

Medsebojni denarni tokovi najbolj smotrni

Na zadnji seji Zbora Mercator – Interne banke so delegati obravnavali poročilo o delu banke v letu 1988, sprejeli so sklepe o nadaljnjem mandatu organov upravljanja banke, obravnavali osnutke planskih dokumentov Ljubljanske banke – Gospodarske banke in LB – Stanovanjsko – komunalne banke za leto 1989 ter se odločali o pristopu banke v Jugobanko Temeljno banko Ljubljana. Ponovno so ugotovili nedvomno prednost organiziranja finančne funkcije na ravni sestavljene organizacije in neposredne finančne učinke tako za organizacije kakor tudi za delavce teh organizacij.

Tudi v letu 1988 so bili naši skupni cilji z medsebojnim kreditiranjem zagotoviti čim večjo stopnjo samofinanciranja tako na področju tekočega poslovanja kakor tudi investiranja.

Z združevanjem investicijskih sredstev je bil uresničen del srednjeročnega programa razvoja SOZD – a, ki je zadeval leto 1988. Združenih je bilo 17,6 milijard dinarjev, kar pa še ni vse, saj bo poračun akontacij opravljen v marcu, po podatku zaključnih računov iz leta 1988. Od skupno planiranih investicij v letu 1988 v revalorizirani predračunski vrednosti 99 milijard, je pričelo z realizacijo 83 investicij v skupni predračunski vrednosti 71 milijard din. Pri financiranju teh naložb so največji delež zagotovili investitorji sami in to kar 60 odstotkov, 28 odstotkov je bilo združenih sredstev in le 12 odstotkov tujih virov. Iz navedene-

ga podatka je razvidno, da smo na področju financiranja naložb dejansko že skoraj dosegli samofinanciranje le – teh.

Značilno za združevanje sredstev za investicije v letu 1988 je, da ni bilo posebnih problemov pri združevanju le – teh, niti ne posebnih pritiskov za koriščenje teh sredstev.

Nedvomno je bila to posledica prenehanje veljavnosti zakona o zagotavljanju trajnih obratnih sredstev, ki je omejeval financiranje dolgoročnih naložb in pa tudi posledica visokih revalorizacijskih kot realnih obresti tako na aktivni kot na pasivni strani.

Posebnost je bila tudi v tem, da so uporabniki združenih sredstev revalorizacijske obresti v času koriščenja sredstev plačevali, združevalcem pa se je reva-

lorizacija pripisovala združenim sredstvom.

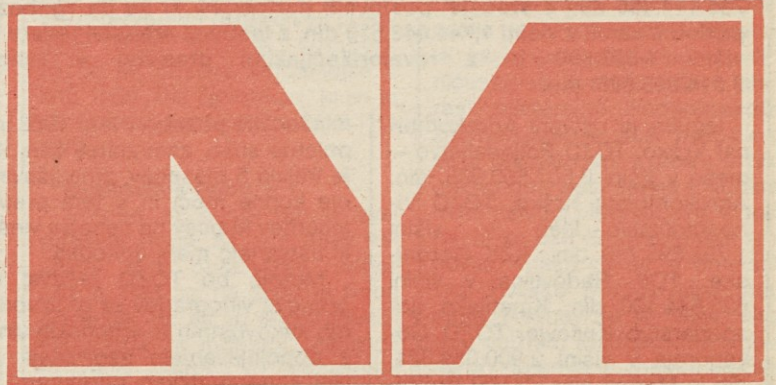
Na tak način so mnogi velik dej svojih obveznosti za združevanje v II. polletju pokrivali z revalorizacijo predhodno združenih sredstev.

Investicijska vlaganja so bila intenzivnejša na nerazvitih področjih v Sloveniji, kamor smo investirali poleg ostalih sredstev tudi 6 milijard dinarjev iz obveznosti do nerazvitih republik in pokrajin. Sredstva so združevale vse organizacije iz Mercatorja, uporabile pa so jih za svoje naložbe prav tako Mercatorjeve organizacije na nerazvitih področjih. V obravnavanem letu smo tako večji del sredstev, ki bi jih sicer morali usmeriti za financiranje hitrejšega razvoja manj razvitih republik in pokrajin, porabili za naše lastne investicije. Manjši del sredstev t.j. dobrih 240 milijonov din je bil porabljen za sovlaganje naših organizacij v nerazvite republike zaradi pridobitve del.

V letu 1988, žal nismo imeli primernih programov, da bi koristili ugodna investicijska sredstva republiškega razvojnega dinarja.

Združevanje sredstev za skupno plačevanje obveznosti in za medsebojno kratkoročno krediti-

Glasilo je namenjeno na naslov:



Glasilo delavcev in združenih kmetov sozd
Mercator – Kmetijstvo Industrija Trgovina

Leto XXVI

Ljubljana, marec 1989

št.: 3

ranje se je tudi v letu 1988 potrdilo kot ena najbolj smotrni in racionalni oblik združevanja, tako za organizacije, ki imajo viške likvidnih sredstev, kot tudi za tiste, ki imajo primanjkljaj.

Organizacije, ki imajo viške na svojih internih računih pri interni banki imajo le – te za vsak dan do zadnjega dinarja obrestovane, organizacije s primanjkljajem likvidnih sredstev na internem računu plačujejo obresti za svoj primanjkljaj le do zneska primanjkljaja. Poslovanje preko internega računa v Mercator – Interni banki teče torej po načelu tekočega računa. Od vseh organizacij dosega največje prihranke na obrestih tiste organizacije, ki so pooblastile Službo družbenega knjigovodstva, da njihove žiro račune vsak dan po končani obdelavi izprazni na račun interne banke; te organizacije praktično nimajo dinarja neobrestovanega. Obstoječi sistem združevanja sredstev za tekoče poslovanje nam je v preteklem letu prihranil okoli 25 milijard dinarjev. Kje bi jih lahko tako na lahek način še zaslužili?

Posebnosti pri združevanju solidarnostnih sredstev v letu 1988 ni bilo; združevali smo sredstva za pokrivanje izgub, tako, da smo pokrili vse izgube, odliva v republiški in občinske sklade ni bilo. Morda je značilnost pri združevanju sredstev za interne kompenzacije, da so se v tem letu uporabljala le za udeležbo pri pokrivanju stroškov za študije in izobraževanja. Posebnost je tudi, da se sredstva niso redno združevala in da je neizterjanih sredstev okoli 50 milijonov, kar predstavlja 30% izpad.

Kar zadeva hranilnih vlog delavcev beležimo visok porast; visoke obresti, ki smo jih relativno še povišali v drugi polovici leta so pritegnile domala vse delavce, da varčujejo pri Mercatorju. Še vedno so zanimive vezave nad 1 mesec, kljub temu, da ne prinašajo bistveno višjih obresti od avista. Morda je vabljivo to, da se obresti izplačuje že ob dvigu vloge. Na dan 31.12.1988 je bilo na hranilnih vlogah 8,5 milijard din brez obresti, z obrestmi skupaj pa približno še enkrat toliko.

V letošnjem letu prehajamo na kvartalni obračun obresti, tako da bomo prve obresti dobili že konec aprila in potem zopet vsake tri mesece.

Ne prezrite!

Izgube v sozdu	2
Preživele interne kompenzacije	3
Bera 25. letnika časopisa Mercator	3
Uveljavljanje tržne in poslovne miselnosti	4
M-KZ Stična	5
Preskrba v Trziču	7
Kakšen KŽK v prihodnje?	8
Obisk v Švici	9
Obrtni sejem v Münchnu	12
Slovo od dogovorne ekonomije	13
Obnova beogradske blagovnice	16

Rosalnice v Beli Krajini, 27. 8. 1944

Mitingi

Zavezujočemu komisarjevemu nagovoru, navdušujoči partizanski pesmi, sproščajoči šaljivi točki – kdové čemu zbrani tako vneto sledijo na mitingu v Rosalnicah, ki ga je priredil Belokranjski odred 27. avgusta 1944. (Vir: Slovensko ljudsko izročilo, Cankarjeva založba 1980)



Pridelek leta 1988

Samo Dostal

Izgube v sozdu in njihovo pokrivanje

Izgube v našem sozdu se približujejo že 10 milijardam, saj ugotovljamo, da jih je 5 tozdov ustvarilo za 9.512.438.206 din. Izgube so bile pokrite s sredstvi vseh članic sozda v višini 3.454.075.740 din, s sredstvi poslovnih partnerjev, ki jih je pridobil sozod, v višini 795.114.480 din, s sredstvi poslovnih partnerjev, ki so jih zgubaši pridobili sami, v višini 1.744.043.510 din, z lastnimi sredstvi rezerv v višini 4.588.590 in z revalorizacijskimi presežki v višini 3.514.615.886 din.

Izgubo je ustvaril Agrokombinat Krško, TOZD Poljedelstvo – meso v višini 3.507.500.995 din, Agrokombinat Krško, TOZD Vinogradništvo – kleti v višini 1.794.695.750 din., KŽK Gorenjske, TOK Radovljica v višini 623.544.100 din, Kmetijsko gospodarstvo Kočevje, TOZD Govedoreja v višini 2.900.089.321 din in Modna hiša, TOZD Prodajalna Ljubljana v višini 686.608.040 din.

Zakon o finančnem poslovanju, ki velja od 25.2.1989 je prinesel spremembo v načinu pokrivanja izgub. V preteklih letih se je izgube lahko pokrivalo z nepovratnimi sredstvi ali s sanacijskimi krediti. V letu 1989 pa se izgube lahko pokrivalo samo z nepovratnimi sredstvi in to z razpoložljivimi sredstvi rezerv, sredstvi rezerv drugih organizacij ali s sredstvi drugih skladov, oblikovanih za kritje izgub, z dotacijami tako, da upniki odpišejo terjatve in z delitvijo dobička v breme lastnega kapitala ter z odpisom v stečajnem postopku v breme poslovnega sklada. Organizacija mora v 30 dneh po predložitvi letnega obračuna ugotoviti, ali nastala izguba ogroža uspešno poslovanje in vpliva na insolventnost (plačilno nesposobnost). Iz navedenega je razvidno, da je veliko pomembnejša plačilna sposobnost kot izguba, kajti v kolikor je podjetje daljše obdobje plačilno nesposobno, gre lahko v stečaj, v primeru pa, da je podjetje plačilno sposobno, nepokrita izguba ne pomeni uvedbe stečajnega postopka. Tako so bile vse izgube v sozdu pokrite z nepovratnimi sredstvi, ki se bodo v večini primerov kasneje spremenila v kapitalne deleže.

Vsi zgubaši so predložili predsanacijske programe, ki vsebujejo vzroke za nastale izgube in ukrepe za odpravo izgub.

Agrokombinat Krško, TOZD Poljedelstvo – meso kot vzroke za izgubo navaja: izredno slabe pogoje poslovanja in nerešen problem prevzemanja tržnega rizika pri proizvodnji prašičev na farmi Pristava, posledice kužne bolezni TBC, veliko fluktuacijo zaposlenih pri reprodukciji prašičev in zato dosežene slabše proizvodne rezultate, visoko zadolženost in s tem visoke obresti, nezasedenost proizvodnih zmogljivosti zaradi nerešene ekologije in posledic TBC, dodatne stroške za reševanje ekologije, draga zdravila, registracijo lastne obratne farme in visoke revalorizacijske stroške. Odpravo motenj v poslovanju bo TOZD uresničeval z odpravo ekološkega problema, s prenašanjem tržnega rizika tudi na kupce, z izboljšanjem organiziranosti zaposlenih, večjo disciplino, z gospodarnejšo uporabo repromateriala, energije in storitev, z analiziranjem tržišča in tehnološkimi izboljšavami.

Mercator – Agrokombinat Krško, TOZD Vinogradništvo kleti med vzroki navaja predvsem pomanjkanje lastnih sredstev in nemanje dragih kreditov, ki jih tovrstna proizvodnja ne prenese, naravno katastrofo v letu 1985, ki je povzročila zmanjšanje proizvodnje v naslednjih letih, spo-

mladansko pozebo v letu 1988 in poletno sušo, zamrznitev cen, ki je trajala 5 mesecev, zmanjševanje kupne moči in s tem preusmeritev kupcev na cenejša vina, ki ustvarjajo manj dohodka.

Motnje bo TOZD reševal s prenavo vinogradov za proizvodnjo kakovostnih in vrhunskih vin, z dopolnjevanjem asortimaja z vini z geografskim poreklom, z večjo ponudbo vin v prodajni mreži Mercatorja in izven nje, opravljanjem storitev s prostimi predelovalnimi in skladiščnimi zmogljivostmi. Vsi naštetih ukrepi bodo učinkoviti le pod pogojem, da se bo spremenil odnos širše družbe do celotne dejavnosti vinogradništva in vinarstva.

Mercator – KŽK Gorenjske, TOK Radovljica kot vzroke za izgubo navaja predvsem negativne razlike pri proizvodnji mleka. Čim večja je rast proizvodnje konzumnega mleka, tem večje je padanje realne cene mleka. Veliki stroški nastajajo tudi pri kooperacijski proizvodnji zaradi razdrobljenosti terena.

Mmotnje bo TOZD reševal s povečanjem števila pitancev na farmi Bled, s pridobivanjem površin za lastno krmo, zmanjšanjem stroškov pridelave mleka z računalniškim doziranje krmil, hidromelioracijo zemljišč v Poljčah za pridelavo čim več lastne krme, novimi nasadi jabolk v Poljčah, pridobivanjem nepovratnih finančnih sredstev za financiranje selektivnega programa. V skrajni sili tudi s postopnim opuščanjem mlečne proizvodnje.

Kmetijsko gospodarstvo Kočevje, TOZD Govedoreja Kočevje navaja kot vzroke za nastalo izgubo cenovna nesporazmerja med vhodnimi surovinami in prodajno ceno mleka in nespodbudno kreditno monetarno politiko. Motnje bo TOZD odpravil z dvigom produktivnosti, ekonomičnosti in rentabilnosti, kamor so-

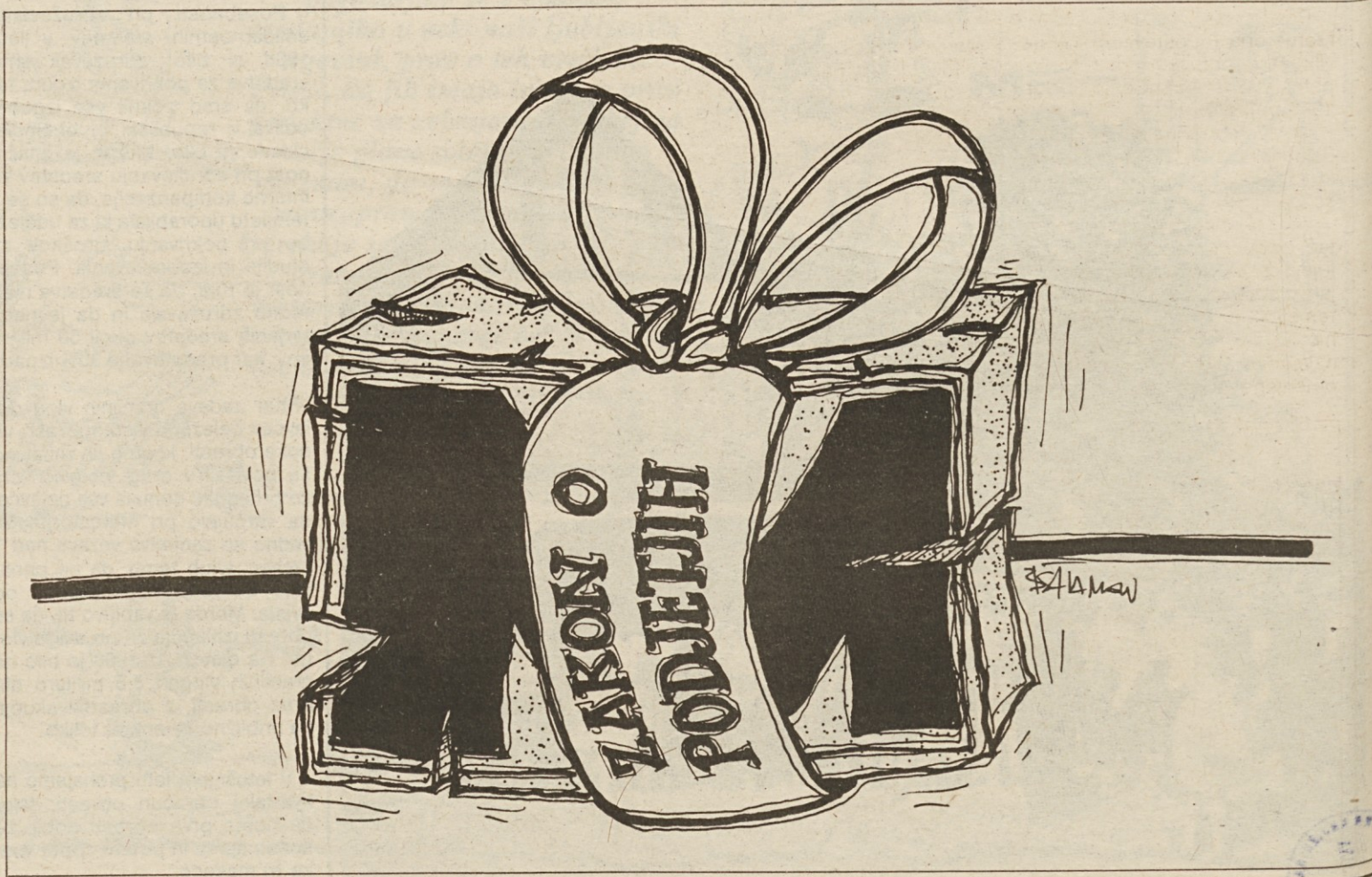
dijo tehnološka in delovna disciplina, prihranki pri porabi materialnih stroškov, zmanjšanje števila zaposlenih zaradi boljše organizacije dela na posameznih farmah in deloviščih, s spremembo razmerja v porabi doma pridelane krme v korist travne silaže. Vsi naštetih ukrepi bodo učinkoviti le pod pogojem, da bo več posluha širše družbe za proizvodnjo mleka, predvsem pa odpravljena cenovna nesporazmerja.

Modna hiša, TOZD Prodajalna Ljubljana vidi vzroke za nastalo

izgubo predvsem v veliki investiciji, ki je bila končana oktobra 1987 in so vsa iz nje izvirajoča bremena padla v leto 1988. Zaradi zmanjševanja kupne moči TOZD ni ustvaril takega prometa in s tem tudi dohodka, ki bi zadoščal za pokrivanje vseh stroškov, najbolj pa revalorizacije za najete kratkoročne kredite. Med ukrepi za odpravo motenj TOZD navaja izboljšanje ponudbe na vseh oddelkih, delovanje v novi organiziranosti, kjer gre za načrtovano združitev z Mercator – Rožnik TOZD Grmado. Poleg

tega bo z dopolnitvijo prodajnega programa z igračami in športno opremo ter prilaganjem kupcem, povečali promet in količnik obračanja sredstev. Modna hiša bo uvedla celo vrsto novih prodajnih oziroma poslovnih prijemov (ugodnejši plačilni pogoji pri dobaviteljih, zagotavljanje cenejših virov sredstev preko Kluba Mercator), kar vse skupaj predstavlja ukrepe za odpravo motenj v poslovanju.

Ob izteku mandata delegatom upravljanja je izvršilni odbor Ljubljanske banke – Gospodarske banke Ljubljana podelil 10 plaket za ustvarjalno sodelovanje pri poslovanju banke, dograjevanju in uresničevanju upravljanja in predsedovanju posameznim organom. Na priložnostni svečanosti, ki je bila konec februarja v Ljubljani, sta bili med prejemniki plaket tudi Marija Novak iz Mercator-Ete, v okviru LB-GBL članica kreditnega odbora PE Kamnik, in Draga Vaupotič iz Mercator-Interne banke (desna), v okviru LB-GBL podpredsednica izvršilnega odbora in predsednica komisije za akte banke. (Tekst in foto: M. Marinček)



Iz dela organov sozda

Vesna Bleiweis

Interne kompenzacije so preživete

Ljubljana, 1. marca – sestel se je odbor za interne kompenzacije, organ, ki na podlagi meril, določenih v sporazumu o internih kompenzacijah, ugotavlja upravičenost posameznih OZD do sredstev za interne kompenzacije.

Kaj so interne kompenzacije?

Pred leti je ta sredstva eden od direktorjev pol za šalo pol zares imenoval "šnicl dinar". Ime je bilo upravičeno, kajti bilo je to v letih, ko so bile cene mesa zamrznjene in razkorak med odkupno ceno živine in prodajno ceno mesa tolikšen, da je resno ogrožal gospodarski položaj mesno predelovalnih organizacij in zadrug oziroma rejcev živine.

Takrat je nastala ideja o solidarnostnem skladu na ravni sozda, iz katerega se je vsem prizadetim na podlagi določenih okoliščin in meril, pokrili del izpadlega

dohodka. Sredstva so v sklad združevala vse članice sozda. Medtem so se stvari za mesarje nekoliko uredile in tako posredovanje ni bilo več potrebno. Sklad pa je ostal, le njegov namen se je spremenil. V sporazumu o internih kompenzacijah piše, da so interne kompenzacije namenjene za spodbujanje organizirane namenske proizvodnje v sozdu in spodbujanju proizvodnje izdelkov, pridelkov in storitev, ki so v interesu članic sozda zaradi zagotovitve stabilnosti in celovitosti proizvodnje in preskrbe v okviru celotnega sozda. Skupna značilnost povedanega je riziko

oziroma tveganje, ki pri tem nastaja. Tveganje pa lahko povzroči administrativni ukrepi, sama narava razvoja in proizvodnje izdelkov in še vrsta drugih, nepredvidljivih razlogov. Na podlagi meril, določenih v sporazumu, so do solidarnostnih sredstev upravičene vse organizacije, ki izpolnjujejo pogoje. "Šnicl dinar" je preživel, pravijo pa, da organizacije o internih kompenzacijah premalo vedo, sicer bi bil sklad prazen. Zato smo prav sejo odbora izkoristili tudi zato, da povečamo tudi

Kdo jih je bil deležen?

Zanimivo je, da v letu 1985 in 1986 teh sredstev ni koristil nihče. V letu 1987 je bilo 20,5 milijonov dinarjev razdeljenih med M—Ljubljanske mlekarne (2,5 milijona din za izobraževalno publikacijo o ravnanju z mlekom in mlečnimi izdelki), M—KŽK Gorenjske, tozdr Agromehanika (10 milijonov din za kritje dela razvoja novih orodij, potrebnih za dopolnitev izvoznega programa), M—Eto (5 milijonov din za kritje dela stroškov za razvoj in uvajanje proizvodnje vrste novih izdelkov), komisijo za ugotavljanje kakovosti izdelkov sozdovih proizvodnih organizacij (3 milijone dinarjev). V letu 1988 pa so interne kompenzacije dobili v M—Hoteli gostinstvo, tozdu Sremič (16,3 milijona din za delno financiranje študije o nadaljnjem razvoju turizma v Kostanjevici, povezanega z odkritji termalne vode), M—Tehna, TOZD Inženiring

(7,75 milijona din za študijo o centralnem obratu za predpripravo hrane) in komisijo za ugotavljanje kakovosti izdelkov sozdovih proizvodnih organizacij (1 milijon din). Interne kompenzacije so postale aktualnejše v letu 1989. Del zahtevkov, ki jih je obravnaval odbor izvira še iz leta 1988.

Ugotovitve odbora

Praden je odbor obravnaval prispele vloge, se je z njimi seznanil tudi poslovodni odbor sozda. Resnici na ljubo je treba povedati, da se je podpredsednik sozda za industrijo potrudil pripraviti gradivo in utemeljitve za industrijske organizacije oziroma za programe, ki naj bi prispevali k izboljšanju kakovosti njihovih izdelkov, medtem ko so bile zahteve kmetijskih organizacij nekoliko manj artikulirane in podprte. Kakorkoli že, odbor je 1. marca obravnaval vse vloge skupaj s stališči poslovodnega odbora in sklenil, da se od 341 milijonov din, kolikor znašajo združena sredstva, dodeli:

— Mercator—Konditorju 12,7 milijona din za sofinanciranje razvoja programa "peke peciva na prodajnem mestu"

— Mercator—KZ Krka, TZO Suha Krajina 44,6 milijona din za razvojno študijo o primernosti gojitve šampinjionov.

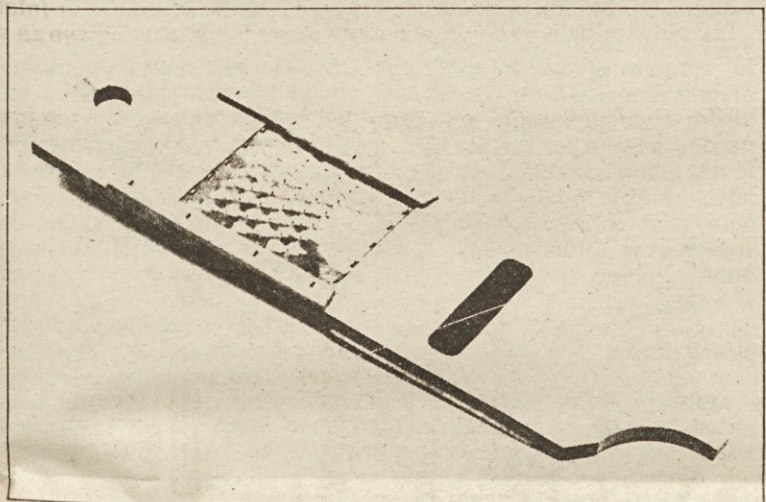
— Mercator—Agrokombinatu Krško 40 milijonov din za testni nasad sortnih orehov;

— Mercator—Investi Inženiringu 200 milijonov din kot kratko-

ročno posojilo za pripravo izvedbenih projektov za agromelioracije za potrebe članic sozda.

Zahtevki oziroma predlogi organizacij so bili le okvir za razpravo, ki se je vrтела okrog internih kompenzacij. Vendar se je v njej verjetno najbolj boleče razgalilo dejstvo, da drug o drugem v sozdu nič ne vemo, ali pa tudi nočemo vedeti. M—Mednarodna trgovina vlaga svoja namenska sredstva v izvozno zanimivo proizvodnjo, kamor sodijo tudi gobe in orehi. Pa po izjavi člana odbora za interne kompenzacije iz Mednarodne trgovine, ta, za ta dva programa ni vedela ničesar, saj bi sicer zadevo lahko rešili bilateralno. Podpredsednik za kmetijstvo je sicer trdil, da so se v Mednarodni trgovini o programu gob pogovarjali s konkretnimi delavci Mednarodne trgovine, ki so nad programom le zmigovali, enako pa se je obnašala tudi živilsko predelovalna industrija. Rešitev se je našla: skladov dolžnik, Mednarodna trgovina bo dolgovane zneske plačala, vendar njihovo namensko porabo za razvojno študijo oziroma testni nasad, uredila bilateralno z nosilcem. Iz svojih namenskih sredstev pa dodala eventualno manjkajoč del sredstev.

