

Pa jo imamo, delniško družbo!

Vesna Kos—Bleiweis Trsteniška

Ustanovna skupščina poslovnega sistema

Ljubljana, 27. decembra 1989 - kar malo postana informacija o ustanovni skupščini POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR, d.d. je tale zapis. Ker pa se ustanovitve in slovesi vedno vpišejo med dogodke, vredne zgodovinskega spomina, je treba tudi ta dogodek zabeležiti s primerno pozornostjo.

Ustanovno skupščino je vodilo delovno predsedstvo, ki je navzočim sporočilo, da je ustanovna skupščina sklepčna, saj je bilo navzočih skoraj 100 % vseh glasov. Sklepčnost skupščine se namreč ugotavlja na podlagi prisotnega števila glasov predstavnikov članic in ne po večinskem številu predstavnikov članic. Od skupno 1000 glasov, kolikor jih imajo predstavniki članic, se je ustanovne skupščine udeležilo 919 glasov. Spodbuden začetek.

Poročilo predsednika poslovnega odbora sozda Mercator-KIT o ustanavljanju POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR, d.d. je temeljilo na podatkih o združenem kapitalu, številu ustanoviteljev in poudarku negotove prihodnosti, s pristavkom, da se bo tudi v tej negotovi prihodnosti s skupnimi močmi, medsebojnim spoštovanjem dosedanje in nove različnosti interesov, dalo ustvarjati in graditi.

Ustanovni kapital poslovnega sistema znaša na dan ustanovitve 73.633.142 ECU-jev, sestavljajo pa ga deleži 64 članic.

To sporočilo in podpisi 64 ustanoviteljev na pogodbi o ustanovitvi POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR, d.d. so bili pogoj za sprejetje sklepa, da je delniška družba Mercator ustanovljena in pripravljena za vpis v register podjetij. Seveda pa je bilo treba dodati tudi imenovanje vršilcev dolžnosti prvih mož te združbe. Skupščina je odločila, da poleg predsednika in njegovega namestnika, njen poslovodni odbor sestavlja še pet podpredsednikov, in sicer: za razvoj, trženje, finance, ekonomiko in informatiko ter kmetijstvo. Začasno poveljstvo ladja ima. O novem pa bo na predlog razpisne komisije in predsednika poslovnega odbora odločala skupščina že na seji, predvideni februarja. Čas, v katerem bo poslovodni odbor vodil barko, je hudo nevihten, vsaj nekaj ugodnega vetra naj ujame v razpeta jadra.

Nadzor nad poslovanjem delniške družbe je skupščina zaupala nadzornemu odboru. V njem manjka le še predstavnik podjetja Mercator, d.d., ki je nastalo iz nekdanje delovne skup-

nosti sozda in interne banke. To naj bi poleg vseh dosedanjih dejavnosti v nekoliko spremenjeni vsebini in obliki skrbelo za vse tisto, kar smo v pogodbi določili kot njegovo dejavnost. Obenem pa se seveda ukvarjalo tudi z dejavnostmi, ki naj bi prispevale k bogatitvi kapitalskih vložkov članic oziroma z dejavnostmi, ki bodo zagotovile neodvisnost poslovanja od "proračunskega prispevka" članic.

Prav o tem naj bi nekaj več povedal plan za leto 1990. Pa ni. Posamezne organizacijske enote podjetja so v njem predstavljene le s številkami o sredstvih, ki jih potrebujejo oziroma jih kanijo ustvariti s svojimi novimi poslovnimi "aranžmaji". Eni pri tem računajo na zaračunavanje svojih storitev članicam poslovnega sistema in drugim uporabnikom, drugi na "proračun", tretji na dohodek, ki naj bi ga prineslo izvajanje pooblastil, ki jim jih je skupščina velikodušno dala. Bila pa je, skupščina namreč, silno previdna v zvezi s planom. Prav zaradi "proračunskega" dela financiranja podjetja je dovolila le začasno uresničevanje predlaganega plana, zaradi neuskajenih investicij, vloge in pomena razvojno investicijskega sklada pa dokončno sklepanje o planu preložila na naslednjo skupščino. Mislim, če smem, da bo oreh trd.

Glasilo je namenjeno na naslov:



Časopis poslovnega sistema Mercator

Leto XXVII

Ljubljana, januar 1990

št.: 1

Ustanovna skupščina se je končala s tradicionalnim novoletnim sprejemom predsednika poslovnega odbora za predstavnike podjetij nekdanjega sozda in po novem poslovnega sistema. Pa je bilo vzdušje bolj podobno sedmini, kjer udeleženci zaplešejo od žalosti za pokojnim in od veselja, da so sami še, hvala Bogu, živi. Je bil tudi predsednikov pozdrav bolj skrb, kot optimizem budeč.

Ne prezrite

Obrat za predpripravljeno hrano — bo ali ne bo? 2

Želite zavarovalno polico Mercatorja? 3

Je mleko belo, črno ali sivo 4

Mercator—Rožnik d.d. 5

Izdajna mesta KLU-BA MERCATOR 7, 11, 12

Mercator v Mariboru 8, 9, 11

Namesto voščila za leto 1990

Tone Roblek

Dan, ko so delili otroke

Mesta in vasi se v teh dneh ozaljšana pripravljajo na praznik. Ljudje hitijo iz trgovine v trgovino, se pogovarjajo kako drago, veselo in sproščeno bodo praznovali novo leto, letos tudi Božič. Mi za praznovanje nimamo razlogov. Dočakali smo namreč dan, ko bo prenehala z delom delovna organizacija Mercator—KŽK, dan, ko prenehajo obstajati njene skupne službe, dan, ko so (bodo) delili ljudi, dolgoletne delavce KŽK.

Naslov sem si sposodil kot prisposodbo iz filma, ki so ga v naših kinematografih vrteli pred mnogimi leti. Tedaj so ljudje oblegali kinematografe, jokali vsevprek in komentirali zgodbo otrok, ki so jih na sejni, po smrti staršev, razdelili med tuje ljudi. Žalostno, vam rečem, da je kaj. Enako občutimo te dni, ko vodilni (zdaj že bivših tozdov) hodijo po delovni skupnosti skupnih služb, izbirajo, ocenjujejo, ponujajo, zavračajo in kupujejo. Ljudje so osupli, čakajo, prosijo, moledujejo in jokajo. Nekateri je prevzela panika, nekateri obup, vsi pa čakajo.

Zakaj nam je tega treba? Ali naše 25—letno skupno življenje res nič ne pomeni. Nekateri pravijo, da je bil KŽK politična tvor-

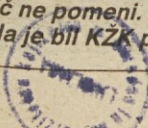
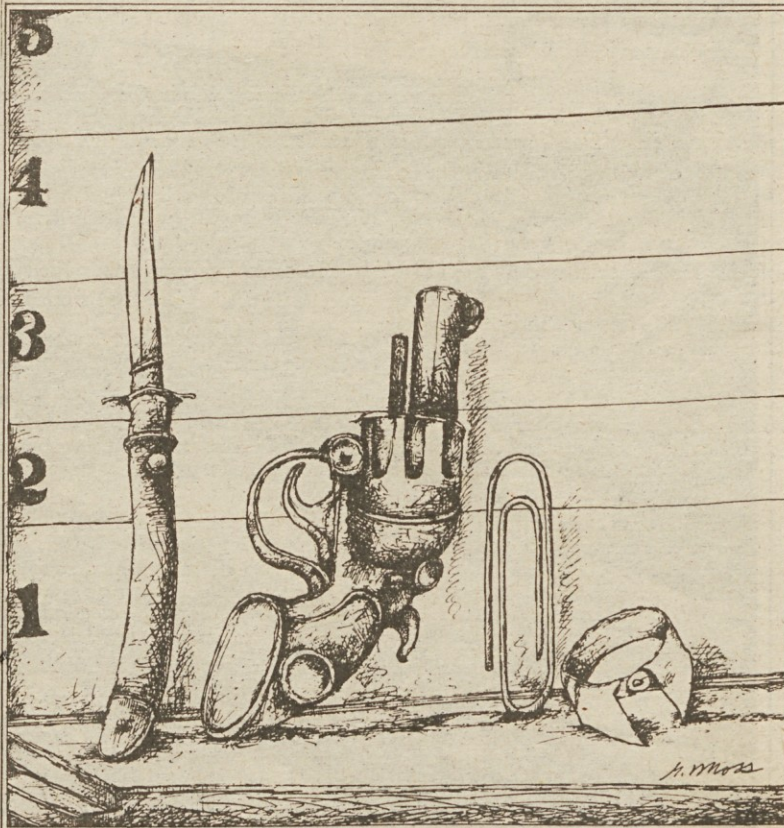
ba. Torej prisila. Mogoče je bilo to na začetku celo res, toda v vseh petindvajsetih letih KŽK nikoli ni imel izgube, noben delavec ni ostal brez plače ali dela. Nikoli nismo bili nelikvidni, nikoli socialno ogroženi. Bili smo pomemben člen občinske in republiške kmetijske panoge. Bili smo kot močna kmečka butara, zdaj bomo ostali le še trhli in krhki okleščki. Toda, naj bo kakorkoli, pozabiti ne smemo, da so posredi ljudje, živi ljudje, takšni ali drugačni. Smo namreč različni, veliki in majhni, lepi in grdi, revni in bogati, eni bolj levi, drugi bolj pripravniki. Nekateri smo prepirljivi, nekateri popustljivi, nekateri manj drugi bolj pametni. Nekateri so za to, da so pametni hodili v šole, drugi mislijo, da imajo to od Boga. Toda, naj bo tako ali drugače, vsi, prav vsi smo ljudje. Tega ne bi smeli pozabiti, ko se pogovarjamo o razvezi.

Ne rušimo mostov, še kako jih bomo potrebovali, vsak do vsakega, človek do človeka. Sicer pa, kdo ve, morda se bomo potem, ko mine ta evforija, celo pametno, vsem v korist, spet združevali v taki ali drugačni obliki.

Čas, ki prihaja, bo boj za vsak dinar, bo vojna na trgu. Zato vam za konec kličem: nasvi-

denje v naslednji vojni (tudi to je naslov filma izpred nekaj let) in dobro se imejte, kljub vsemu.

Novo leto je za nami, objavljeni prispevek je bil natisnjen v prednovoletni številki glasila KŽK namesto dobrih želja. Prispevek govori sam zase in upamo, da ga bodo razumeli povsod. Gradimo torej človeške mostove, da se res ne bomo srečali v naslednji vojni.



201377 1991

Mercator praznično za vas

Marjeta Potočnik

Obrat za predpripravljeno hrano - bo ali ne bo?

Že leta 1988 smo v sektorju za industrijo v Delovni skupnosti SOZD MERCATOR—KIT začeli razmišljati o drugačni ponudbi delicatov oziroma polgotovih izdelkov in o tem, kaj naj bi se na tem področju še dalo narediti. Izhajali smo iz spoznanj v tujini in trendov domače konkurence. Podobno so v tem času razmišljali tudi v Mercator—Savici. Združili smo sile in se zadeve lotili širše in strokovno. Nastala je predinvesticijska študija, v kateri je bil na osnovi tržne analize postavljen program za pakirano konfekcionirano meso, pakirane polgotove in gotove delicatne izdelke ter pakirano predpripravljeno zelenjavo. Študijo so financirale vse Rožnikove temeljne organizacije, Mercator—Mesna industrija, Mercator—Sadje zelenjava, del sredstev pa je prispeval sklad za interne kompenzacije.

Ker je ekonomska analiza na osnovi študije dala dokaj pozitivno sliko, so vsi sofinancerji še enkrat (eni raje, drugi manj radi) zložili skupaj sredstva za izdelavo projektov, ki jih izdeluje M—Investa in bodo končani, kot kaže, konec januarja.

Takoj za tem bodo v Investi izdelali v roku enega meseca še investicijski elaborat, ki naj bi bil odločilni element za odločitev o postavitvi obrata. Obrat bi bil lociran delno v M—Mesni industriji za mesne in delicatne izdelke - v M—Sadje zelenjavi za zelenjavo, vendar naj bi bilo to enotno - novo podjetje, delniška družba vseh sovlagateljev, ki bi imelo novo enotno blagovno znamko.

Bivši sozdov sektor za industrijo, po novem sektor za razvoj in sektor za trženje sodelujeta pri tem projektu s svojimi strokovnimi delavci, tako na področju tehnologije, kot na področju tržne analize. V tržni analizi smo delavci sozdov s pomočjo komercialistov vseh Mercatorjevih trgovskih organizacij izdelali podrobnejšo analizo primernih Mercatorjevih prodajnih mest za tak program. Anketirali smo 50 naših poslovojev, ki smo jim program podrobno predstavili in dobili smo njihove okvirne ocene glede količin, ki bi bile lahko dnevno prodane. Ker pa je potrošnik kralj, kot nas uči zahodna tržna ekonomija, smo se obrnili nanj.

Zato smo izpeljali v času od 21.12. do 24.12.1989 testno akcijo "MERCATOR PRAZNIČNO ZA VAS", v kateri smo ponudili potrošnikom nekaj izdelkov iz bodočega programa. Izdelke so pripravili v M—Mesni industriji, M—Savici in M—Sadju zelenjavi. Za slednjega so bile vzorčne količine predpripravljene zelenjave uvožene, ker zaenkrat nima možnosti za izdelavo doma (improvizacija bi bila že na škodo kakovosti izdelka).

V prodaji so bili naslednji izdelki:

Polgotovi mesni in delicatni izdelki

1. roladni zrezek
2. svinjsko meso za rižoto
3. goveje meso za golaž
4. polnjeni zvitki
5. roast beef zrezki
6. mrežna pečenka
7. sočna rolada
8. sesekljani zrezek v slanini.

Vse pakirano na krožničke po cca 200 do 400 g.

Gotovi delicatni izdelki:

1. zelenjavni zrezek
2. kaneloni z mesom
3. kaneloni z zelenjavo
4. stephani pečenka
5. roast beef pečen po angleško
6. pečeni svinjski kare
7. paniran sir

Pakirano na krožničke po cca 100 do 300 g.

Predpripravljena zelenjava:

1. solatna mešanica
 2. zelenjavna mešanica
- Pakirano v vrečke po 200 do 500 g.

Ocena testne akcije:

Najbolj so šli v promet polgotovi mesni izdelki (konfekcionirano meso in mesne specialitete), manj pa gotovi delicatni izdelki. Prva skupina je bila razprodana tudi tam, kjer imajo mesnico, ker je ta program drugačen od klasične ponudbe mesa. Vzrokov za to, da so se gotove pakirane delicatne slabše podajale, ne moremo točno ugotoviti, verjetno jih je več. Domnevamo, da je najbolj vplivala oddaljenost blaga od delicatnih oddelkov, kupec, ki išče delicatne, gre takoj na delicatni oddelek, zato so mnogi obšli razstavljeno blago. Razprodana je bila tudi vsa pakirana zelenjava, pri čemer pa je bilo opaziti, da so kupci precej

ogledovali proizvode, predno so se odločili za nakup, saj so novi in jih še ne poznajo.

Blagajničarkam smo razdelili tudi 100 dopisnic za povraten odgovor potrošnikov, potem ko so izdelek že poskusili doma. Vrnjenih na naš naslov je bilo samo 25 dopisnic, pri čemer ne vemo, koliko zaradi tega, ker jih blagajničarke sploh niso razdelile, koliko pa zato, ker jih potrošniki niso odposlali.

Vse, ki so prišle na naš naslov, so polne hvale o predstavljenih izdelkih, tako glede kakovosti, privlačnosti, pestrosti in uporabnosti. Niti čez ceno se ne pritožujejo. Samo en odgovor navaja, da kupcu ni bil všeč okus kupljenega proizvoda. Vsi bi se še ponovno odločili za tak nakup.

na to, ali novi obrat bo ali pa ga ne bo. Vseeno pa bi bilo dobro, da bi bili ti izdelki naši, ne pa morda od konkurence.

V glasilu skupnosti Emone, v št. 183, 29.12.1989 je članek "Širjenje ponudbe delicatov v Emona MIZ", kjer med drugim piše:

"Da bi torej kupcem čimbolj ustregli, jih obdržali, k nakupom pritegnili še nove, so se v tej Emonini organizaciji odločili za smelo poslovno potezo - za delicatni oddelek". Toliko v premislek vsem, ki še oklevajo okrog našega obrata. Zamisel s strani delavcev DSS SOZD je bila, da združijo sredstva proizvajalci in trgovine, da se naredi tehnološko sodoben obrat, ki bi lahko zagotavljal pestrost, ustrezno kakovost in količine. Zdi pa se nam, da potencialni investitorji še vedno držijo figo v žepu in razmišljajo o malih parcialnih programskih pod lastno streho. No, pa če smo premaknili zadevo

Prodajna mesta so bila: M—Savica - Murgle, M—Golovec - Fužine, Gregorčičeva, M—Dolomiti - Trnovski pristan.

Izdelki so bili postavljeni v obstoječe hladilne vitrine.

Rezultati prodaje:

	MURGLE +		FUŽINE		GREGORČIČEVA		TR. PRISTAN		SKUPAJ PRODANO %
	(kosov) dobili	(kosov) prodali	(kosov) dobili	(kosov) prodali	(kosov) dobili	(kosov) prodali	(kosov) dobili	(kosov) prodali	
Gotovi mesni in delicatni izdelki	128	83 %	41	100 %	51	92 %	50	100 %	97
Gotove delicatne (skupaj s predhod. testno akcijo)	110	53 %	45	48 %	-	-	35	100 %	74
Zelenjava	44	100 %	44	91 %	-	-	44	100 %	95,5

+ Opomba: v Murglah smo imeli 1 teden pred glavno testno akcijo že predhodni preizkus.

V tabeli so skupne količine iz obeh akcij.

Zelenjavo smo prodajali še v dodatnih štirih prodajalnah, in sicer:

	dobili (kosov)	prodali (%)
M—Sadje zelenjava, Miklošičeva	44	100
M—Sadje zelenjava, Titova	44	87
M—Sadje zelenjava, Gradišče 7	22	100
NAMA	44	100
Skupaj	154	97

Ugotovitve iz testne akcije potrjujejo, da je imel prav tržni strokovnjak, ki nam je izdelal prvotno tržno analizo, ko pravi: prodaja teh izdelkov bo zelo odvisna od stalne kakovosti izdelka, stalne kakovosti distribucije, ustrezne promocije in cene.

