



Kdor vidi cilj, najde pot



Mercator smo ljudje. Mi smo ustvarjalci in slavljenci 50 letnice. Mi 50 let združujemo najboljše: vizijo s srčnostjo, zdravo pametjo in delavnostjo. Ponosni in počaščeni smo, ker sadove teh vrednot delimo z drugimi ljudmi kot sosedje, najboljši sosedje.



50 let
Mercator *združujemo najboljše*

Kratke vesti iz Mercatorja, o Mercatorju in drugod stran 4

aktualno

Iz Mercatorjevih 50 let stran 6

Želite delati v Mercator centru Ljubljana - vabilo k prijavam stran 11

Mercatorjeva razvojna strategija in vloga prevzemov stran 12

Nerevidirani in nekonsolidirani računovodski izkazi za leto 1998 s komentarjem

stran 14

Razpis Mercatorjevih nagrad za leto 1998

Razpis Mercatoriade 1999 in Dan Mercatorja 1999 stran 23

mercator moje dežele

Iz starega v novo - o prenovljenih trgovinah, nagradah za izvirno ureditev trgovin na Štajerskem, 13. bienalu aranžerskega oblikovanja v Mariboru stran 16

Branje za znanje

Uvajanje sistema kakovosti stran 26

Približevanje elektronske trgovine nakupovalnim navadam potrošnikov stran 30

Za enakost pravic potrošnikov v Evropski skupnosti stran 32

Ljubljana in Veselje

Potopis, moda, nogometna zmaga uprave, dišavnice na vrtu in v loncih, recept, nagradna križanka stran 34

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

Izdaja Center za obveščanje, Uredništvo, Ljubljana, Dunajska 107, telefon 061/160-1132.

Urednica: Vesna Bleiweis

Priprava za tisk: Cortec, Ljubljana

Tisk: Delo, TČR, Ljubljana

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

Naklada: 9.700 izvodov.

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



50 let Mercator

združujemo najboljše

Natančno 4. marca 1999, na dan 50 letnice je bilo v treh največjih slovenskih dnevnikih Delu, Dnevniku in Večeru, objavljeno Mercatorjevo praznično sporočilo "Kdor vidi cilj, najde pot". Po velikosti objavljenega sporočila je marsikdo sklepal, da bo Mercator svojo 50 letnico praznoval velikopotezno, pompozno in razkošno. Pa temu ne bo tako. Vse, kar bomo namenili 50 letnici je povezano z izpolnjevanjem našega poslanstva - Mercatorja moje dežele. Vsak nekoliko pomembnejši dogodek, namenjen 50 letnici bo povezan z načrtovanim poslovnim dogodkom, predvsem z otvoritvami novih objektov, pa naj naj gre za Mercator center Ljubljana in Novo mesto ali pa za prenovljeno trgovino na vasi, v mestu ali pa za drug gospodarsko pomemben objekt. K dogajanjem bodo povabljeni vse Mercatorjeve javnosti.

50 let je sicer res jubilej, ki zasluži pozornost vseh javnosti. Toda, Mercatorjeva osrednja javnost so slovenski potrošniki, zvesti kupci včeraj, danes in potencialni kupci jutri. In prav njim v jubilejnem letu Mercator namenja največjo pozornost. V tem letu se bodo še okrepila Mercatorjeva prizadevanja za razširitev ponudbe izdelkov s trajno nizkimi cenami, izdelkov s trgovsko znamko Mercator, za vsesplošno kakovostno in hkrati cenovno konkurenčno in ugodno ponudbo. Po tej plati bomo potrošnikom gotovo ustregli. Toda, tudi postreči jim moramo. In prav v tem, kako jim znamo, zmoremo in hočemo postreči, tiči ključ do popolnega zadovoljstva kupcev z Mercatorjem. Ko se bomo vedno in povsod ponašali tudi s kakovostjo in celovitostjo storitve, bomo lahko zadovoljni tudi sami s seboj. Poslanstvo najboljšega sosedja in Mercatorja moje dežele bo izpolnjeno.

Mercator smo ljudje. Mi smo ustvarjalci in slavljenci 50 letnice. Mi 50 let združujemo najboljše: vizijo s srčnostjo, zdravo pametjo in delavnostjo. Ponosni in počaščeni smo, ker sadove teh vrednot delimo z drugimi ljudmi kot sosedje, najboljši sosedje.

Vesna Bleiweis

Pogovor o odpiralnem in delovnem času v trgovini

Ljubljana, 5. marec 1999 - Zveza svobodnih sindikatov, RO sindikata delavcev v trgovini, se je pogovarjal z Mercatorjevo upravo o odpiralnem in delovnem času v trgovini. Menda je problem delovnega časa najhujši v maloprodajnem območju IV Mercator Trgovine Ljubljana.



Delegacija Zveze svobodnih sindikatov v Mercatorju

Pogovor je na strani sindikatov vodil sekretar Republiškega odbora delavcev v trgovini Sandi Bartol, ki so ga spremljali še člani RO Nevenka Knapič, Dušan Đorđević, Bojan Kramar in Stane Drobnič. Na strani Mercatorja pa so bili udeleženci pogovora predsednik uprave Zoran Janković, član uprave Marjan Sedej in predsednica IO sindikata Katja Galof.