Če v tem poročilu dodamo še odborovo ugotovitev, da so interne kompenzacije preživete in da bo treba v prihodnje vprašanje rizičnih razvojnih, proizvodnih in poslovnih programov reševati z drugačnim instrumentarijem v okviru celovitih rešitev vsebinske in organizacijske prenovne sozda, smo povedali skoraj vse. Bomo tisto, kar manjka povedali takrat, ko bodo organizacije, ki so bile ali še bodo deležne tega denarja, odboru poročale o tem, kako so sredstva namensko porabile in kako se je obnesla tržnost, na začetku rizičnih programov. Do takrat pa si privoščite "šnicl za dinar".



25. letnik Mercatorja

Vesna Bleiweis

Časopisna bera preteklega leta

V letu 1988 je bilo izdano 12 številčk časopisa, s tem, da sta bili dve številki (junij—julij in avgust—september) dvojni, ena, aprilka pa je imela zmanjšan obseg strani (12). Za marčevsko sejo uredniškega odbora smo pripravili pregled, koliko in o čem smo v 25. letniku časopisa Mercator pisali. Sicer pa 25. letnice oziroma četrto stoletja izhajanja našega časopisa nismo zveneče poudarjali.

Povprečno je vsaka številka Mercatorja (upoštevamo 12 številčk) štela petnajst strani. Na teh petnajstih straneh smo v letu 1988 objavili:

— 17 komentiranih poročil o delu poslovodnih, samoupravnih in strokovnih organov na ravni sozda in njihove sklepe;

— 147 člankov (vesti, reportaž, celovitih predstavitev, intervjujev) o 36 delovnih organizacijah v sestavi sozda (ali njihovih temeljnih organizacij). Od 49 članic sozda v letu 1988 v smislu navedenih sestavkov niso bile omenjene: KZ Bled, KZ Stična,

KGZ Sora, KZ Velike Lašče, KZ Medvode, KZ Dobropolje, KZ Logatec, Ograd, Farma Stična, Mlekara Zemun, Zarja, STP, Preskrba Krško in Univerzal Lendava;

— 36 strokovnih člankov;

— 55 ostalih člankov, ki so posredno povezani z delovanjem članic in sozda;

— 5 glos;

— 7 fotoreportaž (trgovina v Stični, Gostinsko turistični zbor, Pekarna Grosuplje, 2 x Mercatoriada in 1 x Dan Mercatorja, Savica, otvoritev poslovnega centra);

— 11 preglednic (25 let razvoja sozdove trgovine 1962—1987,

promet na zaposlenega v samopostrežnih trgovinah 2x, promet na zaposlenega v blagovnicah, objekti iz združenih sredstev, pregled članic sozda po dejavnostih, pregled članic sozda glede na organiziranost, poslovne rezultate 3 x, pregled osebnih dohodkov januar—september);

— 13 predstavitev sozdovih poslovnih partnerjev;

— 247 fotografij;

— 30 karikatur;

— propagandno stran Embe.

Navedeno število prispevkov je prispevalo 68 avtorjev. Levji delež so med avtorji prispevali dopisniki in člani uredniškega odbora Sergej Paternost, novinar Andrej Dvoršak in urednica Vesna Bleiweis, več kot tri prispevke pa so prispevali še dopisniki in člani uredniškega odbora Alenka Por, Jože Kirm, Meta Potočnik, Kristina Antolič in Ljuba Sukovič, ostali avtorji pa so še Jasim Mrkalj, Alfred Železnik, Edo Kobale, Mile Bitenc in Alenka Medved. Karikature je prispeval Brane Šalomon, avtor križank in ugank je Viktor Adamič, tehnično je časopis urejal Matjaž Marinček.

V letu 1988 je povprečna naklada znašala 20.360 izvodov na mesec, stroški (tisk, osvetlitev disket, pošta, bruto honorarji, filmi in drug fotomaterial, AOP obdelave) so znašali 123.376.965 din. Tako znaša povprečna cena izvoda časopisa v letu 1988 605,10 din. Poudariti pa velja, da so ti stroški januarja 1988 znašali

še 6.336.091 din, decembra pa že 19.056.310 din. Brutto vrednost avtorskih honorarjev v celotnih stroških predstavlja 10 %.

V primerjavi s sprejetimi vsebinskimi zasnovami in posameznimi izdanimi številkami, ni bilo večjih odstopanj. Povprečna ocena, ki jo je prejela posamezna številka (ocena uredniškega odbora) je nekaj "več kot dobro". Kako ocenjujejo časopis bralci, nismo posebej ugotavljali. Velja pa omeniti oceno, ki jo je o časopisu sprejel poslovodni odbor sozda. Ta je v razpravi, posebej namenjeni časopisu poudaril, da bi moral biti časopis "podjetniško trobilo" in kot tak brez vseh oblik cenzure odprt za vse, kar se dogaja znotraj podjetja. Poslovodni odbor v časopisu pogreša več poslovnih informacij, povzetkov in ugotovitev, na katere napotujejo podatki iz računalniško podprtega informacijskega sistema ter ostalih strokovnih člankov. Splošno mnenje je bilo, da je časopis, predvsem v primerjavi z drugimi podjetniškimi listi, dober, da pa je v njem neprimerno kopičiti pisanje ali zbadanje na račun aktualnih družbenopolitičnih dogajanj. **Pregled organizacij, katerih delavci časopisa ne prejemo na domač naslov:**

1. Mercator—KZ Bled
2. Mercator—Trgoavto
3. Mercator—MT, TOZD Slovenija sadje, zunanja trgovina
4. Mercator—MT, TOZD Con-tal Steklo
5. Mercator—MT, Delovna skupnost
6. Mercator—Hoteli gostinstvo, TOZD Ilirija
7. Mercator—KG Kočevje, vse tozdr in delovna skupnost

8. Mercator—KZ Metlika, TOZD Vinska klet

9. Mercator—KZ Metlika, TOK Kooperacija

10. Mercator—KZ Ribnica

11. Mercator—KZ Velike Lašče

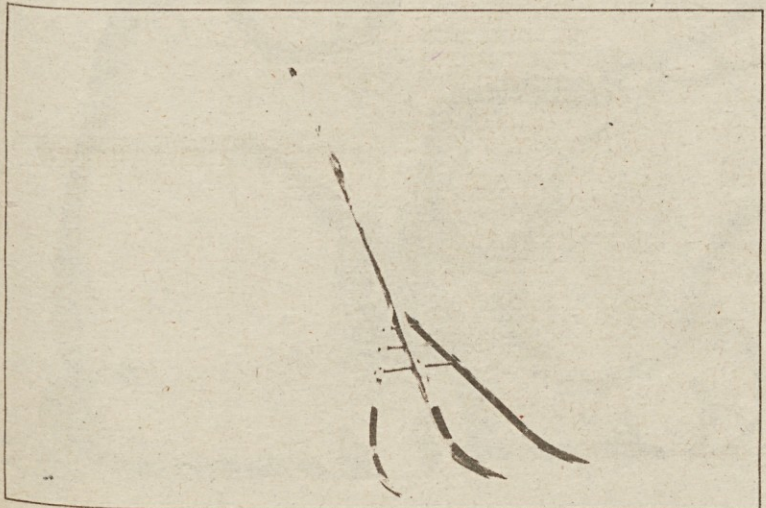
12. Mercator—KZ Dobropolje

13. Mercator—KZ Stična

14. Mercator—KZ Ljubljana, vse TZO in delovna skupnost

15. Mercator—KZ Krka, vse tozdr

Bili bi nepravilni, če ne bi povedali, da v vseh naštetih delovnih organizacijah prejemajo določeno število časopisa na sedež delovne organizacije oziroma tozda. Za boljše poučenost o zadevi pa povejmo še tole: stroški za časopis so vračunani v prispevek za delo delovne skupnosti sozda in zanj ni treba prispevati ničesar posebej, zato toliko manj razumemo, da v teh organizacijah ne spoštujejo sklepa delavskega sveta sozda. Lažje razumemo, da je med prejemniki časopisa zelo majhno število kmetov kooperantov oziroma združnikov. Toda kljub temu naše prepričanje, da bi bil časopis dobrodošla informacija tudi zanje, ni nič manjše. Naklada časopisa bi bila večja, stroški na posameznem izvod nižji, obveščenenost vseh večja. Lahko po tej informaciji o časopisu pričakujemo spremembe? Če želite k njim prispevati, pošljite domače naslove svojih delavcev in kmetov na naslov SOZD Mercator—KIT, Center za obveščanje, 61000 Ljubljana, Titova 137. Oglasite pa se lahko tudi po telefonu (061)373—047. Razveselili se bomo vsakega novega prejemnika.



Tone Mastnak

Uveljavljanje tržne poslovne miselnosti in podjetništva

Preoblikovanje našega gospodarskega sistema odpira vrata uveljavljivi tržnih odnosov. Smo na te spremembe dovolj pripravljeni? Verjetno ne, kajti visoko razviti tržno – ekonomski odnosi na področju blaga, dela in sredstev zahtevajo daljše časovno dozorevanje. Kljub temu trg v našem gospodarstvu le ni neznana kategorija. Trg se pri nas razvija in deluje že več desetletij, vendar se zaradi različnih oblik družbenega poseganja in usmerjanja, ni nikoli uveljavljal v ekstremnih oblikah na področju produkcijskih sredstev (kapitala) in delovne sile. Kako hiter bo proces prilagajanja v naši sredini? Ta proces bo hitrejši v tistih primerih, kjer se bodo podjetja z večjo prizadevnostjo in strokovno poglobljenostjo lotila prilagajanja tržnemu podjetništvu.

V tem prispevku so podana nekatera izhodišča te preobrazbe z obdelavo naslednjih področij:

- sistemski pogoji in okviri za uveljavljanje podjetništva in tržno – ekonomskih razmerij;
- podjetniška strategija v tržnih razmerah;
- operativna organiziranost poslovnih sistemov za učinkovito uveljavljanje tržne strategije.

Sistemski pogoji oziroma okviri za uveljavljanje tržno – ekonomskih razmerij

Gospodarska reforma še ni v celoti zakonsko opredeljena zato so še možni določeni popravki do sedaj sprejetih usmeritev, kljub temu pa so osnovne značilnosti novega sistema že dokaj jasne.

Glavne značilnosti so naslednje:

- trg postaja vse manj državno reguliran, možnosti za pridobivanje družbenih finančnih bonitet postajajo vse manjše;
- organiziranost podjetij je družbeno manj regulirana, kar podjetjem omogoča dokaj samostojno uveljavljanje notranje organizacije po lastnih potrebah in interesih;
- vloga managementa (zlasti poslovodskih in strokovnih kadrov) se bo predvidoma povečala, ker bodo upravljalci težili k čim bolj učinkovitemu upravljanju;
- lastniški odnosi so bolj sproščeni, uveljavljajo se oblike trajnejšega sodelovanja na osnovi vlaganj ter začena konkurenca med različnimi lastniškimi oblikami.

Navedene sistemske razmere bodo pospeševale konkurenčne tržne razmere, v katerih bo možno z uspešno tržno usmeritvijo bistveno izboljševati dohodkovni položaj podjetij in obratno, v primeru neuspešnega vključevanja na trg, bistveno poslabševati.

Zaradi dosedanjih predpisov, ki so zelo podrobno predpisovali notranjo organiziranost OZD bodo predstavljali novi, manj omejevalni predpisi, močno spodbudo za centralizacijo poslovanja in odločanja, povečanje obsega posrednega odločanja, večanje pristojnosti vodstvenih struktur, zaostrovanje delovnih odnosov, povečanje upravljalke vloge na osnovi lastnine in podobno. Ti procesi bodo spodbudili večjo racionalnost v poslovanju, kljub temu pa je pri vseh teh probrazbah potrebna določena kritičnost in previdnost. V razvitih tržnih gospodarstvih se zlasti v zadnjih 20 – letih odvijajo procesi, ki so pri nas premalo znani in ki so nekoliko drugačni od naših trenutno prevladujočih mnenj o primerni tržno naravnani podjetniški organiziranosti. Zato nova organiziranost ne bi smela biti zgolj odziv na neustreznost dosedanjih zakonskih ureditev, temveč močno preišljen in strokoven pristop, ki bo upošteval dosežke organizacijskih ved v svetu.

Podjetniška strategija v tržnih razmerah

Pri uveljavljanju novih kvalitiet v podjetniškem razvoju, so zlasti

pomembna naslednja izhodišča:

- v prihodnost in na trg naravnana strategija in kultura podjetij;
- primerna decentralizacija in povečanje odgovornosti manjših enot, vendar z jasno opredeljenimi skupnimi temeljnimi razvojno poslovnimi izhodišči podjetja;
- sodobnejši usmerjevalni (planirani) sistem vodenja na podlagi opredeljenih ciljev ter povečevanja udeležnosti in odgovornosti zaposlenih, z upoštevanjem strokovnih dognanj v tehnikah in konceptih vodenja;
- podjetniška pripravljenost za vlaganje v kadre, razvijanje motivacije, kakovosti, delovne etike ter ostale potencialne zmogljivosti podjetij (know – how managementska znanja, strukturni razvoj).

Na vseh teh področjih naša podjetja dokaj zaostajajo za ravnijo podjetij v razvitih tržnih gospodarstvih. V nadaljevanju zato podajam nekatere temeljne usmeritve o podjetništvu, ki se danes močno uveljavlja v razvitih tržnih gospodarstvih in ki so najbrž zanimive tudi za zasnove naših podjetij v novih pogojih. (Uporabljeni so predvsem prevodi raznih člankov iz tujih strokovnih revij Centra za dokumentacijo in informiranje, Zagreb).

Strateško planiranje

Temeljno izhodišče vsakega podjetja je povečanje dobička oziroma povečanje produktivnosti na osnovi stalnega izboljševanja učinka dela in kapitala. Pri tem se podjetja opredeljujejo za določeno strategijo, ki jo izvajajo predvsem s pomočjo planiranja. Prvo in najpomembnejše je vprašanje, "kje in na kakšen način konkurirati". Pri tem obsojata v glavnem dve temeljni možnosti:

- razvijati izdelke in storitve, ki predstavljajo za potrošnika (kupca) posebno vrednost (privlačnost) zaradi svoje uporabnosti, kakovosti in drugih značilnosti in si tako zagotavljati višji cenovni razred in s tem ugoden poslovni rezultat;
 - čimbolj poceniti poslovanje in uveljaviti takšno razmerje med stroški in prihodki, ki je ugodnejše kot pri konkurentih.
- Podjetja bodo težila, da bodo za izboljševanje poslovne uspešnosti izkoristila obe možnosti. Vendar, če hočejo biti v teh prizadevanjih učinkovita, morajo ugotoviti svoje realne možnosti, pogoje in sposobnosti za dosego teh ciljev in opredeliti tudi okvirne ukrepe za dejansko uresničitev ciljev. Podjetja morajo ugotoviti in analizirati svoje možnosti (konkurenčne prednosti):
- na področju danih proizvodnih možnosti in pogojev
 - na področju kadrovskega potenciala in potenciala organizacijskega in tehnološkega znanja (know how);
 - na področju obsega kvalitete produkcijskih sredstev, s katerimi razpolagajo (finance);
 - na področju tržnih pogojev in možnosti (notranje in zunanje).
- Pri opredeljevanju strategije bodo podjetja upoštevala predvsem ugotovljene konkurenčne

(strateške) prednosti s težnjo, da dane prednosti čimbolj izkoristijo. Ob tem pa morajo uveljaviti oziroma uporabiti vse prednosti organizacijskega in tehnološkega napredka ter znati zaposlene spodbuditi za uresničevanje opredeljenih ciljev. V naših razmerah, kjer se pravo podjetništvo šele uveljavlja, predstavlja važno strateško nalogo tudi strukturni razvoj podjetij (obseg, oblike povezanosti, branžno in reprodukcijsko združevanje, uvajanje participativnih strukturnih modelov, posodobitev upravljalških sistemov ipd), ki je lahko pomemben element učinkovitega poslovanja.

Podjetja večinoma sestavlja več poslovno zaokroženih enot. Smisel oblikovanja večjih podjetij je v tem, da predstavlja celota več kot seštevek ločenih enot. Tudi v bodoče bo zaradi tehnoloških prednosti ali varnostnih razlogov obstajala težnja po združevanju v večja podjetja. Z večanjem podjetij pa se večja tudi pomen skupnega strateškega planiranja (izbiranje ciljev in ukrepov za njihovo uresničitev), finančne politike in finančne kontrole. Najvažnejši elementi takšnega strateškega planiranja so predvsem:

- kvantitativna vizija poslovanja posameznih skupin (enot) za naslednje obdobje (največkrat 10 – letno) ter ocenitev razpoložljivih virov in njihova globalna razdelitev;
- natančen dogovor o strategiji za posamezne poslovne enote s smernicami za njeno izvajanje;
- program ustvarjanja dobička v posameznih enotah z upoštevanjem strateških razvojnih smernic;
- programi za oblikovanje prilagodljivega in učinkovitega upravljanja in spodbujanja;
- programi za odkrivanje pomanjkljivosti v poslovanju ter uveljavljanje novih rešitev;
- uveljavljanje sprememb v poslovanju, kvalifikacijski in organizacijski strukturi, pri razvoju inovacij ipd.;
- ocenjevanje teritorialnih razvojnih možnosti in poslovnih priložnosti za doseganje dobička;
- spremljanje zunanjih pogojev, družbenih teženj ter strategije konkurentov.

Organizacija podjetja

Zaradi dosedanje zakonsko predpisane razdrobljenosti obstoječih delovnih organizacij na temeljne organizacije, se pri nas že precej časa uveljavlja proces centralizacije v enovite DO, kar ima podlago v novi zakonodaji. Zaradi kompliciranosti našega upravljalškega in obračunskega sistema ter prevelike razdrobljenosti financ in razvoja, je takšen razvoj logičen in potreben. Kljub temu pa je ob vsakem takem reorganiziranju potrebna temeljita strokovna obravnava koristnosti centralizacije ali decentralizacije za vsako funkcionalno področje posebej. Namreč, v razvitih tržnih gospodarstvih že dalj časa obstaja izrazita težnja k decentralizaciji podjetij, ki pa so seveda še vedno neprimerno bolj centralizirana od naših. Delegiranje pristojnosti in odgovornosti na relativno majhne in razmeroma samostojne enote, ki so same odgovorne za poslovne rezultate, zagotavlja fleksibilnost in pragmatičnost. Ta ob centraliziranem sistemu planiranja in finančne politike ter ob učinkovitem sistemu kontrole, ki jo omogočajo kratke in hitre poti informiranja in poročanja, omogoča visoko učinkovitost podjetij. Sodobni organizacijski sistemi težijo torej istočasno k decentralizaciji enih in integraciji drugih poslovnih funkcij.

Moderno podjetništvo se je začelo že v začetku tega stoletja z ločevanjem poslovodske funkcije od lastnikov podjetij. Nadaljevalo pa z drugo fazo v 20 letih z začetki upravljalško – kontrolnega sistema, za katerega je značilna določena decentralizacija podjetij, vendar z okrepitevjo centralnih servisnih služb ter centralno kadrovske, proračunske in kontrolne funkcije. To je še danes glavni vzorec podjetniške organiziranosti v svetu s tem, da se neprestano (še posebno pa v zadnjih 20 letih) krepijo oblike organiziranosti, ki omogočajo povečevanje udeležbe zaposlenih. Predvideva pa se, da bodo podjetja začela postopno prehajati v tretjo fazo. To je, v organiziranost na osnovi informacijskega sistema, s povečano vlogo specializiranih strokovnih delavcev tudi v upravljanju. To bo povzročilo bistvene spre-

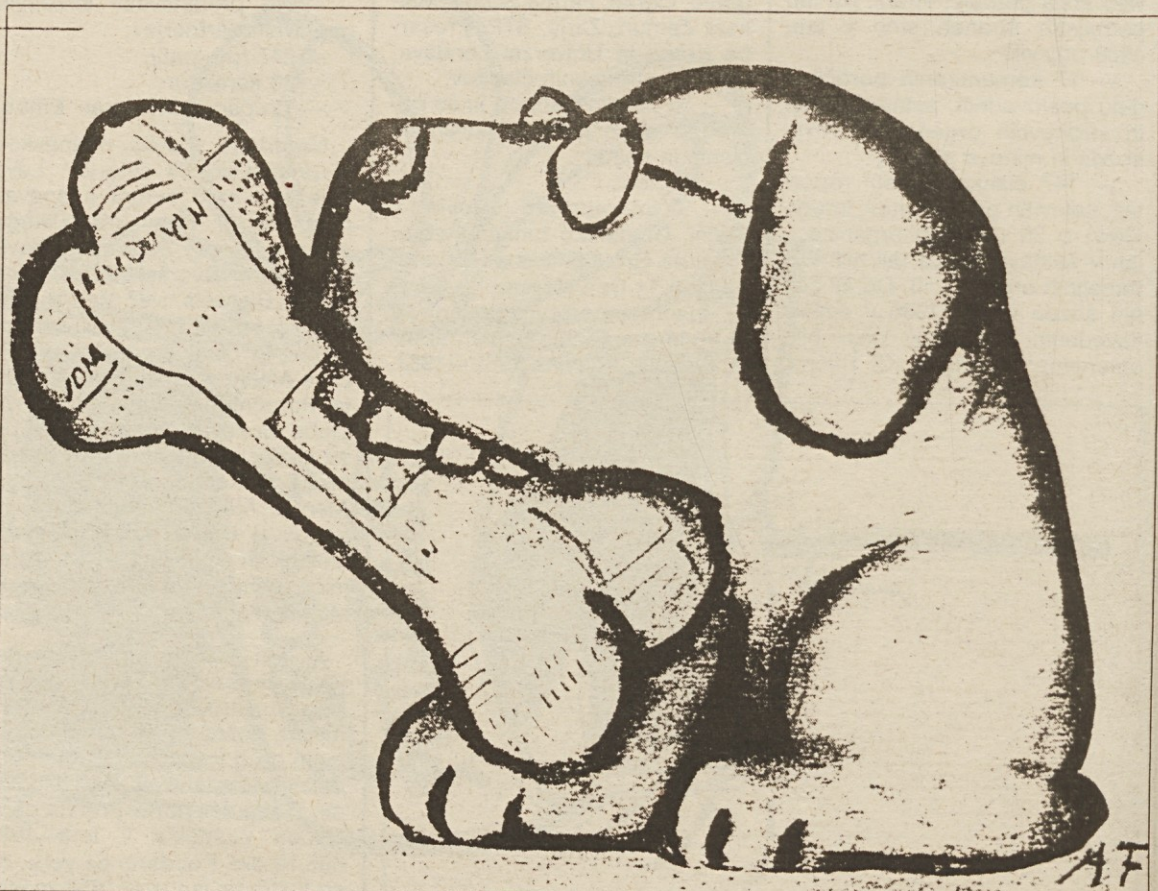
membe v procesu odločanja, strukturi poslovanja in celotnem načinu poslovanja. Vse pomembnejša bo postajala povratna informacija, sistem poslovanja bo enostavnejši, mnogokrat avtomatiziran, število poslovodij se bo zmanjšalo, povečalo pa število strokovnjakov, ki so neposredno povezani s procesom proizvodnje (poslovanja). Neposredno odločanje strokovnjakov specialistov bo v bodoče mnogo večje, problematika se bo mnogo bolj reševala po problemskih področjih, v delovnih skupinah in specializiranih teamih, povezanih s poslovanjem, manj pa v sedanjih organizacijskih enotah. Tradicionalni storitveni oddelki se bodo vse bolj usmerjali v opredeljevanje in ohranjanje standardov, v izobraževanje in distribucijo strokovnjakov ter v usklajevanje in v usmerjanje globalnih ciljev podjetja.

V naših razmerah bo potrebno poudariti razvoj podjetja s sodobnimi participativnimi oblikami upravljanja, v katerem se bo ugotavljanje finančnega uspeha še vedno zagotavljalo za sorazmerno majhne enote (tudi za manjše od dosedanjih tozdov), lahko bi jih imenovali dohodkovni ali profitni centri, z določeno upravljalško samostojnostjo (delegiranje pristojnosti in dogovornosti). Obenem pa bo potrebno zagotoviti bistveno večjo centralizacijo, predvsem v razvojnem odločanju in pri kontroli uresničevanja strateških ciljev. V določeni meri bo potrebno organizacije že tudi usposabljanje za prilaganje novim informacijskim sistemom.

Z ustrezno organiziranostjo služb moramo izboljšati možnost za:

- pravočasno vstopanje na propulzivna tržišča in za razširjanje tržišč (še zlasti zunanjih);
- specializacijo (koncentracija aktivnosti na izbranih programih);
- uresničevanje sodobnih proizvodnih koncepcij, zlasti novih prilagodljivih tehnologij in storitev.

Nadaljevanje prihodnjič



M – KZ Stična

Andrej Dvoršak

Z melioracijami do večjih pridelkov

Mercator Kmetijska zadruga Stična je bila med zadnjimi zadrugami, ki so se priključile Mercatorju. Danes je ena njegovih najbolj zvestih članic, predvsem zato, ker je v tem sozdu našla številne ugodnosti in koristi. Te se izražajo predvsem na področju komercialne – nabave in v poslovanju preko Mercator–Interne banke.

Tudi od pravne službe sozda imajo mnogo koristi, saj za njih opravlja vrsto zadev, od priprave samoupravnih splošnih aktov do zastopanja na sodišču. Zadruga

ni izgubila še niti ene tožbe, od krar jo zastopa ta pravna služba.

Direktor **Slavko Nemanič** zatrjuje, da so sredstva, ki jih zadruga

ga "plačuje" za vzdrževanje sozda mnogo manjša od tistih, ki jih "dobi" na račun svojega članstva v njem. Od vseh ugodnosti, ki jih nudi sozd svojim članicam, v KZ Stična ne koristijo le združenih investicijskih sredstev, ker pač niso vključeni v skupne programe in tudi sami nimajo lastnega naložbenega denarja.

Ne nazadnje je zelo pomembna tudi socialna varnost, ki jo tako majhni zadrugi, v njej je zaposlenih le 75 delavcev, nudi sozd. Zato v M–KZ Stična poudarjajo, da jih sedaj "niti hudič ne bi spravil iz sozda, ker so prednosti članstva prevelike". Poslovni interes je v tej zadrugi vedno na prvem mestu, to pa zagotavlja zdrave odnose. Stična je tudi edina zadruga v Sloveniji, ki nima vezanih sredstev v HKS, pač pa ves denar obrača v interni banki.

Takšno politiko podpira tudi vseh 935 članov zadruga, od tega je 715 moških, ki se ukvarjajo predvsem s prirajo mesa in mleka ter proizvodnjo semenskega krompirja. Letno zadruga odkupi 4.1 milijona litrov mleka ter 1450 govejih pitancev. Zadnja leta raste med kooperanti tudi vse večje zanimanje za proizvodnjo semenskega krompirja, ki ga zadruga odkupi okoli 800 ton.