Vsekakor je testna akcija "Mercator praznično za vas" potrdila, da je proizvodni program iz projekta zanimiv, zlasti še polgotovi izdelki. Prej ali slej bo moral biti na naših policah, ne glede

vsaj v tej smeri, smo tudi nekaj naredili.

Naj bo tako ali drugače, odločitev ali obrat bo ali pa ga ne bo, bi morala pasti vsaj v tem polletju.

In ker smo že omenili Emonino glasilo, končajmo zapis z novoletno poslanico, ki jo je posredoval v tej številki predsednik Skupine Emona: "Samo tisto upanje je, ki ga vsebuje tvoja volja." Izmed potrošnikov, ki so nam poslali odgovore, smo iz-

Predpripravljeno meso je po oceni kupcev odlično. Menijo, da je treba nadaljevati.



žrebali 3 nagrajence, ki so prejeli Mercatorjev paket. To so:

2. Vrhovnik Valerija, Langusova 13, Ljubljana
3. Gostimirovič Lili, Ključavničarska 3, Ljubljana.

Razmisli ni greh
Andrej Dvoršak

Želite zavarovalno polico Mercatorja?

Izvirna zamisel, da bi v okviru Mercatorja organizirali lastno zavarovalniško družbo in se s tem otresli večjega dela bremen, ki jih predstavljajo zavarovalnine, je zrasla v glavi Živka Velkavrh, samostojnega svetovalca v Poslovnem sistemu Mercator. Po izračunih in analizah bi se ustanovitev lastne zavarovalnice izplačala, podpira pa jo tudi večina vodilnih delavcev v podjetjih.

Kako se je porodila ideja o ustanovitvi zavarovalniške družbe v okviru Mercatorja?

"Sektor za plan in ekonomiko je posredoval podatek, da so bile vse obveznosti, ki so jih morale naše članice odšteti za premije za zavarovanje družbenih sredstev v letu 1987 kar 2.393.435.684 dinarjev. Ko smo

Živko Velkavrh — zamisel o lastni zavarovalnici je njegova. Hladilničarjem se dogovor o združenju denarja za riziko izplača.



izvedeli za ta podatek, smo opravili anketo, s katero smo zbrali potrebne podatke za leta 1985, 1986 in 1987. S pomočjo te ankete smo ugotovili dokaj natančne zneske vseh plačanih premij, vrste zavarovanj in plačanih škodnih zahtevkov, kot tudi sredstva, namenjena preventivi. Analiza te ankete je pokazala, da gre za relativno zelo visoke zneske, ki se vsako leto sproti odlično iz sestava Mercatorja k raznim zavarovalnicam. Kar dve tretjini vseh plačanih škodnih zahtevkov pa sta skoncentrirani v petih organizacijah, pretežno kmetijskih. Nadalje smo ugotovi-

li, da posamezne organizacije (štiri) pridobivajo precej kreditov od zavarovalnic, kar kaže na njihove dobre medsebojne odnose, da so sredstva, namenjena preventivi le simbolična in da kljub vsem škodam v kmetijstvu in požaru v Agromehaniki, ostane zavarovalnicam kar polovica od skupnega zneska vplačanih premij. Torej je razmerje premije: odškodnina 2:1.

Torej bi lastna zavarovalnica poslovala z dobičkom, ki bi narasel, če bi v njo vključili širši krog zavarovancev izven sistema Mercator in sprejeli rizik za vse vrste zavarovanj v družbenem in zasebnem sektorju. Pri tem pa bi bil prehod na posamezne vrste zavarovanj postopen.

Zamisel o nekakšni lastni zavarovalnici se mi zdi dobra. Pa je bila predstavljena širšemu krogu možnih uporabnikov v okviru Mercatorja?

"Posredovana je bila poslovodnemu odboru sozda MERCATOR-KIT. Informacija je temeljila na zbranih podatkih iz ankete, dopolnjena z analizo in sklepi. Poslovodni odbor je menil, da je potrebno to informacijo še dopolniti, predvsem s podatkom, kaj je potrebno obvezno zavarovati po zakonu in kaj ne, kaj je s sozavarovanjem in pozavarovanjem... To je sedaj razčiščeno. Danes, ko nova podjetja rastejo kot gobe po dežju, najbrž ne bi bilo težko ustanoviti zavarovalnice, še posebej ne, ker idejo podpira veliko število vodilnih delavcev Mercatorjevih članic. Vendar, ali ni to prevelik rizik?"

V prihodnje bo vse bolj prisoten interes po ustanavljanju ali vlaganju v posamezna visoko profitna podjetja in zavarovalnica je ena takšnih! Že danes je splošno znano, da zavarovalne skup-

nosti sede na visokem kupu denarja kljub veliki režiji. Če pa k temu pridenemo še njihov monopol, postanejo zadeve še bolj jasne. Zavarovalništvo je dober posel, ki prinaša precej dobička, to je nesporno in rizik je velik le na prvi pogled oziroma se ga boji tisti, ki vse življenje plačuje visoke premije, ne pozna pa bistvo zavarovalništva, ki temelji na zelo natančnih računih.

V razmislek bi dal še tole: zadnje čase se veliko tujega denarja za zavarovanje steka v Italijo. Kar 50 % vseh italijanskih zavarovalnic je v rokah tujih družb, ki so udeležene s 30—odstotki dobička od vsega obsega zavarovalnih premij.

Zavarovalniške družbe so glede na interes tujcev za vlaganje na drugem mestu, takoj za farmacevtsko industrijo. Nenazadnje pa je riziko tudi del vsake poslovne odločitve. Cagav fant ni še nikoli dobre punce imel, pravi pregovor."

Ali bi naša zavarovalnica lahko bila konkurenčna drugim?

"Nedvomno! Prednost bi imela tudi v povsem komercialno vodnem poslovanju, majhni režiji, kar bi ji ob enakih garancijah, ki bi jih nudila, kot jih ima druge zavarovalnice, omogočalo, da se zadovolji z znatno nižjimi zavarovalnimi premijami."

Ste tudi "pretipali" teren? Kakšen bi bil odziv Mercatorjevih članic?

"Bil bi dober. Res je tudi, da se vedno najdejo dvomljivci in "ziheraši", ki dvomijo v vsako novost, ki pač nimajo tistega poslovnega poguma, ki ga bo moderen gospodarstvenik moral imeti. Tudi, ko smo pred leti ustanavljali M—Interno banko, je bilo veliko dvomljivcev, bilo je veliko izgovorov, zakaj se nočejo vključevati vanjo in zakaj se raje še naprej povezujejo z drugimi bankami. Čas pa je dokazal, da je bila odločitev o ustanovitvi interne banke pravilna in na koncu so ravno največji dvomljivci postali njeni najbolj goreči prvrženci. Vedno je tako.

Vendar pa moram poudariti, da je bilo poslovodnim delavcem Mercatorjevih članic zastavljeno tudi vprašanje, ali bi se vključili v Mercatorjevo zavarovalnico in kako ocenjujejo pobudo za njeno ustanovitev? Vsi razen enega so zamisel potrdili in izrazili pripravljenost podpreti tovrstno akcijo, seveda po ponovni predhodni analizi, ki bi moral biti še bolj temeljita od te, ki smo jo že izdelali. To je razumljivo. Nerazumljivo pa bo, če takšne analize ne bomo sposobni narediti sami ali jo zaupati komu drugemu ter potem ugotoviti ali smo za lastno zavarovalnico ali pa bomo še naprej metali denar skozi vrata Mercatorja - drugim. Sam oseben sem potem, ko se se o zadevi pogovarjal še z nekaterimi strokovnjaki za zavarovalništvo, trdno prepričan, da bo vsaka analiza, naj jo dela, kdor hoče, pokazala, da se lastno zavarovalništvo Mercatorju izplača. Eden od dokazov za to je tudi zavarovalništvo, ki so ga organizirale Mercatorjeve hladilnice, o čemer pa smo v našem glasilu že poročali.

Ali se zavedate morebitnih posledic s strani prizadetih monopolistov?

"Menim, da bo prevladal zdrav razum in da bo prišlo do zdrave konkurence."

Katere izdelke ste kupili: ROLADNI ZREZEK, SOČNA ROLADA
Kako izdelke ocenjujete: ODLIČNO

Ali bi se za podoben nakup ponovno odločili:

RA PONOVEN NAKUP BI SE, IN JE TUDI BOM ODLOČILA, SAMO DA NE BOTE OPUNITI TE PROIZVODNJE.
Zakaj: OBA IZDELKA STA ODLIČNA, LEPO, ESTETIČNO PRIPRAVLJENA, PREDVEM PA NOVOIT KI ZASLUŽI VTO POHVALO!

IZŽREBALI BOMO TRI ODGOVORE ZA MERCATORJEV PAKET!

Katere izdelke ste kupili: mešano zelenjavo za mineštro

Kako izdelke ocenjujete: čestitamo!

Ali bi se za podoben nakup ponovno odločili: da, takoj! Tudi tokrat sem kupila brez oklevanja;

Zakaj: dovolj ugodna cena za tako raznovrstno zelenjavo, pa še priprava je hitra, saj ni potrebno zelenjavo rezati in čistiti;

IZŽREBALI BOMO TRI ODGOVORE ZA MERCATORJEV PAKET!

Katere izdelke ste kupili:

mješna piceba, hamburgeri, mleki zrezek v šamini

Kako izdelke ocenjujete:

zelo pohvalno

Ali bi se za podoben nakup ponovno odločili:

Da

Zakaj: Hitra in okusna priprava hrane

IZŽREBALI BOMO TRI ODGOVORE ZA MERCATORJEV PAKET!

Katere izdelke ste kupili: SIK ZA CURTIS, EKSEKJA
VOH NO LEPO ZA GOLJE...
Kako izdelke ocenjujete: ODLIČNI SO!

Ali bi se za podoben nakup ponovno odločili: JA, SEVEDA

Zakaj: Ker mi je zelo zelo DOBRE OKUSITE, SVEŽI, Z VELO UGODNO CENO!

IZŽREBALI BOMO TRI ODGOVORE ZA MERCATORJEV PAKET!

Kuge, lakote in solidarnosti, varuj nas...

Vesna Kos—Bleiweis Trsteniška

V kot in sramuj se!

Poleti sta se nad del naše dežele znesla nebo in zemlja. Njuna uničujoča sila je razdejala domove, polja, vinograde, ceste. Pod prvimi vtisi razdejanja, se je začela vrsta solidarnostnih akcij za pomoč ljudem v stiski. Med njimi tudi pobuda, da bi SOZD MERCATOR—KIT pomagal pri obnovi ene izmed uničenih haloških kmetij.

Od besed k dejanjem! Pobuda za solidarnost (izven siceršnje družbeno usmerjene) je prišla iz ptujške Mercator-Izbire Panonije. Predstavljena je bila na eni od zadnjih sej pokojnega poslovodnega sveta in izračunan delež, ki naj bi ga vsaka članica darovala v ta namen. Sklep res ni bil sprejet v zavezujoči obliki (kot na primer so se sprejemali sklepi v zvezi z gradnjo Cankarjevega doma ali Mednarodnega grafičnega centra), članice so imele proste roke za odločitve za to, kako in ali sploh bodo sodelovale v zbiranju sto prastarih milijard (100.000 najnovejših dinarjev) za porušeno kmetijo.

Poglejmo rezultat: do 18. janu-

arja se je na posebnem računu pri Mercator-Izbiri Panoniji nabrala le tretjina predvidene vsote.

Prispevke so nakazali: M-Blagovni center, M-Emba, M-Ajdovščina, M-Izbira Panonija, M-Splošno trgovsko podjetje Metlika (nekdanji tozd metliške KZ), Agromehanika Kranj (nekdanji tozd Mercator-KŽK Gorenske), M-Ljubljanske mlekarne, M-Mesna industrija Ljubljana, M-Nanos, TOZD Preskrba Portorož (navajamo staro ime, ker drugi del novega podjetja Degro ni sodeloval), M-Potrošnik, Lenart, Mercator-Dolomiti, Mercator-Gradišče, Trebnje, M-Preskrba, Tržič, M-Rož-

nik, d.d. (nekdanja delovna skupnost M-Rožnika), M-Standard, M-STP Hrastnik, M-Cibes, M-Investa inženiring, M-Zarja in M-Interna banka (navajamo staro ime za finančno službo podjetja Mercator).

M-KZ Cerknica, M-KZ Krka in M-Modna hiša Maribor so sporočile, da so Halozam pomagale že na drug način in da v skupni akciji ne bodo sodelovale, drugim se to ni zdelo potrebno.

Ni namen članka pridigati o solidarnosti tistim, ki se niso odzvali, niti z v srce segajočim miloglasnim člankom zbuditi zapoznelo reagiranje, saj vemo, da smo na nek način pri solidarnostnem zbiranju sredstev na podlagi zakona sodelovali vsi. Gre za nekaj drugega: na humanitarnem področju, kjer naj bi se izkazali kot sistem (pa naj bo star ali nov), smo odpovedali.

Nekateri iz malomarnosti, nekateri iz samozadovoljstva, nekateri sklicujoč se na druge (vrste pomoči, druge subjekte in na zakonsko izpolnjeno obveznost). Mar to pomeni: varujmo se solidarnosti? Take, ki smo si jo privoščili pri predlagani, se lahko le sramujemo.

Od kod črni kravi belo mleko?

Andrej Dvoršak

Je mleko belo, črno ali sivo

Kar običajno je, da vsake pol leta nastopijo zapleti z mlekom, kajti naša kmetijska politika, ki so jo modre glave krojile po občutku, ni sposobna in verjetno še nekaj časa ne bo, rešiti mlečne godlje. Tokrat smo se o mleku pogovarjali s kmetom, direktorjem zadruge, predstavnikom trgovine in mlekarne. Vsak je imel o mleku svojo teorijo, zato se nadnaslovu ne čudite.

Mirko Pirc, M—KZ Ribnica

Lani smo odkupili okoli tri milijone litrov mleka, kar pomeni občuten padec glede na leto 1988. Za celih 400.000 litrov! Manjši pa ni le odkup mleka, ampak tudi osnovna čreda molznic. V preteklih letih so naši kooperanti obnovili okoli 25 odstotkov črede letno, lani le še 12 odstotkov. Vedno manj je tudi tržnih proizvajalcev mleka, le še 650 jih imamo.

Tak padec je realen odraz cenovne politike v kmetijstvu. Vhodni stroški so prehitro rasli, da bi jim lahko sledila cena mleka.

Naše kooperante najbolj moti razlika med odkupno in prodajno ceno mleka, pa tudi omejitve glede kakovosti marsikaterega krepko žulijo. Ne morejo se sprizniti z zahtevo po ustreznem hlajenju in temperaturi. Temu se pridruži še prepočasno plačevanje oddanega mleka, ki je bilo doslej enkrat mesečno.

Do septembra smo plačevali med 18. in 24. v mesecu, decembra pa smo začeli izplačevati med 15. in 18. za pretekli mesec, kar še vedno pomeni dobra dva meseca zamika! Že res, da nam

mlekarne plačajo svoj delež že 11. v mesecu, a težave so s subvencijami, ki jih nakazujejo tri dni kasneje. Zadruga si ne more privoščiti, da bi v treh dneh dvakrat izplačevala kmetom - prvič osnovno ceno, drugič vse ostalo.

Znesek, ki pride v "drugem delu" pa je tako velik, da zadruga zanj ne more kriti obresti iz tistih sedmih odstotkov, kolikor predstavlja njen delež v ceni mleka.

Kako bo sedaj, po novem, še ne vem. (Pogovarjali smo se 4. januarja, op.p.) Nisem prevelik optimist, kajti že dobivamo nove cenike za repromaterial, ki so višje in kaže, da ne bo nič bolje.

Ribniško območje je bilo že od nekdaj pokazatelj gibanja v kmetijstvu. Tu smo vedno prej občutili in dobro in slabo. Je naš človek prilagodljiv. Če mu ne kaže z mlekom, bo pa s čim drugim. Tako je pač!

Zaskrbnjujoče pa je znižanje staleža osnovne črede govedi, ki ga v doglednem času ne bo možno nadomestiti..., razen če ne bo prišlo do večje brezposelnosti in odpuščanja delavcev iz industrije, kar pa je spet zelo vprašljivo.

Če bomo letos odkupili 2,7 milijona litrov mleka, bom zadovoljen. Se mi zdi, da je to še preop-

timistična številka. Toda pred desetimi leti smo pri nas letno odkupovali že nad 4,2 milijona litrov...

Franc Škufca, kmet iz Ponove vasi

Se mi zdi, da mleko že dolgo ni več belo, prej bi rekel, da črno! Če ne bi imel še drugega vira dohodka - čebelarstva, ki je tudi bolj žalost kot ne in redno zaposlene žene, ne vem kako bi šlo. Lani je bilo grozno zaradi inflacije. Plačilni rok za mleko je bil 40 do 45 dni, za pitano govedo 15 dni, za plemenske telice pa 25 do 30 dni. Pri tri odstotni dnevni inflaciji si lahko vsak sam izračuna, kolikšna je bila realna vrednost naših pridelkov in našega dela. Ob tem pa mora kmet plačati na roko trgovcu za ves repromaterial, nadomestna dele za stroje, gnojila... To je kruta resnica. Že pri tako bedni ceni je bil izničen ves trud, ki si ga vložil v prirejo in v kmetijo.

Kar poglejte, za 1.821 litrov prvovrstnega mleka sem dobil, skupaj z deset odstotki dodatka za čistočo, reci in piši 3.210,00 dinarjev za november. Izplačano sredi decembra! Šest polnih mesecev bi moral oddajati toliko dobrega mleka, da bi z iztržkom lahko kupil mineralna gnojila! Če zaradi drugega ne, se bo mlečna in druga proizvodnja zmanjšala zato, ker kmetje cenovnih razlik preprosto ne prenesemo več. Sedaj gre za preživetje!

Milan Mesojednik, bivši predsednik odbora za mlekarstvo pri ŽPS, svetovalec v M—Ljubljanskih mlekarnah

Pred kratkim je bil ustanovljen nov odbor za mleko in naš zaključuje z delom. Novi odbor je neposredno pri Izvršnem svetu SR Slovenije, ustanovljen pa je bil na osnovi zakona o ukrepih za zagotavljanje prireje, predelave in oskrbe z mlekom in mlečnimi izdelki (Ur. l. SRS 42/89).

V tem novem odboru so trije predstavniki rejcev goved, en predstavnik kmetijskih zadrug in drugih organizacij, ki odkupujejo mleko, en predstavnik mlekarne, en predstavnik trgovskih organizacij in dva predstavnika IS SRS. Nihče izmed njih ni iz PS Mercator - so nas kljub velikosti in pomenu prezrli.