Skupna ugotovitev v pogovoru je bila: sedanja ureditev odpiralnega časa trgovin ne koristi nikomur. Niti zaposlenim v trgovini, niti ni dejavnik kakovostne konkurence. Zato bo Mercator podprl vsa prizadevanja sindikata in drugih, da se odpiralni čas trgovin uredi enotno za vso državo in za vse trgovce.

Je pa člane RO sindikata očitno bolj kot odpiralni čas trgovin, žulil delovni čas v trgovinah. V Mercatorju predvsem delovni čas zaposlenih in število zaposlenih v trgovinah v maloprodajnem območju IV Mercator Trgovine Ljubljana. Območni sindikat iz Postojne je predsedniku uprave predstavil rezultate svoje analize o onemogočanju izkoriščanja pravic delavcev do 40 urnega delovnega tedna, počitka oziroma dela prostih dni, dopusta in s tem povezanega premajhnega števila zaposlenih v prodajalnah. Omenjeno je bilo "čudovito" naraščanje prometa v trgovinah, od česar pa zaposleni nimajo nič. Hkrati s tem pa je izpostavil

tudi vprašanje primernosti vodstva maloprodajnega območja. Razmere je govoriec Bojan Kramar označil za tako resne, da so zaposleni pripravljani na stavko.

V tem delu pogovora je predsednik uprave Zoran Janković postregel z naslednjimi dejstvi: soditi o prometu in rezultatih v maloprodajnem območju IV ali kjerkoli drugje, je domena uprave družbe in ne sindikata, enako velja tudi za ocenjevanje kakovosti poslovanja. Nezadovoljstvo zaposlenih naj se le odrazi v stavki, pri čemer bi rad o problemih zaposlenih v maloprodajnem območju IV slišal iz prve roke na njihovem zboru. Kajti vsa doslej postavljena vprašanja v zvezi z delovnim časom, so se hitro in učinkovito reševala brez zapletov in v obojestransko korist, predvsem po zaslugi "hišnega sindikata" in vodstev maloprodajnih območij in vodstva Mercator Trgovine Ljubljana. Predsednik uprave je izpostavil tudi poslovanje maloprodajnega območja IV, ki ne dovoljuje in ne opravičuje povečevanja števila zaposlenih, še zlasti pa ne za tretjino zaposlenega na dva obstoječa zaposlena v maloprodaji. Nasprotno: zgolj ekonomska obrav-

nava posamezne prodajalne terja njeno zaprtje ali pa oddajo v franšizo, če je po slabih izkušnjah franšizojemalcev v vaseh na Notranjskem in Idrijskem, zanjo sploh še zanimanje. Dilema je torej le: ali s kar najbolj racionalnim poslovanjem in organizacijo dela ohraniti delovna mesta ali pa zapirati trgovine ter se soočiti z nejevoljo prebivalstva in tistih, ki na ta način izgubijo delovna mesta. "Delavci morajo imeti zagotovljene pravice, ki jih zagotavlja delovnopravna zakonodaja, hkrati pa morajo zato, da bodo te pravice sploh lahko uresničili, sprejeti fleksibilnejšo ureditev delovnega časa - tudi deljenega in drsečega, če bo to izhod za boljše poslovanje in kraju primeren odpiralni čas trgovine."

O vsem, tako so sklenili sindikalisti in uprava, naj bi se z zaposlenimi v maloprodajnem območju IV pogovorili na zboru, ki ga bosta v najkrajšem času sklicala Dušan Đorđević in Bojan Kramar.

Vesna Bleiweis

Kurenti prinesli pomlad

V predpustnem času so kurenti, piceki in druge značilne ptujske maske obiskali poslovno zgradbo Mercator. Djaki Srednje ekonomske šole iz Ptujso v beli hiši pozvali in klicali pomlad, strašljive maske kurentov so odganjale zle duhove in temo. Da bi se le uresničilo!



Klas Mercator - prenova trgovin v dveh letih

Klas Mercator ima v Mariboru in okolici 39 prodajalnih različnih tipov. Že letos jih bodo nekaj posodobili, tako bodo ustrezale Mercatorjevim prodajnim standardom. Vse pa naj bi bile prenovljene v dveh letih. Trenutno je najbolj aktualen načrt za novogradnjo 1.700 m² velike prodajalne, ki naj bi nadomestila samopostrežbo Jagoda na Ptujski cesti. V družbi Mercator-SVS v kratkem pričakujejo vsa potrebna dovoljenja za gradnjo. Sicer pa ima Mercator-SVS v načrtu gradnjo treh novih prodajalnih na ožjem mariborskem območju. Tudi Maribor bo dobil 24 ur odprto prodajalno, če bo Mariborski Mestni svet soglašal s predlagano spremembo meril o odpiralnem času. Prvo tovrstno trgovino bi v Mariboru dobili na avtobusni postaji, kjer že ima Mercator svojo trgovino.

Goriška utemeljuje odločitev za Mercator

V oddaji Poslovne informacije Primorske na Radiu Koper je **direktor Goriške Silvan Makuc** utemeljil odločitev za Mercator.