Nasploh ugotavljajo v zadrugi, da proizvodnja pri kmetih počasi narašča, vendar prepočas, če upoštevamo dobre naravne pogoje. Zavirajo jo neustrezna cenovna razmerja. Ker njijske, strojne in hlevske zmogljivost omogočajo štiri do 5 odstotno letno rast proizvodnje, so se v zadrugi odločili, da bodo izboljšali kmetijska zemljišča. V zadnjih petih letih so agromeliorirali več kot 2.000 hektarjev, do leta 1991 pa nameravajo meliorirati še nadaljnjih 2.000 hektarjev.

Zanimanje za to je med kmeti zelo veliko. Tako kmetje kot zadruga pričakujejo, da bodo na novih površinah, ki jih bodo založno gnojili, dosegli večje pridelke koruze, krompirja ter travno deteljne krme za živino.

Vlaganja zamrla

Manj spodbudno je, da se je ustavila modernizacija kmetijskih objektov. Zaradi neugodnih kreditnih pogojev v zadrugi praktično ni več novogradenj in adaptacij. Če se to v kratkem ne bo spremenilo, pričakujejo v zadrugi že čez nekaj let upad proizvodnje.



Ignac Medved (levo) in Slavko Nemanič: »Povsod ostanke preteklosti. Bog ne daj, da se ne bomo tudi vračali v prihodnost!«



Semenski krompir iz stiškega skladišča potuje po vsej Jugoslaviji.

Urejanje zemljišč za več pridelka.



Poleg kmetijske dejavnosti ustvarjajo del dohodka v zadrugi še s trgovino in gostinstvom. Imajo sedem poslovalnic z re-promaterialom, v krajih, kjer so sedeži zadrughih enot ter 5 samopostrežnih trgovin raztresenih po vaseh okoli Stične. Gostinsko dejavnost pa predstavlja restavracija in dva bifeja, ki dobro poslujeta.

Direktor Slavko Nemanič me je peljal tudi v veliko skladišče semenskega krompirja, ki so ga modernizirali pred petimi leti. V njem je prostora za tisoč ton semenskega krompirja. Vendar pravijo, da v zadrugi še zdaleč niso izkoriščene vse možnosti za njegovo proizvodnjo. Celoten pridelek prodajo Semenarni v Ljubljani. Njihov krompir gre nato po vsej Jugoslaviji in slovi kot eden boljših. Največ prodajo zgodnjih sort Vesna in Jerla, ki jih kupujejo v Dalmaciji, Desire je zanimiv za Srbijo, Igor pa gre najboljše v prodajo v Sloveniji.

Iz skladišča krompirja sva z direktorjem Nemaničem odšla na Vir k Ignacu Medvedu, po domače Mandkovemu. Njegova domačija ima nad vhodom vklesano letnico 1827. Ignac Medved pravi, da je bila to nekoč graščina, ki je imela še pred tremi rodovi veliko vinsko klet. Hiša stoji na starem keltskem zidovju in vse okoli nje so arheologi odpravili šaro keltsko naselbino. Za kmete to ni bilo kaj prida spodbudno, kajti zaradi spomeniškega varstva niso mogli graditi novih objektov.

Kmet in tesar

Ignac Medved, ki je med drugim predsednik upravnega odbora Kmetijske zadruga, se v glavnem ukvarja s pridelovanjem semenskega krompirja ter prirajo mesa in mleka. Semenskega krompirja odda letno 11 ton, nekaj telet in pitancev ter okoli 18.000 litrov mleka.

Vprašal sem ga, katera od teh dejavnosti je najbolj rentabilna in odgovoril mi je, da prav nobena. Semenski krompir ima iz leta v leto različno ceno in če bi jeseni dobil denar na roke, bi pri njem še največ zaslužil. Tudi zato, ker je to pridelek, ki se obrne v petih do 6 mesecih, medtem ko je obrat pri živini komaj enkrat v dveh letih. Pravi, da mora vsak, poleg kmetovanja, početi še kaj, če hoče, da mu kmetija ne gre po zlu. Sam je izučeni tesar in to s pridom izkorišča za dodaten zaslužek, ki ga vlaga v obnovo kmetije. Ignac Medved trdi, da so zadnja leta izrazito neugodna za kmete. Sam pa se še spominja časov, ko je lahko vsak s kmetovanjem dobro zaslužil. A ta leta so že davno minila.

Pogovor se je zasukal tudi na sodelovanje s Kmetijsko zadrugo, na odnos kmet – zadruga. Kot meni Medved, je odnos Kmetijske zadruga Stična do kmetov takšen, kakršen lahko je v družbi, ki za kmeta zadnjih štirideset let nima prav nobenega razumevanja. Ker ima dober vpogled v delo zadruga, lahko z gotovostjo trdi, da zadruga naredi vse, kar pač lahko. Toda tudi ona je omejena. Ignac zatrjuje, da imajo v Stični to srečo, da ima zadruga dobro vodstvo, ki vleče celoten voz počasi naprej. Že samo, če pogledamo agromelioracije, vidimo, da se nekaj premika, je na koncu pogovora pribil Ignac Medved.

Mercator — Ljubljanske mlekarne

Andrej Dvoršak

Povečane zmogljivosti za sprejem mleka

Pretekli mesec je bila v Mercator—Ljubljanskih mlekarnah majhna slovesnost ob prenovitvi in posodobitvi sprejemnega dela mlekarne. Marjan Rajner, predsednik Komiteja za preskrbo mesta Ljubljane, je v uvodnem govoru poudaril, da je zamisel o prenovi in posodobitvi mlekarne stara že dobrih pet let. Leta 1986 je Smelt podnil idejni projekt prenove, ki je bil po obsegu 2,7 krat večji in 2,5 krat dražji od sedanjega.

Več o sami prenovi pa je povedal Franc Goropevšek, direktor razvojno investicijskega sektorja. Poudaril je, da vlaganje sredstev v prenavo pomeni posodobitev in povečanje rezervoarskih zmogljivosti za sprejem surovega mleka. M—Ljubljanske mlekarne so v zadnjih letih večkrat poskušale uresničiti svoje razvojne načrte, a so morale svojo aktivnost na tem področju zaradi pomanjkanja sredstev vedno prekiniti. Sedaj kaže, da bodo končno le uresničili že pred leti sprejete cilje.

Pred sedanjo prenavo obrata konzumne mlekarne so lahko dnevno sprejeli le 174.000 litrov mleka, kar še zdaleč ni bilo dovolj za potrebe. Mnogokrat so morali tovornjaki z mlekom čakati pred zbiranim mostom, da so prišli na vrsto, kajti odkup mleka se je iz leta v leto močno povečeval in niso bili redki dnevi, ko so morali v mlekarnah prevzeti tudi do 300.000 litrov mleka dnevno.

Ker so pričele s povečanimi količinami sprejetega mleka rasti tudi količine ostalih konzumnih proizvodov (pasterizirano mleko, jogurti, sirni namazi itd.), so morali v mlekarnah rešiti tudi vprašanje skladiščnih zmogljivosti.

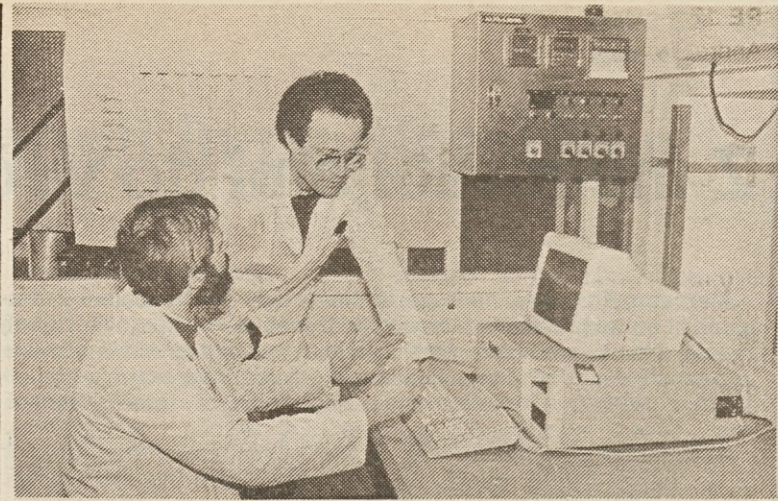
To jim je uspelo s povečano zmogljivostjo namenskih cistern, istočasno pa so rešili tudi vprašanje vodnega sistema čiščenja vseh tehnoloških inštalacij.

S prenavo so tako povečali zmogljivosti cistern za sprejem na trikrat 120.000 litrov za mleko in enkrat 50.000 litrov za smetano, torej skupno lahko sedaj sprejmejo 410.000 litrov mleka in smetane, prav tako pa so povečane zmogljivosti cistern za pasterizirano mleko in jogurt, sladko smetano in sadni jogurt na 160.000 litrov.

Pri prenovi so dali velik poudarek tudi uvajanju računalniške tehnologije, ki bo olajšala delo zaposlenim.

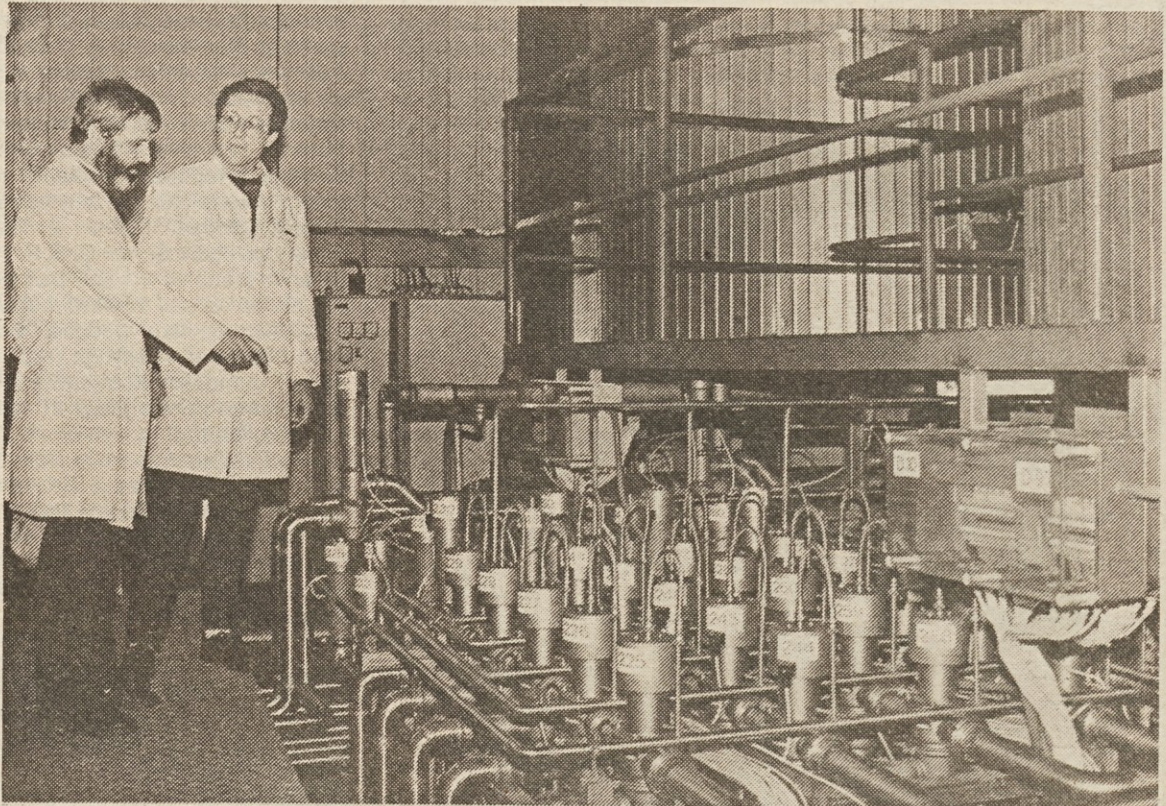
Celotna prenova tega dela mlekarne je stala 7,56 milijard dinarjev, od česar je mesto Ljubljana prispevalo skoraj 47 odstotkov. Na slovesnosti pa je bilo poudarjeno tudi, da Ljubljanske mlekarne oskrbujejo številne občine izven Ljubljane, ki ne kažejo prav nič simpatij do združevanja sredstev za naložbo v mlekarstvo industrijo, razen občine Cerkljanskega, ki je doslej pokazala največ razumevanja in ki se zaveda koristi, ki jih sovlaganje v razvoj mlekarstva predstavlja za tisto občino, ki ima razvito živinorejo.

Mercator—Ljubljanske mlekarne so med zadnjimi jugoslovan-skimi mlekarnami, ki posodablja-jo tehnološki proces proizvodnje. V tolažbo naj bo morda le to, da bo nova mlekarne, ki jo bomo letos pričeli graditi v Črnučah, med najsodobnejšimi v državi. Omogočila bo hitrejši razvoj mlekarne industrije in širitev proizvodnega programa.



Tehnološke postopke vodi in spremlja računalnik.

Iz obnovljenega dela mlekarne.



Komisija za naložbe

Vesna Bleiweis

Papirnata rariteta

Sredi leta 1986 se je rodila ideja o ustanovitvi sozdove komisije za ugotavljanje utemeljenosti tistih naložb, pri katerih so udeležena tudi na ravni sozda združena namenska sredstva. Osnova za delo komisije so sklep delavskega sveta sozda o pooblastilih komisije, poslovnik o delu komisije in metodologija za ugotavljanje družbene in ekonomske utemeljenosti naložb.

Papirjev, potrebnih za resno delo več, kot dovolj. Resno delo komisije je pričelo teči v letu 1987, ko je za 32 naložb v predračunski vrednosti 6,8 milijarde din, ugotovila družbeno in ekonomsko utemeljenost ter s tem prižgala zeleno luč za uporabo združenih investicijskih sredstev.

V letu 1988 pa kar za 94 naložb v predračunski vrednosti 168 milijard din. V teh dveh letih je komisija zasedala 18 krat. Sklep o ugotovitvi družbene in ekonomske utemeljenosti naložbe morajo člani komisije sprejeti soglasno. Zaradi pogostih komaj sklepčnih sej, je bilo uvedeno pravilo, da mora vsak član komisije dati pisno izjavo k takemu sklepu. Lepa bera pisnih izjav se je nabrala. To kaže, da so nekateri člani komisije pravilo dodobra izkoristili zato, da na seje niso prihajali in obenem na to, da gre za bolj ali manj papirnat organ, ki žegna stališča strokovne službe. Strokovna opravila za potrebe komisije opravlja M—Interneta banka.

Povprečna udeležba združenih sredstev v posamezni naložbi znaša do 30 %, kar pomeni, da je udeležba teh sredstev v letu 1987 znašala 2,4 milijarde, preračunano na posamezno naložbo

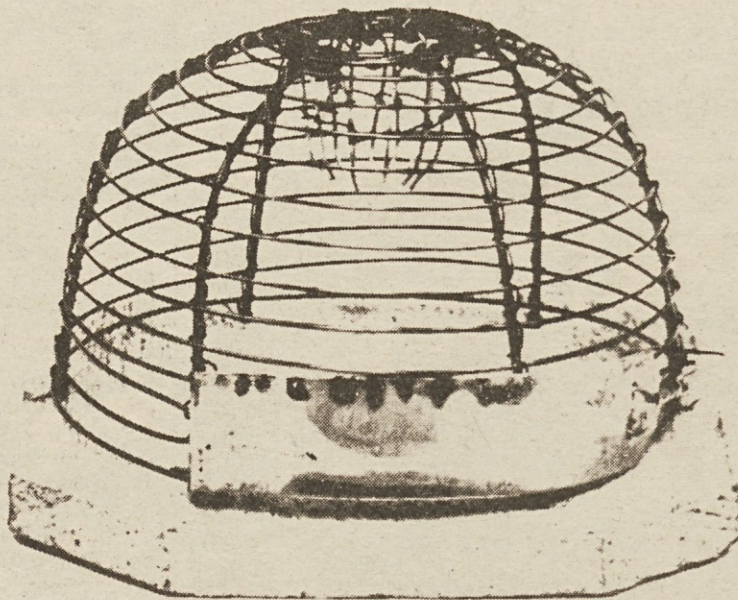
pa 75 milijonov din. V letu 1988 pa je ob enakem odstotku udeležbe združenih sredstev znašala 50,4 milijarde din ali 536 milijonov din za posamezno naložbo. Povprečna vrednost naložbe je v letu 1987 znašala 212 milijonov din. V 1988 letu pa 1,8 milijarde din. Zanimivo bi bilo navesti tudi podatek o tem, kaj vse je v tem obdobju sodilo med naložbe "skupnega pomena". Toda, ker je bila za vse naložbe izpolnjena temeljna zahteva, da je naložba opredeljena v planskih dokumentih sozda, skupaj z načelom zamenljivosti planiranih naložb, je opozarjanje na tako zanimivost odveč. Tudi številke so navedene zgolj zato, da bi z njimi ilustrirali naložbeno dejavnost v dveh letih, seveda samo tisti del, v katerem so udeležena združena sredstva.

Bolj gre za drugo vprašanje — za naravo ali pomen dela komisije, ki žegna. Dejstvo je (izhaja iz zapisnikov), da je komisija le enkrat samkrat menila, da bi kazalo naložbeno politiko usmerjati tako, da se ne bi podvajale zmogljivosti iste dejavnosti, v istem kraju in še v istem sozdu. Ta sramežljiva pripomba je bila zapisana, kako se je uresničevala, nismo preverjali, saj je morala za njeno uresničevanje poskrbeti strokovna služba.

Sprejemati sklepe o ekonomski in družbeni utemeljenosti naložbe, recimo nakupa treh vilicarjev, ki stanejo 800 milijonov dinarjev (številka je izmišljena), pri tem znaša delež združenih sredstev (ob 30 % udeležbi) 240 milijonov dinarjev, je svoje vrste neumnost, ki se še bolj razgali in potrdi v tej primerjavi: sedemčlanska komisija na podlagi sko-

pih podatkov strokovne službe odloča o ekonomski in družbeni utemeljenosti naložbe v proizvodni objekt, ki bo stal 10 tisoč milijard dinarjev in prižge zeleno luč za koriščenje praviloma 30 % deleža združenih sredstev v višini 3 tisoč milijard dinarjev. Vsa sozdova sredstva za reprodukcijo pa so per 30.9.1988 znašala 70 milijard dinarjev. Primer je sicer

absurden, ni pa izmišljen, in bi ga morda kazalo uporabiti vsaj zato, da ukinemo formalistično ugotavljanje ekonomske in družbene utemeljenosti naložb. Prihajajoč podjetniški in profitni interes bo moral s takimi samopravnimi papirnatimi raritetami temeljito pomesti. Pa če bi pometli tudi že malo prej, ne bi bilo nobene škode.



PE 17 — Deteljica

Andrej Dvoršak

Pol prometa s tujci

V tozdu Preskrba Tržič Mercator Rožnika je nauspešnejša samopostrežna trgovina PE 17 — Deteljica. Nedvomno ima del zaslug za ta uspeh tudi njen poslovodja Franc Erlah, možak, ki je trgovec od nog do glave. Devet let že vodi to trgovino in v tem času je bila že dvakrat prenovljena. Po vsaki prenovi se je promet povečal in nato vedno naraščal.

Značilno za samopostrežno trgovino PE 17 je, da 40 odstotkov prometa ustvarijo inozemski kupci. Ti največ segajo po žganih

pijačah, siru, delikatesnih izdelkih, mineralnih napitkih, polenti, ajdovi moki, kristalu in celo vegeti. To so resda najbolj iskani izdelki, vendar pa se v njihovih košarah znajde prav vse, kar v trgovini ponujajo.

Z domačimi kupci je nekaj več težav. Ti vedo, da sta v bližini še

dve samopostrežni trgovini drugih trgovskih organizacij, kjer trgovci niso tako vestni pri lepljenju novih cen. Zato se morajo v naši samopostrežni trgovini zelo potruditi, da obdržijo stranke, katerih kupna moč je iz dneva v dan manjša. To dosega s prijaznostjo in dobro postrežbo ter ne nazadnje tudi z odlično založenostjo trgovine. Dobro so obiskane tudi reklamne prodaje, za katere v trgovini še posebej skrbijo in jih redno organizirajo.

Kupci nikoli ne opazijo, da imajo trgovci PE 17 vrsto težav. 15 — članski kolektiv komaj zmore postoriti vse, kar je potrebno. Zvečer, potem, ko zaprejo trgovino, ostajajo v njej še več ur, da napolnijo police tako, da je zjutraj ponudba spet popolna.

Nekaj težav je tudi zato, ker vsi zaposleni nimajo trgovske izobrazbe in tiste trgovske žilice, brez katere v trgovini ne gre.

Poslovodja Franc Erlah je prepričan, da je dober trgovec lahko le tisti, ki uživa v delu z ljudmi, je komunikativen in ima "čut za štacuno". Sam si je vedno želel postati trgovec in če bi se danes po dvajsetih letih dela v trgovini moral ponovno odločiti, bi si izbral isti poklic. Smisel za delo v trgovini in ljubezen do poklica sta vplivali, da je sorazmerno hitro napredoval in že po šestih letih postal poslovodja. Čeprav je bil poslovodja manjše trgovine,

je bil srečen, ker je bil samostojen in mu je delo predstavljalo poseben užitek. Erlah pravi, da je pred petnajstimi, dvajsetimi leti bilo delo v trgovini mnogo lažje kot je danes. Takrat so se cene spremenile enkrat, kvečjemu dvakrat v letu, sedaj pa se spreminjajo tedensko in vsaka pošiljka pomeni tudi novo ceno. Le redkokatero blago ima isto ceno mesec ali dva.

Ponorelo tržišče dela sive lase vsem trgovcem in poslovodje spravlja v obup, zlasti v špecerijskih trgovinah, kajti v njih poslovodja komaj sledi vsem spremembam. Če pa izgubi rdečo nit, lahko hitro zabrede v težave.

Morda bi bila rešitev v uvedbi računalniško opremljenih blagajn takšnih, kakršne si je ogledal v trgovini Golovca na Fužinah in kakršne imajo Avstrijci že skoraj povsod. Če jih imajo Avstrijci, zagotovo pomenijo prihranek. Tam v trgovino več vlagajo in od nje tudi več imajo, pravi Erlah.

Sam ne more kaj dosti vplivati na izboljšanje pogojev v trgovini. Edina uteha mu je, da kot inštruktor in član izpitne komisije lahko sodeluje pri vzgoji številnih dobrih trgovcev. Ima le to smolo, da njegova trgovina, ki je najboljša v tozdu Preskrba, nima tudi najboljšega kadra. A kaj, ko dobri trgovci po vsej Gorenjski primanjkuje.

Franc Erlah, poslovodja v Deteljici: »Dobrih trgovcev na Gorenjskem manjka!«



Tozd Preskrba — Tržič

Andrej Dvoršak

Kljub konkurenci uspešni

"Vraga, kakšna cena je pa to? Ali si priračunala še datum?", se je ujezil Marjan Gradišar, direktor tozda Preskrba Tržič, ko je v svoji najbližji trgovini kupil kašo, pomaranče in sir ter za to plačal neverjeten znesek. Vsaj njemu se je zdel, prodajalki pa prav nič. Lepo mu je pokazala prečrtane in nove cene ter ga postavila na realna tla. Direktor cenam ne sledi tako kot gospodinja, ki vsak dan preklinja trgovce in še koga povrh, zato je bil pač presenečen.

Opisani dogodek sem doživel v Tržiču, ko sva skupaj z direktorjem tozda obiskala eno od trgovin. Nepoznavanje dnevnih cen prehrabnih izdelkov pa ni ovira, da Gradišar ne bi uspešno vodil tozda.

Ko sem hodil po Tržiču in obiskal nekaj Preskrbinih trgovin, sem opazil, da so vse precej bolj urejene kot konkurenčne, da je odnos trgovcev do stranke dober in da so bile vse polne kupcev. Vse to je samo del strategije Preskrbe, ki se bori za vsakega kupca. V živilski branži so v Tržiču udeleženi kar s 50 odstotki prodaje, ostalih 50 od-

stotkov pa si razdelijo konkurenčne trgovske organizacije. Trajne izdelke pa večinoma prodajo izven občine. Okoli 65 odstotkov tehničnega blaga kupijo Kranjčani, Ljubljani, Škofjelčani, Jeseničani, Kamničani in drugi. Ti so tozda Preskrbo spoznali na sejmu v Kranju, na katerem sodeluje štirikrat letno. Kljub visokim stroškom, se to sodelovanje izplača, ker predstavlja dobro propagandno akcijo in kupci kasneje sami prihajajo k njim v Tržič.

Koliko koristi ima od tega konkurenca, Gradišar ni povedal. Za-

gotovo pa jo ima, kajti v Tržiču je trgovin kolikor hočeš. Tu so: ZLIT, Elektrotehna, Kokra, Veletekstil, Ona On, Oblačila Novost, BPT, Živila, ABC Loka, KŽK Gorenjske in še vrsta zasebnikov. Za 14.500 prebivalcev občine več, kot preveč. K temu pa sodi v zadnjem času še razmah "sindikálnih prodaj", ki močno vpliva-

jo na padec prometa v trgovinah. V Preskrbi menijo, da bi morala komerciala sozda in delovne organizacije bolj ostro ukrepati proti proizvajalcem, ki s takim načinom prodaje zmanjšujejo promet v trgovini. Mercator kot ena največjih organizacij v Sloveniji, to možnost ima, a je doslej kot kaže, še ni začel izkoriščati. Po drugi strani pa bi bilo potrebno uskladiti prodajo med samimi članicami sozda in izenačiti pogoje. V Tržiču pravijo, da najprej na področju prodaje delikatesnih izdelkov.

Marjan Gradišar se zadnje čase predvsem posveča obnovi trgovin. Lani so preuredili dve zastareli klasični trgovini v sodobni

self-service. Prvo v krajevni skupnosti Leše, drugo v Kovorju. Kupili pa so tudi veliko nove strojne opreme za trgovine ter opravili razna manjša vzdrževalna dela. Za letos načrtujejo preureditev prodajalne na Brezjah pri Tržiču, v samem Tržiču pa bodo na Trgu svobode preuredili kar dva lokala. V enem bodo uredili specializirano prodajalno usnjene galanterije in igrač. V Križah načrtujejo diskontno trgovino, stekle pa so tudi priprave za gradnjo preskrbovalnega centra na Visokem pri Kranju. Vse to pa bodo uresničili, če bodo imeli dovolj prometa. Za dober promet pa morajo imeti lepo urejene trgovine in prijazne prodajalce. Oboje imajo.

Investa — nosilka poslov v Dravogradu

Andrej Dvoršak

Prijetni lokalčki za plitvejšše žepe

Investa inženiring se v zadnjem času ukvarja s celovitimi posli, pri katerih je sama nosilka celotnega posla: od načrtovanja do izgradnje in prodaje lokalov v novih objektih. Med večje take objekte, ki jih trenutno gradi, sodi poslovni center na avtobusni postaji v Dravogradu.

Martin Burger, vodja obrtne kooperacije, ki je zadolžen za ta projekt, nam je dejal, da dela odlično napredujejo, nad vsemi pričakovanji pa je tudi interes kupcev poslovnih prostorov. Čeprav poslovni center še ni zgrajen, je Investa inženiring prodala že okoli 5.000 kvadratnih metrov poslovnih površin, od skupno 10.000 do 12.000, kolikor naj bi jih na koncu imel ta objekt.