Ta odbor bo sedaj določal cene mleka glede na izračune stroškov, ki jih pripravlja Kmetijski inštitut Slovenije. Tako je določil, da je cena litra mleka za januar 3,72 dinarja. Odbor pa cene mleka valorizira tudi glede na gibanje maloprodajnih cen v Jugoslaviji od 15. v mesecu do dneva izplačila rejcem.

Prej smo odkupno ceno določali na osnovi modelne kalkulacije, ki jo je pripravil KIS. Vsak konec meseca smo imeli mlekarji sestanek, na katerem smo premleli podatke IS—a in nato določili ceno, ki naj bi jo mlekarne izplačale prihodnji mesec. Na tej osnovi so bile izračunane tudi maloprodajne cene mleka in mlečnih izdelkov. Razliko do modelne kalkulacije pa smo pokrivali s sredstvi republiškega sisa za proizvodnjo hrane in premijami za mleko.

Rad bi poudaril, da je bil izmed vseh tovrstnih republiških sisov ta edini v Jugoslaviji, ki je odigral svojo vlogo tako, kot si jo je zastavil. Njegovim intervencijam in denarju, ki ga je dajal, se moramo zahvaliti, da proizvodnja mle-

ka v Sloveniji ni še bolj upadla. Res pa je tudi, da je kmet bil zaradi hiperinflacije prikrajšan!

V mlekarnah smo večkrat skušali uvesti večkratno izplačevanje, a to zaradi velikega števila trgovskih organizacij ni bilo mogoče. Ni se dalo skleniti dogovora z njimi, da bi skrajšale rok plačila za pasterizirano mleko. Vse po vrsti so se držale zakonskega roka plačila in nobeni ni prišlo na misel, da bi mleko, ki ga je že prodajala, kaj prej plačala!

V Sloveniji prodamo sicer le 18 odstotkov pasteriziranega mleka, vse ostalo predstavljajo siri, jogurti in drugi izdelki, kjer je tehnološki proces izdelave daljši in so tudi dogovori s trgovci glede plačila drugačni kot za pasterizirano mleko. Pri teh izdelkih je večja konkurenca in trgovci upoštevajo tržne zakonitosti.

Večkrat slišimo, da bi lahko mi, mlekarji, poiskali notranje rezerve. Teh pa ni veliko. Lani se je skupno število zaposlenih v M—Ljubljanskih mlekarnah zmanjšalo za 28 delavcev, tako nas je sedaj 1.159, od česar jih je v neposredni mlekarški proizvodnji okoli 400. Povprečni osebni dohodek v mlekarnah je bil novembra 3.300,00 dinarjev. Odkup mleka v lanskem letu je bil 121.059.458 litrov, indeks 97,3.

Naj dodam, da je problem tudi to, da v Sloveniji pridelamo več mleka kot ga republika potrebuje. Te viške mleka in mlečnih izdelkov moramo plasirati izven Slovenije, kar je izredno težko, ker s cenami nismo konkurenčni. Če bi imeli toliko mleka kot ga potrebujemo samo za Slovenijo, oziroma celo nekaj manj, tudi s cenami ne bi bilo problemov. Te bi bile višje - tako odkupne, kot prodajne.

Liska, daj kakao!

**Franc Prvinšek, podpredsednik PO PS Mercator**

Mleko in mlečni izdelki predstavljajo v prometu trgovine na drobno kar pomemben delež. V strukturi prehranske trgovine je to 12 do 15 odstotkov od skupnega prometa z živili. Od tega odpade na pasterizirano mleko okoli 30 odstotkov. Marža maloprodajne mreže za to mleko je 13 odstotkov, kar pomeni, da celih 87 odstotkov dobijo kmet, mlekar in zadruga.

Res je, da je bila marža v času administrativnega določanja cen le 5 do 6 odstotkov, kar je bilo absolutno premalo. Še sedaj je marža za pasterizirano mleko nižja od dejanskih stroškov, ki jih ima trgovina z njegovo prodajo in znašajo skupaj 15,2 odstotka maloprodajne cene. Vendar pa se marže za mlečne izdelke gibljejo med 20 in 25 odstotki in iz teh marž za mlečne izdelke pokrivate razliko pri pasteriziranem mleku.

Promet z mlečnimi izdelki in mlekom pa od trgovine zahteva poseben režim prodaje - hladilno tehniko in več živega dela, kar vse vpliva na stroške poslovanja.

V pogojih tržnega gospodarjenja je povsem nesprejemljivo, da se v reprodukcijski verigi pogovarjamo o deležih posameznega udeleženca v prodajni ceni izdelka. Trg in konkurenca na trgu morata biti tisto, ki priznava proizvajalcu in trgovini ceno proizvoda in trgovske storitve, se pravi maržo. Kljub temu pa mleko kot osnovno živilo ne moremo in ne smemo povsem prepustiti tržnim zakonitostim. Tega se trgovci dobro zavedamo, kar se kaže tudi pri marži, ki ji nižja od realne.

Sklepi, sprejeti na ustanovni skupščini

Ustanovna skupščina Poslovnega sistema Mercator, d.d. Ljubljana je sprejela naslednje sklepe:

1. Ugotovitevni sklep, da je Poslovni sistem Mercator, d.d., ustanovljen. Ustanovilo ga je 64 podjetij, njegov kapital znaša 73.633. 142 ECU-jev.
2. Za vršilca dolžnosti predsednika poslovnega odbora Poslovnega sistema Mercator se imenuje Miran Goslar, za vršilca dolžnosti njegovega namestnika Tone Mastnak.
3. Poslovni odbor Poslovnega sistema sestavlja še pet podpredsednikov, in sicer: za razvoj, za trženje, za finance, za ekonomiko, informatiko in splošne zadeve ter za kmetijstvo.
4. Za vršilce dolžnosti podpredsednikov se imenujejo: Mitja Ponikvar (za razvoj), Franc Prvinšek (za trženje), Draga Vaupotič (za finance), Rika Germ-Metlika (za ekonomiko, informatiko in splošne zadeve), Slavko Glinšek (za kmetijstvo).
5. Razpisna komisija v sestavi: Jože Čandek, Mercator-Rožnik, Alojz Franc, Mercator-Eta, Janez Elikan, Mercator-Hotel Ilirija, Slavko Nemanič, Mercator-KZ Metlika in Franc Tomanič, Mercator-Izbira Panonija, poskrbi za izvedbo razpisnega postopka za imenovanje članov poslovnega odbora Poslovnega sistema Mercator.
6. Za člane nadzornega odbora Poslovnega sistema Mercator se imenujejo: Uroš Gros, Mercator-Konditor, Anica Lukaček, Mercator-Zarja, Mitja Marinšek, Mercator-Mednarodna trgovina, Ciril Jarnovič, Mercator-Standard, Bruno Miklavec, Mercator-Trgoavto, prof. dr. Krešo Puharič (Ekonomski fakulteta Ljubljana). Sedmega člana odbora imenuje delavski svet podjetja Mercator, d.d.
7. Za člane odbora za finance se imenujejo: Staniša Bujšič, Mercator-Trgoavto, Tone Čebašek, Mercator-KZK Gorenjske, Janez Debeljak, Mercator-Mesoizdelki, Marija Kolšek-Trobenčar, Mercator-Grmada, Janez Kužnik-Mercator-KZ Krka, Franc Lasič, Mercator-Izbira Panonija, Jadranka Milat, Mercator-Agrokombinat, Ludvika Marenče, Mercator-Sadje zelenjava, Eta Savič, Mercator-Mednarodna trgovina, Ivanka Slak, Mercator-Emba, Vida Poličnik, Mercator-Blagovni center, Lea Kastelec, Mercator-Ljubljanske mlekarne. Odbor dela na podlagi pooblastil, ki jih določa skupščina za tekoče izvajanje finančne politike Poslovnega sistema Mercator.
8. Skupščina določa pooblastila Poslovnemu sistemu Mercator, d.d. (podjetju Mercator) za nastopanje v pravnem prometu v okviru skupnih funkcij v svojem imenu in za račun članic pri določenih poslih (n.pr.: dajanje garancij na poslovanje v blagovnem prometu in finančnem poslovanju, sklepanje vseh vrst pogodb, ki zadevajo finančno poslovanje, itd.).
9. Skupščina začasno soglašala z uresničevanjem plana Poslovnega sistema Mercator za leto 1990. Do naslednjega zasedanja skupščine je treba predloženo besedilo plana uskladiti s pripombami, povedanimi in sprejetimi v razpravi.

Prva podjetniška skupščina

Jože Kopušar

Delniška družba Mercator—Rožnik ustanovljena

Koncem lanskega leta smo v Mercator—Rožniku končali razprave o možnostih in načinu organiziranja tozdiv v tržnih pogojih gospodarjenja. Tozdi so postali delniške družbe in za nadaljevanje uresničevanja skupnih interesov in ciljev ustanovili združeno podjetje Mercator—Rožnik kot delniško družbo.

O predlogu reorganizacije so na referendumih, ki so bili opravljeni 24. in 25. novembra, glasovali tudi delavci tozdiv.

Za samoupravni sporazum o reorganizaciji DO Mercator—Rožnik je v Dolomitih glasovalo 72,6 %, v Golovcu 68,1 %, v Grmadi 89 %, v Savici 93,3 %, v Preskrbi 94 %, v Trgoprometu 78,3 %, v Jelki 98 % in v Gradišču 93 % delavcev.

Beograd po svojih prilikah

Žal referendum ni uspel le v tozdu Veleblagovnica v Beogradu.

Na prvem referendumu 24. novembra je za predlagano reorganizacijo v tem tozdu glasovalo 111 delavcev, proti pa jih je bilo 159.

Na ponovljenem referendumu 12. decembra pa je "ZA" glasovalo le še 12 delavcev. Izid referenduma nas je presenetil, saj so se najodgovornejši delavci tega tozda v razpravah o reorganizaciji zavzemali za nadaljevanje skupne poti v okviru Mercatorja.

Ocenjujemo, da je takšna odločitev posledica trenutnih političnih odnosov v državi, ki ignorirajo gospodarsko—tržne koristi organiziranja in poslovanja pod krovom PSM. Dejstvo je, da je bila Veleblagovnica v Novem Beogradu zgrajena z denarjem Mercatorja, zato smo jim že pisмено sporočili, da bomo morali v skladu z 193. členom Zakona o podjetjih medsebojna razmerja, ki se nanašajo na lastninsko—pravne in druge odnose, ki so nastali v skupnem poslovanju in delu, urediti po določilih samou-

pravnih sporazumov o združevanju v SOZD MERCATOR—KIT in DO MERCATOR—ROŽNIK.

Ko so delavski sveti tozdiv tudi formalno ugotovili izide referendumov, smo 13. decembra sklenili in podpisali Pogodbo o ustanovitvi združenega podjetja MERCATOR—ROŽNIK kot delniške družbe v družbeni lastnini. Soustanovitelj združenega podjetja je tudi POSLOVNI SISTEM MERCATOR.

MERCATOR—ROŽNIK, delniška družba

Članice združenega podjetja in združeno podjetje kot podsi- stem so vključene v POSLOVNI SISTEM MERCATOR.

V MERCATOR—ROŽNIK—u bomo za doseganje ciljev združevanja in uresničevanja skupnih interesov opravljali za ustanoviteljice naslednje dejavnosti:

- poslovne storitve / poslovna in komercialna koordinacija, opravljanje pravnih poslov, investicijske programe in plansko—

analitska dela, kalkuliranje cen, kontrola poslovanja prodajaln, opravljanje zavarovalnih del, prodaja prehrabnih bonov,

- proizvodno—servisne dejavnosti / spremljanje tehnološkega razvoja trgovine, načrtov in izvedba adaptacij prodajaln, proizvodnja in popravila lesene opreme, vzdrževanje in servisiranje vseh vrst trgovinske opreme,

- druga opravila po naročilu ustanoviteljic.

Delavci združenega podjetja bomo pretežni del prihodka pridobivali z zaračunavanjem storitev ustanoviteljicam, le manjši del potrebnih sredstev pa bodo članice v tem in naslednjem letu še združevale proračunsko.

Ustanovni kapital

Za uresničitev ciljev združevanja, začetek dela in poslovanja združenega podjetja so članice MERCATOR—ROŽNIK—a vpisale, vplačale in prenesle na začetni poslovni kapital združene-

ga podjetja 16,5 % svojih trajnih poslovnih sredstev. Od teh skupnih rezerv so članice za tekoče poslovanje združile v povprečju 5,48 % sredstev ali 1.057.519 ECU, za kapitalne povezave pa v povprečju 11,02 % sredstev ali 2.096.877 ECU, tako da znaša osnovna glavnic MER-CATOR—ROŽNIK—a 3.154.396 ECU.

Pogodba določa, da mora združeno podjetje 11,02 % sredstev za kapitalne povezave takoj in v celoti vložiti kot trajno naložbo nazaj članicam, ki so ta sredstva združila.

Na osnovi tako urejenih kapitalnih povezav so določena tudi medsebojna upravljalna razmerja v skupščinah, ki so najvišji upravljalni organ delniških družb in udeležba na dobičku združenega podjetja.

Poleg navedenega vsebuje pogodba še določila o organizaciji, pooblastilih in nastopanju v pravnem prometu, določila o premoženjskih in upravljalnih pravicah članic, POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR in združene- nega podjetja, določila o organih upravljanja in nekatere druge za- deve.

Prva skupščina podjetja

18. januarja smo imeli tudi že ustanovno skupščino, ki so se je udeležili vsi predstavniki (direktorji) in predstavnik PSM Uroš Gros.

Po ureditvi postopkovnih za- dev so družbeniki najprej poslušali poročilo v.d. direktorja Jožeta Čandka o poteku ustanavljanja združenega podjetja, zatem so sprejeli ugotovitveni sklep, da so opravljena vsa dejanja za ustanovitev delniške družbe, imenovali nadzorni odbor družbe (Moja Brkinjač iz Mercator—Golovca - predsednica, in člana Peter Mohar iz Mercator—Grma- de in Andreja Bugonič iz Mercator—Rožnika), za direktorja združenega podjetja so imenovali Jožeta Čandka, za njegovega namestnika pa Jožeta Kopušarja, za predstavnika združenega podjetja v POSLOVNEM SISTE- MU MERCATOR in pri članicah Mercator—Golovec, Mercator—Savica, Mercator—Trgopromet in Mercator—Jelka so imenovali Jožeta Čandka, pri članicah Mercator—Dolomiti, Mercator—Grmada, Mercator—Preskrba in Mercator—Gradišče pa Jožeta Kopušarja.

Daljša razprava se je razvila ob sprejemanju letnega plana združenega podjetja, kjer so imeli predstavniki članic nekaj vsebinskih pripomb.

Zato je bilo dogovorjeno, da bomo plan sprejemali na prvi redni skupščini združenega podjetja, dogovorili pa smo se za način zaračunavanja storitev in plačevanja stopenj za 1. trimesečje.

Z izpeljavo ustanovnih skupščin smo, razen statutih podjetij, ki jih bomo sprejemali februarja, zaključili reorganizacijska opravila in organizirali naše poslovanje, vodenje in upravljanje podjetij v skladu z določili Zakona o podjetjih, ki je uvedel tržno gospodarstvo, enakopravnost lastninskih oblik in svobodno podjetništvo. Mislim, da v Rožniku ta postopek ni bil le formalno usklajevanje naše organiziranosti z načeli Zakona o podjetjih, ampak tudi vsebinsko dejanje, ki naj prinaša večje ekonomske učinke in poslovanju, večjo odgovornost za lastno poslovanje in hitrejši razvoj.

V starem, nova...

Andrej Dvoršak

... železnina v Ribnici

Mercator—Jelka iz Ribnice se trudi v starih objektih urediti trgovine tako, da so v ponos njej in vsem Ribničanom. Iz starega je v manj kot letu dni zrasla nova trgovina.

Mercator—Jelka Ribnica je 4. januarja odprla prenovljene prostore trgovine z železnino, gradbenim in instalacijskim materialom. To je bila po letu 1975, od vključitve Jelke v Mercator, že šesta nova oziroma prenovljena prodajalna.

Do nove trgovine je prišla Jelka z nakupom dela stare zgradbe, ki jo je povsem prenovil Pionir iz Novega mesta - trgovinski del po zahtevah Jelke in Zavoda za spomeniško varstvo. Celotna preureditev stare hiše je potekala dokaj hitro. Od prvih razgovorov o nakupu do storitve je minilo manj kot leto. Prvotno so v Jelki nameravali kupiti celotno zgradbo, tako da bi v pritličju imeli trgovino, v nadstropju pa nove, nujno potrebne poslovne prostore za upravo. Pa ni bilo denarja in na koncu so postali le lastniki pritličja, medtem ko so nad trgovino namesto poslovnih prostorov stanovanja.

Nova trgovina ima 228 kvadratnih metrov skupne površine, od tega le 140 kv. metrov prodajne, ostalo pa so skladišča in pomožni prostori. Vrednost trgovine je okoli 463.000 DEM oziroma 3,3 milijone konvertibilnih dinarjev, pri čemer je znaten delež tudi združenih sredstev članic Mercatorja.

Ob otvoritvi je bila nova železnina zelo domiselno aranžirana, za kar ima največ zaslug Bernarda Tkalec, aranžerka Jelke, pa tudi Studio za EP bivšega sozda, ki jim je priskočil na pomoč.

Najbolj vesela pa je bila nove trgovine poslovodki-

nja Vladislava Dovžan, ki se je pred 33 leti izučila za

trgovko v ribniški železnini in ni nikoli spremenila ne poklica ne dejavnosti, za katero se je izučila. Kot je dejala, je končno prišla v pravo trgovino, takšno, ki

bo v ponos podjetju, v kateri bodo kupci lahko izbirali med široko ponudbo blaga in v kateri bodo delavci imeli zadovoljive delovne pogoje.

Spomeniško zavarovan objekt daje streho ribniški Železnini.



Mercator—Agrokombinat Krško - podjetje

Andrej Dvoršak

V podjetju večja učinkovitost in večji dobiček

"Že vrsto let smo ugotavljali, da nam naša razdrobljenost v tozde onemogoča hitrejši razvoj in učinkovitejše poslovanje. Razmišljali in razpravljali smo o reorganizaciji še pred izidom zakona o podjetjih. Z njim je zadeva čez noč dozorela. Postali smo podjetje s poslovnimi enotami," sta nam o reorganizaciji povedala Ivan Kozole, direktor Mercator—Agrokombinata in Stane Tomazin, predsednik komisije za reorganizacijo.

