOG V ZVEZAH	PAROME- TER /OKR./	OKENCE, LUKNJICA	MIK, ŠARM	AMPER		
... EMBA LJUBLJANA									NAZIV TESTENIN								
AMERICIJ KOLOVOZ /LAT./			TUJE Ž. IME				LETNA PLAČA, PRISPEVEK									PRVI SAMOGL.	
							TUJE M. IME KRAJ OB LAHINJI				DOM. PER- NATA ŽIVAL EL. BALT. PLEMENA						
REKA V SZ ITALIJI BREZ KONCA					VRSTA RIBE DALJŠI TEK									KONEC, KRAJISČE OSEBNI ZAJMEK			
VZHOD PLIN ZA DEZINFEK- CIJO		PEKARIJA PREDPONA PRED IRSKIM IMI IZENI								PROTIVNI VEZNIK GLAVNO MESTO NORVEŠKE		GLAVNA SESTAVINA KRUHA	16. ČRKA RIMSKA ENA				
				REKA RENA PREDLOG				KRAJ OB SOČI TRGOVSKO PODJETJE ...								KRAJ NA GORENJSK.	
AVSTRIJA		VRSTA RUBNINE	RUDOL- FOVO										ATLETSKI KLUB ZEVSOVA REDNICA				
DELAJSKI SVET			SAMPION SILAK			SEDEŽ "BETI"										ZAČETEK RACE	
TOVARNA V CELJU				KRAJ V PREKMURJU	LAT. PREDPONA												
DEJANJE /LAT./						LOCOCITATO JUŽ. RM. PASTIR			IDIOT, TRAPEL								
	EMONA PREDLOG											RIMSKA 50	MAŠČOBA EMBA- LAZA				
ZVEZDA JANEŽ					LITER		ELEMENT TERMO- DINAMIKE										
	X IZ, OD /LAT./					1. SAMOGL. REDKO Ž. IME	BREZALK. PIJAČA OZRAČJE /GR./					ERA, DOBA					
			KANARČEK BARVA, POLT									MEDMET V SLOV. 15., 22. ČRKA				REZER- VIRANO	
	3. SAMOGL. ŽAJBELJ	GOJENEC KADET- NICE						KRPA VESELO V GLASBI								4. SAMOGL. 2. SAMOGL. 9. SOGL.	
		LJUDSKA REPUBLIKA KOREJA	NADETO ZELJE						UŽITNA M. RIBA				FR. VEZNIK IN				
TUDI /ANGL. PISAVA/					APNENEC, IKRAVEK SL. VEZNIK							INDIJANCI V LAT. AM. TUJE Ž. IME					
						VRSTA MESNECA IZDELKA										RIM. 500 6., 1., 18. ČRKA	
FIZIKALNI POJAV /OPTIKA/						ZVEZEN SONKE /SP./											
Liter		1., 22. ČRKA OSNOVNA SOLA			POKRANJINA V JUŽNI FRANCIJI							RAZUM /KIT./ KNOCHOUT					
ZELJE IN FIZOL JE... ST. DOM. JED					REKA NA ŠKOTSLEM						PLUTOVINA KALIJ						
						KRAJ OB REKI HANIJANG /KIT./										SLAŠČIČAR /LAT./	



## Alping in Mercator za vzor

Andrej Dvoršak

## Koliko još trebaš babo?

Konec januarja je Mercator obiskal Fikret Abdić, ki si prizadeva Agrokomerc postaviti na noge. Obiskal je predsednika poslovnega odbora Poslovnega sistema Mercator in Mercator-Investo inženiring.

Abdić je predstavil Agrokomerc in pojasnil, kako v tem kladuškem gigantu popravljajo napake, ki so bile storjene po njegovi aretaciji, ko so, kot trdi on, uničili dobrostoječe podjetje.

Njegove sogovornike v Mercatorju je predysem zanimal program sanacije, a jim je Abdić odgovoril, da tega pojma v Agrokomercu ne uporabljajo. Zanj in za njegovo ekipo je pomembno le, da nadaljujejo s proizvodnjo, ki je bila nasilno prekinjena zaradi, kot pravi, borbe za oblast, pri čemer omenja predvsem nekdanjega predsednika Zveznega izvršnega sveta Branka Mikulića.

Fikret Abdić se je doslej sestel že z okoli 23.000 ljudmi, ki jim je predstavil svojo vizijo nadaljevanja proizvodnje v Agrokomercu. Od teh 23.000 jih je okoli 2.000 že podpisalo pogodbe o trajnem vlaganju sredstev. S tem denarjem sedaj oživljajo proizvodnjo. Med prvimi potezami je oživljanje perutninarstva, kjer lahko z najmanj vloženi sredstvi dosežejo najboljše rezultate.

Iz ZR Nemčije so uvozili jajca, iz katerih bodo vzgojili kokoši nesnice. Vse enake pasme, visokoproduktivne in brez rizikov, ki jih pomeni nakup piščancev na različnih farmah.

Nadalje so se že dogovorili za izvoz blaga na Češkoslovaško v vrednosti štirih milijonov dolar-

jev, itd. Agrokomerc si sedaj prizadeva, da bi našel sovlagatelje, ki bi mu pomagali dokončati posamezne naložbe. Te so v večji meri, skoraj 80 odstotno, že dokončane, manjkajo le še zaključna dela, ki bodo omogočila obratovanje posameznih objektov. Banke mu ne dajejo kreditov in zato potrebuje sovlagatelje.