Poslovni center je, po načrtih sodeč, lep objekt z zanimivim programom. V njem je vrsta majhnih (tudi le 16 kvadratnih metrov) in večjih lokalov, ki jih kupujejo zasebniki in družbene or-

ganizacije za različne trgovsko gostinske programe. Največ teh majhnih lokalov je v pritličju, v tej etaži pa je še večja prehrabna trgovina. V medetaži je več večjih trgovin in nekaj butikov, ki okrožajo ponudbo bodočega dravogradskega trgovskega središča.

Burger pravi, da so bile možnosti za nakup lokalov zelo ugodne, kajti Dravograd še vedno sodi med nerazvite občine. Dve tretjini potrebnih sredstev za investicijo je bilo zagotovljenih iz sklada za manj razvite. Celotna investicija je vredna okoli 70 milijard dinarjev. Kupci lokalov

pa bodo štiri leta oproščeni tudi prometnega davka na promet blaga in storitev v višini 16 odstotkov, s čimer želi občina spodbuditi trgovsko dejavnost. Tudi cena kvadratnega metra poslovnega lokala je bila sorazmerno nizka — le 5,71 milijona dinarjev, pri čemer vrednost infrastrukture v tej ceni predstavlja kar 1,8 milijona dinarjev. Ta delež je visok zato, ker so morali predstaviti železniške tire in urediti izjemno zahtevno zemljišče.

V Dravogradu si je Investa inženiring pridobila mnogo novih izkušenj. V Investi sedaj načrtujejo že nove podobne projekte, kot denimo prenovno Cukrarno v Ljubljani, iz katere bodo naredili zanimiv trgovsko poslovni center.

»Ali si v račun vštela tudi številke datuma?« je zabentil Marjan Gradišar.



Iz glasil članic — javno predstavljena zamisel

Janez Tavčar

Kakšen KŽK Gorenjske v prihodnje?

V Jugoslaviji vsake toliko časa zamenjamo nekaj temeljnih zakonov in členov ustave, ki potem služijo delavcem kot osnova za samoupravljanje. Tako je bilo pred štirinajstimi leti, ko smo z "edinstvenim" Zakonom o združenem delu proslavili TOZD, ki je temeljil na združevanju dela delavcev. TOZD se je kasneje še spolitiziral in ker je splošno znano, da je vsakega pretiravanja kmalu konec, se je to zgodilo tudi s tozdi in tudi z ZZD. Trinajstleten poskus je našo družbo skoraj pripeljal do bankrota ter splošne politične in gospodarske krize. Tega, da smo Jugoslavijo zavozili z neustrežno zakonodajo prav na področju gospodarstva, še nečemo priznati, čeprav postopno razveljavljanje Zakona o združenem delu, pomeni prav to.

Letos smo dobili nov zakon — Zakon o podjetjih, ki namesto tozda, kot sedanjega osnovnega subjekta OZD, uvaja štiri osnovne tipe podjetij, in to:

- družbeno podjetje
- zadružno podjetje
- mešano podjetje
- zasebno podjetje.

Našeta podjetja se na podlagi interesa in sestave kapitala združujejo v naslednje oblike podjetij:

- skupno podjetje
- posebno družbeno podjetje
- združeno podjetje
- sestavljeno podjetje.

Kakšno obliko podjetja naj sprejme KŽK

Zakon o podjetjih prepušča izbiro ustrezne organizacijske oblike delovni organizaciji in tozdom. Zaradi specifičnosti organizacijske sestave KŽK Gorenjske, ki je večproduktna delovna organizacija s 8 tozdi, s sedeži v petih gorenjskih občinah, izbira nikakor ni lahka. KŽK Gorenjske je v organizacijskem in vsebinskem konceptu organizacijska in strukturna posebnost, ki glede na dejavnost, že četrto stoletje zelo solidno posluje. Sedanja delovna organizacija in z njo vseh 8 tozdov, so v dosedanjem obdobju dokazali, da so kot organizacijski subjekti potrebni, da temeljijo na zdravi podjetniški zasnovi, ki med drugim, ustreza tudi sedanji zakonodaji. Radikalne organizacijske spremembe v KŽK Gorenjske, ki jih Zakon o podjetjih uvaja, npr. ukinjanje obstoječih tozdov in oblikovanje enotnega družbenega podjetja ali razdelitev KŽK na 8 družbenih podjetij, bi pomenile prejšnji korak nazaj in določene motnje v poslovanju sedanjih tozdov.

Glede na nove zakonske usmeritve v povezavi z dejanskimi potrebami po reorganizaciji KŽK, moramo prilagoditi preobrazbo organizacijske zgradbe KŽK. Vedeti je treba, da je Zakon o podjetjih samo osnova. Najbolj pomembno vodilo za postavitev formalne organizacije v gospodarskem podjetju kot je naš KŽK, pa mora biti v racionalni proizvodni in tržno zasnovani obliki. Pri postavljanju organizacijske zgradbe podjetja nas še vedno ovira naša morebitna nesamostojnost, ker smo neposredno ali posredno vpeti v proizvodnjo hrane v naši vedno bolj revni družbi. Tudi sicer bomo kot ekonomska družba naslednjih 5–10 let sistemsko še zelo nezanesljivi, kar nas tudi sili v previdnost pri bodočem organiziranju podjetja ali podjetij v okviru KŽK Gorenjske.

Pri organizaciji v "novo" podjetje smo odgovorni delavci v delovni organizaciji in tozdih dolžni upoštevati bodoče postopne procese preobrazbe dogovorne ekonomije v tržno gospodarstvo. Naši tozdi, ki posamično še niso ekonomsko dovolj trdni, da bi se že takoj soočili z našim neureje-

nim domačim trgovom, morajo pri organiziranju upoštevati najmanj dva vidika. Prvi vidik je smotrna notranja organizacija, da bodo stroški poslovanja na enoto proizvoda ali prodajno enoto čim nižji, drugi vidik pa je postavitev organizacijskega sistema, ki je sposoben enakopravno obvladovati zunanje okolje podjetja, kot so razni organi, organizacije, sivi, zbornice, združenja, banke, itd., v okviru občin, regije in republike.

Naštete ugotovitve pri organiziranju podjetja so pomembne v vseh panogah, za naše agroživilske tozde pa je ustrezna organizacijska usposobljenost navzven, nujno potrebna.

Upoštevajoč obravnavana izhodišča za KŽK Gorenjske in splošno presojo razmer v naši družbi, smo v Kažekajevem poslovodstvu že oblikovali predlog nove organiziranosti. Pri oblikovanju predloga bodoče organizacije smo upoštevali dosedanje razvitanje in nivoje samostojnosti in odgovornosti TOZD ter produktivno in krajevno celovitost.

Organizacijski predlog vsebuje preobrazbo sedanjih 8 tozdov v 8 družbenih podjetij, ki se združujejo v združeno podjetje KŽK Gorenjske. Možna so seveda druga imena za sedanje TOZD in KŽK Gorenjske. Pri

predlogu gre na prvi pogled za formalno preobrazbo sedanje delovne organizacije v združeno podjetje, kar je samo delna rešitev. Že dalj časa načrtovana reorganizacijska preobrazba KŽK v smislu učinkovitejšega podjetja za opravljanje skupnih poslovnih funkcij in nastop na tržišču, je z novim zakonom pridobila možnost uresničitve.

Z oblikovanjem združenega podjetja KŽK Gorenjske bo obenem dana tudi enkratna prilagoditev za temeljito presojo in prenovo sedanje strukture in posameznih poslovnih funkcij v sedanjih tozdih in delovni skupnosti skupnih služb, vključujoč tudi službe SOZD. V novi organizaciji smo se namenili analizirati in izključiti vsako podvajanje administrativnih, poslovnih funkcij. Opravljanje posameznih poslovnih (administrativnih) funkcij bomo racionalizirali in locirali v družbeno podjetje ali v okviru združenega podjetja, zaradi večje učinkovitosti in odgovornosti.

V vseh navedenih predpostavkah našega predloga bodoče organiziranosti težimo za racionalno organizacijsko strukturo, ki bo vključevala samo potrebne delavce za posamezna opravila, ki bodo posamično ali v okviru služb lahko v vsakem trenutku opravili svoje delo in stroške.

V osnutku predloga organiziranosti v okviru združenega podjetja KŽK Gorenjske, smo predvideli, v primerjavi s sedanjo DSSS, nekoliko spremenjeno sestavo skupnih opravil, ki bi lahko bila v naslednji zasnovi:

- a. Finančno področje:
 1. — računovodstvo ZP
 2. — koordinacija, nadzori in evidenca plačilnega prometa
 3. — devizno poslovanje

4. — interna kontrola
- b. Komercialno področje:
 5. — marketing služba SP
 6. — zunanje trgovinska dejavnost
 7. — komercialna koordinacija
- c. Splošno kadrovsko področje:
 8. — splošna služba
 9. — kadrovska služba
 10. — pravna služba
 11. — varnostna in obrambna služba
- d. Razvojno investicijsko področje:
 12. — investicijski elaborati
 13. — razvojno načrtovanje
 14. — inženiring
 15. — organizacija dela
- e. Informacijsko področje:
 16. — avtomatska obdelava podatkov
 17. — izdelava programskih paketov
 18. — plan in analize
 19. — informacije

Predlagana organizacijska prenova KŽK Gorenjske in vseh 8 tozdov je šele začetek uvajanja "podjetniške" in seveda zakonske organiziranosti obstoječega KŽK. Ta predlog je tudi šele poskus makro organiziranosti v novih razmerah. Že letos in v naslednjih dveh, treh letih bo neobhodna tudi organizacijska prenova znotraj naših sedanjih TOZD, polovnih enot, obratov, strokovnih služb itd. Vsako družbeno podjetje (sedanji tozdi) in združeno podjetje (KŽK Gorenjske) morajo biti v bodoče odprti organizacijski sistem tako do okolja, kot za organizacijsko in poslovno širitev ter vsestransko rast. Z nivoja združenega podjetja bomo tudi v bodoče težili za višjimi oblikami interesnega in poslovnega povezovanja in združevanja, če bo to v okviru podjetni-

skih interesov posameznih delov združenega podjetja. Sedanje zamisli bodoče organiziranosti KŽK Gorenjske bodo v naslednjih mesecih predmet razprave v kolektivnih naših tozdov, predvsem pa v družbenopolitičnih organizacijah in samoupravnih organih. Dobrodošle bodo nove pobude in predlogi o naši organiziranosti. Izključena tudi ni možnost spremembe osnovnega predloga organizacije sedanjega KŽK. Objektivno je možno upoštevati in obravnavati še dva modela, to je enotno družbeno podjetje ali sestavljeno podjetje. V vsakem primeru pa moramo pri postavljanju makroorganizacijske strukture podjetja slediti razvojnim ciljem, ne pa podlegati vplivu trenutnih ambicij posameznikov ali skupin v posameznih delih podjetja.

Opomba uredništva:

Objavljena razmišljanja o drugačni organiziranosti KŽK Gorenjske so prvi javno objavljeni in predstavljen model, kako na podlagi zakona o podjetjih preseči sedanjo organiziranost delovne organizacije s tozdi in z opredelitvijo tistih poslovnih funkcij, na katerih naj bi temeljilo dobičkanosno podjetništvo. Prispevek je bil objavljen v 1. številki glasila Mercator — KŽK Gorenjske, ki je izšlo konec februarja letos. Za objavo smo se odločili, ker menimo, da bi morali biti tovrstni predlogi predstavljeni širšemu krogu predvsem poslovnih in strokovnih delavcev kot informacije za dopolnitev razmišljanja in iskanja najustrežnejših lastnih poti. Zato vabimo vse organizacije, ki pripravljajo svojo organizacijsko in vsebinsko prenavo, da nas o svojih razmišljanjih obveščajo.



Iz glasil članic

Ana Rak, Henrik Zupančič

Obisk tovarne Fryma v Švici

Tovarno Fryma sva obiskala zaradi reševanja problemov, ki nastajajo v zvezi s proizvodnjo naših novih izdelkov – dressingov.

Naša linija za proizvodnjo dressingov je improvizirana in do sedaj ni zahtevala večjih investicij, ker naša prodaja ni imela tržne analize in ni mogla oceniti, kako bo prodaja tovrstnih novih izdelkov sploh stekla. Prvi rezultati prodaje teh izdelkov so

spodbudni, kar pomeni, da bo proizvodnja teh izdelkov redna. Zato je treba linijo za pripravo majonezne osnove v prvi fazi postaviti bolj praktično, v drugi fazi pa bi kupili avtomatsko vakuumsko linijo za pripravo majonezne osnove, dressingov in ketchu-

pov, kar bi bilo lahko v letu 1990, seveda, če bo prodaja tovrstnih izdelkov naraščala tako, kot pričakujemo.

Tovarna Fryma, ki naj bi bila dobavitelj avtomatske linije za proizvodnjo dressingov in ketchupov, je organizirala ogled velike švicarske živilske tovarne Mi-

gros v Estravaleyu. Ta tovarna ima zaposlenih 600 delavcev, letna proizvodnja pa je 130.000 ton različnih izdelkov, in sicer: 80.000 ton mleka in mlečnih izdelkov, 30.000 ton raznih povrtnin in 20.000 ton delikatesnih izdelkov, kamor spadajo tudi dressingi. 70 % izdelkov razpošlje po Švici do svojih skladišč po železnici. Procesi v proizvodnji so vo-

deni z računalniki, ki upravljajo tudi s številnimi roboti. Viličarji so prav tako računalniško vodeni brez voznikov. Sami naložene palete pobirajo, jih prepeljejo na ustrezno mesto, kjer jih postavijo na rolno progo, ki odpelje palete v regalno skladišče, ki je prav tako vodeno računalniško. V sami proizvodni hali je malo delavcev, pa natrpano strojev, robotov, tekočih trakov. Občutek imaš kot, da si na drugem planetu. Po modernizaciji je ta tovarna gotovo 100 let pred nami.

Sto bikov pri kooperantu

Andrej Dvoršak

Naročeno pitanje za Mednarodno trgovino

Danes le še redkokateri kmet širi proizvodnjo. Vsak raje čaka na "boljše" čase in na uskladitev cen med repromateriali, stroji in njegovimi pridelki. Eden zanesenjakov, ki na vse to ne čaka, ker je tradicionalno vezan na zemljo in kmetovanje, je Vojko Cegler iz Zavrstnika pri Litiji. V svojem hlevu redi sto krepkih bikov in razmišlja, kako bi njihovo število še povečal.

"Pitanje bikov je družinska tradicija. S tem se je ukvarjal že moj oče, zato je bilo samoumevno, da bom to počel tudi jaz, saj so me bikci vedno pritegovali. Naredil sem kmetijsko šolo na Grmu pri Novem mestu in potem prevzel kmetijo. Ko sem jo prevzel, je stal le očetov hlev za kakšnih 20 pitancev, danes pa v nov hlev lahko spravim tudi 120 živali", pripoveduje Cegler.

Ko smo se z direktorjem M-KZ Litija, katere kooperant je Cegler, dogovarjali za obisk, nam je dejal, naj pridemo kadar hočemo, enkrat dopoldan. Toda s kmeti imamo v uredništvu dragocene izkušnje. Če jih ne uloviš prav zgodaj zjutraj, jih moraš ponavadi čakati do kosila ali pa včasih celo do večera, zato smo se odločili, da Ceglarja obiščemo zgodaj zjutraj. Toda ob tako zgodnji jutranji uri tudi on ni pri-

čakoval obiska. Ne sodi med ljudi, ki bi vstajali sredi noči, vsaj ne pozimi. Tudi biki niso najbolj navdušeni, če jim kdo "sredi noči" začne polniti jasli ... in tako smo Ceglarjeve presenetili ravno pred zajtrkom. Vojko, žena, dva cicibana in kuža so bili presenečeni, ko so nas zagledali na pragu.

"Ne vem kaj je tako posebnega, če ima človek rad živino in ima sto pitancev v hlevu?", se je zasmel Vojko. "Danes je to vse skupaj ena velika žalost, kajti cenovna nesorazmerja so obupna in če žena ne bi hodila v službov Predilnico, bi bilo včasih precej zoprno. Doma ne pridelujemo nobene hrane, razen bikov, ki jih redimo za M-Mednarodno trgovino. Celotno jajca in krompir moramo kupovati pri sosedih."

Gospodar je povedal, da se z biki ukvarjata le on in oče, ki pa

je pomalo že izpregel. Trdi, da se je za bika odločil zato, ker je z njimi dosti manj dela kot s kravami, polega tega pa so mu krave zoprne in ne mara mleka. Na leto ga spiže komaj liter, raje manj. Biki so pa le biki, veselje jih je gledati, ko rastejo in se redijo.

V njegovem hlevu pa se hitro. Kilogram in sedemnajst dekagramov dnevno ali šesto kilogramov v tristo dneh. Tako dober prirast dosega z dobro pripravljeno silažno koruzo in drugimi krmili, ki jih redno nadzirajo in ugotavljajo njihovo ustreznost. Rezultati, ki so jih dobili z analizo, so bili dobri, kar pomeni, da je Cegler več pripravil krme.

Zaupal nam je, da bika vidi le dvakrat na dan. Zjutraj in zvečer, ko jim napolni jasli. Tako imajo ves dan mir in "ker jim je dolgčas, počasi praznijo jasli in se redijo", se pošali Cegler.

Beseda je nanesla tudi na kooperantske odnose v zadrugi in Mercatorju. Vojko Cegler je od nog do glave Mercatorjevec. Ne

razmišlja le kot kmet, kooperant ampak kot delavec Mercatorja, na katerega ga vežejo številne niti. Zanj ni pomembno le, da vzredi bika in jih odda M-Mednarodni trgovini, zanj je pomembno tudi to, da M-Mednarodna trgovina za njegove bika iztrži čimveč, da so tako dobro spiti in negovani, da z njimi ni težav pri izvozu. Od tega ima tudi sam koristi.

"Boljše bika bo Mercator prodajal svojim partnerjem, več jih bodo ti naročali in več jih bom dobil v hlev ... morda pa bo kdaj tudi cena zanje bolj ugodna," razmišlja. Ker pa ima bika v hlevu eno leto, pomeni da ima M-Mednarodna trgovina, ki mu jih daje v rejo, leto dni vezana sredstva. Skrbi ga, koliko časa bo lahko še opravljal svoje storitve zanje, kajti zaveda se, da so ta vezana sredstva zelo draga, vidi pa tudi, da je vedno manj povpraševanja po takšnih storitvah, kot jih sam opravlja. Upa le, da se bo prej spremenila kmetijska politika, preden mu bo njegov Mercator odpovedal sodelovanje, ki sedaj tako dobro poteka.

Oddelek, kjer izdelujejo dressinge ima dve avtomatski vakuumski liniji za pripravo dressinga firme Fryma. Doziranje olja in kisa za posamezne sarže je avtomatsko, prav tako je avtomatsko tudi vodenje samega procesa priprave dressinga, medtem ko tehtajo dišave in razne manjše dodatke podobno kot pri nas. Oddelek je v dveh nadstropjih in pot pripravljenega dressinga do polnjenja je zelo kratka zaradi nevarnosti mikrobioloških okužb. Velik poudarek dajejo čiščenju in razkuževanju linij zaradi velike kvarljivosti dressingov, kajti razen jogurtovega dressinga polnijo ostale dressinge v plastično PET embalažo, ki ima podobne lastnosti kot steklo in ne prepušča zraka. Tudi rok trajanja imajo omejen samo na 4 mesece. Prodaja tovrstnih izdelkov jim letno narašča za 20 %.

V tovarni Fryma imajo laboratorij, kjer imajo vse stroje, ki jih izdelujejo v mini izvedbi. Na avtomatski mini liniji za pripravo dressingov smo pripravili vse 4 vrste majoneznih osnov, ki jih uporabljamo za naše dressinge. Gostota majonezne osnove, pripravljene na avtomatski liniji, je bistveno drugačna od gostote, ki jo dobimo na našem koloidnem mlinu. Naš koloidni mlin ima križno ozobljen rotor, kar je za pripravo majonezne osnove zelo neugodno. Zato smo se dogovorili, da nam bodo izdelali nov rotor in stator, ki bo imel primerno ozobljenje, kajti avtomatske linije za pripravo dressinga najmanj še eno leto ne bomo mogli kupiti zaradi pomanjkanja denarja za investicije. Poleg tega pa moramo tudi dobiti jasno sliko, kakšna bo prodaja tovrstnih izdelkov. Cena za avtomatsko linijo bi bila cca 130.000 Sfr. Pri ogledu tovarne Fryma je jasno, da so jim računalniki pri sami pripravi izdelave kot tudi pri izdelavi strojev nepogrešljivi. Medtem, ko se pri nas ubadamo z uporabo računalnikov pri pretoku materialov, pa v Švici računalniki delajo v vseh vrstah proizvodnje. Izračunali so, da jih delavec v proizvodnji letno stane 50.000 Sfr in pri vseh investicijah ter uvajanju računalnikov računajo, kakšno zmanjšanje zaposlenih jim bo prinesla investicija in šele na drugem mestu so ostale prednosti investicije.

Potovanje, ki je v eno smer dolgo skoraj 1000 km, je bilo naporno, vendar zelo zanimivo, kajti ugotovila sva, da so celo Nemci v modernizaciji nekaj desetletij za Švicarji, posebej, kar se tiče praktične uporabe računalnikov. Mi z uporabo računalnikov res capljamo za Švico zelo daleč, vendar nekaj je tudi to, da smo vsaj začeli z uporabo le teh in da obstaja možnost, da bo razvoj uporabe računalnikov morda pri nas hitrejši, ker nam ne bo treba odkrivati Amerike tam, kjer so jo drugi že odkrili.

Vojko Cegler pri svojih rejencih.



Sevničani trden člen v Mercatorjevi verigi

Alfred Železnik

Ob obisku sevniškega kombinata

Sevnica, 16. marca — Mercator Kmetijski kombinat Sevnica so obiskali člani poslovodnega odbora sozda Miran Goslar, predsednik in podpredsednika za kmetijstvo Slavko Glinšek in za blagovni promet Franc Prvinšek. Ogledali so si gradbišča, kjer nastaja nova hidroelektrarna na Savi, obiskali nekatere nove objekte kombinata in Metelkovo kmetijo. Pogovor pa je nanese tudi na vrsto aktualnih problemov.

Ob obisku so gostitelji gostom pokazali polje na Loki pri Zidanem mostu, kjer so zaradi gradnje hidroelektrarne Vrhovo, okrnili izredno lepa hmelišča. Na drugem koncu občine so se gostje pomudili pri Metelkovih v Hudem Brezju pri Studencu. Na Čanju nad Blanco so Sevničani pokazali velike nasade jablan, hladilnico na Blanci in gradbišče za še en podoben objekt. Tudi gradbišče v strogem središču Sevnice, gradi se nov hotel in blagovnica, je bilo predmet zanimanja, da ne govorimo o urejanju sodobnih plantaž nad Sevnico. Plantaže bodo velike 30 hektarjev.

Na polju v Loki, gradbinci zamujajo. Po pogodbi bi moralo biti namreč zemljišče nared za sajenje korus. Za setev korus je treba namreč nasipati teren nad predvideno zaježitvijo Save. Korusa bo le prehodna poljščina, kasneje naj bi tod ponovno rasel hmelj.

Posebno toplino je imel obisk na vzorni kmetiji pri Metelkovih. Gospodar Miha je bil nekoliko v ozadju, marljivi sin Tine pa je razkazal novi hlev poln prašičev. Iz starega hleva so živali prav pred kratkim oddali, v drugem delu pa na kmetiji redijo kokoši nesnice. Metelkovi so pravi garači. Nov hlev iz montažnih plošč, ki jih izdeluje Trimo, sta brata Tine in Miha postavila takorekoč sama. Le pri strehi sta potrebovala pomoč. Metelkovo gospodarstvo se je začelo v starem govejem hlevu. Tine, ki vedno dela tudi s svinčnikom, je povedal, da dosega pri prirerji kar dobre rezultate, govda se zredijo za 1,10 kg na dan. Večinoma krmijo z lastno krmom, pretežni del korus pride lajo doma. Izredno pohvalno mnenje o Metelkovi kmetiji in mladem gospodarju Tinetu, je izrekla direktorica Kooperacije Jožica Mlakar. Goslar je Metelkovim čestital za uspehe in jim zaželel vse dobro tudi vnaprej.

Pot je obiskovalce nato vodila po studenskih hribih, od koder je lep razgled na nasprotni breg Save, kjer so 80 hektarski plantažni nasadi na Čanju. To je izjemna lega, z izjemno ugodno klimo, o čemer je sadjarje prepričeval nestor slovenskih sadjarjev dr. France Adamič. V teh plantažah stare sorte zamenjujejo z novimi tržnimi sortami. Tudi s sevniške Dobreave pogled seže na večino ma že zasajeno plantažo, buldožer pa še rije po zadnjem hektaru zemljišča, namenjenega nasadu hrušk viljamovk. To zemljo je Kmetijski kombinat komaj iztrgal urbanistom, da je niso pozidali.

V sejni dvorani kmetijskega oskrbovalnega centra, kjer so se vso zimo šolali mladi kmečki gospodarji, so se predstavniki sozda pogovarjali s člani samoupravnih organov kombinata, pridružili pa so se jim tudi predstavniki drugega Mercatorjevega kolektiva, Kopitarne. Goslar je sevniški kombinat, v katerem so uspešno povezane družbena in zasebna kmetijska proizvodna ter trgovina, ocenil kot trden člen velike Mercatorjeve družine. Osrednja pozornost je bila namenjena zamislim o prihodnji organiziranosti. Sevničani niso skrivali, da so s sedanjo organizi-

ranostjo in vpetostjo v sozd, izredno zadovoljni.

Seveda pa je tu že nov zakon o podjetjih, obeta se še nov zakon o združništvu. Goslar je pozorno prisluhnil podatkom, ki so jih predstavili gostitelji. Direktor tozda Trgovina Jože Imperl je spregovoril o novi blagovnici, Jožica Mlakar pa je predstavila dosežke v Kooperaciji in pri tem poudarila spremenjeno sliko v oddaji mleka. Zastave ne nosijo več rejci s po eno ali dvema kracvicama, temveč veliki rejci.

O tem, kako organizirati kmete glede na pričakovano zakonodajo, je spregovoril Goslar. Menil je, da ne bi smeli postati sužnji zakonodaje in se v nedogled ukvarjati z organiziranostjo. Narobe bi tudi bilo, če bi pasivno čakali, kaj nas bo doletelo s predpisi. Prvenstvo naj imata delo in ustvarjanje dohodka.