"V Goriški menimo, da je ta korak utemeljen zaradi dejstva, ker smo si zagotovili status samostojne pravne osebe v okviru koncerna tako, da z dnem vstopa v Mercator postanemo šesto regionalno trgovsko podjetje, kar praktično pomeni, da zagotavljamo delavna mesta in delo za vse zaposlene, ki so že doslej delali v naši družbi. Prav tako pa zagotavljamo in ocenjujemo, da bomo z vključitvijo v Mercator pridobili bistveno ugodnejše pogoje kot smo jih do sedaj dosegali na nabavnem trgu. To pomeni, da bomo v prihodnje konkurenčnejši in razvojno močnejši."

na kratko

Nova brezalkoholna pijača s trgovsko znamko Mercator

Mercator od Slovenijavina letno odkupi letno za okoli 400 mio SIT pijač. V naslednjih dveh letih naj bi se odkup povečal za 20%.

Mercator je od Slovenijavina odkupil distribucijsko skladišče in polnilnico brezalkoholnih pijač na Slovenčevi ulici tudi zato, ker bodo v njej letos spomladi začeli polniti novo brezalkoholno pijačo s trgovsko znamko Mercator.

Najbolj opazen Mercatorjev plakat

Mariborska Agencija za odnose z javnostmi, raziskave in marketing PR PLUS RM je konec lanskega leta raziskala opaženost in všečnost oglasov na velikih plakatih. Poleg drugih podatkov, ki jih nudi raziskava, je za Mercator kot oglaševalca in osrednjo slovensko trgovsko znamko pomembno dejstvo, da je med 11 najbolj opaženimi velikimi plakati Mercatorjev veliki letoletni plakat. Zapomnilo si ga je nekaj več kot 10% od 1000 anketirancev.

Analiza medijev

V službi za stike z javnostmi v sodelovanju z družbo za komunikacijski menedžment Pristop spremljamo tiskane in elektronske medije, ki poročajo o Mercatorju. Iz zbranih podatkov smo ugotovili, da je bilo januarja v slovenskih medijih objavljenih kar 447 zapisov, ki so tako ali drugače omenjali Mercator. Seveda spremljamo tudi to, s koliko naklonjenosti, nenaklonjenosti in nevtralnosti mediji spremljajo Mercator.

na kratko

Trgovske plače pod slovenskim povprečjem

Iz raziskave Združenja delodajalcev Slovenije in Društva za vrednotenje dela organizacijski in kadrovski razvoj lahko povzamemo nekatere primerjave povprečnih mesečnih prejemkov prodajalcev s slovenskim povprečjem. Pred tremi leti so prodajalci zaslužili le 3/4 povprečne slovenske plače. Bolj slikovita je primerjava povprečne trgovske in povprečne slovenske plače za prvih 11 mesecev preteklega leta. V tem času je slovenska brutto plača znašala 156.781,00 SIT, neto pa 99.180,00 SIT. Povprečna brutto plača v trgovini pa je znašala 150.141,00 SIT, neto pa 95.049,00 SIT. Če bi primerjali plače zgolj v trgovini na drobno pa so te plače še bolj oddaljene od slovenskega povprečja. Povprečna brutto plača prodajalca v trgovini na drobno je v prvih 11 mesecih preteklega leta simbolično preseгла 135.000,00 SIT, čista plača pa je znašala 87.626,00 SIT, kar je 86% povprečne slovenske brutto plače. Med tistimi, ki s plačami ne dosegajo povprečne slovenske plače so še ribiči, zaposleni v predelovalnih dejavnostih, gradbeništvu, gostinstvu, kmetijstvu in gozdarstvu. Sicer pa bomo podatkom o plačah v Mercatorju v letu 1998 posvetili poseben članek, v katerem bomo obravnavali sistem nagrajevanja, ki ga je pripravila delovna skupina za poenotenje plačnega sistema v Mercatorjevih trgovskih družbah.

50 let združujemo najboljše



Mercator



GLASILO DELOVNE SKUPNOSTI VELETRGOVINE
MERCATOR

LETO XII.

LJUBLJANA, MAREC 1974

ŠT. 2

Dobili smo novo ustavo

Enaindvajsetega februarja dopoldne so topovske salve v vseh glavnih mestih SFRJ naznanile svečan, zgodovinski trenutek. Razglašena je bila nova zvezna ustava. Najvišji zakon države, ki je najgovornejši izraz teženj vseh naših narodov in narodnosti in obenem največji korak k nadaljnemu uspešnemu razvoju socialističnih samoupravnih odnosov. Ob navzočnosti najvišjih funkcionarjev SFRJ je odlok o razglasitvi nove ustave prebral predsednik zbora narodov zvezne skupščine Milka Spiljak.

Teden dni kasneje, 28. februarja ob pol treh popoldne, pa je bila slovesno razglašena ustava SR Slovenije. Miran Goslar, predsednik republiškega zbora, je prebral odlok o razglasitvi nove ustave.

Tako je v naši zgodovini postavljen še en mejnik v razvoju samoupravnih socialističnih odnosov, ki predstavlja sklep večletnih prizadevanj delovnih ljudi, da bi zares odločali o rezultatih svojega dela.

DEJAN

Potrjen letni obračun

Na seji skupnih delavskih svetov starega in novega mandata

V četrtek, dne 14. marca dopoldne je bilo v baru Nebotičnik v Ljubljani skupno 21. zasedanje centralnega delavskega sveta veletrgovine Mercator in 1. zasedanje novoizvoljenega skupnega delavskega sveta podjetja Mercator.