Vse skupaj sicer ni bilo tako preprosto kot sta dejala, a cilj, ki so si ga zastavili, so dosegli. Referendum o preoblikovanju je odlično uspel. Od 918 delavcev, vpisanih v volilni imenik, jih je glasovalo 832 oziroma 90,64 odstotka. "ZA" jih je bilo 780 ali 84,97 odstotka od skupnega števila, medtem ko je bilo od tistih, ki so se referendumu udeležili za preoblikovanje organizacije kar 95 odstotkov, pri kmetih celo odstotek več. To si štejejo v Agrokombinatu za posebno priznanje zaupanja, ki ga uživajo pri združenih kmetih - kooperantih.

"Preden smo razpisali referendum, smo vse sporne zadeve temeljito razčistili. Predvsem je bilo več nejasnosti pri kmetih, kajti zakona o zadrukah in lastnini še ni. Pa smo poklicali šest predstavnikov kmetov, vključno s predstavniki Kmečke zveze in se začeli dogovarjati kaj in kako. Potem, ko smo našli skupni jezik, ni bilo več zadržkov. Kmetje so plodno sodelovali pri nastajanju osnutka gradiva za javno razpravo in ko je ta stekla, so to gradivo tudi zagovarjali z argumenti, ki so jih že prej poudarjali," pravi Kozole. Videli so pač skupni poslovni interes!

Tako kot kmetje, so svoj interes našli v novi organiziranosti tudi delavci (580) Agrokombinata. Jasno jim je bilo, da novo podjetje ne bo le kozmetični popravek prejšnje delovne organizacije in tozdv, ampak bo omogočalo tudi boljše poslovanje in razvoj.

Kot smo izvedeli, so prej imeli razvojne oddelke v vsakem tozdu posebej. Dobri strokovnjaki so delali v njih, a vsak je skrbel le za svoje ozko področje. Problem drugih ni reševal. Niti ga ni

so zanimali niti ni tega od njega nihče zahteval.

V novi organizacijski shemi pa je ravno razvojni sektor eden temeljnih stebrov, ki naj bi omogočil celotnemu Agrokombinatu hitrejše napredovanje. V tem sektorju bodo združeni prav vsi strokovnjaki, ki so doslej reševali probleme posameznih tozdv.

Njihovo obsežno znanje in izkušnje pa bodo lahko izrabljali vsi deli podjetja.

Drug, nov pomemben sektor bo predstavljalo trženje. Ta sektor naj bi pripravljala raziskave tržišča in v določeni meri vplival na prilagajanje proizvodnje njegovim zahtevam. Tako bi omogočil še večji prodor proizvodov Agrokombinata na nova in stara tržišča. Pomembno mesto pri tem bo imelo ustvarjanje zunanje podobne podjetja in ustrezno komuniciranje s kupci, ki naj bi podobi Agrokombinata dalo še svetlejši sijaj.

Poleg omenjenih sektorjev bodo v okviru podjetja še trije: splošno kadrovski, plansko analitični in finančno računovodski. Teh pet sektorjev bo opravljalo storitve za vseh devet poslovnih enot, od katerih je vsaka navznoter strukturirana tako, da je možno hitro ugotoviti morebitne motnje v poslovanju.

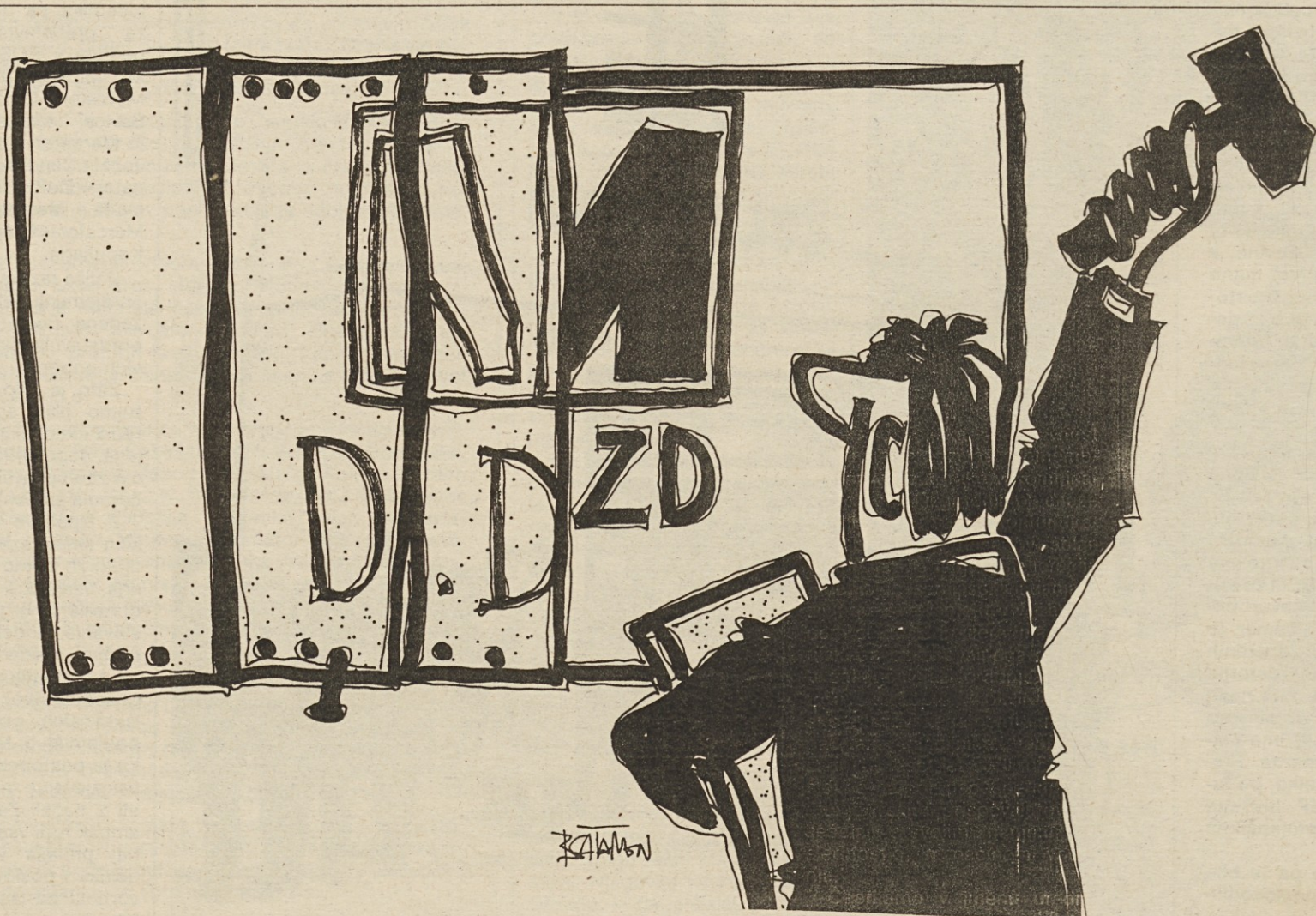
Vodilo M—Agrokombinata bo v prihodnje večja učinkovitost, večja produktivnost in večji dobiček. To pa bodo lahko zagotavljali le delavci, ki se bodo identificirali s svojim podjetjem in čutili tisto pripadnost, ki je v preteklo-

sti v mnogih kolektivih ni bilo in brez katere ni učinkovitega uresničevanja zastavljenih ciljev.

Med razvojne cilje, ki jih v Mercator—Agrokombinatu načrtujejo že za letošnje leto uvrščajo gnojilno—namakalni sistem, ki naj bi delno rešil ekološke probleme njihove prašičje farme, oroševalni sistem proti zmrzali na 42 hektarjih sadovnjaka pri Kostanjevici, dokončanje upravnega poslopja podjetja, prenovo trgovine Stari grad, priprave na novogradnjo klavnice, itd.

Ciljev jim ne manjka, volje tudi ne... denar... tudi ta se bo našel.

V Skladišču sajda - v sadovnjakih M - Agrokombinata zorijo slastna jabolka.



Izdajna mesta KLUBA MERCATOR

OBRATOVALNI CAS

1. POSLOVNI SISTEM MERCATOR, d.d.

Ljubljana, Titova 13

od ponedeljka do petka

ob sobotah

in

od 8,00 do 12 ure
od 14,00 do 18 ure
od 8,00 do 12 ure

2. MERCATOR-GRMADA

Kraigherjev trg 1

od ponedeljka do petka

ob sobotah

in

od 8,00 do 12,00 ure
od 14,00 do 18,00 ure
od 8,00 do 12,00 ure

Titova 137

od ponedeljka do petka

SP Trg Kom.Staneta 6, Lj.

od ponedeljka do petka

SP Majke Jugovicev 11, Lj.

od ponedeljka do petka

in

od 9,00 do 12,00 ure
od 14,30 do 17,00 ure

in

od 8,00 do 13,00 ure
od 16,00 do 18,00 ure

SP Slovenceva 23, Lj.

od ponedeljka do petka

SP Ljubljanska 24 b, Kamnik

od ponedeljka do petka

in

od 8,00 do 12,00 ure
od 15,00 do 17,00 ure

SP Kidriceva 5, Menges

od ponedeljka do petka

SP Kolodvorska 2, Domzale

od ponedeljka do petka

in

od 7,30 do 16,30 ure
od 7,30 do 19,00 ure

3. M-MEDNARODNA TRGOVINA

Konsign.trg.- Titova 36

od ponedeljka do petka
ob torkih

od 7,00 do 15,00 ure
od 7,00 do 17,00 ure

4. M-GOLOVEC

Uprava, Leninov trg 4, Lj.

od ponedeljka do petka
ob petkih

od 6,30 do 15,00 ure
od 6,30 do 14,30 ure

SP Gregorciceva 13, Lj.

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 11,00 do 16,00 ure
od 7,00 do 12,00 ure

SP Proletarska 4, Lj.

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 8,00 do 16,00 ure
od 8,00 do 12,00 ure

SP Agrokombinatska 2, Lj.

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 8,00 do 13,00 ure
od 7,00 do 12,00 ure

SP Trg oktober.rev.18, Lj.

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 8,00 do 19,00 ure
od 8,00 do 13,00 ure

SP Meistrova 3, Litija

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 7,00 do 19,00 ure
od 7,00 do 12,00 ure

COP Samoizbira Hudinja
Podjavorska 2, Celje

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 10,00 do 16,00 ure
od 8,00 do 12,00 ure

5. M - SAVICA

Uprava - Oraznova 12, Lj.

od ponedeljka do petka

od 8,00 do 13,00 ure

SP - Oskrba, Triglavsko 21
Bohinjska Bistrica

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 12,00 do 14,00 ure
od 11,00 do 12,00 ure

SP Hosiminova 15, Lj.

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 8,00 do 19,00 ure
od 8,00 do 13,00 ure

SP Pribinova 5, Lj.

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 8,00 do 19,00 ure
od 8,00 do 13,00 ure

SP Javorjev drevored 1, Lj.

od ponedeljka do petka

ob sobotah

in

od 8,00 do 11,00 ure
od 15,00 do 18,00 ure
od 7,00 do 11,00 ure

SP Golo 5, IG pri Lj.

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 7,00 do 14,00 ure
od 7,00 do 14,00 ure

SP DOBROVA
Vladimirja Dolnicarja 2

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 7,00 do 19,00 ure
od 7,00 do 14,00 ure

SP Polhov gradec

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 8,00 do 19,00 ure
od 7,00 do 14,00 ure

Delikatesa 42
C.svobode 2, Bled

od ponedeljka do petka

od 11,00 do 13,00 ure

Zelezna, Mencingarjeva 1
Bohinjska Bistrica

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 8,00 do 10,00 ure
od 8,00 do 9,00 ure

6. M - DOLOMITI

Tehn.trg.-Trnovski pristan 2, Lj.

od ponedeljka do petka

ob sobotah

in

od 8,00 do 12,00 ure
od 16,00 do 18,00 ure
od 8,00 do 11,00 ure

SP Dolenska c. 43, Lj.

od ponedeljka do petka

od 10,00 do 16,00 ure

SP Grosuplje, Adamiceva 11

od ponedeljka do petka

od 10,00 do 15,00 ure

Blagovnica, Cankarjeva 2,
Logatec

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 7,00 do 19,00 ure
od 7,00 do 12,00 ure

Blagovnica Vrhnika
Cankarjev trg 9

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 8,00 do 18,00 ure
od 8,00 do 11,00 ure

7. M - SADJE ZELENJAVA LJ.

Uprava - Poljanska 46 a, Lj.

od ponedeljka do petka

od 7,00 do 13,00 ure

8. M - KG KOCEVJE

Uprava - Kolodvorska 25, Kocevje
Kolodvorska 23 "

od ponedeljka do petka

od 6,00 do 14,00 ure

9. M - TRGOPROMET KOCEVJE

Uprava - Ljubljanska 18, Kocevje

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 6,00 do 12,00 ure
od 6,00 do 12,00 ure

Prodajalna Tehnika
Trg Zbora odposlanca 1, Kocevje

od ponedeljka do petka

in

od 8,00 do 12,00 ure
od 16,00 do 18,00 ure
od 8,00 do 12,00 ure

10. M - GRADISCE TREBNJE

Blagovnica Golijev trg 11
Trebnje

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 7,00 do 14,30 ure
od 7,00 do 12,00 ure

SP Mokronog, Pod gradom 10

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 7,00 do 18,00 ure
od 7,00 do 12,00 ure

Mercator "navail" na Maribor

Andrej Dvoršak

Treba bo z roko v roki

Novo leto je Mariborčanom prineslo nov prodajni center - trgovino, pizzerijo in bife, vse na novi avtobusni postaji in zavito v prelesne barve Mercatorja. Nova avtobusna postaja je vsaj po zunanosti na evropski ravni, njene storitve pa za to ravnijo še zaostajajo. Tudi nova Mercatorjeva trgovina je med najsoodnejšimi, kar jih poslovni sistem premore, o njenih storitvah bodo čez čas spregovorili kupci, a ne le oni... tudi Mercatorjeve organizacije, ki so za naložbo dale svoj denar.

Izidor Rejc, direktor M—Blagovna centra je v kratkem otvoritvenem govoru nanizal najbolj skope podatke o trgovini, daljša razmišljanja si je kot predstavnik organizacije z največjim vloženim deležem kapitala prihranil za drugo priložnost, če bo potrebno.

Tako je kakšnih sto prisotnih, ki jih je od strani ves čas budno opazovalo oko postavne, lahko slišalo, da smo se v Mercatorju že novembra 1988, torej še pred sprejetjem zakona o podjetjih, dogovorili o odstotkih za sovlaganje v skupni objekt. Kar 12 organizacij je prispevalo določene deleže, od trideset do 5 odstotkov.

S tako zbranim denarjem smo postavili pokonci sodoben gostinstvo trgovski poslovni prostor, velik 916,45 kvadratnih metrov, od česar odpade na trgovino 761,85 kvadratnega metra, na gostinski del pa 154,69 kvadratnih metrov. Kaj tako velikega si Mercator ne privoščiti vsako leto! Še cena: 1.857.000 DEM ali 13 milijonov konvertibilnih dinarjev.

Nekaj besed je o novih prostorih spregovoril še Mirko Košmerl, direktor M—Potrošnika iz Lenarta, podjetja, ki jih je prevzelo v upravljanje in bo skrbelo, da se bo v njih koval dobiček.

Zvedavi gostje, med katerimi smo zapazili Tomaža Kšelo, člana CK ZKS in župana Lenarta ter Maribora, se kar niso mogli začuditi novemu Mercatorju, ki so ga primerjali s podobnimi trgovinami preko meje, kar naj bi bil za nas kompliment.

Otvoritev je mirno minila, gosti so se razšli, mi pa smo čez kak teden šli prav k vsem dvanajstim direktorjem organizacij, ki imajo v novem Prodajnem centru svoje "delnice" in jim zastavili tri vprašanja:

Zakaj ste se odločili za sovlaganje? Kaj pričakujete od sovlaganja v novi Prodajni center? Kaj konkretno boste naredili za njegovo čimboljše poslovanje in ustvarjanje dobička?

Vseh odgovorov nismo dobili, vsaj takih ne, kot smo pričakovali. Eni sploh niso hoteli odgovoriti, drugi so nam prijateljsko svetovali, naj o tem raje povprašamo predsednika Mirana Goslarja, medtem ko so tretji povedali tohle:

Jože Vidmar in Primož Goslar, M—Investa

1. Mercator—Investa ima popolnoma drugačno dejavnost in druge poslovne interese kot je trgovina v Mariboru, zato se marsikdo lahko vpraša, zakaj smo se odločili za sovlaganje. Ocenili smo, da je lokacija zanimiva, na pomembnem kraju, z možnostjo parkiranja in prva trgovina Mercatorja v Mariboru, ki naj bi zbudila zanimanje kupcev.

Naš prvotni interes je bil v inženiringu poslu in izvajanju del. Za sovlaganje smo se odločili zato, ker smo bili prepričani, da je to dobra naložba in smo s tem dali zgled in korajžo ostalim. Želeli smo biti tudi v prvi skupni naložbi v novem duhu, ki temelji na novih ekonomskih kapitalnih odnosih.

2. Pričakujemo dober dobiček, kar menimo, da mora biti poglavito vodilo pri vseh vlaganjih.

Pričakujemo prodor Mercatorja z boljšo kakovostjo storitev in ponudbe v mariborski prostor, s tem pa gradnjo novih trgovin in lokalov, kjer bi bila Investa nosilka inženiringa.

3. Za boljše poslovanje in ustvarjanje dobička lahko naredimo zelo malo ali nič. Od upravljalca lokalov - Potrošnika in osebja v trgovini pričakujemo, da drži nivo storitev na višini, kar mora občutiti zaposleno osebje tudi preko nagajevanja pri osebnih dohodkih.

Prav tako od dobaviteljev izdelkov in blaga članic Mercatorja pričakujemo konkurenčno in kakovostno ponudbo.

Mirko Košmerl, M—Potrošnik, Lenart

1. Odgovor, zakaj smo se odločili za sovlaganje v novi Mer-

catorjevi trgovini in pizzeriji v Mariboru, bo verjetno najbolj objektivno, ko bodo nanj odgovorili sovlagatelji.