O spreminjanju sozda bo še dovolj razprav, vendar se po mnenju Goslarja zadeve nagibajo v smer delniške družbe. Sedanja organiziranost sozda je bila predpisana z zakonom, lastninski odnosi niso bili temelj upravljanja in poslovanja. Tudi kmetje so imeli v sedanjih oblikah v resnici zelo malo vpliva, zato bo treba v prihodnje poudariti njihove stvarne deleže. Jožica Mlakar je komentirala govore o tem, da se kmetov denar prelija v družbeno proizvodnjo, resnica pa je ravno obratna. Glinšek je menil, da je bila sedanja organizacija kmetov prilagojena političnim zahtevam in pristavil, da je pri vprašanih združništva preveč notranjih zapletov. "Narobe je, da so zadrage organizacije za kmete, ne pa organizacije kmetov. V svetu so zadrage povsem normalna podjetja", je razmišljal Glinšek. Predsednik sveta kooperantov Jože Kunšek je razpravo obrnil v smer, ki najbolj žuli kmete. To so predvsem neekonomske cene. "V bodoči zadrugi naj ne velja zgolj članstvo, velja naj to, koliko je kdo težak po kapitalu."

V Mercator — Kopitarne se s težavami okrog nove organizacije po novi zakonodaji ne ubadajo. So že vsa leta enovita delovna



Jožica Mlakar, direktorica TOK Kooperacija, med razlago (z leve: Franc Prvinšek, Jože Imperl, Slavko Glinšek, Albin Ješelnik in Miran Goslar).

Ogled Metelkove kmetije.



organizacija. Pohvalno pa je, da si je kolektiv Kopitarne prvi v občini izboril razvojni dinar. Za raz-

voj so dobili 510 milijonov dinarjev. Direktor Kopitarne Jože Štivec je poudaril, da so problemi,

ki se jim bo posvetila Kopitarne predvsem vprašanje notranje organizacije in trženja.

Sindikalna odeja v "franžah"

Čas je tak, da sindikalne prodaje cvetijo. Vsak izdelovalec se običajno potruji za nekaj odstotkov sindikalnega popusta in ugodne plačilne pogoje. S tako vero gremo člani sindikata v nakup.

MENE NE BODO NATEGNILI NIKOLI VEČ. Izkušnja z odejami je bila preveč bridka. Da je bridka, je odkrilo naključje. Obvestilo o sindikalni prodaji odej. Nakup odej, podpis papirjev in odeja domov. Doma ugotovim, da sem kupila premajhno odejo. Pokličem proizvajalca, se predstavim in prosim, če bi mi sindikalno odejo lahko zamenjali. Prijazen "Da, vsekakor. Koliko ste odejo plačali?" "Okroglo 490 tisočakov." Z druge strani žice: "Kako, saj je bila dogovorjena cena za prodajo pri vas okrog 420.000 din. Nekaj bo treba preveriti," še ljubezniv pozdrav in konec. Medtem pa je vsebina tega pogovora prišla do direktorja trgovske organizacije (sozdo), ki je posredovala prodajo. Spet: "Saj to vendar ni mogoče!" Spet klic v tovarno, kdaj približno lahko pričakujem zamenjavo odeje in kakšna je pravzaprav prava cena. Presenetljiv odgovor: jecljajoče in neprepričljivo utemeljeva-

nje spremembe marže. Odeja torej po okroglih 490 tisočakov.

Potep po ljubljanskih trgovinah pa je pokazal: odeja je po nekaj čez 380 tisočakov.

Ne spuščam se v razmerje proizvajalec — posrednik (trgovska organizacija). Ta dva bosta za svoje ravnanje našla opravičilo. Kdo bo spral grenak občutek in sum, da sta te goljufala?

P.Š. Imena nosilcev tega posla niso navedena, ker menim, da gre za poslovno dovolj ugledni organizaciji, ki bosta, v primeru, da sta se spoznali, sami javno odgovorili in tako odvrnili prej izražen dvom v korektnost posla.

Vesna Bleiweis

V M – Eti s tehnologijo ... naprej

Andrej Dvoršak

Polivke so žeblica na glavico

Skoraj pred tremi leti so Mercatorjevi gostinci dali Eti pobudo za pripravo novega izdelka – polivke. Pobuda je naletela na odprta vrata in kmalu so se pojavile polivke za obroke hitre prehrane. Izdelali so jih le v manjših količinah, njihov rok trajanja pa je bil komaj nekaj dni.



»Dobra prodaja polivk je pogoj za novo proizvodno linijo. Kakovost smo dosegli, za nove stroje pa potrebujemo samo še denar,« pravi Ana Rak.



Delo v Etinem embalažnem oddelku.

Ročno polnjenje feferonov za izvoz.



»Le zakaj ne bi povečali proizvodnje in popestrili programa,« so si dejali v Mercator – Eti in začeli pripravljati celovit program polivk. K temu jih je spodbudilo tudi dejstvo, da so majhne količine, ki so jih pripravljali le za obrate hitre prehrane, za proizvodnjo neekonomične. Že znanim izdelkom so s termično obdelavo podaljšali rok trajanja na eno leto, nekoliko so prilagodili okuse in jih začeli prodajati v manjši in bolj priročni embalaži.

Večjo serijo novih izdelkov so poslali na trg brez posebne reklamne akcije, zato so bili kar malce presenečeni, ko so ugotovili, da gredo nove polivke odlično v promet in da povpraševanje raste iz tedna v teden.

Bojazen, ki je bila sprva prisotna, je bila odveč. Prodaja je stekla. Čeprav so zaradi komercialnih razlogov na etiketi uporabili

tuje ime – dressing, vendar to, kot kaže ne moti ne kupcev, ne trgovcev. Bolj pomembno je, da je vsebina stekleničk okusna.

Načrt je torej uspel, o njegovem uresničevanju pa smo se pogovarjali s tehnologinjo **Anico Rak**. Povedala je, da je s pripravo dressingov oziroma polivk, začel že njen pokojni kolega **Marko Hribar**. Njegovo delo je nadaljevala **Martina Božič**, ki je delo lani uspešno dokončala.

Tehnologija za izdelavo polivk je bila pripravljena lani novembra, decembra pa so pričeli s poskusno proizvodnjo in prodajo. Rakova poudarja, da za novo serijo izdelkov niso bile potrebne dodatne investicije. Preprosto so prilagodili že obstoječe proizvodne linije in začeli s poskusno proizvodnjo.

Enak postopek poskusne proizvodnje uporabljajo tudi v bolj razvitem svetu za testiranje tržišča in ugotovijo ali bi bilo donosno vlagati v nove stroje.

Sprejem polivk v trgovinah je potrdil Etina pričakovanja. Njeni strokovnjaki so bili prepričani, da pri polivkah ne morejo »usekati mimo«. Tudi zato, ker se v svetu prodaja takšnih izdelkov povečuje za 20 odstotkov letno. Kaže, da pri nas ne bo nič drugače in da padec kupne moči zaenkrat še ne vpliva na prodajo bolj kakovostnih in dražjih izdelkov.

Samo kakovost je merilo, ki ga sprejemajo Etini tehnologi. Čeprav so pri izdelavi polivk šele na začetku in nimajo izkušenj, se jim je zadeva posrečila. V nekem švicarskem laboratoriju so natančno pregledali nov Etin izdelek in ugotovili, da ne zaostaja za podobnimi izdelki drugih proizvajalcev z daljšo tradicijo.

Od vseh štirih polivk, kolikor jih imajo zaenkrat v proizvodnem programu, je najboljši hrenov dressing, ki gre tudi najbolje v

promet. Sledijo mu ciganski, lovski in hambli. Pripravljajo pa že nove okuse in nove polivke, med njimi solatni in curry dressing.

Izredno pomembno je, da so okusi polivk oziroma dressingov prilagojeni okusu in navadam potrošnikov. Tudi to je Etinim tehnologom uspelo uskladiti. Kdor je doslej kupoval dressinge v tujini in se navadil na te okuse, bo kar težko prešel na domače polivke. A zaradi tega si v Eti ne belijo glave. So pač prvi na tržišču in novi izdelki si bodo kmalu našli dovolj širok krog zvestih kupcev.

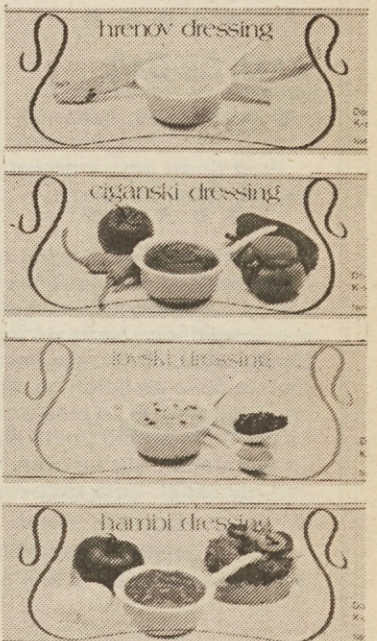
Vprašanje je le, ali bodo v Eti zmogli ugoditi vsem potrebam tržišča, če bo to v celoti sprejelo nov proizvodni program. Pravijo da, kajti načrtujejo že nakup novih strojev, ki bodo omogočili povečanje proizvodnje.

Odločitev za nakup novih strojev je vključena tudi v strategijo razvoja Ete, ki želi z novimi proizvodnimi programi omiliti sezonski značaj proizvodnje. Z novimi stroji bi tako lahko zapolnili proizvodnjo v sedaj mrtvi sezoni, povečali kakovost izdelkov in razširili njihovo paleto, ki že sedaj ni majhna. Skupno v Eti pripravljajo nad dvesto različnih izdelkov, od kumaric do polivk in kečapa.

Tehnologinja Anica Rak nam je povedala, da bodo v prihodnje bolj poudarili zlasti kakovost in kontrolo izdelkov. Zavedajo se, da bo v prihodnje le kakovost odločala o uspehu in o možnostih za prodor na tuja tržišča. Prav zato pripravljajo tudi nov mikrobiološki laboratorij, ki bo omogočal boljšo kontrolo izdelkov v vseh fazah proizvodnje.

Polivka – dressing

Polivka ali s tujko dressing, temelji na oljni emulziji (olje mešano z vodo), ki ji dodajo različne sestavine, po katerih polivka dobi ime in značilen okus. Razlika med polivko – dressingom in majonezo je ta, da polivke vsebujejo le 10 do 20 odstotkov olja, medtem ko ga je v majonezah med 50 in 80 odstotkov. V M – Eti uporabljajo za polivke izključno sončnično olje, bogato z vitaminom E, ki ga proizvaja tozid Oljarica iz Kranja. Kakovost olja je izjemno pomembna za ta izdelek in v Eti zatrjujejo, da je olje, ki ga dobijo iz Oljarice trenutno najboljše med vsemi olji, ki jih lahko kupijo na domačem tržišču.



Obrtni sejem v Münchnu

Andrej Dvoršak

Kladiva in klešče so zamenjali računalniki

Sejem obrti in malega gospodarstva, ki je bil v Münchnu od 4. do 12. marca, je največji tovrstni sejem na svetu. Na letošnjem, ki je bil že 41. po vrsti, je sodelovalo okoli 1.700 razstavljalcev ter 651 predstavnikov različnih podjetij iz 37 držav. Jugoslavije ni bilo med njimi!

Da ima malo gospodarstvo in obrt v Nemčiji resničen pomen in ugled, je dokazal tudi zvezni kancler Helmut Kohl, ki je letos odprl sejem. Novinarji, ki smo zamudili otvoritev, smo dobili njegov celoten otvoritveni govor, v katerem je na 13 tipkanih straneh zajel ves pomen in možnosti, ki jih nudi obrt mladim, ambicioznim in delavnim ljudem, predvsem pa je poudaril, da je ravno malo gospodarstvo pomemben generator družbenega razvoja. Zato ni čudno, da je bilo geslo letošnjega sejma: **"Izvrstne ideje od obrtnikov in uporabne ideje za obrt."**

Na 105.000 m² pokritih in 24.600 m² zunanjih površin je bilo prikazano vse, kar sodi v malo gospodarstvo — od brušenja diamantov do slaščičarstva, računalništva in trgovine. Kar deset specializiranih razstav oziroma prikazov obrti si je bilo moč ogledati. Draguljarji so pokazali kaj vse lahko naredijo iz zlata, srebra, briljantov in tudi čisto navadnega jekla ter medenine. Eden med njimi je razstavljal kolekcijo nakita iz briljantov, v vitrini pa je imel razporejene tudi briljante od enega do pet karatov. Najcenejši je stal okoli 15.000 DEM, najdražji milijon DEM. Povedal mi je, da se ti dragoceni kristali odlično prodajajo, sam pa je precej bolj srečen, če jih uspe prodati vdlane v platino ali zlato, saj tako njihovo ceno dvigne najmanj za četrtno.

Zelo zanimiva je bila tudi razstava računalniške opreme. Tu so domovali zlasti mlajši ljudje, ki so za drag denar prodajali svoje znanje. Ponujali so računalniške programe za peke, mesarje, predelovalce plastičnih mas in lesa, celo za dimnikarje in dekoraterje, da drugih niti ne omenjamo. Eden med njimi je ponujal računalniški program za vezavo knjig: "Potrebujete osebni računalnik za tri tisoč mark, moj program, ki stane 150 tisoč mark ter malce predelane stroje za vezavo knjig. Vzamete šop listov, jih postavite v stroj, pritisnete na gumb računalnika, z drugim gumbom izberete velikost in obliko črk, pritisnete na tretji

gumb, odidete na kavico in ko se vrnete, vas bo čakala vezana knjiga, tudi z zlato obrezo, če si zaželite..."

Nasploh je bila kavica zelo priljubljen reklamni motiv vseh, ki so ponujali svoje storitve. Klepar, specializiran za popravilo terenskih vozil, je zatrjeval, da njegovi delavci hitre popravijo zvito pločevino, kot pa stranka v sejemski restavraciji popije kavo. Svoje besede je potrjeval z delom. Dva delavca sta v desetih minutah odmontirala razbit pokrov motorja, odbijač, sprednjo masko, desno luč in desni blatnik ter nato v osmih minutah privila vse te dele, popravljene, nazaj. Trik, če temu lahko tako rečemo, je bil v tem, da so se avtokleparji specializirali za popravilo posameznih vrst vozil. Tako imajo vedno na zalogi vse pločevinske dele in luči določenih tipov avtomobilov. Ko ga stranka pripelje, poškodovane dele z njegovega vozila odmontirajo ter jih zamenjajo z novimi oziroma obnovljenimi. Razbito pločevino upoštevajo v ceni, saj jo kasneje popravijo in porabijo pri popravilu drugega avtomobila. Od fantov, ki sta radovednežem demonstrirala svoje spretnosti, sem zvedel, da tako popravljajo le avtomobile, ki niso stari več kot tri leta. Nasploh pa strokovnjaki za avtomobilsko industrijo ugotavljajo, da klasičnega avtomobila vse bolj zamenjuje strokovnjak za elektroniko, kar je razumljivo, saj je v večino avtomobilov, ki jih izdelujejo v razvitih deželah, vgrajene iz leta v leto več elektrone. Modeli, kakršni prihajajo s tekočih trakov jugoslovnkih proizvajalcev, so dobili že ustrezno mesto v velikem tehničnem muzeju nedaleč od sejmišča.

Precej pozornosti je pritegnila tudi razstava slaščičarske industrije. In morda le v tej hali, v kateri so se predstavljali tudi peki, povprečen obiskovalec z Balkana ni imel občutka, da je nekje na Marsu. Naš Zmajčkov butik izvrstnih slaščic morda res nima tako živopisne in velike izbire okraskov za slaščice, kot so jih ponujali nekateri slaščičarji, ki si pri njihovem izdelovanju poma-

gajo z računalniki in v delo vključujejo najbolj znane oblikovalce, ima pa zato mnogo bolj okusne torte in druge slaščice ali pa naš okus ni prilagojen bavarskim standardom.

Vendar pa se tudi ti standardi počasi spreminjajo. Še pred de-

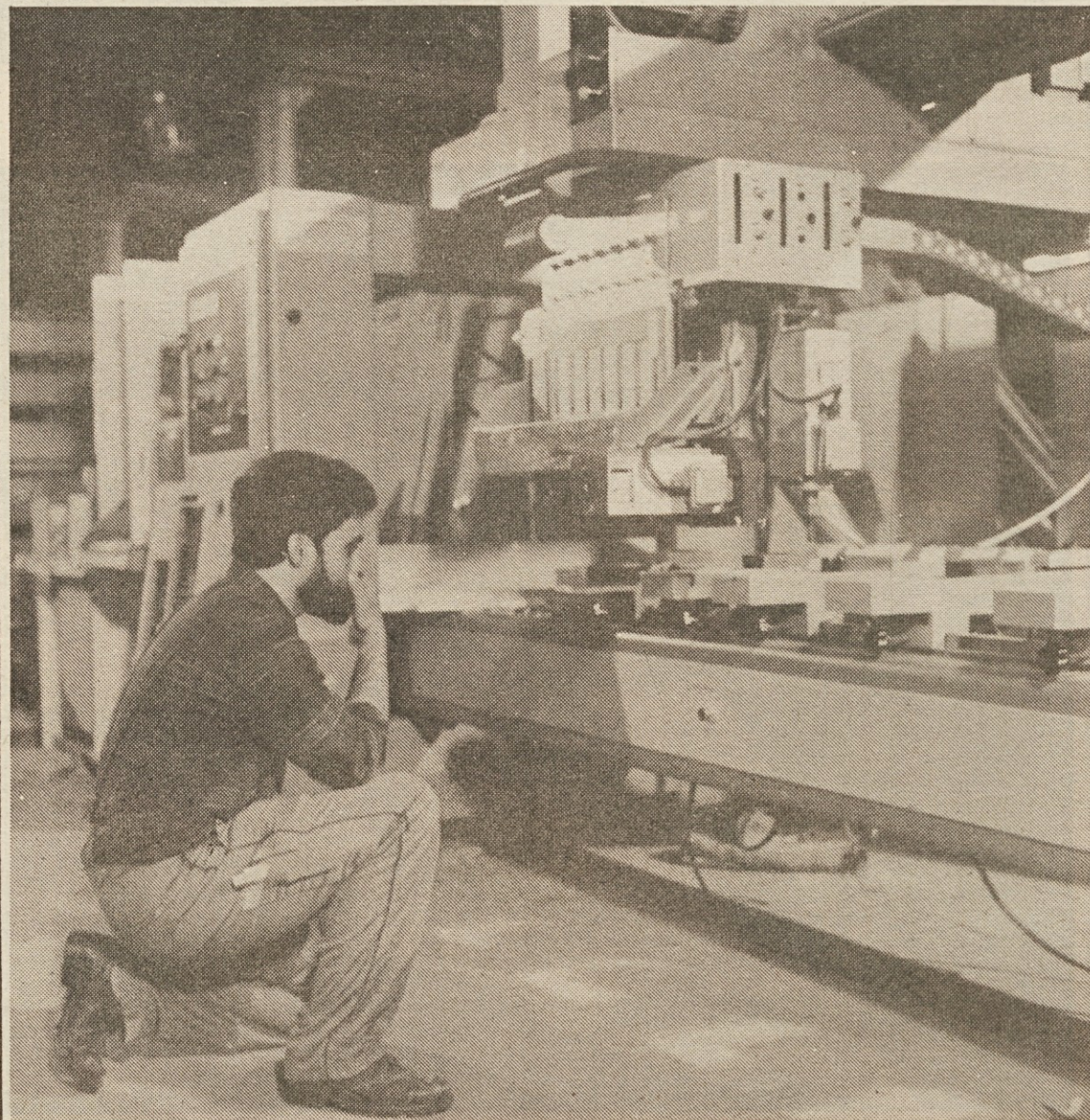
setimi leti si v centru Münchna težko naletel na trgovino, kjer bi prav vsi prodajalci govorili srbohrvaško. Danes je center dobesedno natrpan s trgovnicami tipa "Bosna export-import", ki so specializirane za prodajo blaga Jugoslovanom. Najslabšo in najcenejšo robo ponujajo trgovci

svojim rojakom, ti pa jo kupujejo v takih količinah, da bi se nad njimi moral zamisliti vsak jugoslovanski grosist. Ponte Roso se je pač preselil v München, Jugoslovani smo izgubili ugled, Evropa pa se je odpeljala v enaindvajseto stoletje brez nas, saj ji niti malo nismo več potrebni.



Klobasičarstvo sodi med tradicionalne obrti, vendar že dolgo ne več s klobasami »na roko«.

Računalnik tudi v mizarski delavnici.



DAM, ČE DAŠ...

Pred dnevi smo v arhivu uredništva našli pismo, staro nekaj let. Glasi se takole:

"Prosim, da mi čimprej sporočite, če ste nagradili katero od križank, ki sem jo rešila in poslala na vaš naslov. Mogoče ste mi že pisali, ničesar nisem sprejela. Imam namreč težave s pismonošom. Noče mi dostavljati pošte, ker nočem z njim imeti seksus. Dokler je imel upanje, je bila tudi pošta v redu, zadnje čase pa sploh ne. Mojo osebno pošto dostavlja nekemu drugemu, ki se piše enako kot jaz in si nisva v rodu. Tudi ta mi noče izročiti pošte dokler mu ne bom dala istega. Ker je dimnjačar, mu ne bom, vi pa mi pošljite telegram, če ste me nagradili. Sem radovedna. Vaša A. K. in naslov.

Kdo je prišel na svoj račun nismo preverjali. Pa tudi spoštovana reševalka ni bila nikoli izžrebana.

Stanislav Klemenčič — Saražin — nadaljevanje iz prejšnje številke

Slovo od dogovorne ekonomije

Kaj pa znotraj Mercator — Kit v razmerjih med proizvodnimi in trgovskimi organizacijami? Celotna trgovska dejavnost, v okviru že sprejetih planskih obveznosti za letošnje leto, še naprej nastopa enotno kot en kupec (enako kot do zunanjih dobaviteljev) do posamezne proizvodne organizacije in na tej podlagi pridobiva enotno stopjo superrabata, pogojeno z izpolnjevanjem planskih obveznosti. Če Mercatorjeva prodajna mreža kot celota ne izpolnjuje teh obveznosti, se superrabati ustrezno znižajo oziroma pravica do njih ugasne. V primeru pa, da le posamezno trgovsko podjetje ne izpolnjuje svojih, s planom prejetih obveznosti, ostale OZD pa jih izpolnjujejo, ta organizacija ne bo imela pravice na pridobitev superrabata. Kasneje bomo verjetno opravili tudi večjo diferenciacijo med to vrsto OZD. Vsekakor pa je to že tudi korak k tržnemu obnašanju med članicami sistema.

Interne proizvodne organizacije, ki do sedaj niso dovolj upoštevale teh pozitivnih učinkov količinske stimulacije, so posledaj v primerjavi s svojo konkurenco, ki je ta princip že skoraj v celoti uvedla, postavljene pred tržni izziv, ki se mu ne bodo mogle in smele izogniti, če želijo še naprej zadržati že dosežene deleže v zastopanosti svojih izdelkov v prodajni mreži Mercatorja. Če pa želijo in hočejo ta delež, glede na konkurenčne dobavitelje povečati, bodo morale v prihodnje odobravati bolj stimulative prodajne pogoje. To pomeni, da bodo domača proizvodna podjetja v času prilagajanja svoje proizvodnje tržnim zahtevam, morala tržni mreži priznavati in odobravati večjo stopnjo količinske stimulacije kot konkurenca, ki že daje 2 do 5 odstotkov na neto vrednost prodanega blaga. Vse dokler domača proizvodnja ne doseže take kakovosti svojih izdelkov, tako z vidika različnih okusov, oblike, embalaže in cene, ki jih bodo potrošniki želeli, iskali in zahtevali, bo namreč trgovina (katerakoli, ne samo domača, Mercatorjeva) potrebovala

tako obliko materialne stimulacije in ekonomskega interesa, če od nje pričakujemo, da bo pospeševala prodajo domačega blaga z najrazličnejšimi prijemi, ki jih trgovina že pozna, jih bo še spoznavala in jih izvajala.

Tako vidimo, da bo v neusmiljeni tržni borbi za dohodek oziroma dobiček zaenkrat potrošnik še vedno drugorazredni dejavnik. Na prvo mesto bodo postavljene komercialno — finančne kategorije in učinki medsebojnega poslovanja in poslovna odvisnost trgovine in proizvodnje. V prehodnem obdobju bodo te kategorije zamenjale vnaprej dogovorjena in na poprečnih temelječa načela in elemente "dogovorne ekonomije".

Marsikdo bo mislil, da je pravkar opisan način izvajanja ekonomskih interesov med proizvodnjo in trgovino prehodnega pomena. Vendar praksa razvitih tržnih gospodarstev kaže, da je ta način lasten prav njim kot trajni element izražanja ekonomskih interesov med tema dejavnostima. Čeprav bo v kasnejšem obdobju delovanja tržnih zakonitosti, ki se jim moramo čimprej prilagoditi, odločujočo vlogo odigral prav potrošnik z dejanskim povpraševanjem (potreba — denar) in trgovina s celovito ponudbo, moramo to obliko stimulacije upoštevati dolgoročno. S posredovanjem potrošnikov se bo začel odvijati in širiti krog ekonomskih interesov udeležencev v poslovnih razmerjih. Motor oziroma pogonska moč bodo potrošniki s povpraševanjem. Široka ponudba in lepa urejenost vsake prodajalne posebej in vseh Mercatorjevih skupaj, bo privabljala nove in nove potrošnike in, če bodo na policah kakovostni izdelki (cena, okus, oblika itd.), prodaja ne bo vprašljiva. To bo večalo prodajo, proizvodnjo in zadovoljstvo potrošnikov itd. Tako pač delujejo tržne zakonitosti ponudbe in povpraševanja in odprte konkurence, očiščene monopolov in privilegijev dogovorne — samoupravne ekonomije.

Domače proizvodne organizacije so imele dosedaj prednost pred konkurenco, kajti:

— imele so prednostno mesto v široki prodajni mreži Mercatorja

— za to prednost niso zagotavljale enakih komercialno — finančnih pogojev, kot drugi dobavitelji, to pa niti s plačilnimi roki, osnovnimi rabati in superrabati.

V letošnjem letu je pri večini zunanjih dobaviteljev že prevladalo spoznanje, da bodo svoj tržni delež, ki ga imajo v Mercatorjevi mreži, obdržali le z boljšimi komercialno — finančnimi pogoji in boljšim oskrbovanjem trgovine. To postavlja pred domače proizvajalce velik finančni izziv, ki se bo moral nujno materializirati v zagotavljanju vsaj enakopravnih, če ne boljših prodajnih pogojev. Še posebej to velja za tiste proizvajalce, ki svojo proizvodnjo v pretežni meri prodajo preko interne prodajne mreže. Med 33 proizvodnimi organizacijami jih že 14 ali 42 % na internem trgu proda več kot polovico svoje proizvodnje. Najbolj izrazito je to v mesni predelavi, kjer med trinajstimi organizacijami le Nanosova TMI doma proda manj kot 40 %. Povsod drugod se ta delež giblje med 53 in 100 odstotki interne prodaje.

Pet proizvodnih organizacij s svojim programom presega 60 % zastopanost v prodaji posamezne blagovne skupine. Sedem posameznih blagovnih skupin pri drugih štirih proizvajalcih prav tako že dosega med 51 in 92 % zastopanost internega proizvajalca v blagovni skupini. To kaže na dve osnovni dejstvi:

1. Domača, Mercatorjeva proizvodnja nikakor ni absolutno vezana, razen izjem, samo na interno tržišče v sozdu. To ji daje možnost za odprtost in realno soočanje s širšim tržiščem v Jugoslaviji. Istočasno pa močna vpetost v interno tržno mrežo vzpostavlja tisto neizbežno soodvisnost proizvodnje in trгови-

ne, ki bo v tržnih pogojih odprte konkurence, podlaga za vse organizacije za učinkovito privajanje na pogoje, ki smo jih že prej omenili.