Predsednica centralnega DS, tovarišica Vera Aljančič je začela svečano zasedanje svetov obeh mandatov. Po uvodnih besedah in poročilu o izvršenih sklepih zadnjega zasedanja je predala besedo tovarišu Legatu, direktorju gospodarsko-računskega sektorja. S tem se je pričela prva točka dnevnega reda in sicer obravnava zbirnega zaključnega računa podjetja za leto 1973 in sprejem ugotovitvenega sklepa.

Tovariš Legat je v svojem izjavljanju navedel, da so vse TOZD sprejele delitev dohodka na svojih delovnih zborih.

Primerjava leta 1973 z letom 1972 pokaže pri nekaterih TOZD malenkostno stagnacijo — predvsem pri trgovcih. Porast prometa, približno 22 — 25 % gre v veliki meri na račun povečanja cen, ki so bile administrativno odrejane, ali v povečanju davka,

ali v povečanju nabavnih cen. Toda cene niso imele vpliva na dohodek. Delali smo takorekoč z zamrznjenimi maržami — razlike v ceni so bile določene. Tudi stroški so se večali (usluge, bencin itd.). Pri osebnih dohodkih je povsod opažena porast, ni pa nobenih anomalij; mogoče le na nekaterih mestih. Višine, ki jo določa družbeni dogovor nismo prekoračili. Rezultati izračuna na zaposlenega so boljši kot v letu 1972.

Tovariš Legat je nadalje omenil tudi to, da so pričakovana skupna sredstva, ki naj bi jih TOZD zbrale za kritje kapitalne gradnje, daleč od planirane vrednosti.

V drugi točki dnevnega reda je tovarišica Aljančičeva prisotne seznanila z vlogo namestnika generalnega direktorja za prenehanje lastnosti delavca v združenem delu. V razpravi se je najprej oglašil tovariš Rener in dejal, da naj tovariš Rozman še nekaj časa ostane pri podjetju Mercator. Njegov predlog je za tem podprl tudi direktor Preskrbe iz Tržiča, tovariš Mokorel in prosil CDS, naj tudi on ta predlog podpre, tovariša Rozmana pa prosil, naj svojo odpoved umakne. Tudi direktorica Embe je poudarila, da nam je v trenutni situaciji tovariš Rozman silno potreben, za svoje dosedanje delo pa nedvomno zasluži priznanje. Enakega mnenja je bil tudi generalni direktor, tovariš Osterc. Spomnil

je vse prisotne na dolgo pot, včasih tudi izredno težko, ki jo je tovariš Rozman napravil pri Mercatorju. Dobro bi bilo, da še ostane, saj bi v tej situaciji novim ljudje težko opravili te naloge.

Predsednica CDS je povedala, da mora CDS njegovo vlogo za prenehanje delovnega razmerja vzeti v vednost, hkrati pa tudi ugotovitve diskusije. Tovarišu Rozmanu naj se priporoči, da ob konstituiranju podjetja kandidira naprej.

Tako je bila zaključena zadnja seja CDS Veletrgovine Mercator. Skoraj štiriletni mandat je potekel. Ob tej priložnosti je predsednica, tovarišica Vera Aljančič zahvalila za sodelovanje vsem članom CDS, komisijam, tovarišu generalnemu direktorju in strokovnim službam.

Po pravilih bi moral nato prevzeti vodenje 1. seje novega skupnega delavskega sveta podjetja Mercator njegov najstarejši član; dokler se seveda ne izvolijo njegovi organi. Ker je bil dr. Zakej odsoten, je tovariš Karel Nevečny prevzel predsedstvo in se zahvalil za izkazano čast. V roku 14 dni se bo novi skupni delavski svet tudi konstituiral in pričel z delom.

Dejan
Opomba uredništva: Kaj več o zaključnem računu pa bomo objavili v naši naslednji številki. Naše strokovne službe nam bodo namreč v kratkem času posredovale izčrpnije podatke.

Iz Tržiča nam poročajo

V Tržiču je bil 25. februarja 7. zbor delovnih ljudi, na katerem so bili med drugimi navzoči tudi Marjan Gradišar, predsednik IO konference osnovnih organizacij sindikata, sekretar OZZK, Anton Košir, predsednik sindikalne organizacije in Demeter Fajdiga, predsednik mladinske organizacije.

Predsednik mladinske organizacije je v kratkem navedel glavna obsežja, ki so vplivala na sprejem naše nove ustave.

Zbor je sklenil, naj se delitev ostanka dohodka za leto 1973 izvede tako, kot je to predlagal DS na svoji 3. seji 18. 2. 1974. Tova-

riš direktor je v celoti obravnaval poročilo o izvršitvi plana za leto 1973 in navedel vse glavne značilnosti, ki so vplivale na njegovo izvršitev; in pa tudi vzroke, kjer ta ni bil dosežen. O delu sveta delavske kontrole je spregovorila tov. Ema Zupan in na kratko navedla glavne misli, ki jih je svet obravnaval.