2. Kar pa se tiče našega podjetja, smo se za sovlaganje odločili zato, ker smo pač imeli na Štajerskem največ korajže.

3. Od sovlaganja v to trgovino pričakujemo, enako kot ostali sovlagatelji, pripadajoči delež dobička, ki nam pripada v odstotku deleža, s katerim smo udeleženi v sovlaganju. Seveda pa se pri tem zavedamo, da je predvsem od nas in od delavcev, ki so zaposleni v tem Prodajnem centru odvisno, kakšni učinki bodo doseženi v tej poslovni enoti.

Posebej nas skrbi odprtje Prodajnega centra v času, ko smo se soočili z ukrepi ZIS-a, med njimi zlasti z zamrznitvijo osebnih dohodkov, kar trgovini onemogoča večje nagajevanje delavcev, kar pa ima lahko negativne posledice na kakovost posrežbe in na odnos do potrošnika. Prodajni center je uvrščen tudi med dežurne prodajalne v Mariboru, tako da mora biti samopostrežba in galeranterija odprta vsak dan, tudi v soboto, od 7. do 21. ure, v nedeljo od 8. do 11. ure, bife in pizzerija pa vsak dan od 6. do 22. ure.

Zavedajoč se, da so ukrepi ZIS-a, ki jih bo vsekakor treba še dopolnjevati, zadnja priložnost za izhod Jugoslavije iz krize, pa ostajamo še vedno optimisti in si bomo vsestransko prizadevali, da bodo optimisti ostali tudi vsi delavci, ki delajo v tem Prodajnem centru ter se vsestransko angažirali za doseganje čimvečje realizacije in s tem razumljivo za ustvarjanje dobička. Prodajni center posluje komaj slab mesec in je gotovo v enem mesecu težko oceniti oziroma podati oceno za bodoče rezultate gospodarjenja, vsekakor pa bomo morali še bolj poudariti reklamo, poskrbeti za založenost galeranterije s tistimi izdelki, po katerih potrošnik povprašuje, zmanjšati pa ponudbo blaga, ki je ob realnem padanju kupne moči nedosegljivo za večino občanov.

Anica Lukaček, M—Zarja, Ormož

1. Trgovsko podjetje Mercator—Zarja je nosilec razvoja trgovine v občini Ormož, ki je dohodkovno dokaj revna, prevladu-

je kmečko prebivalstvo z relativno nizkim odstotkom zaposlenih. V bližnji prihodnosti ni pričakovati bistvenih sprememb.

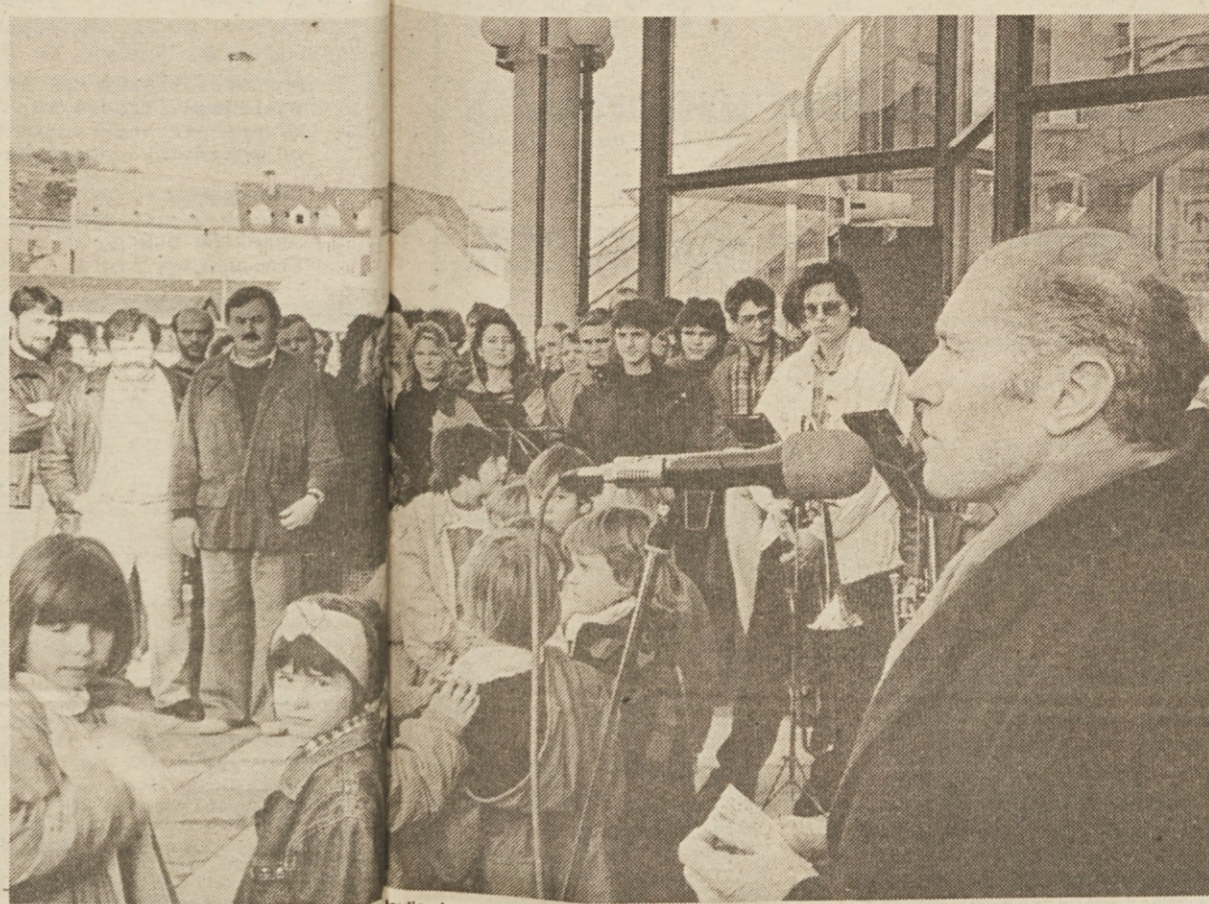
Za v preteklosti je podjetje iskalo dodatno kupno moč v sosednjih občinah, tako da je tam razvijalo svojo maloprodajno mrežo. Vključitev v naložbo v poslovne prostore na novi avtobusni postaji v Mariboru pomeni za Zarjo iskanje dohodkovno zanimivejšega okolja. V Ormožu imamo samopostrežno trgovino ob avtobusni postaji.

Na osnovi dobrega poslovanja na tej lokaciji nismo imeli pomslekov za naložbo na mariborski novi avtobusni postaji. V Mariboru je med zaposlenimi večje število vezanih na dnevno migracijo, zato se dnevno računa na avtobusih štiridesetstisoč potnikov.

2. Pričakujem, da bodo zaposleni v sodobno opremljenih poslovnih prostorih znali zainteresirati potnika in prislunhiti njegovim potrebam, ki se bo dnevno vračal in se mu bo vedno mudilo. Pozornost bo potrebna tudi mariborskemu kupcu, ki bi ga privabila ustrezna ponudba, potrežba in ugoden delovni čas.

3. Pri tej naložbi je zanimiva struktura sovlagateljev. Sodelujejo so štirje proizvajalci blaga, ki bodo neposredno ponudili svoje blago, da bo ponudba celovita pa bo skrbel M—Blagovni center Ljubljana, ki je pomemben sovlagatelj in tudi največji grosist v našem poslovnem sistemu. Na pet vlagateljev iz maloprodaje odpade 40 % investici-

je in 5 odstotkov na projektantsko organizacijo. Tako pestra struktura interesov in znanja bo lahko prispevala k taki ravni prodaje, da bo opozorila nase in privabila potnike in prispevala dopolnilno ponudbo za potrošnike iz Maribora.



Najtežji delničar - M - Blagovni center, njegova ob otvoritvi.

Pričakujem, da se bodo vlagateljem pričakovanja uresničila in se bo naložba v desetih letih povrnila.

Uroš Gros, M—Konditor

1. V času, ko smo se odločili za sovlaganje, je to pomenilo nekakšno začetno obliko delničar-

stva, ki pa še ni bilo povsem legalno. Nam je pomenilo nek nov iziv in novo izkušnjo, zato smo se tudi odločili za sovlaganje. To je bil istočasno izvrstni test za kasnejše podobne akcije.

2. Pričakujemo čimvečji dobiček.

3. Preko odbora sovlagateljev bomo skrbeli, da bo poslovanje in vse, kar je v zvezi z njim, dobro in na ustrezni visoki ravni, ker le če bo tako, uspehi, se pravi dobiček, ne morejo izostati. Pričakujemo pa tudi, da bo Zmajčkov butik izvrstnih slašči-

kušali poskrbeti tako, da jo bomo čimbolj oskrbovali z vsem našimi izdelki, tudi tistimi, ki jih je manj na tržišču in po katerih vlada večje povpraševanje. Na ta način bomo trgovini ustvarili renome in vplivali na večji promet, se pravi na dobiček.



Da firbec ne bo le na dan otvoritve!

Zunanost trgovine na mariborski avtobusni postaji.



Delničar je tudi Zmajčkov butik izvrstnih slašči. Lastnikov direktor je Uroš Gros.



osvojil Mariborčane. S kakovostjo svojih izdelkov in redno dobavo bomo skušali dvigniti renome tega prodajnega centra. Prepričan sem, da je bila naložba dobra in ob ustreznem upravljanju mora dati nadpovprečne rezultate.

Andrej Skrt, M—Golovec

1. Ko se je ponudila priložnost, smo jo hitro zgrabili, ker smo bili in smo še prepričani, da je poslovalnica na takšnem mestu, ki ga ne more nihče spregledati. To je prava zlata jama. Razmišljali smo celo, da bi sami prevzeli njeno vodenje, a nas je od tega odvrgla oddaljenost, ker bi zelo težko iz Ljubljane v Mariboru reševali kadrovske in drugo problematiko.

2. Od sovlaganja ne pričakujemo veliko.

3. Preko odbora sovlagateljev bomo zelo skrbno spremljali delo prodajnega centra in skušali nanj tudi vplivati. Menimo, da bi moral Prodajni center izkoristiti praznino v poslovnem času. Odprt bi moral biti neprekinjeno, predvsem pa se bi moral prilagoditi izmenam delavcev, ki prihajajo in odhajajo z avtobusi. Kje pa piše, da Mercator ne sme imeti dnevnih trgovin odprte 24 ur dnevno! Za kupca se je pač potrebno boriti, tudi s poslovnim časom, urejenostjo trgovine in prodajalcev, prijaznostjo ter široko ponudbo, prilagodeno kraju. Temu pa mora slediti vsaj od začetka tudi močna propagandna akcija preko vseh lokalnih medijev, da se ljudje navadijo na novo trgovino. Za to se bomo zavzemali v okviru naših pristojnosti.

2. Sovlaganje v Prodajni center Maribor je bila za nas dobra šola, vendar ne pomeni. Marsičesa smo se naučili, kar bomo v prihodnje, ko bodo nove naložbe temeljile na kapitalističnih povezavah bolj pogoste, morali vedeti. Delničarski pristop je neusmiljen, ker je cilj pač profit, ne pa reševanje socialnih problemov. Kajpak pričakujemo tudi dobiček, ki bi ga takšen objekt na takšni lokaciji, s tako močnim zaletjem mora dati.

3. Sami bomo za to poskrbeli predvsem s stalnim spremljanjem poslovanja in vplivanjem na sprotno reševanje vseh problemov, dosledno pa bomo skrbeli, da bo trgovina dobro založena in da se bo uresničevala posebna pogodba, ki je bila s tem v zvezi sklenjena.

Ivan Majerle, M—Mesna industrija

Na kratko: odločili smo se zaradi dobička in možnosti prodora na mariborsko tržišče. Za čimboljše poslovanje trgovine bomo

Izdajna mesta KLUBA MERCATOR

Nadaljevanje s 7. strani

Galanterija, Mirna		Blagovnica, Trzaska 16, Postojna	
od ponedeljka do petka	od 7,00 do 17,00 ure	od ponedeljka do petka	od 8,00 do 12,00 ure
ob sobotah	od 7,00 do 12,00 ure	in	od 15,00 do 18,00 ure
,11.M - KK SEVNICA		ob sobotah	od 8,00 do 12,00 ure
Zelevnina, Trg svobode 2 Sevnica		Blagovnica, Titov trg 6 d, Ajdovscina	
od ponedeljka do petka	od 7,00 do 18,00 ure	od ponedeljka do petka	od 8,00 do 14,00 ure
ob sobotah	od 7,00 do 12,00 ure	ob sobotah	od 8,00 do 12,00 ure
Trgovina, Poslovalnica 14, Krmelj		SP - Partizanska 72, Sezana	
od ponedeljka do petka	od 7,00 do 14,30 ure	od ponedeljka do petka	od 8,00 do 13,00 ure
ob sobotah	od 7,00 do 12,00 ure	ob sobotah - I. sobota	od 8,00 do 13,00 ure
,12.M - KK SEVNICA		22. M - DEGRO PORTOROZ	
KOC - Savska 20 b, Sevnica		Uprava, Seca 190 a, Portoroz	
od ponedeljka do petka	od 7,00 do 14,30 ure	Market 61, Cesta v Jagodje 2, Izola	
ob sobotah	od 7,00 do 12,00 ure	od ponedeljka do petka	
,13.M - STP METLIKA		Zelevnina, Ljubljanska 3, Koper	
Trg.na drobno Metlika C.Brat.in enot.57		od ponedeljka do petka	
od ponedeljka do petka	od 6,00 do 14,00 ure	ob sobotah - I. sobota	
,14.M - KZ CRNOMELJ		Blagovnica Jadro, Leninova 1, Piran	
Uprava, Kolodvorska 39, Crnomelj		od ponedeljka do petka	
od ponedeljka do petka	od 7,00 do 12,00 ure	23. M - TRGOAVTO KOPER	
,15.M - JELKA RIBNICA		Trgovina, C.JLA 25, Koper	
Uprava - Seskova 52, Ribnica		od ponedeljka do petka	
od ponedeljka do petka	od 6,00 do 14,00 ure	ob sobotah	
Blagovnica, Kolodvorska 2 a, Ribnica		(prva sobota delovna)	
od ponedeljka do petka	od 6,00 do 14,00 ure	24. M - KGZ SORA ZIRI	
I. sobota	od 6,00 do 13,00 ure	Zelevnina, Trg osvoboditve 1, Ziri	
16. M - STANDARD NM		od ponedeljka do petka	
Blagovnica, Glavni trg 3, NM		ob sobotah	
od ponedeljka do petka	od 6,00 do 13,30 ure	Market, C.31.diviz.47, ZIRI	
17. M - KZ KRKA		od ponedeljka do petka	
Blagovnica, Zabja vas 18, NM		25. M - RUDAR IDRIJA	
od ponedeljka do petka	od 6,00 do 14,00 ure	Blagovnica S.Rozmana 25, Idrija	
vsaka druga sobota	od 7,00 do 12,00 ure	od ponedeljka do petka	
Blagovnica, Zuzemberg 21		in	
od ponedeljka do petka	od 7,00 do 18,00 ure	ob sobotah	
ob sobotah	od 7,00 do 17,00 ure	SP - Trg 31.diviz. 2, Cerkno	
vsaka druga sobota	od 7,00 do 13,00 ure	od ponedeljka do petka	
18. M - PRESKRBA KRSKO		ob sobotah	
NC - C.Krskih zrtev 132, Krsko		I. sobota	
od ponedeljka do petka	od 8,00 do 14,00 ure	II.sobota	
ob sobotah	od 7,00 do 12,00 ure	od 7,00 do 19,00 ure	
19 M - NANOS		od 7,00 do 12,00 ure	
SP 43 - Stari trg, LOZ		26. M - MESOIZDELKI SKOFJA LOKA	
od ponedeljka do petka	od 7,30 do 18,30 ure	Uprava, Mestni trg 20, Skofja Loka	
ob sobotah	od 7,30 do 13,30 ure	od ponedeljka do petka	
Blagovnica 159, Cerknica C.4. Maja 50		Blagovnica, Maistrov trg 7, Kranj	
od ponedeljka do petka	od 7,00 do 14,00 ure	od ponedeljka do petka	
ob sobotah	od 13,00 do 19,00 ure	27. M - PRESKRBA TRZIC	
ob sobotah	od 7,00 do 12,00 ure	Uprava, Trg svobode 27, Trzic	
Uprava, I.G. Kovacica 5, Cabar		od ponedeljka do petka	
od ponedeljka do petka	od 11,00 do 13,00 ure	ob sredah	
ob sobotah - I. sobota	od 11,00 do 13,00 ure	od 6,00 do 14,00 ure	
20. M - KZ LOGATEC		od 6,00 do 16,00 ure	
Prodajalna, Tovarniska 3, Logatec		SP - St.Marie Mines 17, Trzic	
od ponedeljka do petka	od 8,00 do 12,00 ure	od ponedeljka do petka	
ob sobotah	od 16,00 do 19,00 ure	ob sobotah	
ob sobotah	od 8,00 do 12,00 ure	I. sobota	
21. M - NANOS TOZD IZBIRA POSTOJNA		II.sobota	
Uprava, Trzaska 59, Postojna		od 8,00 do 18,00 ure	
od ponedeljka do petka	od 7,00 do 14,30 ure	od 8,00 do 12,00 ure	
		od 8,00 do 15,00 ure	
		28. M - STP HRASTNIK	
		Blagovnica Hrastnik	
		Trg Franca Kozarja 1	
		od ponedeljka do petka	
		ob sobotah	
		od 8,00 do 18,00 ure	
		od 7,00 do 11,00 ure	

Treba bo z roko v roki

Nadaljevanje z 9. strani

Vinko Ravbar, M—Dolomiti

1. Sistem sovlaganja naj bi bil sistem dela v poslovnem sistemu Mercator, d.d. Tu gre predvsem za investicije, ki so izven območja našega podjetja, se pa kažejo kot koristne in dobičkonosne.

2. Pričakujemo, da bo imel Prodajni center Maribor dober promet, za kar ima objektivne pogoje in da bomo na osnovi prometa deležni dela dobička, skladno z našim sovlagateljskim vložkom.

3. Organizacijo dela smo sicer prepustili M—Potrošniku, kar pa ne pomeni, da se sedaj ne bomo več brigali za delo te poslovalni-

ce. Skupaj z drugimi sovlagatelji bomo budno spremljali, kaj se v Mariboru dogaja in če bomo zaznali kakršnekoli motnje, bomo takoj ustrezno ukrepali preko odbora sovlagateljev. Preveč denarja je bilo vložnega, da bi sedaj izpustili Prodajni center izpred oči, čeprav je v Mariboru.