2. Mercatorjeva tržna mreža ima pomen splošnega oskrbovalca prebivalstva in torej nikakor ni namenjena prodaji samo in izključno domače proizvodnje, temveč je ob enakih pogojih in kakovosti izdelkov, odprta tako njim, kot konkurenci. V prodajni ponudbi pa ima domača celo določeno prednost, ki pa mora biti materializirana skozi kakovost izdelkov in komercialno konkurenčnost. Le tako bo dosedanji "dogovorni" interes prerasel v normalen ekonomski interes medsebojnega sodelovanja.

5. Kako uspešno zagotavljati komercialno koordinacijo nabave oziroma prodaje v sestavljenem podjetju

Da bi v službi za trženje lahko uspešno usklajevali tako interne blagovne pretoke kot nabavo trgovskega blaga izven sestavljene podjetja in se tudi učinkovito dogovarjali s partnerji, ki nastopajo tako v vlogi kupca kot dobavitelja (zajemajo okoli 10 % blagovnega pretoka), se morajo tem zahtevam ustrezno prilagoditi tudi dosedanji enostransko, v nabavo usmerjeni delavci in se usmeriti v nabavno — prodajno operativno, katere naloga bo koordinacija izvajanja skupnih načel poslovanja, ki bodo tudi v prihodnje povezovalni element v okviru skupnih interesov podjetništva. Predvsem pa bo tako z enega mesta zagotovljen vpogled na gibanje nabave in prodaje izdelkov vseh dobaviteljev. Bolj enakopravno in mnogo bolj učinkovito bo taka služba lahko usmerjena na prodajo domačih izdelkov znotraj tržne mreže. Ob tako zasnovani nabavno — prodajni nalogi bo za domače izdelke že v osnovi (pri planiranju in kasneje pri realizaciji planskih dogovorov) poskrbljeno za ustrezno zastopanost domačega proizvajalca v blagovni skupini. Hitreje in učinkoviteje bomo s ta-

kim načinom dela istočasno lahko opravljali nekatere naloge s področja tržnih zapisov, pospeševanja prodaje in propagandno prodajnih akcij. Zato ne bodo potrebni dodatni delavci, temveč se bodo obstoječi lahko s svojim tekočim delom vključevali v navedene aktivnosti. Seveda so to le posamična razmišljanja, ki morajo dozoreti v skupnem dogovoru o preobrazbi celotnega sistema SOZD Mercator — KIT.

MALI OGLASI

Plemiški naslov prodam. Ponudbe pod "Cez sedem let vse prav pride".

• • • • •

Zamenjam demagogijo za 1300 rudarjev. Ponudbe pod "1300 x 20.000 din".

• • • • •

Tono trepčanskega svinca prodam. Ponudbe pod "Za armado popust".

• • • • •

Zaradi dotrajanosti zamenjam sindikat. Ponudbe pod "Solidarnost".

• • • • •

Stranke ustanavljam. Ponudbe pod "Po želji stranke."

• • • • •

Oblast zamenjam. Ponudbe pod "Sranje za sranje".

• • • • •

Grobno z uglednimi predniki odstopim. Ponudbe pod "Tašča k tašči."

• • • • •

Azil iščem v Sloveniji. Ponudbe pod "Ne v duty free shopu."

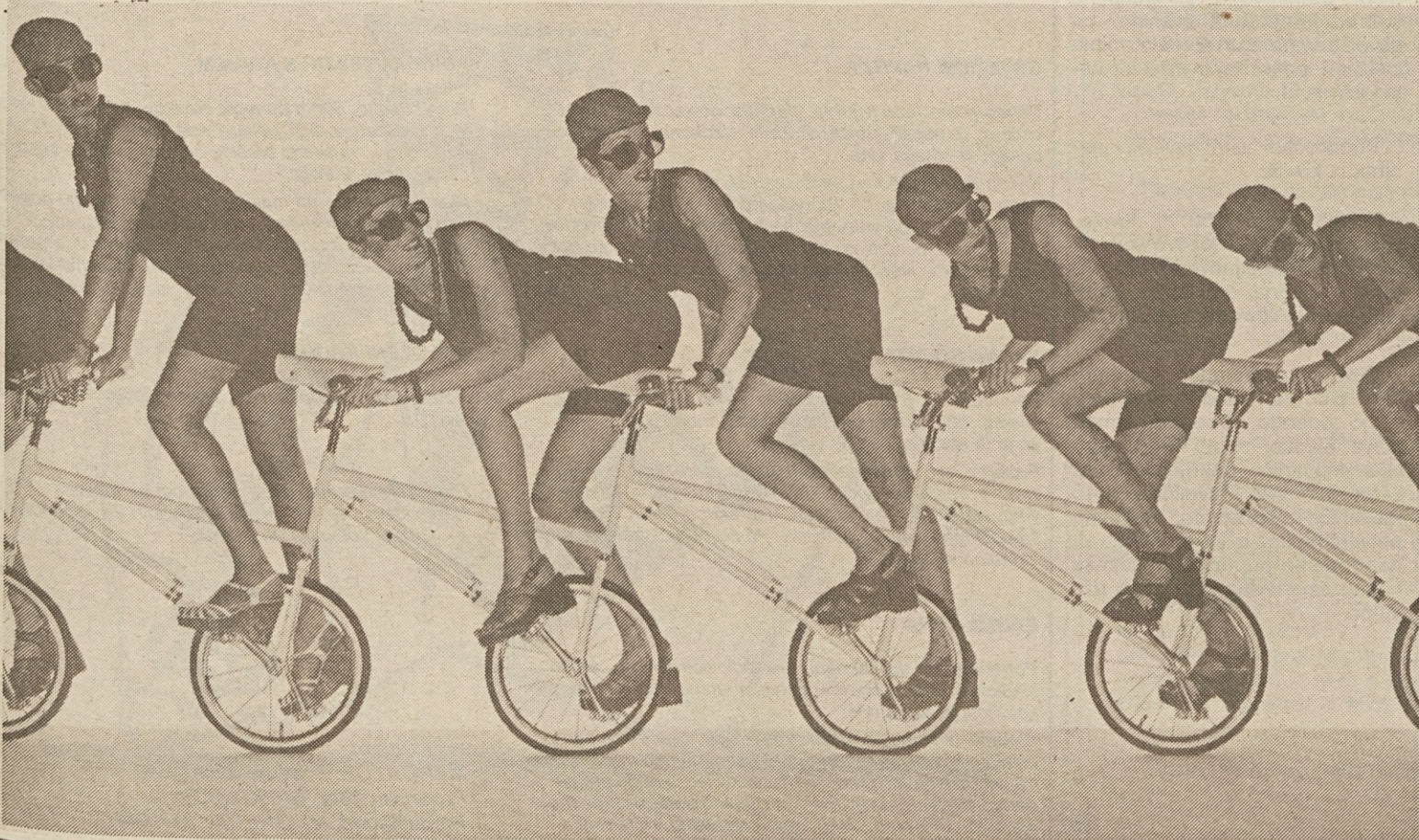
• • • • •

Članstvo v ZKJ zamenjam za članstvo v ZKS. Ponudbe pod "Samoupravni pluralizem interesov".

• • • • •

Morinove slike razmnožujem. Ponudbe pod "Albancem zastoj".

Marička, spet preveč pritiska!



Kiwi — aktinidija

Jana Klinar

Sadež večne mladosti

Kako se pravilno, raznovrstno in zdravo prehranjevati s sezonskimi pridelki, je eno od področij, na katero je svojo dejavnost usmerila tudi delovna organizacija M — Sadje zelenjava. Za ta namen so potrebna primerna in uporabna obvestila za potrošnike.

V ta namen želim bralcem časopisa Mercator predstaviti nekaj zanimivosti in obvestil o sadju in zelenjavi, ki jih potrošniki srečujejo na policah v naših trgovinah. V trgovinah s sadjem in zelenjavo želimo potrošniku ponuditi, poleg znanih vrst sadja in zelenjave, tudi kaj novega, manj znanega. To naj bi popestrilo vsakdanjo ponudbo, ki je glede na sezonsko naravo sadja in zelenjave, prehranjevalne navade in klimatske razmere lahko dokaj enolična. Živimo v podnebnem pasu, ki nudi dobre pridelovalne pogoje za marsikakšno vrsto novih vrtnin in sadežev. Prav te novosti naj bi našle prostor na naših prodajnih policah obenem z opozorilom naj jemo zdravo in raznovrstno.

Zavzemamo se za zdravo raznovrstno prehrano, ki temelji na uživanju presne zelenjave. To spoznanje je v Evropi, ki se ji želimo na vsak način približati, že zdavnaj dozorelo. Vključevanje v Evropo ni samo tehnološko približevanje, temveč je tudi vključevanje in sprejemanje zdravih prehrabnih navad.

Predstavljam vam sadež, ki mu pravijo tudi sadež večne mladosti oziroma KIWI. Ta sadež je v naših trgovinah od novembra do maja. Prvi pridelek tega sadeža (odvisno od sorte) se pobira od konca oktobra tja do decembra. Do maja so skladiščeni v hladilnici. Naše izkušnje s prodajo tega sadeža kažejo, da ga kupci še ne poznajo dovolj. Zato smo letos izdelali ličen letak z recepti, ki kupcu pojasni izvor sadeža, njegove značilnosti, vitaminsko mineralno vrednost, kaloričnost in njegovo uporabnost ilustrirali z recepti. Letak smo začeli uporabljati šele v februarju.

Kiwi prihaja na naše police iz južne Dalmacije in severnega Primorja. Gojijo ga predvsem zasebniki. Letošnja cena tega sadeža je bila visoka, to je bil tudi razlog, da smo uskladiščili manjše količine. Sami pogovori oziroma dogovarjanje o kupoprodaji je potekalo predolgo, da bi sadeži še prenesli daljše skladiščenje.

Kiwi je zelo občutljiv sadež in z njim je treba previdno ravnati. Izdelali smo ustrezno kartonsko embalažo s posebnimi vložki, primernimi za embalaranje in prevoz sadežev prvega kakovostnega razreda. V svetu kiwi prodaja jo sadež po sadežu, pri nas pa se moramo na to še navaditi.

Kiwi, ki mu botaniki pravijo aktinidija, poznajo na Kitajskem že zelo dolgo. Najbolj znani pa so po njem gojitelji iz Nove Zelandije. Ime je dobil po avstralski ptici, ki leže jajca, podobna plodovom kiwija. Intenzivno gojijo sadež v ZDA, Avstraliji, Italiji in na Japonskem. Pri nas je najbolj razširjena Actinidia chinensis, o kateri kroži zanimiva kitajska legenda iz časov mandarinov. Yang, kitajski mandarin, je prosil boga Taa, naj mu ozdravi bolno zaročenko. Bog ga je napotil na rob gozda, kjer raste divja rastlina, podobna srobotu, ki rodi na oko grde rjave plodove s kosmato kožico, toda meso je dišeče in okusno. Princ je nabral plodov, jih olupil in jih ponudil zaročenki.

Kmalu je okrevala in postala še lepša kot prej. Legenda o yang-taou je ostala, ostal je "sadež ljubezni, večne mladosti".

Za razvoj rastlina oziroma sadež potrebuje ugodne klimatske pogoje z veliko toplote, svetlobe in padavin, stalno oskrbo z vodo in rahla peščeno ilovnata tla. Po izgledu je rastlina podobna vinski trti, vzgajamo jo v špalirju ali kot pergolo. Cvete maja, prve plodove pa obiramo konec oktobra. Kot zanimivost naj omenim tudi razmerje med številom ženskih in moških rastlin v nasadu. To razmerje naj bi bilo idealno 1 : 5 do 1 : 8, kar pomeni, da lahko ena moška rastlina oplodi cvetje pet do osem ženskih rastlin. Moške rastline pridelka ne dajejo.

Med sortami so najbolj znane Hayward, Bruno, Abbot in Monty. V prodaji se najpogosteje pojavlja Hayward. To je sorta, katere plodovi dosežejo do 180 gramov. Za prodajo za najbolj zanimivi plodovi med 100 in 140 grami teže.

Kiwi vsebuje največ vitamina C (250–300 mg na 100 g), kar je 15 krat več kot jabolka, šestkrat več kot limone in petkrat več kot jagode. Vsebuje pa še vitamine A, B1, B2, PP in minerale kot so kalij, železo, fosfor, 81,2 % vode, proteine in ogljikove hidrate. Zaradi velike osebniosti vitamina C, ga priporočajo pri prehladih, gripah, ugodno vpliva na tvorbo hemoglobina, regeneracijo tkiva, zaraščanje ran, povečuje zmogljivost mišic in ima še vrsto drugih dobrih učinkov.

Uporaben je svež. Uživamo pa ga tako, da ga prerežemo in z žličko pojemo vsebino ali pa ga olupimo in narežemo na kolarčke. Z njim lahko okrasimo slaščice, iz njega izdelujemo sokove in napitke, je pa odličen dodatek k mesnim jedem, sadnim kupam in solatam. Poskusite pa ga lahko tudi s šunko ali pršutom. Kiwi je uporaben šele tedaj, ko je mehak, sladko kislega okusa z značilno aromo oziroma vonjem. Dozorevamo ga lahko na sobni temperaturi, hranimo pa ga pri temperaturi 2–3 stopinje Celzija v polivinilasti vrečki z nekaj luknjami.

Priporočam vam osvežilni napitek iz kiwija:

Potrebujemo: 250 g kiwija, eno pomarančo, noževno konico cimeta, tri nageljnovke žbice, dve žlički sladkorja, steklenico belega in steklenico rdečega vina.

Kiwi in pomarančo olupimo, narežemo na rezine in zložimo v večjo posodo. Dodamo cimet, žbice, sladkor in pol litra belega vina. Mešanico pokrijemo in za 24 ur shranimo v hladilniku. Nato mešanico precedimo, dolijemo pol litra belega in liter rdečega vina, dodamo pripravljene pijači še nekaj rezin kiwija in prijetno uživamo.



OSVEŽILNI NAPITEK

Potrebujemo: 250 g kiwija, pomarančo, noževno konico cimeta, 3 nagelj. žbice, 2 žlički sladkorja, steklenico belega in črnega vina.

Kiwi in pomarančo olupimo, narežemo na rezine in jih damo v večjo posodo. Primešamo cimet, žbice, sladkor in pol litra belega vina. Mešanico pokrijemo in hranimo 24 ur v hladilniku. Nato jo precedimo, ji dolijemo še pol litra belega in liter rdečega vina ter natresemo še nekaj rezin kiwija.

SADNA SOLATA

Potrebujemo: 3 banane, 500 g kiwija, 1 limono, 50 g češenj, 50 g kosmulj, 100 g mandarine, 4 žličke sladkorja in kozarec belega vina.

Banane, kivi in mandarine olupimo, narežemo in položimo v večjo posodo. Dodamo še češnje in kasneje vino, sladkor in limonin sok. Vse skupaj dobro premešamo in postavimo v hladilnik. Po želji solati dodamo še smetano ali jogurt.

SADNA KUPA

Potrebujemo: dve banani, sok polovice limone, žličko sladkorja, 500 g kivijev, kozarec smetane, vaniljev sladkor, češnje ali jagode.

Banane olupimo, zrežemo na rezine in poštopimo z oslajenim limoninim sokom. Pustimo v pokriti skledi 10 minut. Nato dodamo še rezine kivijev in rahlo premešamo. Vsebinsko razdelimo v kozarce in dodamo stepeno sladkano smetano. Tako kupo postavimo v hladilnik.

SADEŽ VEČNE MLADOSTI

KIVI

(STROKOVNO AKTINIDIJA)

Kivi izvira iz V Azije (Kitajske). V večjem obsegu ga vzgajajo v Novi Zelandiji, kjer je dobil ime po ptici KIVIJU. Rjava kožica ploda je poraščena z dlačicami, meso je svetlo zelene barve, s črnimi semeni, sočno in dišeče, bolj kiselkastega okusa. Ravno ta okus izhaja iz velike vsebnosti C-vitamina (250–300 mg/100 g), kar je 15× več kot jabolka, 6× več kot limone in 5× več kot jagode. Poleg tega vsebuje še naslednje vitamine: A, B1, B2 in druge. Nima mnogo kalorij in ga zaradi tega priporočajo za dietično prehrano (100 g = 41 kal. = 172 J). Bogatost z minerali (kalcij, železo in fosfor) pa mu daje zasluženo ime SADEŽ ZDRAVJA.

Uporabljamo svežega, za sadne sokove, sladice, napitke, dekoracije, sendviče z jogurtom, s sladoledom, s šunko oz. pršutom, s pijačami in tudi za vino. Hranimo ga pri temperaturi 2–3°C, v polivinilni vrečki z nekaj luknjami.

LEDENKA S KIVIJEM

Potrebujemo: 1/2 glave solate, 2–3 bučke, 2–3 stebila zelene, 3 kivije, 125 g pršuta

Solato očistimo, narežemo, operemo in odcedimo. Mladim bučkam odrežemo vršičke, jih operemo, kivije pa olupimo. Bučke in kivi narežemo na kolarje. Očiščena stebila zelene narežemo na 3 cm debele koščke. Pršut narežemo na trakove.

Preliv: 3 žl. olja zmešamo s 4 žl. limoninega soka, začnimo s soljo in poprom, dodamo 1 žl. sesekljane pehtrane in zmešamo s sestavinami za solato.

PURANJI ZREZKI S KIVIJEM

Potrebujemo: 600 g puranjih zrezkov, 3 žl. olja, 1 čebulo, 1 žl. Sheryja, 2 žl. belega vina, 2 žl. vode, 6 žl. smetane, curry, muškati orešek, sol, poper, 30 g sesekljanih lešnikov, 2 kivija.

Meso narežemo na majhne kose in jih na olju popečemo. Čebulo sesekljamo in porumenimo, zalijemo s Sheryjem, vinom in vodo. Omako izboljšamo s smetano, curryjem, muškatom, soljo in poprom. Dodamo lahko še sesekljane lešnike in narezane kivije in serviramo k mesu.

OBLOŽENI KRUHKI

Potrebujemo: prepečenec, maslo ali sir za mazanje, kivi.

Prepečenec premažemo z maslom ali topljenim sirom. Nanj zložimo rezine olupljenih kivijev. Po želji dodamo še jagode, kosmulje ali smetano.



MERCATOR — Sadje zelenjava
Poljanska 46/a, 61000 Ljubljana
Prodajni odd. tel. 316-185, 317-249, 317-564

Razstava v Mercator Turistu

Jasna Jerom

Umetnica iz Argentine

V poslovalnici Mercator Turista na Tavčarjevi v Ljubljani že enajst let bolj ali manj redno prirejamo razstave raznih umetnikov. Tokrat smo ob Dnevu žena odprli razstavo Betke Tomšič, ki je na dan otvoritve praznovala svoj 26. rojstni dan.

Betka Tomšič je hči slovenskih izseljencev v Argentini. Diplomirala je na fakulteti za arhitekturo in urbanizem na univerzi

v Buenos Airesu, nakar je večji del svojega časa namenila likovnemu ustvarjanju in žurnalizmu na temo arhitekture in umetno-

sti. Za seboj ima že več samostojnih in skupnih razstav. Ni naključje, da je izseljenska matrica prisluhnila njenim željam ter ji dodelila štipendijo za študij na Akademiji za likovno umetnost v Ljubljani.

Ob razstavi v Mercator-Turistu je mlada argentinska Slovenka

dejala: "Prepričana sem, da je vsak umetnik ne le glas svojega časa, temveč tudi glas svojih korenin in da mora vse življenje delati, da izpolni to svoje poslanstvo.

izseljencev, na njihove stiske in preobrazbe, na njihov odnos do dvojnega prostora, ki ima svoje dimenzije, značilnosti in način izražanja."

Moje risbe se navezujejo na čustveno problematiko življenja

Avtorica razstave, Betka Tomšič (desno).



Marijan Kos

Koga naj dresiram?

Pošiljam vam sestavek za naš list, v presojo in za morebitno objavo. V primeru, da se boste odločili za koš, vam ne bom zameril in zadovoljil se bom s prepričanjem, da sem svojo dolžnost izpolnil.

Zakaj tako?

Ni moj namen žaliti ljudi, ki se kakorkoli trudijo, da bi pri opravljanju svojih del in nalog, kot se v našem sodobnem jeziku izražamo danes, čimbolj uspeli in tako dokazali svojo sposobnost in umetnost. Moj namen je pri ljudeh zbuditi čut odgovornosti za vse kar govorimo in pišemo, posebno še, če plod naše zagnanosti sega čez prag domačega ognjišča. S tem ne mislim na včasih "furmansko" govoricu v domačem okolju, ki se nas, Kranjcev, kronično drži, okrašen s tu pa tam kakšno cvetko nemškega ali italijanskega izvora.

Poslovni in sploh jezik v javnosti, smo že kar obogatili z nešteti "izmi", "acijami" in "tetami", tako da smo že doobra "deformirali image" našega jezika.

Večrat se vprašam, zakaj sem tako občutljiv na vse spake-dranke in popačenke, ki jih tako pogosto uporabljajo nekateri govorniki, verjetno prepričani, da s tem dokazujejo svojo prosvetljenost. Mislim, da so v zmoti, kajti s takim malič-njem v resnici skrunijo najsvetejšo vrednoto našega rodu ali pa se čisto nevede smešijo pred svetom.

Pred časom sem v razgovoru z nekimi Italijani naletel na človeka, ki je sogovornika med pogovorom opozoril, da za samostalnik "computer" njihov jezik pozna izvirno enačico "calcolatore". Čestital sem mu!

Zakaj sem se odločil za to pisanje? Žal me je do tega pripravo že kar smešno, naključno odkritje. Žena me je namreč razveselila s tako večerjo da sem, kot pravi preprosto ljudstvo, "lizal prste". Zakaj? Postregla mi je z okusno kranjsko klobaso in (Oče, odpusti jim, saj ne vedo, kaj delajo) hrenovim dressingom. Ker sem rojen tu (ne v Philadelphiji), slučajno pa mi tudi angleščina ni tuja, sem vedel, da jem domačo klobaso s hrenovim namazom ali prelivom. Si predstavljate Janeza s planine, kako bi "gruntal", ko bi na polici v trgovini zagledal hrenov dressing. Koga in kako bi dresiral s hrenom? Verjetno bi steklenko pustil kar tam, če mu ne bi kdo posebej razložil, da vsebuje odličan priboljšek k mesu, ki z dresiranjem nima nič skupnega.

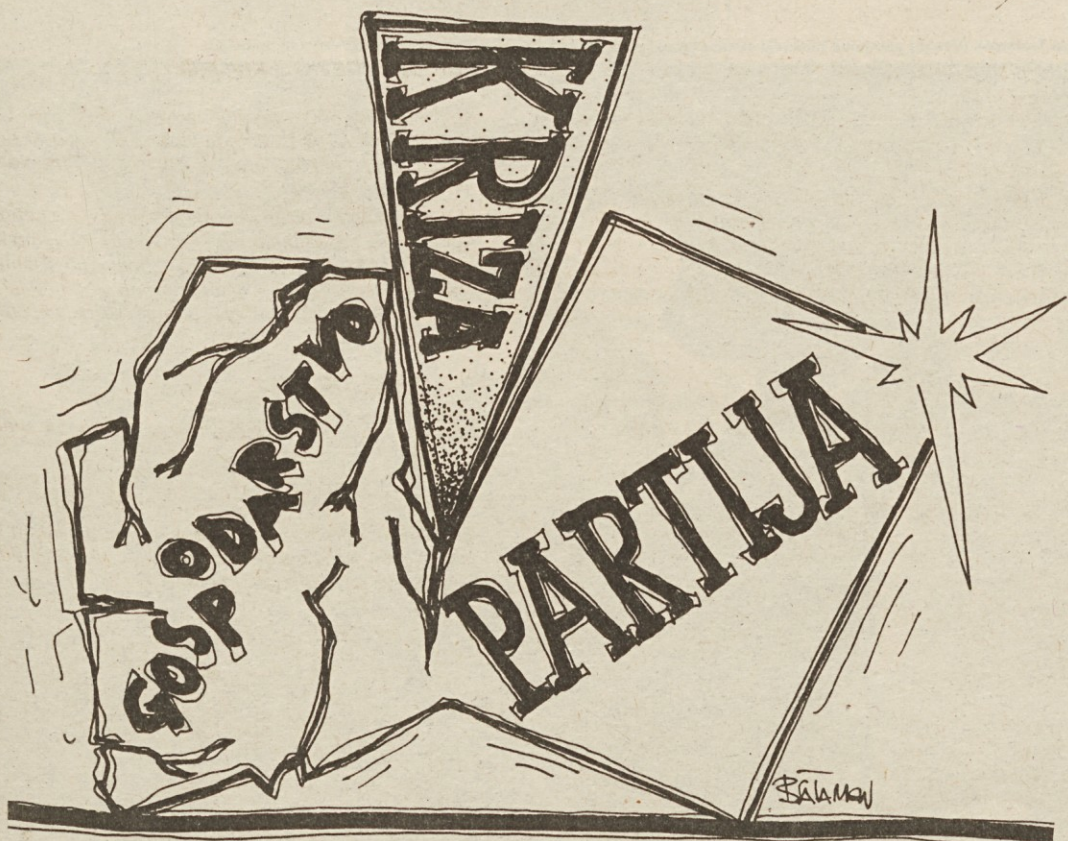
Pomislil sem na izvozno usmerjeno gospodarstvo. Tudi to ne more biti vzrok, saj bo Johnu in Tedu razumljiv samo "dressing", za hren (horse radish) pa bosta morala kupiti še slovensko - angleški slovar.

Hrenov preliv ali namaz in horse radish dressing bi bilo bolj "atraktivno", privlačno in lepo.

Za ilustracijo in realizacijo.

Mislim, da bi bilo efikasno, če bi intelektualne inovacije, tako verbalne kot oralne, eventualno diferencirano stimulirali, da bi se tako čimprej distancirali od absurdnih infiltracij modernih interpretacij in genialnih konstrukcij za deformiranje imagea našega jezika. Kvantiteta absorbiranih, tako atraktivnih spake-drank, bi morala preokupirati vse kavalitetne kapacitete, ki bi z integralno intervencijo lahko blokirale destrukcijo originalne strukture slovenskega jezika. Za akcijo bi organizirali nekaj volontarnih ali honorarnih subjektov na adekvatnem nivoju, ki bi objektivno prezentirali originalne aplikacije v kulturi, ekonomiki, politiki in športu in tako s svojo participacijo vsaj delno restavrirali jezik Janezov in Mick.

Upam, da ne bo hard feelinga!



Strogo zaupno ...
YT 3 UIK

... ali težave delegata

Stvari smo vzeli zares. Ni, da bi se človek igral v teh kriznih časih, ko nam državo jemlje hudič in ko špijoni škilijo iz za vsakega vogala. Domači in tujji! Toda mi se ne damo! Mi imamo lastnega hišnega generala, ki skrbi za potrebno konspiracijo civilnih in vojaških zadev.