Za tem so se navzoči vključili v razpravo in se pri tem dotaknili vprašanja aranžerske službe, pa inventurnih rezultatov in drugo. Tudi sklep o delitvi dohodka po zaključnem računu za leto 1973 so soglasno potrdili.

Prisedil: Dejan



To je posnetek z minulega tekmovanja v veleslalomu. Na startu je Peter Pušler, ki se je v svoji starostni skupini uvrstil na prvo mesto

MERCATOR 1

50 let združujemo najboljše

SLOVESNOST NA REPUBLIŠKEM IZVRŠNEM SVETU

Časopis Mercator je že več kot trideset let ogledalo vsega, kar se je in se dogaja v Mercatorju, z njim in okoli njega. Zato je izredno zanimiv vir poslovnih, kadrovskih, družabnih in drugih podatkov. Tokrat smo si nekaj besedil izposodili iz leta 1975, ko so bile končane prireditve ob Mercatorjevi 25 letnici (praznovali smo od marca 1974 do marca 1975). Ob 25 letnici je predsednik države tovariš Tito Mercator odlikoval z najvišjim državnim odlikovanjem. Odlikovanje je generalnemu direktorju Adiju Ostercu izročil Miran Mejak, ki sedaj vodi slovensko pogajalsko skupino v zvezi z nasledstvom oziroma delitvijo premoženja nekdanje države.

Poglejmo, kako je dogodek za časopis Mercator pripravila Nada Lombardo-Rihtar.

"Na intimni slovesnosti na republiškem Izvršnem svetu je priznanja podjetju Mercator, generalnemu direktorju Adolfu Ostercu in njegovemu namestniku Janezu Rozmanu, izročil član IS Miran Mejak. Slovesnosti se je udeležil tudi član IS Marjan Lenarčič in predstavniki družbenopolitičnih organizacij podjetja. Ob tej priložnosti je Miran Mejak, član IS, povedal naslednje:

"Spoštovane tovarišice in tovariši! Imam prijetno dolžnost, da vam podelim odlikovanja, s katerimi je vašo delovno organizacijo in vas odlikoval ob jubileju obstoja in plodnega delovanja ter kreativnega snovanja predsednik SFRJ, tovariš Josip Broz Tito. Letos praznuje organizacija združene-ga dela Mercator import-export, pod-

jetje za trgovino, industrijo, inženiring, gostinstvo in storitve pomemben jubilej, 25-letnico obstoja. V tem času je dosegla pomembne uspehe na poslovnem in samoupravnem področju. O tem nas prepričajo dejstva, da je podjetje od ustanovitve leta 1949 pa do danes stalno večalo realizacijo, ki danes znaša že 3,6 milijarde dinarjev, povečalo produktivnost dela in število zaposlenih od 30 na 5200, ki ustvarjajo v 25 temeljnih organizacijah združenega dela ter s svojim delom zadovoljujejo širše družbene potrebe in potrebe občanov v kar 22 občinah širom po Jugoslaviji.

Podjetje je doseglo pomembne dosežke tudi na področju integracijskih gibanj in v razvoju trgovinske mreže tako v republiškem kot v širšem jugoslovanskem prostoru. V desetletnem obdobju od leta 1962 do 1972 je vložilo več kot 200 milijonov dinarjev v izgradnjo novih ali obnovitev starih kapacitet, kar z drugimi besedami pomeni usposobitev ali ustanovitev nad 100 novih poslovnih objektov. V tem obdobju je podjetje pritegnilo v svojo integracijsko strukturo 24 podjetij trgovske, proizvodne, gostinske in uslužnostne dejavnosti.

Skozi obdobje svojega bujnega razvoja in rasti so se v podjetju vsestransko in odločno razvijali samoupravni odnosi v pristne medčloveške vezi, kar je pomenilo uveljavljanje ustavnih načel in je pripomoglo k zblizovanju, boljšemu poznavanju in navezovanju poslovnih in prijateljskih vezi. Realizacija ustavnih načel je prinesla neposredno odločanje delavcem na vseh nivojih o vseh bistvenih elementih poslovanja in nadaljnjega razvoja tako posameznih temeljnih organizacij združenega dela, kot tudi celotne organizacije združenega dela Mercator.

Ob jubileju podjetja z njim praznujeta tudi tovariša Adolf Osterc, generalni direktor in Janez Rozman, namestnik

generalnega direktorja, saj je uspeh podjetja tudi del njunih prizadevanj in snovanj.

S svojimi organizacijskimi sposobnostmi, znanjem, nepremagljivo zagnanostjo in požrtvovalnostjo ter z gojitvijo pristnih medsebojnih odnosov, sta odločno prispevala k dobrim poslovnim uspehom, ki so pogojevali razvoj poslovne in samoupravne organiziranosti ter peljali podjetje po poti modernizacije, razširitve dejavnosti, do enega največjih podjetij trgovine na drobno v Jugoslaviji.

Tako nesebično razdajanje in žrtvovanje samega sebe ne pomeni le napredovanje in rast podjetja, pač pa je to tudi prispevek k napredku in razvoju naše samoupravne socialistične skupnosti, ki zasluži širše družbeno in politično priznanje.

Prosim vas, da sprejmete moje čestitke k odlikovanju vaše organizacije združenega dela in k vašim osebnim odlikovanjem, s katerimi vas je ob tej priložnosti odlikoval predsednik republike SFRJ, tovariš Tito."