Rika Germ—Metlika, podpredsednica PO PSM

Prodajni center v Mariboru je pri nas prvi primer kapitalskih naložb na osnovi interesov posameznih sovlagateljev. V bodoče bo večina investicij temeljila na tej osnovi in ne na posojilnih, kot v polpreteklem obdobju. Za Mercator je to sorazmerno majhna naložba, a izredno pomembna. Bila je preizkus naših internih povezav na osnovi kapitala, so-

lastništva, SAMOUPRAVLJANJA in soudeležbe na dobičku.

Vedeti moramo, da bo v prihodnje takšno sovlaganje na osnovi kapitala potekalo v vseh smereh. Po eni strani bo Poslovni sistem Mercator, d.d. vlagal lasten kapital v posamezne naložbe, po drugi strani pa bodo njegove članice skladno s svojimi interesi, mimo sistema Mercator, vlagale kapital v tiste naložbe, od katerih si bodo obetale takšne ali drugačne koristi.

Uspeh ali potop odvisen od ljudi

Stanislav Klemenčič—Saražin

V Mariboru tudi za prestiž

Upravljanje in poslovanje skupne naložbe je v imenu delničarjev prevzelo podjetje Mercator—Potrošnik Lenart.

Tak objekt in še v tako zahtevni potrošniški okolici zahte-

va - Mariborčani to tudi pričakujejo - posebno skrbno izbra-

no ponudbo in postrežbo. Zavedati se moramo, da gre v objektu, umeščeni v jedro domicilne konkurence, za razbijanje monotonosti ponudbe do-

mačih trgovcev in za prezentacijo popolne ponudbe iz Mercatorjeve proizvodnje in prodaje. To zahteva korajžne in usposobljene delavce, ki jih brez ustreznih "obljub", ni mogoče dobiti. Vendar pa je Mercator—Potrošnik zbral ekipo, ki ji načeloma lahko zaupamo, moramo pa jo še dobro izšolati na vseh področjih dela - od naročanja do ustreznega oblikovanja ponudbe in postrežbe kupcev.

V novem objektu je dovolj prostora za različne predstavitve novih izdelkov, za pakušine in za vse drugo, kar naj bi pritegnilo pozornost Mariborčanov in jih spremenilo v stalne kupce.

Prezgodaj je še, da bi po nekaj tednih dali oceno o uspešnosti in bodočnosti novega prodajnega centra. V samem objektu tudi še niso urejene komunikacijske poti, kar prav gotovo vpliva na obisk prodaj-

jalne. Zato bi bile nove pobude ali pa vsaj njihovo večje število, za pozornost potrošnikov, dobrodošle.

Ob tem pa trgovina pa ne sme ostati niti en sam samcat dan nepreskrbljena z izdelki, ki že sedaj in tudi v prihodnje pomenijo njeno trajno ponudbo. Ponudbo, ki bo ogledalo Mercatorjeve poslovne in delavnosti. Prav to terja posebno skrb internih proizvajalcev in glavnega dobavitelja ljubljanskega Mercator—Blagovnega centra. Vsekakor bo treba v primeru nepravočasne ali pomankljive oskrbe zagotoviti posredovanje štajerskega grozista Mercator—Izbire Panonije. Ta vez bo gotovo potrebna, da se v novo trgovino ne bodo naselili zunanji grosisti.

Dobiček sovlagateljev bo odvisen tudi osebne prizadevanja in dela, in prav to dvoje velja na začetku poslovanja v novem okolju posebej poudariti.

Notranjščina.



29. M - IZBIRA PANONIJA, PTUJ

Blagovnica, Titov trg 8, Ptuj

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 8,00 do 18,00 ure
od 8,00 do 11,00 ure

30. M - POTROŠNIK, LENART

Blagovnica, Partizanska 1, Lenart

od ponedeljka do petka
ob sredah

od 7,30 do 14,00 ure
od 7,30 do 16,00 ure

31. M - UNIVERZAL LENDAVA

Uprava, Partizanska 22, Lendava

od ponedeljka do petka
I. sobota

od 7,00 do 15,00 ure
od 7,00 do 15,00 ure

32. M - SLOGA GORNJA RADGONA

Uprava, Partizanska 16, G.Radgona

od ponedeljka do petka
ob sredah

od 7,00 do 14,00 ure
od 7,00 do 16,00 ure

33. M - ZARJA, ORMOZ

Uprava, Kolodvorska 4, Ormoz

od ponedeljka do petka
ob sredah

od 7,00 do 14,00 ure
od 7,00 do 15,00 ure

34. M - OGRAD ORMOZ

Uprava, Kolodvorska 7, Ormoz

od ponedeljka do petka

od 6,00 do 14,00 ure

35. M - MODNA HISA MARIBOR

Blagovnica, Partizanska 3-5, Maribor

od ponedeljka do petka
ob sobotah

od 8,00 do 18,00 ure
od 8,00 do 11,00 ure

Priznanje Posavcev

Medobčinska gospodarska zbornica Posavja je svoje malo priznanje podelila direktorju Mercator—Kmetijskega kombinata Sevnica, **Albinu Ješelniku**.

Lani je Kombinat dobil sodovo nagrado kot priznanje za uresničevanje razvoja in za ugled, ki ga uživa v okolju, kjer

Albin Ješelnik, dober gospodar - še toča mu ne gre na roko (je tudi predsednik SIS za obrambo pred točo).



dela in živi, direktor Kombinata, Albin Ješelnik, pa najvišje priznanje občine Sevnica - grb občine, ki ga je prejel kot prvi posameznik v občini. Letos se je temu priznanju pridružil še malo priznanje Medobčinske gospodarske zbornice Posavja, ki tri mala priznanja podeljuje najboljšim posavskim gospodarstvenikom. Veliko priznanje je letos dobila sevnška Lisca.

V utemeljitvi za podelitev malega priznanja je med drugim zapisano: "ves čas vodenja tovariš Ješelnik usmerja pozornost v obnavljanje, posodabljanje in povečevanje materialne osnove Kombinata in njegovi kadrovske prenovi. V razdobju zadnjih desetih let je razvojno—investicijska dejavnost stalna in intenzivna. Pomembne razvojne korake v Kombinat pomenijo izgradnja prve faze hladilnice za sadje, kontinuirano obnavljanje nasadov jablan in hmelja, vlaganja v melioracije kmetijskih zemljišč, vlaganja v živinorejske objekte v zasebnem sektorju in izgradnja kmetijskega oskrbovalnega centra. V zaključni fazi gradnje pa so trgovski prostori v okviru hotelsko—trgovskega centra in druga faza hladilnice. Obdobje zadnjih deset let sodi med poslovno najbolj uspešne in k temu je veliko prispeval tovariš Ješelnik s svojim znanjem, doslednostjo in načinom vodenja."

Čestitamo v imenu uredništva.

Prašičja farma v Krškem

Andrej Dvoršak

Lani prvič brez izgub, gnojevke pa za celo polje

Pred slabimi desetimi leti, ko je naše kraje zajela epidemija gradnjive veleprašičjih farm, se je tudi SOZD odločil za tako gradnjo. Tako, z zmogljivostjo 30 tisoč pitanih prašičev letno. Ko se je odločil za gradnjo, je res vladala svinjska suša - katastrofalno pomanjkanje svinjine. Od zamisli do končne izgradnje se je marsikaj spremenilo. Ko je bila farma končno odprta, je pred petimi leti poleg svinjine začela pridelovati še izgubo. Zdaj pa je dežurni krivec za vse ekološke probleme na Krškem polju.

Kaj vse ni botrovalo tem izgubam! Pa so pomanjkljivosti v M—Agrokombinatu Krško, v čigar sklop sodi farma, počasi odpravljali eno za drugo, ob izdatni pomoči takratnega sozda Mercator. Krepko smo se namučili. Kaj ne, ko pa so potem, ko je bila farma že zgrajena in so v njej krulili prvi tisoči pujsov ugotovili, da je postavljena na tistem delu Krškega polja, kamor se lepo steka meteorna voda, ker je polje pač nekoliko nagnjeno. Res, da se tega ne vidi s prostim očesom, a projektanti bi to že morali vedeti... Tako so se začele težave z ekologijo, ki jih še danes niso uspeli povsem rešiti.

Ravno te težave pa so še bolj pritiskale na ekonomičnost poslovanja. "Naš cilj je doseči nadpovprečne rezultate glede na ostale tovrstne farme v Sloveniji... To bomo skušali čimprej doseči," je dejal aprila 1986 tedaj novi direktor farme oziroma tozda Poljedelstvo, **Stane Tomazin**. Po nekaj letih smo farmo spet obiskali.

"Lani je bilo prvo leto, ko smo poslovali brez izgub, doslej pa je bila farma zasedena le z dvema tretjinama ali s tremi četrtinami zmogljivosti. Trenutno je zasedena s 15.000 rilci," nam je tokrat povedal Tomazin.

Zvedeli smo, da je bila za pretekla leta značilna tudi velika fluktuacija delavcev, saj se jih je

Zložba za namakalni sistem

Prašičja farma predela za okoli tisoč hektarjev zemljišč gnojevke. Po načrtu naj bi zgradili obsežen sistem za namakanje polj z vodo in gnojevko. Trenutno že poteka zložba okoli 800 hektarjev, 350 pa so jih komasirali že lani. Ta gnojilno namakalni sistem bo omogočal intenzivnejšo proizvodnjo hrane, predvsem zaradi namakanja, ki je na Krškem polju nujno, če hočemo večji pridelek. Dokazano je, da je ta v sušnih letih tudi za 40 % manjši.

kar tretjina zamenjala v enem letu. Te kadrovske težave so v veliki meri botrovale slabšim rezultatom. Lani je bilo prvič, da je bila fluktuacija nizka in da med 49 delavci, kolikor jih dela na farmi, ni preveč novih obrazov.

Menda so se tudi zato izboljšali rezultati reprodukcije in so sedaj v okviru slovenskega povprečja. Še vedno pa ima farma veliko težav z izgubami živali - poginom mladih pujskov, na kar vplivajo klimatske razmere. V Krškem je pozimi precej mraz in mladi pujski niso preveč odporni. Ta problem nameravajo rešiti tako, da bodo klimatizirali hleve.



Prašičja farma pri Krškem.

Najprej enega za poizkušnjo, če se bo pokazalo kot dobro, še ostale. V rokavu pa imajo še nekaj tehnoloških izboljšav, ki naj bi vplivale na večjo gospodarnost prireje in produktivnost, s čimer bodo ob enakem številu rilcev povečali proizvodnjo mesa za 10 odstotkov.

Pred časom so imeli težave tudi zaradi kužnih bolezni - TBC, ki pa so jih uspešno odpravili. Promet s pujsi teče sedaj normalno in v Krškem si prizadevajo, da bi si pridobili status razmnoževalne farme, kar je dohodkovno zanimivo.

Vse to jim bo verjetno uspelo, še največ težav pa bo zopet z ekologijo. Trenutno imajo v izdelavi projekte, ki naj bi nakazali ustrezne ekološke rešitve. Še naprej vztrajajo pri odvozu gnojevke na kmetijska zemljišča in temu se mora pač podrežati vse ostalo.

Novi projekti naj bi potrdili možnost izboljšati gnojevko, tako da jo bodo filtrirali preko slame in tropin. Na ta način naj bi zmanjšali vsebnost suhih snovi in gnojevka naj bi zato manj obremenjevala okolje. Organske snovi pa nameravajo kompostira-

ti in s pomočjo deževnikov predelati v organska gnojila, ki naj bi tudi dala nekaj dobička.

Prizadevanja farme so velika, a kaj ko je okolje še vedno ni sprejelo in je vprašanje ali jo sploh kdaj bo! Kadarkoli nastopijo ekološke težave z vodo iz Krškega polja, že je tu dežurni krivec - Mercatorjeva prašičja farma, če je ali pa ni kriva. Tako je bila obtožena, da je zaradi nje v vodi več nitratov... kasneje so ugotovili, da naša farma s tem nima popolnoma nič zveze... No, ja so jo pač še enkrat po krivem obtožili...

Adventna Modna hiša v Mariboru

Andrej Dvoršak

Iz spoštovanja do kulturne dediščine

Mercator—Modna hiša v Mariboru sodi med podjetja, ki izredno skrbno pazijo na svoj videz in urejenost. Poleg blaga, prijaznih prodajalcev, nepretiranih cen sta tudi urejena notranjost in zunanost trgovine elementa, ki kupca spodbudi, da odpre denarnico. Še posebej so to skrb za urejenost pokazali ob lanskem prvem uradnem Božiču.

Za urejenost izložb, trgovine in njene okolice skrbijo trije redno zaposleni aranžerji, občasno pa jim priskočijo na pomoč še dijaki srednje aranžerske šole. Vodja aranžerjev Slavko Bračič nam je ob našem obisku pred novim letom dejal, da že načrtujejo, kako bodo opremili in uredili trgovino za osmi marec, prvi maj in celo prihodnji Božič.

Letošnja prednovoletna dekoracija Modne hiše je bila nekaj posebnega... za našo socialistično stvarnost, v državah, kjer je revolucija malce manj posegla v človekovo intimo in v demokratičnih družbah, bi bila taka dekoracija nekaj povsem običajnega. V M—Modni hiši je decembra viselo izpod stropa 150 adventnih vencev iz slame, s svečkami. Nad stopnicami pa se je šopiril stoenaipetdeseti, s premerom skoraj dveh metrov, na njem pa so gorele tri električne žarnice. Za vsako adventno nedeljo po ena, četrte še niso prižgali...

"Adventni venec je star ljudski običaj. Družina ga je nekoč obesila v izbo v adventnem času - štiri nedelje pred Božičem. Vsako nedeljo so potem na njem pri-

žgali svečo in ob njej molili. Adventni venec predstavlja, tako kot Božič, neko domačnost, mir in prijaznost, ki sodita k temu prazniku. Domačnost, prijaznost in prijateljstvo pa so bile komponente, ki smo jih želeli v predbožičnem času poudariti v naši trgovini, zato smo se odločili, da za dekoracijo uporabimo adventne vence, del naše kulturne tradicije," je povedal **Slavko Bračič**.

Tako so se že poleti povezali s kmetom, ki jim je poskrbel ustrezno slamo, iz katere so jeseni spletli stopetdeset manjših in en velik venec. Okrasili so jih s klasjem in storži, ki so jih aranžerji sami nabrali.

Vse skupaj jih je stalo dvajset milijonov takratnih dinarjev, kar je dokaj poceni, glede na to, da je stala dekoracija podobne trgovine v Ljubljani, kjer so izpod stropov viseli angeli, desetkrat več.

V Modni hiši smo zvedeli še, da petkrat na leto popolnoma spremenijo notranji videz trgovine, vsakih 14 ali 21 dni pa menjajo videz izložb. Kupec se zato vedno počuti, kot bi prišel v novo trgovino, ki pa mu je vseeno zna-

na po svojih prijaznih prodajalcih in urejenosti.

V predbožičnem času je bila v Modni hiši še ena zanimivost: Božiček z veliko vrečko na hrbtu, ki so ga spremljale zvezdice, je kupcem, zlasti otrokom, delil

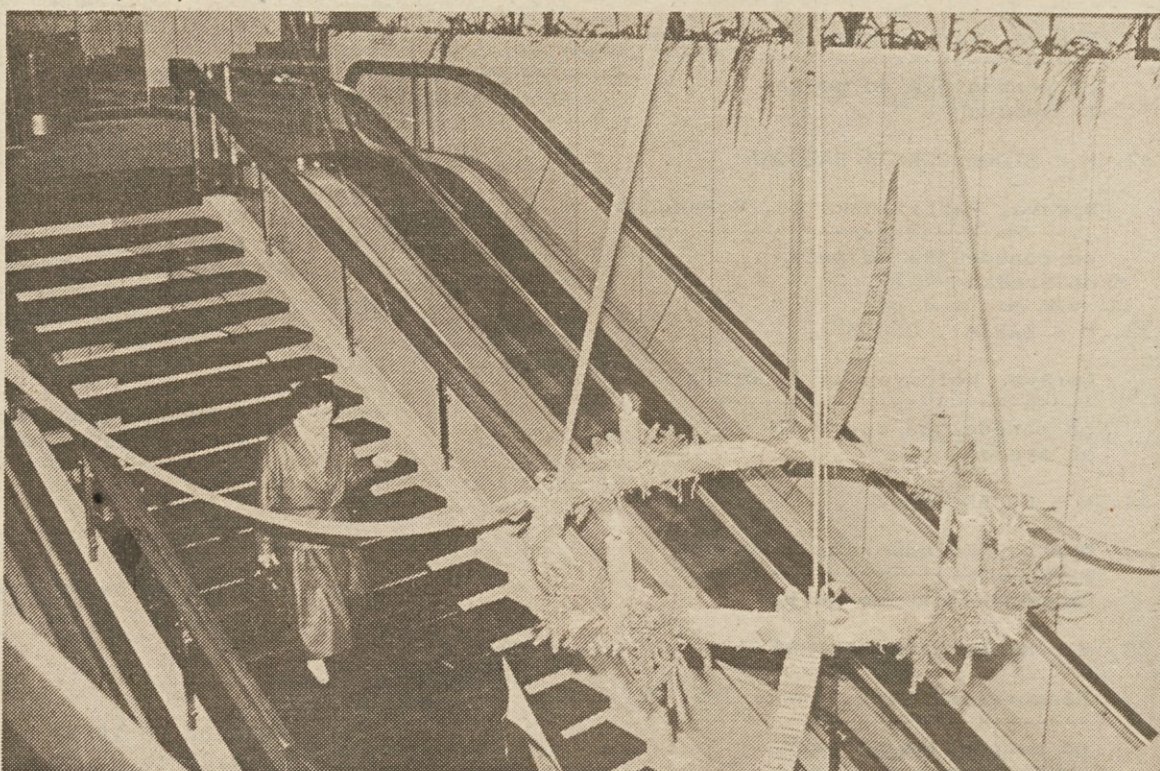
bombone, skupaj z novoletnimi voščili našega mariborskega kolektiva. Mnogo kupcev je prišlo v trgovino samo zato, da so razveselili svoje otroke, kupovali bodo kdaj drugič...

Tudi to je del poslovnosti.



Avtor novoletnega aranžiranja, Slavko Bračič.

Adventno razpoloženje v M—Modni hiši Maribor.