Samo ljudje pa so premalo. Potrebni so še papirji, kot se za naš samoupravni, socialistični, demokratičen sistem spodobi. In to ne kakršnikoli papirji! Potrebni so pravilniki ... o tajnih, skrivnostnih, zamegljenih, skritih, zaupnih in še bolj strogo zaupnih zadevah.

Hišni general se loteva vsega tega. V strogo konspirativnih okoliščinah kuje in snuje zaupne dokumente.

Popenjena tajnica mi je oni dan take papirje položila na mizo, skupaj z drugim gradivom za sejo samoupravnega organa. Ženska glava ni mislila, da s tem spravlja mene in sebe v strašansko nevarnost. Če bi popoldne prišli organi z video kamero, bi bila v treh minutah oba zapečateni ... za poldruge leto, kot je slovenski običaj. Uboga reva ni niti pogledala v desni zgornji kot nesrečnih papirjev! Tam je črno na belem pisalo: Zaupno — ljudska obramba. Bog nebeški, kakšna sreča, da sem to prihodnje jutro opazil.

Papirje sem ročno odnesel šefu, češ da nočem nič imeti s "strogo zaupno — ljudska obramba". "Pa v blagajno jih spravi", sem mu priporočil.

Me je gledal, moj šef, kot da sem nor. Pa nisem. Imam potrdilo! Potem pa je popenil. Kaj si mislim, saj sem navsezadnje demokratično izvoljen delegat in bom za malomarnost ali izdajo demokratično odgovarjal in bil zaprt. Da je moja sindikalna in državljanska dolžnost, da papirje proučim in dam pripombe in sploh "S tem jaz nimam nič opraviti", sva končala razpravo. Potem sem šel na sejo. Hišni general je že v začetku povedal, da je šlo za nesporazum in da so inkriminirane papirje dobili delegati, nekateri celo po pošti, zgolj po pomoti in zaradi nemarnosti tajnice, ki ji je osebno naročilo, da papirjev ne sme umnožavati in pošiljati delegatima.

"Za ovaku nemarnost skorajda ni opravičil, a kar je je", je pripil hišni general. Potem pa je še povedal, da naj na papirje pozabimo i enoglasno dvignemo roke. To je pač stvar ljudske obrambe, mi pa smo samo delegati, narod pa se dogaja na ulicah.

Žilica mi ni dala miru in sem se igral špijona. Pogledal sem v tiste papirje, ki bi me lahko stali poldruge leto prisilnih počitnic. Kaj je zaupno in kdo lahko odreja zaupnost, je pisalo v njih. Tudi to, da imamo papirje, ki so interni, zaupni in strogo zaupni in da je na nekaterih lahko še kakšna hujša oznaka zaupnosti ...

Vprašal sem pristojne, kaj je pravzaprav interno, zaupno in strogo zaupno. So mi zadevo pri prič po kmečko razložili, saj jim še ni bilo jasno, da sem špijon. So mi rekli: če Micka iz osmega nadstropja sporoči v Maji v prvo, da ji je bioenergetik iz prtiljičja pozdravil bolečine, je to interno. Če pa šef marketinga sporoči šefu izvoza, da bodo bogsigavedi kdaj in kako kupljeni tereni za tenis čez cesto, nared že do maja, je sporočilo zaupno.

Za strogo zaupno nisem niti spraševal, že to so bile šokantne razlage. V vložišču sem srečal modrooko Mojco, ki je imela v rokah sporočilo za oddajo po teleksu. Medtem, ko je prijateljici razlagala svoje poglede na cene regrata, je sporočilo odložila na mizo. Bil bi slab špijon, če ga ne bi takoj prebral.

"Strict Confidentialion — to Mr.Trd Ga Ma", je pisalo na papirje. Strict Confidentialion bi po naše rekli strogo zaupno. A kaj, ko Mojca o angleščini nima pojma in tako zaupna sporočila pušča vsem na obeh. V nekaj vrsticah sporočila je pisalo, da bo naš tovariš Muč Ka San obiskal dežele Aseana tega in tega dne. Na koncu pa je bilo še pripisano, da bosta z mistrom Trd Ga Ma po končanih poslovnih razgovorih skočila na "šoping" v Bangkok. Mimogrede, Bangkok je bolj znan po seks turizmu, kot po "šopingih".

Sedaj res ne vem, kaj je bilo bolj "strict confidentialion" — bi rekli, strogo zaupno, ali to, da gre naš Muč Ka San na Daljni vzhod, ali to, da bi se šel rad tudi "šoping". Sem hotel vprašati hišnega generala, a kaj ko bi se tako dvojno izdal. Da nisem pozabil vsebine papirjev, da sem nepooblaščen kukal vanje in da se igram špijona. Če bi se to zgodilo, potem bi moral hišni general pisati nove "papire", stare bi tudi pred seboj zaklenil v sef. Ali bi to storil kot interno — zaupno — ali strogo zaupno, presodite sami.

Predstavljamo sodelavca

Kristina Antolič

Državni rekorder

Pred nedavnim je Alojz Trstenjak na državnem prvenstvu v Beogradu postal državni rekorder v streljanju s standardno zračno pištolo. Lojzek, tako ga kličejo sodelavci, o svojih uspehih bolj malo govori. Rad pa je o sebi povedal nekaj več za sodelavce Mercatorja.

O tem, kako je zadovoljen z doseženimi uspehi, je povedal naslednje:

"Vsak dosežen uspeh, posebej če je povezan z dosego novega državnega rekorda, povzroči v človeku nekaj, česar se z besedami skoraj ne da opisati. Lahko trdim, da me uspeh ni prevzel, po domače, stopil v glavo, saj je rezultat dosegljiv tudi drugim. Povedati moram, da sem na starih tarčah že imel rekord 583, sedaj, na novih tarčah, ki so manjše pa 575. Prav gotovo se bo rezultat spreminjal iz leta v leto. Strelstvo izredno napreduje tako v drugih državah kot pri nas. Pri treniranju in vodenju strelcev uporabljajo sodobne metode za dosego maksimalnih rezultatov, še posebej na večjih prvenstvih.

Pozoren spremljevalec mojega streljanja bi bil presenečen z doseganjem tako dobrih rezultatov, saj sem po vsej verjetnosti edini, ki nima svojega trenerja, svetovalca, da ne govorimo o ostalih strokovnjakih, ki spremljajo tekmovalca pri tem športu."

Kdaj si začel streljati in koliko časa že streljaš?

"Streljati sem začel že kot pionir s serijsko zračno puško. V srednji šoli sem začel streljati tudi z drugim orožjem. Pozneje leta 1987 sem videl, da takšno streljanje, treniranje in tekmovalne z vsem orožjem ne prinaša zaželenih rezultatov, zato sem se odločil za mednarodni program streljanja. Seveda sem ta program skrčil na pištole. Sedaj streljam v glavnem s standardno zračno pištolo in malokalibrsko precizno pištolo na 50 m, po potrebi (izpolnjujem) dopolnjujem ekipe tudi v pištoli velikega kalibra, standardni MK pištoli ali histrostrelki."

Za katero društvo streljaš?

"Sedaj streljam za SD Mercator Ptuj, pred tem sem streljal za SD Mrož Titovo Velenje, SD Jože Lacko Ptuj in SD Brecej Ivanj-kovci."

Kje vse si sodeloval in kakšne rezultate si dosegel?

"Do leta 1986 sem nastopal tudi v sestavi reprezentance Jugoslavije in Slovenije. Na mednarodnih tekmovanjih v Švici, Avstriji in na Balkanskem prvenstvu v Grčiji sem vedno osvojil tudi kakšno medaljo. V Jugoslaviji in Sloveniji sem posegal po prvih treh mestih v standardni zračni pištoli. Manj uspeha sem imel s precizno MK pištolo na petdeset metrov. To zahteva ogromno treninga. Bronasto medaljo sem prejel na mednarodnem tekmovanju v Švici in Avstriji, potem imam medalje še z zveznih ter republiških tekmovanj."

Potovanja na razna tekmovanja so povezana z velikimi stroški. Kdo in kako se pokriva?

"Do 15. oktobra 1988 sem nastopal za SD Mrož Titovo Velenje, ki mi je pokrivalo tudi vse stroške. Ob prestopu v SD Mercator Ptuj, ki je vključena v občinsko strelsko zvezo Ptuj, pa so nastali problemi za pokrivanje stroškov. M—Izbira Panonija, kjer sem zaposlen, poudariti želim, da mi veliko pomagajo — od plačanega izrednega dopusta do nabave nabojev itd. Vse stroške bi mi morala pokrивati občinska strelska zveza Ptuj, ki pa tega v celoti ne izvaja. Strelska društva se financirajo preko ZKS, ZTKO in občinske strelske zveze. Navedel bom samo en primer: treniranje članov v serijski zračni puški z inštruktorjem, udeležba na občinskem, regijskem, republiškem tekmovanju je plačana, čeprav je na njih do državnih norm daleč. Strelci s pištolo pa treniramo kakor vemo in znamo, vsi pa dosegamo državne nor-

me, ne dobimo pa od SZ Ptuj nič, tudi tarč in nabojev ne."

Tekmovanja so v prostem času, to je ob sobotah in nedeljah. Kako gleda na to tvoja družina, tvoji sodelavci oziroma predpostavljani?

"Tekmovanja so v soboto in nedeljo. Najbolj to občuti družina. Vse breme tako rekoč stoji na ženinih ramenih. V delovni organizaciji imajo popolno razumevanje do mojega športa. Ne bi bilo prav, če bi rekel drugače. Seveda so tudi oni veseli mojega dobrega rezultata.

Strelstvo je v drugih delih naše domovine dobro razvito, zato se je strelcu samouku težko prebiti v sam vrh. Toda z veliko napora, truda in odrekanja, gre."

V zadnjem času si postal učitelj — trener mlade generacije. Si zadovoljen z uspehi?

"Nisem trener, zato so uradno postavljeni drugi, pa tudi plačani za to. V kolikor mi čas dopušča veliko pomagam. Morate razumeti, da včasih mlademu strelcu bolj pomaga občasno dober strokovni nasvet, kot pa nekajletno delo nezainteresiranih inštruktorjev. Vsekakor sem z mladimi strelci izredno zadovoljen."

Alojz Trstenjak (desno) sprejema občinski sindikalni pokal. Mipovi strelci so bili na ptujskem prvenstvu najboljši.



Mercatorjev časopis na Dolenjskem in Gorenjskem
Ljuba Sukovič, Alenka Por

Več o tem, kako dobro prodajati

V prejšnji številki so časopis ocenjevali Ljubljančani. Kaj so o njem povedali Dolenjci in kaj Gorenjci? Na vprašanja, kaj, kdaj in kako ga berejo, so odgovarjali delavci Mercator-Standarda in Mercator-KŽK Gorenjske

Anton Hočevar, vodja komercialne

"Mercator vedno dobivam na domačem naslovu in sem redni bralec. Preberem vsega, seveda najprej novice z Dolenjske, problematiko trgovine, nato pa še vse prispevke o kmetijstvu, industriji, itd. Od zadnjih števil glasila mi je ostala v spominu tista, kjer je bilo objavljeno poročilo o bodoči organiziranosti sozda Mercator, pa tudi vsi članki, ki govorijo o novostih na področju poslovanja trgovske dejavnosti. Zanimivi so članki o napovprečnih rezultatih posameznih delovnih organizacij oziroma njihovih poslovnih enot, zato bi bilo izredno zanimivo objaviti še, kako te nadpovprečne rezultate dosega, če to ni poslovna skrivnost. Za trgovsko dejavnost, pa tudi za ostale dejavnosti, ki jih opravljajo članice sozda, bi bili zanimivi zapisi o novih tržnih prijemih in kako jih uvajati, da bomo prišli do zelenih rezultatov."

Štefan Judež, oddelkovodja v skladišču na debelo

"Mercator dobivam redno, berem pa ga občasnno. Pregledam šport in prispevke o svoji delovni organizaciji. V zadnjem času sem si najbolj zapomnil reportažo o pripravi na gradnjo novega skladišča pri nas. Skladišče je res nujno potrebno. Časopisu

obravnavajo trgovsko in druge dejavnosti na Dolenjskem. Zanima pa me vse in zato preberem cel časopis. Najbolj so mi ostale v spominu novice, ki se nanašajo na mojo nekdanjo delovno organizacijo, ki pa jih je žal premalo. Zelo zanimive so reportaže o izgradnjah in otvoritvah novih objektov v sozdu, n.pr. skladišče v Ptujju in sedaj priprave na gradnjo novega skladišča v Novem mestu. Ne zdi se mi, da bi bilo v časopisu česa preveč, na splošno je zelo pester in tako imam preko časopisa še vedno stik z Mercatorjem in dogajanjem v njem."

Vida Koncilja, prodajalka

"Časopisa, odkar sem spreminila priimek, ne dobivam na dom".

Miran Krivec, oddelkovodja v skladišču na debelo

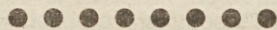
"Glasilo Mercator redno dobivam na dom in ga redno tudi preberem. Najprej pregledam športne dogodke v sozdu, razne tabele o rasti prometa v maloprodaji, zelo zanimivi so intervjuji s sodelavci, moti pa me, da ni v vsaki številki križanke. V zadnjem času mi je ostal v spominu prispevek o pripravi na gradnjo novega skladišča v Novem mestu, ki je bil zelo dobro napisan ter članki o novih oziroma obnovljenih tr-

"Časopis na moj domači naslov ne prihaja redno. Če pa že pride, pa tudi s 14 dnevno zamudo, zato ga tudi redno ne berem. Najprej preberem članke o naši delovni organizaciji, ki pa so bolj redki, poslovne rezultate trgovskih organizacij, članic sozda oziroma preglednice različnih primerjav. Zanimajo me vse novice v zvezi s trgovsko dejavnostjo v sozdu. Pogrešam več obveščanja s komercialne strani, več novic o novostih naših dobaviteljev oziroma o medsebojnem poslovnem sodelovanju. Ne bi pa pripočal pisanja o politiki, ker jo imamo že v dnevnem časopisu dovolj, raje namenimo več prostora gospodarstvu."

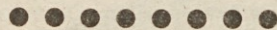
Jože Papež, mesar v prodajnem centru Ločna "Odkar je časopis naslovljen na domači



naslov, ga še nisem nikoli dobil. Ne vem, ali je kriva pošta, ali kaj drugega. Prav tako ga ne dobiva tudi žena, ki je prodajalka v PC Ločna, zato na vprašanja ne morem odgovoriti."



V uredništvu smo preverili trditev, da bralca časopisa ne prejmeta. Ugotovili smo, da je resnično ni na seznamu. Podatke oziroma naslove prejemnikov nam pošiljajo kadrovske službe.



Stane Barnard — vodja poljedelstva v TOZD Kmetijstvo

Časopis dobivam na dom, prav tako tudi sin, ki dela v Oljari. Vedno ga pogledam, ne morem pa reči, da ga tako temeljito

preberem kot našega. Naše glasilo mi je bolj všeč. Bližji mi je po problematiki. V Mercatorjevem glasilu je premalo napisano o kmetijstvu, saj smo po obsegu in raznolikosti ena večjih organizacij v SOZD-u. Članki bi morali biti bolj problemski, preveč je števil.

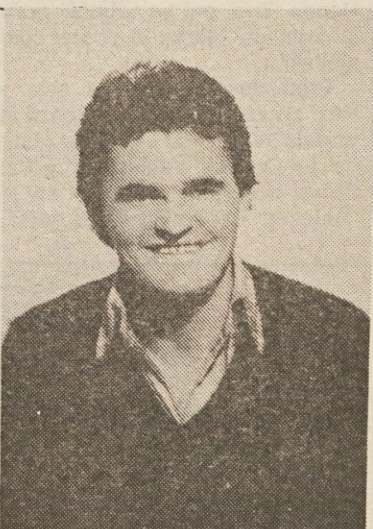
Darko Četojevič — mlekar iz TOZD Mlekarna

Časopisa ne dobivam na dom, čeprav bi ga menda morali vsi dobiti. Verjetno prihaja samo na upravo TOZD. Če ga slučajno dobim v roke ga preberem. Delavci moramo biti informirani o dogajanjih okrog nas. Ne vem pa, če je potrebno, glede na visoke stroške, da imamo svojega in sozdovega.



Peter Kruševac — poslovodja mesnice TOZD Meso — izdelki v Križah pri Trziču

Časopis že nekaj časa dobivam na dom in to mi je všeč. V naše poslovalnice dobivamo le



Glasilo naše delovne organizacije. Oba časopisa vedno prebe-

rem in sta mi všeč. Veliko je napisanega o kmetijstvu. Na delu nimam časa prebrati časopisa, zato je edino pravilno, da ga dobim na dom.

Metka Osojnik — tajnica v DSSS

Časopis dobivam na dom. Tudi mama ga dobiva. V Cerkljah nas je več takih, ki dobivamo po dva časopisa. Vedno ga preberem. Pogrešam križanko in kak-



šne zabavne članke. Časopis je preveč resen. Prav je, da je obsežen in da je vsak mesec, saj je tudi Mercator velik.

Mojca Sodnik — laborantka, TOZD Oljarica

Mercatorjev časopis prebiram še kar redno. Posebno zanimive se mi zdijo novice iz drugih delovnih organizacij. Mercator je pač tako velik, da je to skoraj edini način, da zveemo kaj več o firmi, v kateri delamo. Mercatorjev časopis in glasilo KŽKG se mi zdita kar posrečena kombinacija za celovitejšo informiranost. To, da dobivamo časopis na dom nam omogoča, da časopis bere-



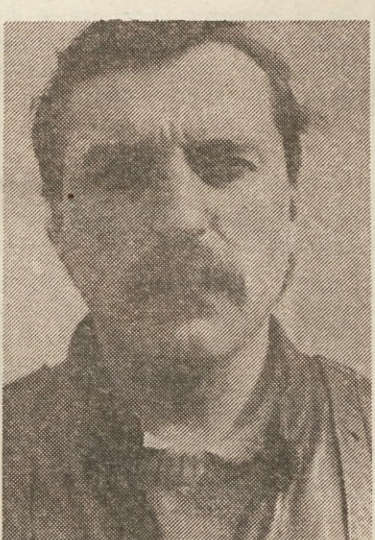
mo nekoliko redneje. Pogrešam pa križanko.



česa posebnega ne bi dodajal, popestriti pa bi ga bilo treba s strokovnimi članki s področja trgovske in storitvene dejavnosti.

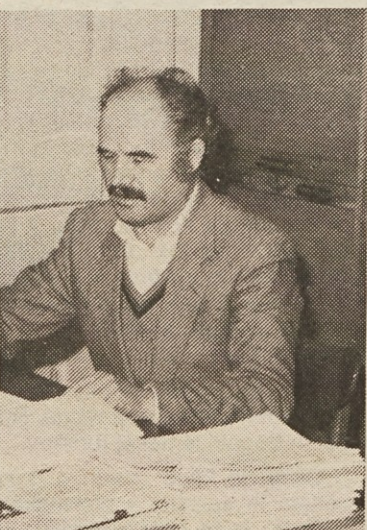
Ciril Košmrli, upokojenec

Časopis dobivam zelo redno. Najprej preberem prispevke, ki



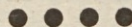
govinah. V glasilu bi bilo lahko več humorja in kakšne nagradne igre, kot so včasih že bile. O politiki lahko beremo v dnevnem tisku.

Lojze Nučič, poslovodja v salonu pohištva v prodajnem centru Ločna



MALI OGLASI

Kupone Mercator zamenjam za devizno knjižico. Ponudbe "Pod ceno jih ne dam."



Večkrat rabljen transparent za mitinge prodam. Ponudbe pod "Narod naš dokaze hrani".

Pogrebne govore, poročne zdravice in drugo, pišem po željah stranke. Ponudbe pod "Gesla za mitinge imajo prednost".



Za množična srečanja pripravljam sendviče. Ponudbe pod "I Cankar je bio otrov".

Predstavljamo vam poslovnega partnerja
Stane Rigler

40 let Lesnine — podčrtano z rumeno

Februarja, točno na dan slovenskega kulturnega praznika, je Lesnina iz Ljubljane praznovala 40. letnico svojega uspešnega delovanja. Z Mercatorjem sodeluje že več kot 15 let in je danes zagotovo naš največji dobavitelj pohištva. V preteklem letu smo ustvarili preko 20 milijard prometa s pohištvo. Polega pohištva smo ustvarili za 5 milijard prometa z barvami, laki, premaznimi sredstvi za široko potrošnjo, repromaterialom ter 9 milijard z gradbenimi materialom, stavbnim pohištvo, vodovodno instalaterskim blagom, toplotno tehniko in žaganim lesom.

Ob svojem jubileju nam je Lesnina Ljubljana podelila najvišje priznanje za uspešno sodelovanje — grafiko Jožeta Ciuhe, ki predstavlja Pegama in Lambergerja oziroma njun dvoboj v začetku 16. stoletja na Dunaju. Takrat je slovenski vitez Lamberger premagal okrutnega Pegama. Kot je zapisano v spremnem pismu, je v njunem boju mnogo simbolike, ki jo lahko prenesemo v današnji čas, ko se spet razvema strasti in začnemo prevladovati nad razumom.

Če na kratko predstavimo DO Lesnina, moramo zapisati, da je

to organizacija, ki ima preko 45 salonov in prodajnih centrov s pohištvo v vseh republikah in pokrajinah. Poleg tega ima še preko 20 večjih trgovin z gradbenim in tehničnim materialom. Svoje potrošnike oskrbuje z gradbenim materialom, barvami, laki, premazi, lesom, stavbnim pohištvo in ostalim tehničnim in repromaterialom. Zelo uspešna je tudi kot izvoznica, kar dokazuje z več mešanih in lastnih podjetij v tujini in razvitim sodelovanjem z več kot 40 deželami na vseh celinah sveta. K temu moramo prišteti še celovit inženiring za izgradnjo objektov in nji-

hovo notranje opremljanje. Med drugim je opremila več kot polovico najbolj luksuznih hotelov v Jugoslaviji. Po opremljanju hotelov in drugih objektov jo poznajo tudi v inozemstvu.

V svojem sestavu ima tudi proizvodne tozde, ki izdelujejo najrazličnejše pohištvo za opremljanje javnih zgradb, kot za široko potrošnjo. Najbolj znani so **Bor, Laško, Sopota Radeče, Mizarstvo Ljutomer** itd. Za Mercatorjevo mrežo je najbolj pomemben **TOZD Notranja oprema — Veletrgovina**, ki trguje na debelo s pohištvo (stanovanjsko opremo), repromaterialom za industrijo in široko potrošnjo. Poslovno sodeluje z več kot 2 tisoč proizvajalci iz vse Jugoslavije. Lahko trdim, da ni Mercatorjeve tehnične trgovine ali salona pohištva, ki z Lesnino ne bi imeli dobrih poslovnih odnosov. Konec lanskega leta je Lesnina odprla nova skladišča v industrijski coni

Vič ob mestni obvoznici, kjer imajo v treh objektih 10.500 kvadratnih metrov pokritih površin. Poleg objekta za pohištvo gradi še visoko regalno skladišče za pohištvo, ki bo merilo 1.800 kvadratnih metrov. To skladišče bo eno najbolj modernih in popolnoma avtomatizirano. Zgrajeno bo predvidoma konec julija oziroma avgusta. Z dograditvijo tega moderne skladišča se bo občutno povečala ponudba pohištva, saj bodo kupci lahko izbirali na enem mestu, skrajšani pa bodo dobavni roki. Ob svojem 40. jubileju je odprla tudi nov salon pohištva v Kopru s 6.000 kvadratnimi metri razstavnih in prodajnih površin.

Poleg naštetih dejavnosti, ki jih delovna organizacija Lesnina opravlja, je zanjo značilno tudi sodelovanje pri kulturi in športu. Lesnina je generalni pokrovitelj jugoslovanskih smučarskih skakalcev. Za slovenski kulturni

praznik je Lesnina Ljubljani podarila godbeni paviljon, posnetek tistega paviljona, ki je pred 30 leti izginil s Kongresnega trga.

Poudarim naj Lesninino geslo. "Pri nas vam ne želimo pohištva prodati, temveč vam pomagamo pohištvo kupiti." Naša želja je, da bi tudi v Mercatorjevih salonih in trgovinah uporabljali to geslo in potrošniku pomagali blago kupiti in ne samo prodati.

Lesnina — podčrtano z rumeno.

Portret sodelavca

Andrej Dvoršak

Reza pri bogovih

Najbrž ni v Mercatorju bolj zagrizenega planinca od Reze, samostojne finančne knjigovodkinje v M—Interni banki, ki se letos odpravlja v pokoj. Pravi, da zato, da bo lahko še več časa namenila svojemu konjičku — planinarjenju, s katerim se intenzivno ukvarja zadnjih deset let.

"S planinarjenjem sem se prvič srečala leta 1949 na Bledu. Takrat so me člani planinskega društva nahecali, da sem šla z njimi na Triglav. Pojma nisem imela, kaj je to TRIGLAV in kaj PLANINARJENJE. Mahnila sem jo z njimi kar v mokasinih, kot bi šla h Gospodični nad mojo rojstno vasjo Gabrje pod Gorjanci. Obuvalo me tedaj ni oviralo in povzpela sem se na simbol slovenstva," se spominja Ana Kragelj — Reza svoje prve planinske avanture.

Najbrž je takrat dobila v kri tisti planinski bacil, ki ga lahko

zdraviš le tako, da si vsak teden vsaj en dan v gorah. Na srečo je dobila "latentno obliko", ki je nekaj let mirovala. V tem času je poskrbela za povečanje števila Slovencev — s tremi krepkimi sinovi, ki jih je vodila na izlete po postojnski okolici, največkrat na Nanos. Tudi oni so vzljubili gore in najmlajši Marko je postal celo alpinist.

Pred desetimi leti pa se je v Rezi zbudil tisti hribovski bacil in vpisala se je v PD Ljubljana Matica ter začela zahajati v gore. Sprva bolj neredno, a z leti je "bolezen" postajala vse hujša.

Še zlasti potem, ko se je na predlog tehnologinje v Ljubljanskih mlekarnah Vladimire Kopitar, vpisala v PD Gornik.

Pred štirimi leti je začela delati I. slovensko planinsko pot, od Maribora do Ankarana. "Sedla sem v avtobus in se odpeljala v Maribor. Nato sem prehodila prvi del transverzale, do Slovenj Gradca v dveh dneh. Bilo je prav "fletno", se spominja začetkov dolge poti, na kateri je obiskala kar 78 postojank s posebnimi žigi in si zato pridobila Srebrni znak Slovenske planinske zveze.

Bi opravila pot hitreje, a kaj, ko je istočasno "šarila" še po drugih poteh in gorah. Kar spotoma je naredila še Velebitsko transverzalo in prehodila Evropsko pešpot E—6 od Radelj ob Dravi do Opatije. Šestkrat po tri dni je potrebovala za to dolgo pešačenje.