Odlikovanje je prevzela predsednica delavskega sveta Slavka Damjanovič

50 let združujemo najboljše

MERCATORJEV PLES V PTUJU 1974 - 1999



25 letnica Mercatorja se je časovno pokrivala tudi z 20 letnico sedanje družbe Mercator SVS. Praznovanje jubileja se je začelo s plesno prireditvijo, ki so ji na Ptuj u zvesti še danes. Letos so v pomlad odplesali 13. marca. Kronist Branko Kampuš pa je o prvem plesu poročal:

"Odbor za pripravo praznovanja 20-letnice TOZD Panonija je sklenil na svoji prvi seji, da naj bo leto 1974, leto Mercatorjevih prireditev v naši občini.

Razen proslave, ki naj bi bila ob novih sodobnih skladiščih v Ptuj u 1.7.1974 z otvoritvijo večjega spomenika, ki bo ponazarjal lik delavca skladiščnika - utesnjenega v zastarelih pogojih dela, bomo v naši organizaciji organizirali še več družabnih in športnih prireditev. Program družabnih prireditev v Ptuj u se je letos popestril z novo prireditvijo - **Mercatorjevim plesom in z modno revijo.**

Uvodna prireditev ob praznovanju 20-letnice TOZD Panonija Ptuj je bilo družabno srečanje potrošnikov, proizvajalcev ter trgovcev v veliki dvorani TGA Kidričevo v Kidričevem, 6 km izven Ptuj u.

V veliki restavracijski dvorani (500 sedežev) je bilo vzdušje res enkratno. Zdenka Vučković ter Ivica Šerfezi z ansambloma Medium in Novi fosili iz Zagreba, sta prisotne navdušila. V baru pa je skrbel za dobro voljo domači ansambel "Petovia" iz Ptuj u s svojim pevcem.

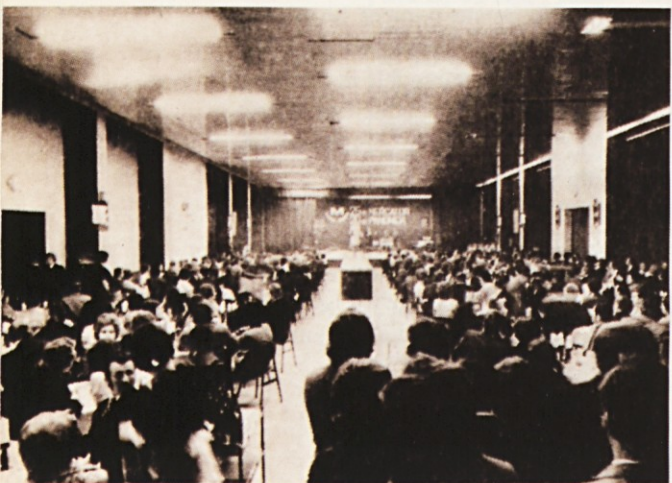
Na tem prijetnem večeru smo potrošnikom pokazali tudi modno revijo z novimi modeli za sezono Pomlad - poletje 1974 z udeležbo priznanih proizvajalcev modne konfekcije. Revijo pa je izvedla skupina profesionalnih manekenk iz Maribora, ki je prikazala najnovejše modele, ki si jih lahko nabavijo potrošniki v Mercatorjevih trgovinah v Ptuj u.

Celotno prireditev je povezoval napovedovalec Radia Ptuj, g. Marjan Šneberger, ki je s pomočjo prikupne Zdenke v nagradnem žrebanju razdelil več nagrad Tovarne Gorenje iz Velenja, ki je bila tudi pokrovitelj te prireditve. Celoten program ter organizacijo te prireditve je finančno podprlo več kot 30 podjetij iz SRS in SRH. Sicer pa je bil ta večer res ves v "stilu Mercatorja". Gostje so dobili pri vходу zelo iskano značko Mercator. Predstavnice ženskega spola so bile prikrajšane za značko in so se morale zadovoljiti z nageljčkom. Dvorana je bila lepo aranžirana, na mizah glinasti svečniki za primer "redukcije" električnega toka, z vtisnjenim zaščitnim znakom "M", strežno osebje pa je bilo tudi sestavljeno iz našega Pepsi bara iz nove Blagovnice Panonija - skratka, ples z modno revijo, ki smo ga organizirali, je bil res naš - Mercatorjev. Mercatorjev ples je uspel. Organizacija in vzdušje na tem družabnem večeru je "bilo na višini", tako so nam zatrjevali vsi udeleženci. Za vsak primer pa nam fotografije s tega plesa, posnete v jutranjih urah, pričajo, da je res tako, saj je bila dvorana polna tako, kot na začetku tega prijetnega večera.

Ob koncu je najbolj navdušila Zdenka Vučković, ki si je s svojim prijetnim glasom pridobila simpatije pri poslušalcih.

Več kot 500 gostov, med njimi precej članov kolektiva TOZD Panonija Ptuj, predstavnikov podjetij, s katerimi naša organizacija poslovno sodeluje ter drugi gosti so odnesli s tega srečanja potrošnikov, proizvajalcev ter trgovcev prijetno doživetje.