Klobase kar tako

Mesni izdelki naših podjetij so bili lani kar štirikrat pod lupo strokovnjakov Biotehniške fakultete v Ljubljani. O rezultatih treh smo vas že obvestili, najnovejši četrti pa so pred vami. Vsa ocenjevanja so bila opravljena po isti metodologiji in zato so rezultati med seboj primerljivi. Rezultati, dobljeni z ocenjevanjem 27.12.1989 so povsem primerljivi s tistimi, dobljenimi ob ocenjevanju 13. oktobra.

HRENOVKE

Pomemben napredek je v primerjavi s predhodnim ocenjevanjem dosegla Mercator—Mesna industrija iz Ljubljane. Njene hrenovke so bile ocenjene kot zelo dobre. Škofjeloške in jeseniške so sicer ocenjene nekoliko slabše, vendar še vedno dobre. Nekoliko se je popravila kakovost hrenovk iz novomeške predelave, kočevska kakovost pa se je pomembno poslabšala, saj so bile hrenovke iz Mesarije na meji sprejemljivosti. Pri teh izdelkih je komisija menila, da sta vonj in aroma izdelkov slaba, tekstura izdelkov v primerjavi z ostalimi, je tudi slabša.

Povprečna ocena za hrenovke znaša 33,2 točki (dobro), kar pomeni, da se je kakovost hrenovk izboljšala za en razred, pri prejšnjem ocenjevanju so hrenovke dobile 32 točk.

KRANJSKE KLOBASE

Nekaj boljša kakovost je sicer ugotovljena. Posebnih pripomb kranjska klobasa Mercator—Mesne industrije Ljubljana

ni bila deležna, saj je bila daleč najboljše v primerjavi z ostalimi izdelki. Kot dobra je bila ocenjena tudi klobasa iz jeseniške Klavnice, vendar pa je bila surovina premalo dobro očiščena, v aromi pa je komponenta dima preveč prevladovala. Za razred slabše so klobase iz Mesoizdelkov in Mesarije. Komisija je imela pripombe na nezadostno prekajevanje, slabo aromo in preveliko vsebnost »prata«. Najslabše se je odrezala kranjska in novomeške Predelave in to predvsem zaradi bledega zunanega videza, slabega prekajevanja, povsem prazne arome.

Kljub vsemu so klobase boljše za dve točki v primerjavi s prejšnjim ocenjevanjem, kar kaže, da bi se ta skupina izdelkov lahko prebila v višji kakovostni razred.

POSEBNE KLOBASE

Kakovost je v primerjavi s prejšnjim ocenjevanjem ostala na isti ravni. Najbolje sta se odrezali klobasi novomeške Predelave in Mesne industrije Ljubljana, ki sta ocenjeni kot dober izdelek. Za en kakovostni razred se je popravila novomeška klobasa, za razred slabše pa je uvrščena klobasa iz Škofje Loke in Kočevja. Za prvo je komisija menila, da ima preveč veziva in prazno aromo (aroma po starem), medtem ko je imel vzorec iz Kočevja veliko luknjo in je bil tudi na sploh luknjičav. Jeseniški vzorec je imel počen ovitek, bil je nekoliko umazan in imel slabo teksturo.

Kakovost teh klobas je v povprečju ostala na isti ravni—32,5 točk, kar pomeni manj dober izdelek (prej 33,0 točk, kar je tudi manj dober izdelek).

LJUBLJANSKA KLOBASA

Zelo dobri so izdelki iz Novega mesta in Mesne industrije Ljubljana. Ta je kakovost izdelka izboljšala še za en razred. Slabše so se odrezali vzorci iz Jesenic in Kočevja, prvi zaradi slabe oralne teksture, drugi zaradi neizrazite arome. Mesoizdelkova klobasa je bila izločena iz ocenjevanja, ker je komisija ocenila, da ni sprejemljiva v nobenem pogledu, razen po zunanem videzu.

V skupni povprečni oceni so izdelki na približno enaki kakovostni ravni, seveda pri tem ni upoštevana izločena klobasa.

Če danes kranjsko, zakaj jutri slabše kot pasjo radost?

Sklepne ocene kažejo, da kakovost izdelkov niha. Menda bi znali mesarji oziroma predelovalci navesti vrsto objektivnih razlogov za to nihanje. Kot potrošnika pa me vrsta teh razlogov popolnoma nič ne zanima. Ali je kranjska klobasa res kranjska, je zame najbolj pomembno. Če si bom zaželela pasje radosti, bom kupila pasjo radost, nikakor pa nisem pripravljena plačati pasjo radost po ceni kranjske klobase. Spodbudno je vse, kar je ocenjeno z dobro kakovostjo oziroma kot dober izdelek. Vendar je pogoj za znamko kakovosti njena stalnost. Do te pa našim mesarjem ali očitno ni ali pa je niso sposobni zagotoviti.

REZULTATI OCENJEVANJA

Proizvajalec	datum ocenjevanja	
	27.12.	13.10.
HRENOVKE		
TMI Ljubljana	38,2 ZD	35,6 D
Emora (prim.)	37,6 ZD	31,8 MD
Škofja Loka	33,8 D	33,9 D
Jesenice	33,6 D	32,7 MD
Novo mesto	30,8 MD	24,0 ŠS
Kočevje	29,7 ŠS	33,9 D
KRANJSKE KLOBASE		
TMI Ljubljana	37,9 ZD	30,6 MD
Jesenice	33,7 D	34,6 D
Emona (prim.)	32,0 MD	31,4 MD
Kočevje	31,2 MD	30,9 MD
Škofja Loka	31,1 MD	24,7 ŠS
Novo mesto	29,4 ŠS	32,7 MD
POSEBNA KLOBASA		
Novo mesto	34,9 D	32,6 MD
Litija (prim.)	34,1 D	30,0 D
TMI Ljubljana	33,9 D	33,3 D
Škofja Loka	32,2 MD	36,0 D
Kočevje	32,0 MD	30,6 MD
Jesenice	29,6 ŠS	32,2 MD
LJUBLJANSKA KLOBASA		
Novo mesto	38,2 ZD	37,2 ZD
TMI Ljubljana	36,7 ZD	34,5 D
Kamnik (prim.)	33,7 D	32,7 MD
Jesenice	31,0 MD	29,1 ŠS
Kočevje	30,7 MD	33,7 D
Škofja Loka	ni ustrezala	32,6 MD

ZD - zelo dobro
D - dobro
MD - manj dobro
ŠS - še sprejemljivo

Tehnološka novost

Jasim Mrkalj

V Stični salame hitreje zorijo

V Mercator—Mesoizdelkih se zavedamo, da bomo trg pridobili le s kakovostjo in zadostno količino suhomesnatih izdelkov, označenih s stiškim poreklom. Tehnološka prenova obrata za predelavo v stiškem samostanu je bila nujna.

Konec lanskega leta smo se v Mercator—Mesoizdelkih odločili za posodobitev in novo opremo v delovni enoti Predelava v Stični. Prenova je zade-

vala sam tehnološki proces kot tudi ustrežno ureditev prostorov.

Načrtovali smo klimatizacijo komor za hladno dimljenje in

zorenje trajnih izdelkov s skupno zmogljivostjo 22.600 kilogramov v petih komorah. Za uvajanje nove tehnologije so bili potrebni tudi primerni vozčki za obešanje salam in drugih izdelkov. Zasnovana tehnologija omogoča prehod od klasičnega načina dela, ki je zahteval veliko opravil in fizičnega

napora, na sodoben način hladnega dimljenja in zorenja. Ta prehod je narekovala tudi zahteva po povečanju proizvodnje trajnih zelo iskanih izdelkov stiškega obrata.

Že v preteklosti so se stiški suhomesnati izdelki dimili in zorili v stolpih stiškega samostana. Tudi sedaj oboje še teče v obstoječih prostorih, vendar posegi v zunanost objekta niso bili potrebni. Projektna naloga in njena izvedba sta spoštovali varovanje zaščitene kulturne dediščine. Zasnovano za projekt smo izdelali sami, izvedbe-

ni načrt in izvedbo del smo zaupali IMP - Klimi Celje. Tako gradbeniki kot monterji opreme so delo končali v predvidenem roku. Tudi načrtov za funkcionalne vozčke smo se lotili sami, izdelali pa smo jih v svoji vzdrževalni delavnici.

Nova oprema in tehnologija omogočata večjo proizvodnjo in zmanjšanje fizičnih naporov, skrajšujeta čas zorenja izdelkov in omogočata hitrejšo obračanje zaloga.

V prenovo smo vložili lastna sredstva, veljala pa je 220.000 dinarjev.

Prijazna zahvala Mercator—Grmadi

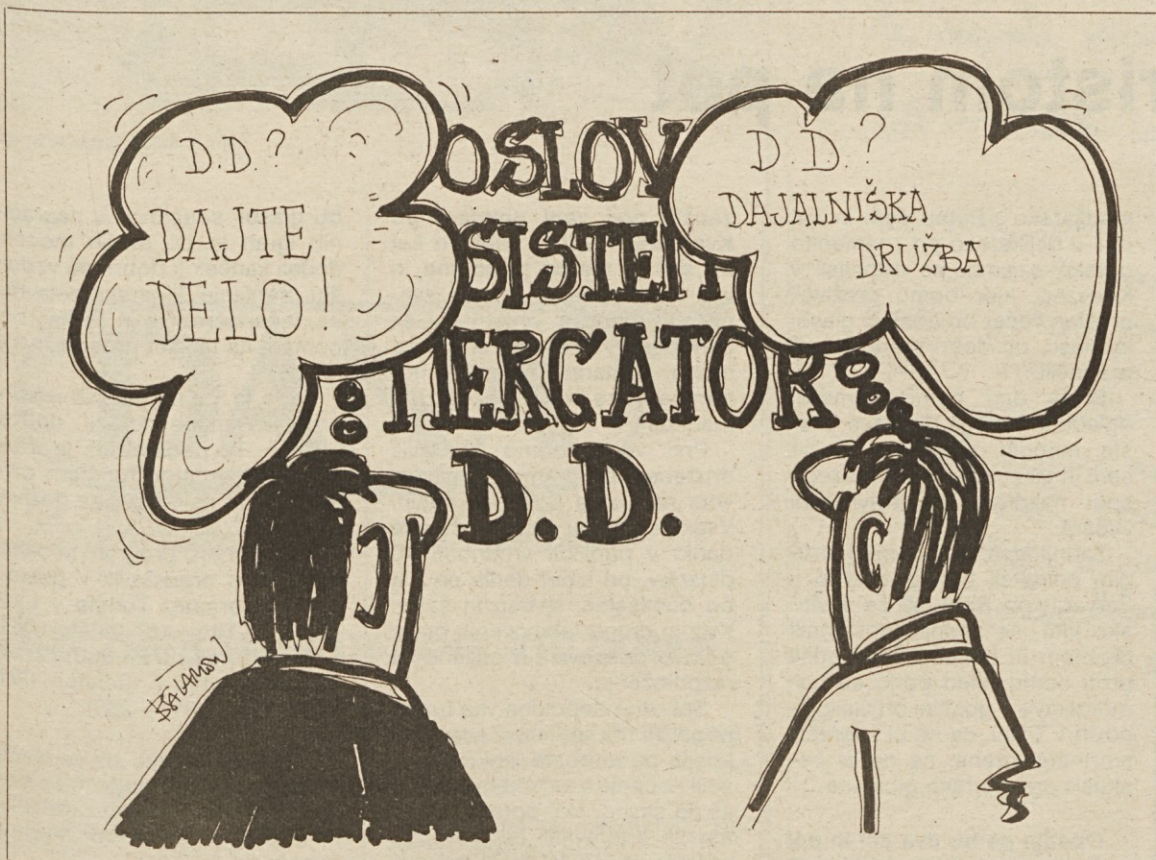
Prijetno me je presenetilo povabilo na novoletno srečanje upokojencev, ki je prišlo iz podjetja Mercator—Grmada.

Presenetilo pa me je zato, ker pri povabilu niso pozabili tudi nas upokojencev Modne hiše, ki s tem podjetjem nismo imeli nič skupnega. Lepo se zahvaljujem v imenu vseh upokojencev Modne hiše za prisrčen sprejem, prijazne besede direktorja Gabrovška, ki je omenil načrt prenovitve stare Modne hiše, kar je velik napredek in gotovo dobra naložba, če bo vezana tudi na dober in strokoven trgovski kader.

Zahvaliti se želim tudi vsem ostalim članom tega podjetja, ki so se na kakršenkoli način žrtvovali za pripravo dobrega programa in našega dobrega počutja. Kljub gospodarskim težavam niso pozabili tudi na darilce, izvrstno pogostitev in glasbo. Vse je bilo tako spontano, da nam bo 19. december 1989 ostal v trajnem spominu.

Za lepo doživetje še enkrat vsem hvala.

Upokojenka Marija Hočevvar—Mihevc



Kopitarnina zdrava obutev
Stanislav Klemenčič — Saražin

Iz krize le z razvojem

Med Mercatorjevimi članicami je starejše od Kopitarne ni. Šteje 104 leta, kar bi ji lahko dalo nadih patine, vendar pa razvoj novih in novih izdelkov potrjuje, da gre za mladenko. Sicer je Mercator—Kopitarna zašla v krizo (obeta se ji celo interni sanacijski ukrep), njeni izdelki, predvsem delovna zaščitna obutev in obutev za prosti čas, pa zaslužijo znamko kakovosti.

Dejstvo o stoletni starosti v naših tako dinamičnih gospodarskih razmerah, ne more biti že samo zase porok za dobro in uspešno poslovanje. Vsak stres privede tudi do določenih streznitev in k iskanju ter opredelitvi ustreznih rešitev. Če se le—te naslanjajo na razvoj in proizvodnjo novih izdelkov, je rešitev iz krize gotovo možna. Naša Kopitarna si je pomagala iz stiske z razvojem in proizvodnjo najsodobnejše bio, medicinske in flex obutve, ki je zaradi svojih lastnosti (izdelana je predvsem iz naravnih surovin, usnja in lesa) zelo iskana in priljubljena med uporabniki.

Široka ponudba, zdrava naravna gradiva, anatomsko oblika in prilagodljivost (pregibnost podplata) Kopitarno uvršča na sam vrh tovrstne ponudbe v Jugoslaviji, obenem pa je tudi edini proizvajalec tovrstne obutve pri nas. Celoletna proizvodnja pomeni preko 350.000 parov različne obutve, preko 200.000 parov kopit, ki so najstarejši in še zmeraj nepogrešljiv pripomoček za izdelavo čevljev; 250.000 parov raznih lesenih podplato, 150.000 raztezalcev in napenjačev.

V nadaljevanju podajamo podrobnejšo predstavitev posameznih izdelkov in njihovo uporabnost. Tovarna ima kataloga, v enem se predstavlja na splošno in posebnega o zaščitni obutvi.

Najbolj znana in razširjena je cokla z lesenim in pregibnim podplatom iz lahkega topološkega lesa z anatomsko oblikovano stopalno površino. Zgornji del je iz naravnega usnja z mehko obrobo. Vse to omogoča udobno in mehko hojo. Izdeluje se v petih različicah, dve od njih v desetih različnih barvah, ena v treh, ena v dveh in ena samo v črni barvi. Izdelujejo jih od števil 27 naprej.

Ne zaostaja tudi delovna zaščitna obutev, prav tako izdelana iz naravnih gradiv, le v manj barvah. Obutev je primerna za delo, ki se pretežno opravlja stoje ali pa terja veliko hoje. Primerna je za trgovce, gostince, delavce v bolnišnicah, laboratorijih itd.

Kopitarna je v sezoni 1988/89 izdelala in prodala skupaj preko 200.000 parov lesene obutve. To je bila le dodatna spodbuda za Kopitarno za razširitev še bolj uporabnih in zdravih izdelkov. Imenujejo jih flex ali medicinska obutev. To obutev odlikuje lična zunanost. Zgornji del je usnjen, podplat pa je oblikovan kot ortopedski stopalni vložek iz latexa, ki je oblečen v naravno usnje. Spodnji podplat iz mikroporozne gume, ki omogoča mehko hojo, obenem pa je to zaščita pred prehitro obrabo. Uporablja se kot zaščitna obutev, priporočamo jo v suhih zaprtih prostorih. Prvemu modelu so v lanskem letu dodali še tri nove, vse v beli in črni barvi in v številkah od 35 do 47.

Zaradi posnemanja konkurentov so v Kopitarni lani razvili še bolj udobne in še bolj prilagodljive modele z anatomsko oblikovanim lesenim vložkom, ki je na večjih mestih prepogljiv.

Večkratno pregibni leseni vložek je zaščiten s poliuren-

tanskim podplatom, ki varuje in omogoča lahko hojo. Trajnost in uporabnost izdelka je tako vsestransko izboljšana. Izdelujejo ga v beli barvi za ženske od števil 35 do 41. Osnovni model spremlja široka paleta različnih modelov - od nizkih natikačev, do "gležnarjev". Natikači so primerni tudi za mo-

ške, izdelujejo jih v številkah od 39 do 46, vsi pa so beli.

Zaradi prepogljivosti lesenega vložka se ta obutev pri hoji popolnoma prilaga nogi, zato je hoja udobna in zdrava. Priporočamo jo predvsem kot zaščitno obutev, primerno za vse vrste delovnih prostorov in procesov.

V Kopitarni so poskrbeli tudi za moško udobje. Izdelali so poseben čevljev z anatomsko oblikovanim plutovinastim vložkom, ki ima vrhni del iz naravnega usnja. Spodaj pa je čevljev

zaščiten s poliuretansko prevleko. Izdelujejo ga v beli in rjavi barvi, v številkah od 39 do 47.

Naj še enkrat poudarimo, da je vsa obutev iz Kopitarne izdelana iz naravnih gradiv - lesa, plute in usnja, ki omogočajo, da noge v njej dihajo in se udobno počutijo. Za obutev imajo v Kopitarni tudi atest Zavoda SRS za varstvo pri delu o priporočljivosti za zaščitno obutev.

Ustrezne so tudi cene, ki niso pretirane, gibljejo se od 15 do 35 DEM, odvisno od vrste in namembnosti obutve.

S tem zapisom želimo spodbuditi delavce, ki v podjetjih skrbijo za zaščitna delovna sredstva, k navezovanju trajnih poslovnih stikov s Kopitarno. Pri večjih naročilih so v Kopitarni pripravljene posebej predstaviti svojo ponudbo, sicer pa se z njo lahko seznanite preko katalogov.

Spodbuda velja tudi tistim našim trgovskim organizacijam, ki prodajajo tovrstne izdelke, da se povežejo s Kopitarno in tako uresničijo v planu zapisa- ne, sicer skromne številke.