Dvakrat je bila na Durmitorju in na Tari. Prvo leto se je po njej spustila s splavom, drugič s "kondomom", kot pravijo na Tari gumijastim čolnom. Kdor ni bil sam v tisti divjini in se ni prekopicaval s čolnom po brzicah te prekrasne reke, si najbrž ne more predstavljati, koliko poguma in kondicije je za kaj takega potrebno.

Najlepši spomini pa Rezo vežejo na goro bogov, na Olimp. Z njegovih vrhov so pred tisočletji hodili bogovi v dolino, kjer so oplojevali zemljanke in skrbeli za rojevanje polbogov. Danes hodi jo nanj Zemljani in občudujejo skalne lepote mogočne gore. Reza se je do njenega podnožja pripeljala z avtobusom in nato pol poti grizla kolena, da je prišla do kočice Spiloz Agopitos na 2.100 metrih nadmorske višine. Naslednjega dne se je povzpela na vrh Olimpa, Mytikas na 2917 metrov nadmorske višine.

"Na vrhu ni bilo ničesar, le grška zastava in oznaka višine. Nobenih bogov, le nekaj turistov ..."

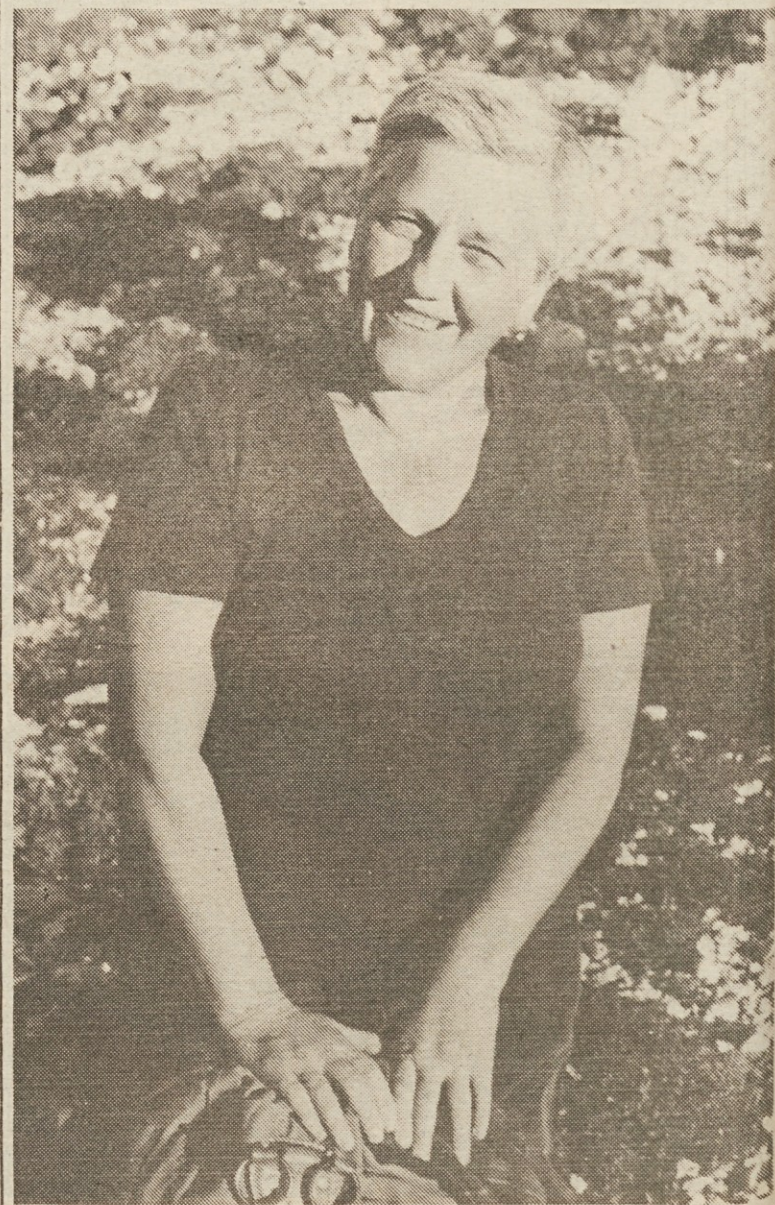
Olimp je kljub izrednim doživetjem le epizoda v planinskem življenju Reze. Lani je naredila 45

planinskih izletov, kar pomeni najmanj 60 dni pešačenja, vzponov in veselja v naravi. V službi so se navadili, da je Reza vsak ponedeljek vesela in nasmejana. Če je čemerna vedo, da je vikend preživela doma, v Domžalah, kjer je planinstvo zamenjala za drug konjiček — pletenje. To

da ta je ne poživi. Zanj je pravo življenje med skalami gora in mogočnimi hojami Pokljuke ali pa med bukvami Gorjancev.

Je prava planinka in zato so ji v PD Gornik podelili tudi naziv "častni planinski vodnik". Pa ni to samo naziv. To delo tudi opravlja. Letos bo vodila kar tri izlete svojega matičnega planinskega društva. Enega h Gospodični na Gorjance. Tja, kjer izvira čudežen studenec, ki tistega, ki pije iz njegovega izvira, pomladi. Reza je živ dokaz, da je to res.

Ana Kragelj-Reza: srce pa gor ji sili, nazaj v planinski raj.



Pravnik svetuje

Sergej Paternost

Neplačan dopust

Delavec potrebuje za svoje osebne potrebe določeno število dni neplačanega dopusta in sprašuje, kako dolgo lahko traja tak dopust oziroma ali je sploh mogoč?

Odgovor na to vprašanje bomo našli v določilih Zakona o delovnih razmerjih in v splošnem aktu organizacije. Delavci po določilih 102. člena zakona o delovnih razmerjih v samoupravnem splošnem aktu določijo primere in pogoje, ko ima delavec pravico biti odsoten z dela, brez pravice do nadomestila osebnega dohodka, to je tako imenovani "neplačani dopust" ter postopek za uveljavljanje te pravice.

Gre za avtonomno pravico delavcev, da določijo pravico do brezplačnega dopusta ob upoštevanju možnosti in potreb delavcev, zlasti tudi kadrovske možnost, ko gre za deficitarne poklice.

Zakon ne omejuje trajanja takega brezplačnega dopusta, saj med tako odsotnostjo delavec nima nobenih pravic in obveznosti iz dela, ker mu pravice in obveznosti iz dela "mirujejo". Prvih trideset dni takega dopusta se delavcu lahko všteva v zavarovalno dobo po določilih 105. člena Zakona o pokojninskem in invalidskem zavarovanju, pod pogojem, da so plačani prispevki za zavarovanje. Te prispevke pa mora plačati delavec sam, razen če se z delovno organizacijo ne dogovori drugače.

Jože Veselič

Počitnice v Dolenjskih Toplicah

Običajno večina razmišlja o dopustu že zgodaj spomladi, ko se začenja spomladanska utrujenost in ko so prosti vekendi premalo za napolnitev "akumulatorjev" za psihofizične napore delovnega tedna. Zaželiš si spremembe okolja, dnevnih aktivnostih, hrane in obrazov, ki jih dnevno ne srečuješ. Strokovnjaki pravijo, da bi dopust morali preživeti v dveh delih. Do 14 dni v enem delu, tako da preveč ne pozabiš na delo in delo nate, in da se navsezadnje vsakih 6 mesecev "regeneriraš za nadaljnjo eksploatacijo". Ker kranjski Janezi in Micke ne priznamo eksploatacije, vzamemo dopust takrat, ko nas doma čakajo večja dela, bolna tašča, tekanje okrog birokratov, bolni otroci (bolniška se ne izplača) in podobne "prijetnosti".

Ko sončnega pomladnega dne ugotoviš, da je za teboj že veliko pomladi (nekateri prej, nekateri kasneje), si zaželiš doživeti pravi dopust. Ne samo 8 dni na morju, ko te sin vleče v vodo, bežni zna-

nec za šank, žena na pomivanje posode v avtokampu YU kategorije in ko komaj čakaš, da spet začneš delati in normalno živeti. Pravega dopusta si zaželiš.

V dolini pod temnimi kočevski-

mi gozdovi, v neposredni bližini dolenjske lepote Krke (v tem predelu še vedno čiste) in vinorodnih gričev, ležijo Dolenjske Toplice. Turistični kraj, tako velik, da ni vas in tako majhen, da ni mesto, z izvrom termalne vode, ki zdravi vse. Zdravilišče tovarne zdravi Krka bolj poznajo zunaj naše dežele, kot doma. Poleg zdravilišča se razvija tudi počitniški turizem, brez silnih reklam, bolj na osnovi tega, da prijatelj prijatelju zaupa, da je odkril kraj, kjer reš lahko preživiš dopust.

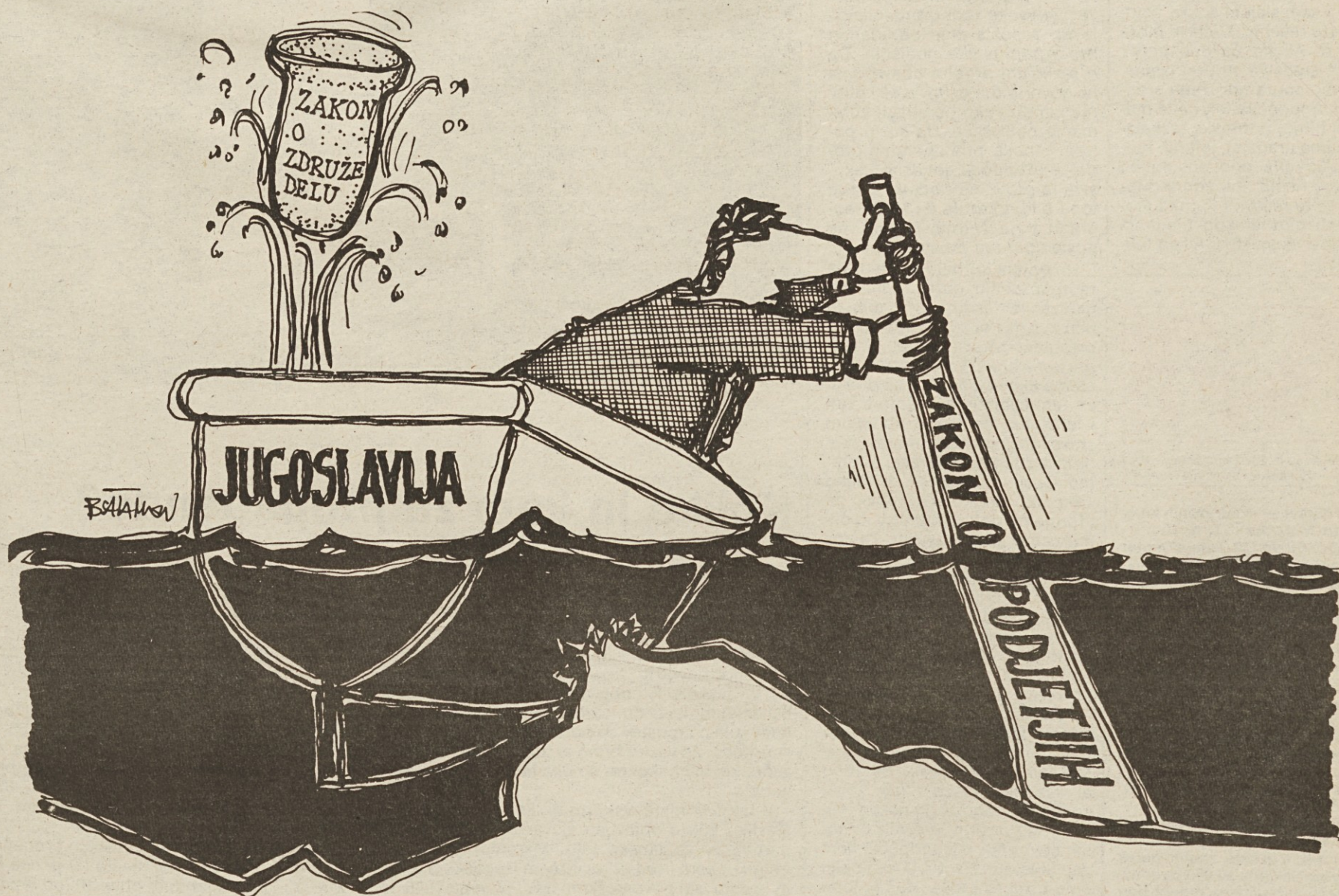
Dopust v Dolenjskih Toplicah je gotovo nekaj posebnega. Povprečni dopustnik ga preživi tako,

da si privošči najprej temeljit zdravniški pregled in skupaj z zdravnikom ugotovi, za katerega od možnih rekreacijsko zdravstvenih programov, se bo odločil. Posamezniki podobne preglede opravijo že prej in prinesejo izvide s seboj, drugi zdravnika ne obiščejo in se zdravijo s sprehodi z lovci, s trim stezo, z obiski bližnjih vinogradov in zidanic. Nekateri vse dneve preživijo ob Krki in ob večerih razlagajo, da jim je največja riba ušla. Kopanje v zunanjem in notranjih bazenih in razne športne aktivnosti so spet stvar odločitve posameznikov. Ob večerih, ko se posamez-

niki hitro odpravljajo k počitku, se za druge komaj začenja pravo življenje. Zabave željni si to poiščejo oziroma organizirajo.

Na prvo odločitev za dopust v Dolenjskih Toplicah najbolj vplivata zdravilišče in termalna voda. Drugi obisk pa je že obisk pri prijatelju, dobrem prijatelju. Dobrega prijatelja pa obiščeš vsaj enkrat na leto.

Ne delam reklame za Dolenjske Toplice. Dopust v Dolenjskih Toplicah vam priporočam kot prijatelj prijatelju. Nekaj, kar sem odkril zase in bi rad delil tudi z drugimi. Ne samo poleti, celo leto se v Dolenjskih toplicah nekaj dogaja. Pridite prijateljvat.



Kako do obnove Robne kuće u Beogradu
Vesna Bleiweis

Složeni i nagomilani problemi

Ljubljana, 22. marta — Na sedištu radne organizacije Mercator-Rožnik sastali su se predstavnici OOUR Robna kuća Beograd, predstavnici radne organizacije i soura, kako bi razmotrili uzroke i okoline zbog kojih je došlo do sastanka a pre svega, kako u beogradskoj Mercatorovoj kući rešavati složena pitanja, koja većinom izlaze iz prirode poslovanja, i budimo iskreni i iz izgubljenog imida kuće, nekadašnje Beogradske lepote.

Delegaciju Beograđana sastavljali su direktor Mirko Paravinja, zamenica predsednika radničkog saveta Radmila Bogosavljević, sekretar osnovne organizacije SK Milorad Kostić i Nebojša Goranović. Sugovornici su jim bili direktor Mercator-Rožnika Jože Čandek i njegov pomoćnik Jože Kōpušar, podpredsednik soura za robni promet Franc Prvinšek i predsednik poslovodnog odbora Miran Goslar.

Načelno odati nikakvu tajnu, da je razgovoru velikom merom doprinelo i pismo radnika beogradskog oura, upućeno radnoj organizaciji Rožnik kao i predsedniku soura, povodom skupa u Cankarevom domu. Međutim ni to pismo, ni sve što se događa u politici, nije bilo predmet razgovora, jer su svi učesnici bili svesni, da sede za stolom zato, da razmotre pitanje razvoja i eksistencije beogradskog oura, pa ma koliko njihovi pogledi na sadanšnja zbivanja bili različiti. Jezgro pitanje glasi: hoćemo li skupiti pare za obnovu beogradske robne kuće, kako i kada i koliko bi moglo čvršćije uklapanje beogradske kuće u sourove robne takove doprineti poboljšanju ekonomskog stanja?

Činjenica je, izneli su gosti, da je zgrada robne kuće u takovom stanju, da joj će žmožda i hitna pomoć biti prekasna. Takva kakva jeste odvrća potrošače, na svakom uglu izaziva požar a negativno dozira i pogled na sam sistem soura. Radnici traže rešenje, kuća se mora obnoviti. Ali ko će dati pare? Vlastita sredstva su premalena, na nivou soura udružena sredstva bi omogućila tek neke manje (ali bitne) popravke (eskaltore, klima urađaje), jeftinih kredita ili kredita pod povoljnijim uslovima nema ni u souru. Moglo bi se to rešavati i preko mogućnosti partnerskog ulaganja na osnovi vlasništva. Ali za tak-

vo rešenje mora da se stvori i određena mera poverenja i konsolidacije u samom beogradskom kolektivu. Ne mogu se običi neke slabosti, koje su očite baš na polju robnog prometa se članicama soura. Ne može se poriči činjenica, da je bila beogradska robna kuća više građena u korist slovenačkih proizvođača, nego u korist same trgovine Mercatora (i sada je 70% robe iz Slovenije) ali su istovremeno postojale i dobre trgovačke veze sa članicama soura i dosta dobro poštivale se i obaveze, opredeljene u zajedničkim planovima robnog prometa. Prema podacima, koje je predložio Prvinšek, ti su odnosi od lanjskog oktobra potpuno prekinuti, a obim celokupnog unutrašnjeg prometa zanemarljiv. Paravinja je navodio podatke o razlici u ceni, koja bitno utiče na dohodak oura. Po njegovom, sour ili radna organizacija morali bi učiniti više, da bi se za Beograd dogovorili povoljniji uslovi. Pored toga u zadnje vreme na promet nekoliko utiče i psihoza bojkota slovenačke robe a pogotovo su jezgro nezadovoljstva niski lični dohodci. Ali tu se ne može ništa, svi se moramo pokrivati pokrivačem po svojoj prilici. Tako i navođeni uporedljivi podaci o produktivnosti odnosno o prometu na zaposlenog u Beogradu ili nekde u Sloveniji nemaju prave težine, jer su posredi i neke okolnosti za koje u Sloveniji neznamo. Primera radi: povećavanje broja zaposlenih na osnovi zakona o pripravnicima, koji obavezuje svaku radnu organizaciju na zapošljavanje određenog broja pripravnika godišnje. Da o različitim drugim obavezama ne govorimo. Postavilo se i pitanje čime i kako potsticati zanimanje potrošača. Da su tu potrebne neke propagandno-prodajne aktivnosti, je jasno. Iskustva iz proteklih godina, kad je toga bilo, ukazuje da to u Beogradu traje četrnaest dana, pa posle opet sve po starom.

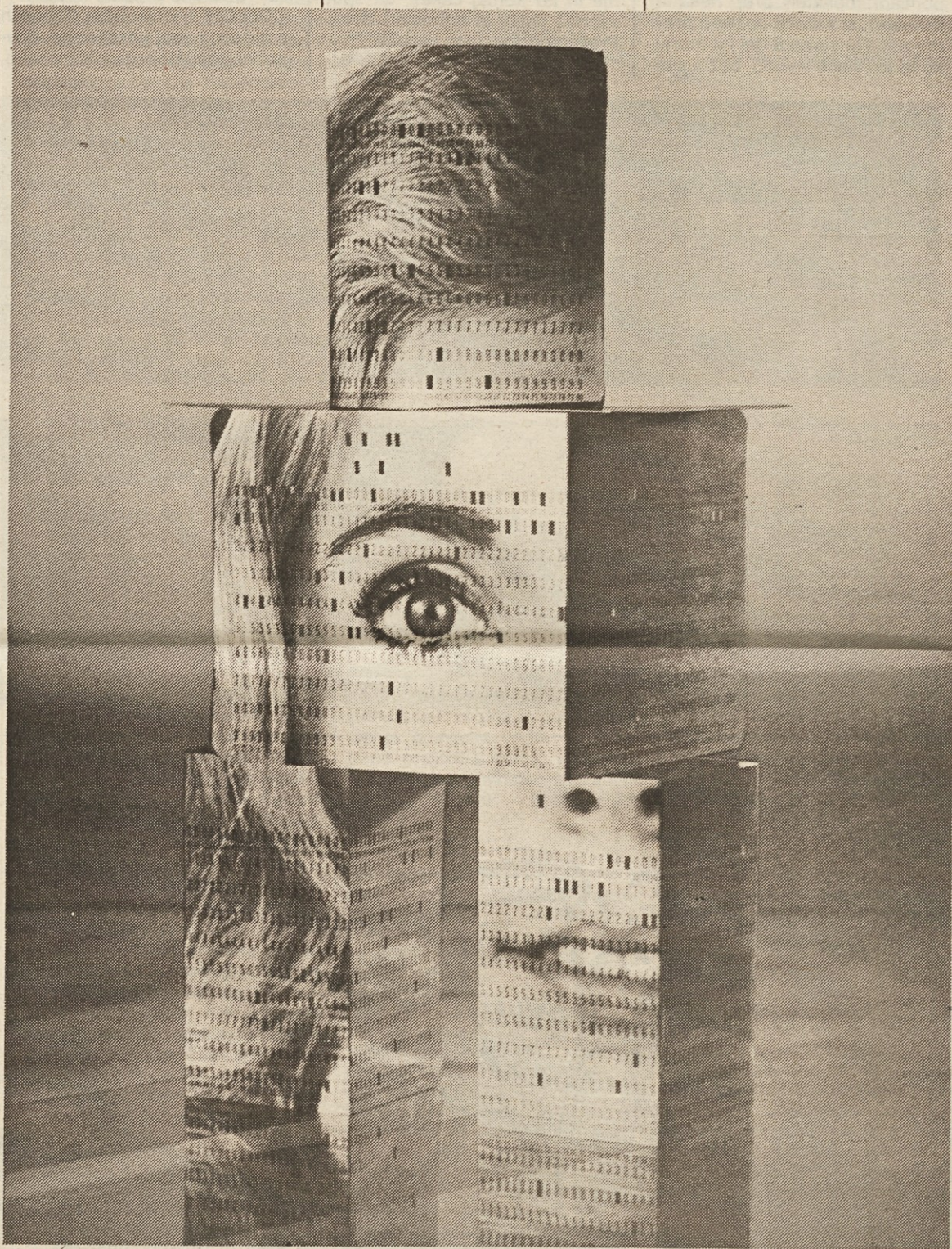
Izmenjani su bili i pogledi na reorganizaciju oura, radne organizacije i soura. Pri tom je bilo rečeno ono, što morda da prevlada: zdrava pamet. U razpravama hoće li neko ostati u sistemu ili neće, ne sme se podleći emocionalnim, euforičkim i lokalnom politikom obojanim stavovima, vladati mora ekonomska logika interesa. Citiramo Goslara: »Imamo dovoljno vremena, do kraja godine, da i formalno potvrdimo ono, o čemu ćemo se dogovoriti. Za sav sour je najbitnije, da se objasnimo i dogovorimo o onome što hoćemo. Da se objedinimo o oblici i sadržaju odnosa, koje želimo. Dogovor o tome je relevantniji od njegovog formalnog uobličjenja. U tome ima i dovoljno vremena, da se dogovorimo i razčistimo razvojni program beogradske Robne kuće. Nama u souru bi istup Robne kuće iz Mercatora teško pao, ne zbog ekonomskih veza, koje nisu značajne, nego zbog nešeg imida, zbog dobrih ljudskih odnosa, stvorenih u dugogodišnjem zajedničkom životu. U tom delili smo i dobro i loše. Naš je interes, da ostanemo zajedno, ali i s čvršćijim ekonomskim vezama.«

Zaključak razgovora: Beograd će posetiti grupa radnika sektora za robni promet soura i na licu mesta razmotriti pitanje

operativno-komercijalne prirode i po mogućnosti doneti i zaključke o tome, kako povratiti Robnu kuću u interne ili neke eksterne robne tokove i time na jednoj strani sprečiti prigovore o uslovima nabave robe a i nezavisno »svažtarenje« poslovača. Drugo: Robna kuća sama mora pripremiti plan najhitnijih radova vezanih na obnovu kuće

(plan mora biti opredeljen sa cenama, terminima, virom finansiranja). Istotako moraju početi i pripreme na kompleksnu obnovu kuće, ali taj dio će biti dogovoren u kontekstu budućih organizacionih i sadržanih promena soura.

Pouka sastanka: ne nudimo se vrućom supom.



Koliko in kam za propagando?

Media marketing, jugoslovanski časopis za trženje in tržišno komuniciranje (revija, ki izhaja vsak mesec v slovenščini in skrbobhrvaščini, je glasilo Zveze združenj ekonomskih propagandistov Jugoslavije in Društva za marketing Slovenije), v vsaki številki objavi slovenski propagandni barometer, lestvico stotih firm, rangiranih po tem, koliko sredstev so porabile za propagandna sporočila. Za vsako firmo je tudi natančno prikazano, kje in kolikokrat so bila ta sporočila objavljena.

V letošnji marčevski izdaji, ki nosi zaporedno številko 95, je objavljen slovenski propagandni barometer za lansko leto. Mercator je 23. po rangu, mesto pred Zdraviliščem Rogaška Slatina in mesto za novomeškim IMV. V letu 1988 je porabil 224,7 milijonov dinarjev za 1.187 propagandnih sporočil. 409 jih je bilo objavljenih na 1. in 2. sporedu ljubljanskega radia, 340 na kopr-

skem radiu, 130 v Večeru, 103 na 1. in 2. sporedu ljubljanske televizije, 74 v Ljubljanskem dnevniku, 49 v Delu, 32 na mariborskem radiu, 11 v Jani, 10 v 7D, 8 v Teleksu, 7 v Nedeljskem dnevniku, 5 v Stopu, po 3 v Anteni in Naši ženi, 2 v Mladini in 1 v Zdravju.

Prva tri mesta na lestvici zasedajo Meblo, Emona in Podravka. Prvi je porabil 956,1 milijona, druga 729,4 in tretja 579,9 milijona dinarjev. Po številu objav v posamičnih javnih občevalih prednjačita Emona s 1.951 in Delo s 1.782 propagandnimi objavami na 1. in 2. sporedu ljubljanskega radia.

Lani je Mercator v slovenskem propagandnem barometru zasedel 10. mesto (1. je bila Emona). Za 1.330 propagandnih obvestil (od tega kar 744 na ljubljanskem radiu) je odrinil 109,1 milijona dinarjev.



Glasilo delavcev in združenih kmetov sozd Mercator — Kmetijstvo Industrija Trgovina

Glasilo delavcev in združenih kmetov sozd Mercator-KIT, n. sub. o., Ljubljana, Titova 137. Izdaja Center za obveščanje SOZD Mercator-KIT. Uredništvo: Titova 137, 61113 Ljubljana. Tel. 373-047.

Ureja uredniški odbor: Kristina Antolič, Marko Glažar, Jože Kirm, Suzana Modrijan, Sergej Paternost, Alenka Por, Marjeta Potočnik, Ljuba Sukovič in Miro Vaupotič.

Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis.

Novinar: Andrej Dvoršak.

Vse fotografije — nepodpisane — Andrej Dvoršak.

Tehnični urednik: Matjaž Marincek.

Tiska ČGP Delo Ljubljana.

Glasilo prejemajo delavci, združeni kmetje, učenci in upokojeanci sozda Mercator-KIT. Izhaja zadnji petek v mesecu. Naklada 20.000 izvodov. Po mnenju pristojnega republiškega organa je glasilo oproščeno temeljnega davka od prometa proizvodov.