Navdušenje ter uspeh te prireditve nas obvezuje, da Mercatorjev ples z modno revijo ni bil enkratno - ampak bo odslej naprej tradicionalna prireditev TOZD Panonija Ptuj."



PROIZVODI Z OZNAKO MERCATOR

Izdelki s trgovsko znamko Mercator, niso nič novega ali revolucionarnega. Dokaz: poročilo iz leta 1974.

"V programu za leto 1975 je 66 proizvodov, ki naj bi nosili zaščitni znak Mercator. Na osnovi mnenja strokovnjakov in ankete prodajalcev, bomo izbrali kvalitetne artikle, ki predstavljajo visok delež v naši prodaji.

Naše podjetje bo v okviru svojega predmeta poslovanja v trgovini na debelo in drobno in programirane komercialne politike, postopoma uvajalo izbor proizvodov z zaščitnim znakom Mercator.

Obseg poslovanja Mercatorja je že tolikšen, da zasedamo v prehrambeni stroki kot kupec v Sloveniji že prvo mesto. Na našem tržišču ponujamo pomembne količine vseh prehrambnih proizvodov in nekaterih neprehrambenih, zato bomo artikle, ki pomenijo visok delež, vključili v program proizvodov "M".

V komercialnem programu za leto 1975 smo določili 52 prehrambnih proizvodov in 14 neprehrambenih. Za sedaj še ne vemo čigavi proizvodi bodo nosili našo oznako. O tem bo odločal krog strokovnjakov v podjetju, ki pozna tržne razmere, poiskali pa bomo tudi pomoč pri zunanjih ustanovah in zavodih in nenazadnje tudi pri naših prodajalcih.

Tudi vsi proizvodi iz programa našega lastnega uvoza bodo odslej nosili našo oznako."

SAMOUPORAVNI ODNOSI TRGOVINA - PROIZVODNJA

Leta 1975 je Miran Goslar, generalni direktor Mercatorja, o takrat modernem samoupravpravpravnem povezovanju med trgovino in proizvodnjo, zapisal:

"Skupna komercialna politika bo v novih odnosih dohodkovnega povezovanja med proizvodnjo in trgovino še pridobila na pomenu. Morda smo jo doslej često pojmovali le bolj kot sredstvo za doseganje čim boljših kupoprodajnih pogojev, ne pa kot možnost skupnega planiranja proizvodnje in trgovine, zlasti z vidika proizvodnih organizacij, ki v močni, veliki in razviti trgovini vidijo predpogoj za svoj napredek. Delovni osnutek samoupravnega sporazuma o ustanovitvi samoupravne poslovne skupnosti Mercator, ki ga je iniciativni odbor, sestavljen iz predstavnikov 20 najpomembnejših proizvodnih organizacij že obravnaval na seji 17. decembra 1975, pomeni začetek povsem novih odnosov med proizvodnjo in trgovino v pogledu dohodkovnih povezav in trajnih vezi združevanja sredstev in dela. Leto 1976 bo v tem pogledu prelomnica našega poslovanja."



Miran Goslar je bil imenovan za generalnega direktorja Mercatorja 2. aprila 1975. Tudi fotografija je iz tega časa.



Samopostrežba iz leta 1969



Pred desetimi leti je bil sedež Mercatorja na Aškerčevi ulici v Ljubljani



Gradnja Mercator centra Ljubljana hitro napreduje - po načrtih bo odprt konec avgusta letos



**ŽELITE NADALJEVATI IN GRADITI
SVOJO POKLICNO KARIERO V
MERCATOR CENTRU LJUBLJANA ?**

ODPRLI GA BOMO AVGUSTA 1999!

V 5.000 kvadratnih metrov velikem hipermarketu bomo prodajali živilske in neživilske izdelke in nudili gostinske storitve, saj smo najboljši sosed.

Za strokovno, prijazno in visoko profesionalno storitev v novem in prijetnem prodajnem okolju, bomo izbirali, dodatno usposobili in izbrali

**večje število sodelavcev-
trgovskih poslovodij,**

pripravljenih sprejeti izziv. Pričakujemo sodelavce s končano poslovodsko trgovsko šolo živilske in neživilske smeri. Priložnost in prednost zaposlitve dajemo mlajšim kandidatkam in kandidatom, ki v Mercatorju opravljajo dela poslovodij I. ali II. z najmanj petimi leti prakse.

Če se vam zdi naša ponudba zanimiva, vas vabimo, da se nam predstavite s pisnimi vlogami. Povejte nam nekaj o sebi, svoji poklicni poti in izkušnjah, o pričakovanjih in načrtih za poklicno kariero.

***Pisne vloge pošljite v kadrovsko službo
Poslovnega sistema Mercator, d.d., Dunajska 107 ,
1000 Ljubljana
s pripisom "Mercator center Ljubljana".***

MERCATORJEVA RAZVOJNA STRATEGIJA IN VLOGA PREVZEMOV

"Mercatorjeva uprava je izhodišča razvojne strategije objavila in predstavila skupščini delničarjev že ob nastopu oktobra 1997. Povsem jasno pa so bili cilji razvoja ter strategija za njihovo uresničitev določeni s sprejemom Poslovnega načrta 1997-2000, januarja 1998.