Kot smo izvedeli, sogovorniki Fikreta Abdića v Mercatorju niso svojemu gostu dali prav nobene konkretne obljube, vse bo odvisno od članic poslovnega sistema.

Abdić je obiskal tudi podjetje Alping, s katerim je Mercator posredno tesno povezan.

Alping je prvo mešano podjetje - delniška družba v Sloveniji. Med njenimi delničarji so prav vsi delavci Mercator Investe, vsak ima po eno delnico, skupaj pa imajo v rokah trideset odstotni delež v podjetju. Abdića je zanimala organizacija tega podjetja in celoten sistem delničarstva. Sam je izrazil specialista za menice in menično poslovanje, menda najboljši v Jugoslaviji, tako sam pravi, medtem ko je delničarstvo zanj novost, ki jo želi čimprej obvladati.

Razbrati je bilo mogoče, da želi Agrokomerc spremeniti v nekakšno mešano podjetje - delniško družbo, da pa še išče najprimerjši model. Poslovni sistem



Vinko Gobec, Gospodarska zbornica Slovenije (levo), Fikret Abdić, Agrokomerc, in Jože Vidmar, Mercator-Investa inženiring, v pogovoru.

Mercator, kot eden najtrdnjših v Sloveniji in Alping kot mešano podjetje sta zato zanj še posebej zanimiva.

Povedal je, da bo proizvodnja v Agrokomercu normalizirana do jeseni, da pa bo v največ treh letih celoten Agrokomerc, ki sedaj šteje deset članic, spet med največjimi in najuspešnejšimi jugoslovanskimi podjetji s področja agroživilstva. Ves čas pogovorov

je izžareval optimizem in trdno prepričanje, da je uresničitev ciljev, le vprašanje časa.

Zanimiv je bil dogodek, ki smo ga doživeli ob odhodu iz Alpinga. Na nasprotni strani ulice so delavci nekaj gradili. Ko so zagledali Abdića, so prenehali z delom in ga začeli pozdravljati. Spraševali so ga, kako se počuti, kako mu lahko pomagajo in kdaj se bodo lahko

spet srečali z njim, kdaj bodo obnovili Agrokomerc...

Dogodek, kakršnih je Abdić na svojih poteh viden. Nedvomno mu ljudje iz Kladuše zaupajo, bolj kot so "sanatorjem" Agrokomerca in tistim, ki so Abdića postavili za dve leti za rešetke.

Komur ljudje zaupajo...

## Načrti Mercator-Hotela Mantova

Andrej Dvoršak

## Lopate v Močilniku

"Dnevi dalmatinske kuhinje v Mercator-Hotelu Mantova so nadaljevanje prizadevanj kolektiva



Časopis poslovnega sistema Mercator

Časopis poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana, Titova 137. Izdaja Center za obveščanje PSM. ● Uredništvo: Titova 137, 61113 Ljubljana. ☎ 373-047. ● Ureja uredniški odbor: Kristina Antolić, Marko Glažar, Jože Kirm, Suzana Modričan, Sergej Paternost, Alenka Por, Marjeta Potočnik, Ljuba Suković in Miro Vaupotič. ● Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis. ● Novinar: Andrej Dvoršak, tudi avtor vseh nepodpisanih fotografij. ● Tehnični urednik: Matjaž Marinček. ● Tiska CGP Delo. ● Glasilo prejemajo delavci, združeni kmetje, učenci in upokojeanci PSM. ● Izhaja zadnje sredo v mesecu. Naklada: 19.000 izvodov. Po mnenju pristojnega republiškega organa je glasilo oproščeno temeljnega davka od prometa proizvodov.

za popestritev gostinške in turistične ponudbe na Vrhniki in njeni okolici. So pa tudi rezultat želje, da pokažejo, česa so sposobni in kaj lahko ponudijo gostom, ne da bi jim bilo treba zahtevano iskati kje drugje," je v kratkem nagovoru gostov povedal novi direktor hotel Metod Škrjanec.

Načrti majhnega podjetja so veliki. Toda brez njihove uresničitve ne bo šlo. Za zdaj nekatere poslovne odločitve za popestritev hotelske ponudbe in dogajanja v gostišču Močilnik, še niso "za na veliki zvon", so pa prav gotovo take, da bodo zadovoljni in gostje in gostinci. Dobiček, predvsem večji bo krvavo potreben za uresničitev temeljne naloge: preureditev hotela Mantova. Ta naj bi imel 35 postelj več (sedaj 55, predvsem pa naj bi preureditev pomenila izhod iz "D" kategorije. Želijo objekt, ki bo po standardih ustrezal hotelom "B" kategorije.

Gradbeniki bodo najprej zasedli lopate v okolici gostišča Močilnik in jo uredili tako, da bo primerna za piknike in drugim rekreacijskim potrebam in zahtevam gostov. Potem se bodo preselili v vrhniški bife "Jazon" in ga preuredili v konobo ali bistro s posebno ponudbo.

Vse pa je odvisno od dobička. Sovlagatelji bodo potrebni, saj so predvsem preureditvena dela v hotelu zanj preveč zalogaj.

Dalmatinska klapa iz Zadra, ribe, raki... vse po dalmatinskih receptih v Mercator-Hotelu Mantova.