1. Ležišče za peto
Ležišče za petu
Layer for heel
2. Opora notranje krivine stopala
Oslonac unutrašnjeg dijela stopala
Support for inner side of foot



3. Relaks za členke prstov
Relaks za zglobove prstiju
Relax for joint
4. Rob za varovanje prstov
Rubž za osiguranje prstiju
Bring for joint protection



ART. 204 VEL/SIZE/: 39-46
ART. 254 VEL/SIZE/: 27-42



Z M — Turistom na pot

Izleti so seveda še, tudi marčevski in zanje je vedno več zanimanja. Pripravljamo jih skrbno kot vedno in tudi za letošnje se trudimo, da bi ob koncu slišali znane besede: drugo leto bomo spet šli z vami.

Madžarska na vsakem koraku ponuja nekaj zanimivega. Od naravnih lepot do kulturno—zgodovinskih spomenikov. Pa užitek ob ciganski glasbi, značilni kuhinji, pijači in še čem drugem.

Letošnji marčevski izlet vas pravzaprav vabi na zanimiv potep ob avstrijski meji, ki za marsikoga pomeni povsem neznan svet. **V petek, 9. marca 1990 se bomo popeljali** v Koermend. Na potovanju si bomo ogledali najlepšo madžarsko romansko cerkev, poslušali orgelski koncert in potem skočili še v Sombathely na koline "po

madžarsko". Potep sem in tja, tudi v delikateso po znamenito ogrsko salamo, se odpeljali v Koeszeg, kjer bomo preživeli prijeten večer ob domači glasbi in plesu, ob dobri hrani in tudi prenočili.

Drugi dan bomo namenili ogledu idiličnega Soprona, mesta mnogih zvonikov, šli še sem in tja in zvečer v Koeszegu spet nazdravili pri slavnostni večerji.

Zadnji dan bomo med drugim pokukali tudi pivovarno v Sarvarju ob Rabi, šli še v vinsko klet, še zadnjič prisluhnili ciganom in hočeš nočeš odšli proti domu. Med potjo se bomo ustavili v gostilni pri Gergjenovih v Tišini, da ne bi zagrešili smrtnega greha, če ne bi poskusili prekmurske gibanice.

Opatija pa bo dva dni in pol začasen dom tistih, ki bi radi

zaužili prvi vonj pomladi ob Kvarnerju. Tudi ta izlet bo šel na pot 9. marca popoldne in vse do nedelje 11. marca zvečer bo nad vse prijetno. Čez dan bomo šli na sprehod ob morju, jo mahnilo na izlet v notranjost Istre in si ogledali znamenitosti.

Prvi večer bomo pripravili družaben program s srečolovom na malce poseben način. Vsak potnik naj s seboj prinese darilo v približni vrednosti 10 dinarjev, pri izbiri darila pa naj bo domiselen, izviren in šaljiv. Kviz in druga tekmovanja bodo gotovo prispevala k odličnemu razpoloženju.

Sobotne dopoldne vas bomo popeljali na prijeten izlet, po kosilu pa si boste lahko privoščili kopanje v zimskem bazenu ali pa savno. No, potem se boste že pripravljali na slovesno večerjo in se kasneje zavrteli

ob glasbi, sodelovali v nagradnih igrah in po svojih močeh dodali kanček k dobremu vzdušju. Keganje, kiparska delavnica, tečaj aerobike in še kaj, bo nemara na ta izlet pritegnilo tudi vas.

Lepo je, če na takšnih izletih srečujete znane obraze, dobre znance. To pomeni, da je druženje z Mercator Turistom prijetno. Zato nekaj takega doživite tudi vi.

Podrobnejši program in cene vam bodo predstavili v poslovalnici Mercator Turista v Ljubljani, na Titovi 137 (telefon 061 372—919 ali 372—950) in v Tavčarjevi ulici 6 (telefon 061 312—254 ali 317—285).

Še vedno velja, da je naše delo - vaše potovanje. In če boste s tem potovanjem zadovoljni, potem je vse to naš skupen uspeh.

Novice s Ptuja

Kristina Antolič

Rdečih vrtnic je že za "pušeljc"

Ptujski trgovci, predvsem tisti iz Mercator—Izbire Panonije so že kar tradicionalni dobitniki sindikalnega priznanja za najlepše in najboljše ptujske trgovine.



Samopostrežba Živila je v skupini prehrabnenih prodajal požela največ uspeha. Predsednik občinskega sveta ZSS Ptuj, Avgust Ivartnik, izročja priznanje RDEČO VRTNICO poslovodji SP Živila, Sandiju Podkrižniku.



Podelitev RDEČE VRTNICE najboljšim prodajalcem v ptujski občini je bila v delavskem domu Franc Kramberger na Ptuj. Zbanim je med drugimi spregovorila tudi članica komisije za ocenjevanje Čita Kosi, nekaj zelo uspešna in zdaj upokojena poslovodkinja MIP-a.



Prodajni prostor butika M + M.

Tradicionalne "Rdeče vrtnice", ki jih ptujski sindikat delavcev v trgovini podeljuje najlepše urejenim trgovinam na Ptuj, so spet ostale v MIP—ovem šopku.

MIP—ov butik M+M je prejel prvo nagrado na Murinem natečaju za najlepše urejeno izložbo v kategoriji J. Gallus.

Avtorica izvirne ideje je bila poslovodkinja Jelka Ploh, uspešno in učinkovito pa sta aranžma pripravila Zlatko Kurent in Savo Đurovič

Poleg Murine nagrade pa je M+M za izjemno urejenost prodajalne dobil tudi Rdečo vrtnico. V znanju pa so delavci te trgovine daleč presegali ostale,

tako da je komisija menila, da jih je treba izvzeti iz kroga najboljših. Menila je namreč, da jih ni mogoče primerjati z ostalimi.

Rdeče vrtnice so prejele še druge MIP—ove prodajalne: Koloniale, Živila, samopostrežba Rimska peč in Blagovnica, oddelek tekstilne konfekcije.



Market Rimska peč je letos dobil drugo RDEČO VRTNICO.

Izpostavim!

Najprej vas moram lepo pozdraviti. Sem Tina Lončič in sem bila srečna dobitnik vaše bogate nagrade.

Zelo sem bila presenečena in obnemnem veselja, saj tako bogate nagrade nisem pričakovala. Sama sem se svedela moji bolj razveselila našega novega izdelka SWEET BAR in SPO-

RT BAR, namo tako pa tudi moji sestri. Naj vam povem, da ga tudi sicer redno kupujemo. Tudi BENUKO in SLADKI GREH pa tudi vse ostale dobrote nam bodo šle v sprost. KOKO: SOVO KOKO in LESNIKE pa bo mami s medom uporabila, saj nam nekako ne gre za sladno pecivo. Moj oči pa ima dovolj popra za celo življenje in, da me pozabim, da bosta bar neboj časa pila. Bona na vas računam.

Se enkrat se vam iz srca zahvaljujem, ter vas vse moram lepo pozdraviti in želim se nekih poslovnih uspehov

Tina Lončič

DANA

Zakladnica pristnih okusov

IZID ŽREBANJA DANINE KRIŽANKE

1. nagrada: PERO ZEC, M—Dolomiti, Samopostrežba Bonifacija, Ljubljana,

2. nagrada: DRAGO MERŠOL, Ljubljana, Dolenjska 62

3. nagrada: LUDVIK ČAMPA, Ivančna gorica, Cesta II. grupe odredov 26

Nagrajencem čestitamo, nagrada pride po pošti!

Plan letošnje interne proizvodnje in prodaje

Andrej Dvoršak

Rahlo povečanje, če bo trg za to

Vsako leto sprejemamo plan letne interne proizvodnje in prodaje, ki predstavlja skupen dogovor vseh članic poslovnega sistema, istočasno pa za vsako posameznico pomeni obveznost. Kako se v zvezi s svojo, s planom določeno obveznostjo, obnašajo članice, lahko hitro ugotovimo iz informacijskih podatkov o uresničevanju plana proizvodnje in prodaje. Predstavljamo nekaj temeljnih podatkov.

Če pogledamo plan proizvodnje vidimo, da so skoraj vse Mercatorjeve proizvodne organizacije predvidele za nekaj odstotkov večjo proizvodnjo kot je bila lani. Bistveno večja proizvodnja je predvidena le v nekaterih kmetijskih organizacijah, ki so imele lani zaradi vremenskih razmer slabši pridelek.

Plan po posameznih dejavnostih podrobneje kaže, da je največje povečanje predvideno pri vinski predelavi M—KZ Metlika, M—Agrokombinatu Krško, ki namerava povečati svojo proizvodnjo kar za 16 odstotkov glede na lansko leto.

Mercatorjeve članice, ki se ukvarjajo z rastlinsko predelavo (Eta, Emba, Pekarna Grosuplje, Konditor, Oljarica in Slovenija sadje), pa predvidevajo povprečno povečanje proizvodnje za okroglih deset odstotkov. V tem povprečju so posamezni proizvodi, katerih količino nameravajo podvojiti, so pa tudi takšni, pri katerih povečanja skorajda ne bo. Med slednje sodi jedilno olje, saj se njegova poraba in prodaja zadnje čase umirjata in prav nič ne kaže, da bi v letošnjem letu kupci kaj bolj množično povpraševali po njem.

Precejšnja nihanja pri količinah posameznih proizvodov se pojavljajo tudi v planu mlečne industrije, v katero uvrščamo naši dve mlekarni v Ljubljani in Kranju, medtem ko proizvodnja tretje - iz Zemuna ni zajeta. Obe mlekarni načrtujeta rahlo povečanje proizvodnje. Pri posameznih skupinah izdelkov se povečanje giblje od enega do dvajsetih odstotkov.

Trinajst klavnic, ki delujejo v sistemu Mercatorja in jih uvrščamo tudi v mesno—predelovalno dejavnost, načrtuje za okroglih sedem odstotkov večji fizični obseg proizvodnje. Ponudba svežega mesa naj bi se v celoti povečala za 8, neposredna prodaja pa za 14 odstotkov. Precejšnje povečanje načrtujejo tudi pri prodaji mesnih izdelkov - 11%.

Tako korajžno načrtovanje moramo pripisati tudi temu, da se bodo letos v ponudbo vključili tudi prenovljeni klavnici v Kočevju in Novem mestu.

Še najbolj negotovo je načrtovanje neživilske industrije, kamor sodijo Kopitarna, Zaščita, Ograd, KZ Logatec in KGZ Sora. Te organizacije so predvidele dokaj skromno rast proizvodnje, pač glede na razmere na tržišču. Še največ novosti bo trgu ponudila Kopitarna, ki je že pripravila novo kolekcijo obutve.

Drugi del dokumenta, ki ga je pripravil sektor za trženje v podjetju Mercator, d.d. zadeva plan prodaje, ki naj bi odražal strategijo Mercatorjevega trženja kot celote in strategijo njegovih posameznih članic.

Znotraj Mercatorja plan prodaje namreč delimo na interne kupce, za katere veljajo znotraj sistema dogovorjeni pogoji in zunanje kupce, ki so istočasno dobavitelji v našo mrežo in druge kupce.

Celotno trženje v Mercatorju poteka po več kanalih, ki se občasno tudi prepletajo. To so: posredna oskrba trga oziroma maloprodaje preko grosističnih trgovskih organizacij, neposredna

— ambulantna oskrba maloprodajnih organizacij s strani posameznih proizvajalcev (značilna za mlečno in mesno dejavnost) ter na koncu neposredna prodaja končnim kupcem, med katere štejemo velike odjemalce.

Podatki o internih blagovnih tokovih kažejo, da se realizacija fizičnega obsega prodaje v zadnjem času zmanjšuje in nič ne kaže, da bo letos kako drugače. Kupna moč pada in s tem tudi prodaja. Že pred dvema letoma

smo ugotavljali, da se je v letu 1987 fizični obseg prodaje zmanjšal za toliko, kolikor smo v povprečju prodali v enem mesecu. Rezultati poslovanja v lanskem letu pa kruto resnico, da imajo kupci vse tanjše denarnice, le še potrjujejo. Pri tem ugotavljamo, da je interna prodaja manjša za okoli 10 odstotkov. Najbolj je upadla pri rastlinski proizvodnji - za celih 18 odstotkov glede na planirano oziroma za 12 odstotkov v primerjavi s celotno prodajo v lanskem letu. Menda so vzroki za to v slabi letini in manjši ponudbi...

Za letos Mercatorjevi vinari načrtujejo za sicer 10 odstotkov večjo prodajo od lanske, vendar to pomeni, da še vedno ne dosega količin, prodanih v preteklih letih.

Manjšo realizacijo načrtujejo tudi v drugih dejavnostih. V mlečni naj bi bila prodaja količinsko enaka lanski, vendar pa je to kar 16 odstotkov manj od zapisane v lanskoletnem planu. Dosti boljše tudi ni v mesni dejavnosti, saj bomo v okviru Mercatorja prodali 9 odstotkov manj kot lani.

V neživilski proizvodnji - Kopitarni in Ogradu realizacija zaostaja za planom interne prodaje. Pri Kopitarni za 22, pri Ogradu za 7 odstotkov. Istočasno pa pri Kopitarni lanska prodaja zaostaja za 24 odstotkov glede na prodajo v letu 1988, medtem ko je bila pri Ogradu v istem času presežena za 14.

Da je obseg prodaje in zastopanost Mercatorjeve proizvodnje v trgovski mreži zelo pomembna,

pove podatek, da ta mreža pokriva 30 odstotkov Slovenskega prostora. Jasno je torej, da se vsakemu, ki pride vanjo, odpirajo precej večje možnosti, kot če bil vezan na manjše tržišče slabše organiziranih in majhnih sistemov.

Kdor zna to prednost dobro izkoristiti tudi nima težav s prodajo in plasmanjem svojih izdelkov. Med take organizacije sodita Ograd in Oljarica.

Seveda pa ni dovolj, če ima proizvajalec na svoji etiketi značilni "M", če istočasno ne skrbi za kakovost izdelkov, redno in dogovorjeno nabavo, konkurenčne pogoje in drugo kar sodi v dobro trgovanje. Trg je neusmiljen in zgolj ime za uspeh ne zadostuje več.

Dost' 'mam!

Mladinski predkongresni slogan mi je prišel prav, čeprav bi raje uporabila kakšnega bolj spodbudnega.

So me oni dan, ko so se zbrali na novoletni veselici, nekateri direktorji in drugi pošteno "opljuvali" zaradi sivine, brezkrvnosti in nezanimivih informacij (tako po vsebini in kakovosti), ki jih objavljam v časopisu Mercator. In imeli so prav. Časopis Andreja Dvorška (novinarja) in Vesne Bleiweis (urednice), je zrel za odpis. In takega, kakršen je bil (in če se ne bo premaknilo, še nekaj časa bo) nekaj preteklih števil, je treba resnično zabrisati na smetišče zgodovine.

Pa je ob tem treba povedati tudi tistim, ki so pripravili le "pljuvati", tudi tole: dober časopis se dela s številnimi sodelavci, z odprtimi viri informacij, s pripravljenostjo na sodelovanje, obrtniškim znanjem pisanja in vsestranskim znanjem, kar vse mora urednik s pravo mero

odgovornosti do uresničevanja vsebinske zasnove in poslanstva časopisa, strniti in zaokrožiti v večini bralcev dopadljivo in sprejemljivo obliko in vsebino.

Sodelavci: vsako leto in vsak mesec jih je manj. Izpeljali nismo ene same samcate spodbudne akcije za razvijanje ali vsaj obnovo dopisniške mreže. To je predrago, je bilo rečeno, ko smo pripravljali plane dela Centra za obveščanje in smo črtali. Samoiniciativnost delavcev in kmetov smo pri sodelovanju že zdavnaj odpisali, saj smo odpisali tudi samoiniciativnost tistih, ki bi imeli (ali morajo) o stvareh kaj povedati, saj še na prošnjo ne napišejo ničesar. Dokaz: pogledajte časopis letnik 89. Članki, ki so jih spisali vodilni možje, so bele vrane. Ste zasledili, da je o prenavljanju sozda in podjetij, s svojimi pogledi (četudi enosmernimi) sodeloval en sam vodilni mož sozda ali podjetja?

Ves časopisni prispevek k revni je bilo komentiranje sej in sklepov z določeno mero distance, ki smo si jo privoščili zaradi premalo lastnega znanja o konkretni stvari.

Stroka: še dobro, da je v sistemu nekaj kmetijskih strokovnjakov, ki se jim zdi potrebno opozoriti na koristne stvari ali pa vsaj prijetno in dopadljivo napisati spoznanja s študijskih potovanj. Trgovci - redke izjeme, se spomnijo na časopis le, ko odpirajo nove trgovine (če se seveda na otvoritev novinar ne povabi kar sam). Ste zasledili en sam članek strokovnjaka s področja trgovine o tem, kakšni so trendi sosedov in našega razvoja? Predelovalna industrija - če ne bi prejeli sozdove nagrade mariborski tehnologji, še sedaj ne bi vedeli, da delajo najboljši sadni koncentrat na svetu. So se kdaj oglasile pravna, ekonomska, finančna stroka s komentarjem ali ocenami posledic predpisa?

Odprtost virov informacij: splošnih informacij, ki naj predstavijo firmo kolikor hočete, vendar samo od pooblaščenih oseb (direktorjev). Na splošno

vse žuli isto in vsi so se načelno pripravljeno pogovarjati..., ko bo primeren čas. Izjeme so redke, vendar so in cenim jih. Povsem jasno je, da na pogovor ne prideš novinarsko nepripravljen. Tudi s stvarmi, o katerih se šušlja. Rezultat: potem pa vse tiho je bilo in medel, stereotipen zapis o kravah, mleku, marži, kupni moči...mlačen in dolgočasen časopis, ravno dovolj velik papir za zavijanje solate. Solata za solato.

Če bo naš časopis ostal tak še naprej se ne smemo čuditi zahtevam po njegovi ukinitvi. Nasprotno, še najmanj čudno bo, če bo ukinitve predlagala urednica sama. Od tod tudi DOST MAM.

Ponuditi novo? Da, toda le z zagotovitvijo, da smo v obveščanju (časopisu ali drugi obliki) pripravljeno sodelovati in ga ne jemati kot zgodovinski nasledek neke pravice, ki je v začetku izhajala iz sindikalistične ideje, kasneje pa se je z zakonom o združenem delu prelevila v motečo obveznost in se v našem režimu podjetništva pokazala kot dokončno nepotrebna.

V. Kus - Bleiweis