V tem času je bila o vsem obveščena tudi slovenska javnost."

Tako je na okrogli mizi o prevzemih, ki jo je ob podelitvi nagrad za gospodarske dosežke leta 1998 organizirala Gospodarska zbornica Slovenije, začel razpravo predsednik Mercatorjeve uprave Zoran Janković. Njegovo razpravo navajamo v povzetku.



Mercator center
Koper 1998

1. Mercatorjevi cilji:

- povečanje Mercatorjevega tržnega deleža v slovenski trgovini od 16 na 20 %;
- umestitev ekonomije obsega (položaj največjega kupca v državi) v odnose z dobavitelji in transformacija bonitet v korist potrošnikov;
- sinergija trgovskih in netrgovskih družb, povezanih v koncern;
- na prodajnih policah prednost izdelkom slovenskih proizvajalcev, kakovostno in cenovno primerljivih z istovrstno evropsko ponudbo;
- upravljanje premoženja na način, ki bo delničarjem zagotovil varnost in stabilnost naložbe;
- socialna varnost zaposlenih.

2. Ukrepi za uresničitev ciljev

- prevzemi za Mercator zanimivih trgovskih družb;
- prestrukturiranje in prenova obstoječe maloprodajne mreže, gradnja novih hipermarketov oziroma nakupovalnih centrov z vseobsežno ponudbo;

- kupcem v Mercatorju zagotoviti najnižje cene za kakovostno blago;
- racionalna notranja organiziranost trgovskega dela koncerna (poenotenje poslovnih funkcij v trgovskem delu koncerna, racionalizacija in obvladovanje stroškovne plati poslovanja vseh organizacijskih enot, odprodaja poslovno nepotrebne premoženja, izobraževanje zaposlenih, predvsem prodajnega osebja; standardizacija poslovanja in pridobitev certifikata kakovosti po standardu ISO 9001) .

3. Priprave na prevzeme in njihov pomen v zagotavljanju Mercatorjevih ciljev:

V zvezi s prevzemi je Mercator analiziral 32 zanj zanimivih trgovskih družb. Za izbiro najprimernejših družb so bili uporabljeni naslednji kriteriji:

- Mercatorjeva prisotnost na območju, ki ga pokriva ciljna družba;
- stopnja razvitosti grosistične dejavnosti ciljne družbe;
- razvejanost maloprodajne mreže ciljne družbe;



**Mercator Deteljica
Trzin, 1969**

- sorodnost organizacijske postavitev družbe in relativno enostavna vključitev v Mercatorjevo organizacijsko oziroma korporacijsko kulturo;

- ocena vrednosti ciljne družbe ob plačilu popolnega prevzema.

Po opravljeni analizi smo ugotovili, da postavljenim merilom odgovarjajo naslednje trgovske družbe: Jestvina, Koper, Maxina in Klas, Maribor, Loka, Škofja Loka, Emona Merkur, Ljubljana, Goriška, Nova Gorica.

Z navedenimi družbami se o drugačnem načinu prevzema kot plačilu z gotovino, ni bilo možno dogovoriti. Za nekatere izmed izbranih družb prevzem pomeni tudi zahtevo po pripojitvi v eno od štirih obstoječih regijskih trgovskih družb Mercatorja, sicer pa načeloma prevzem za te družbe pomeni izhodišče za oblikovanje novega regijskega jedra Mercatorjeve trgovine.

4. Načini prevzema:

A) nakup delnic malih delničarjev družbe, nakup svežnjev delnic od institucionalnih lastnikov;

B) vsi zahtevani postopki pa v skladu z zakonodajo.

5. Vpliv prevzemov na položaj gospodarske panoge, vpliv lokalizmov, politike in javnosti:

Mercator je prvi trgovec, ki svoj razvoj in okrepitev tržnega deleža v Sloveniji gradi tudi na prevzemih, pri čemer mu glede na zakonsko ureditev monopolov, ni možno očitati, da grabi po monopolnem položaju. Vemo, da bo z vstopom Slovenije v EU konkurenčna

ponudba izjemna, kar potrjujejo razmere v Italiji in Avstriji, kot Mercatorju in drugim slovenskim trgovcem najbližjima članicama EU. V slovenskem tržnem prostoru tuja konkurenca že je, še več pa je bo tudi še pred vstopom v EU. To konkurenco mora Mercator pričakati povsem pripravljen, če hoče preživeti. Časa za te priprave ni veliko in razdrobljena slovenska trgovina se mora z združevalnimi procesi sprijazniti. Brez njih ne bo preživela. Slabo pa je, ker so združevalni procesi nastali kot odgovor na Mercatorjeve prevzeme in ne kot strateška ekonomska nuja, ki jo bolj kot ekonomske kategorije utemeljujejo personalni motivi in vzgibi. Sčasoma se bo slovenska trgovina z živili in drugimi izdelki za dnevno rabo ustrezno oblikovala v dve, morda tri trgovske verige. Namesto, da bi vzeli v roke računico, izgubljammo energijo, čas in denar za prepričevanje, kdo je komu sovražen, kdo je ravnal bolj pravno, vse pa seveda medijsko odmevno. Vse verige bodo v svoji strategiji poudarjale ekonomijo obsega in namesto enega bodo na proizvodna podjetja pritiskali maloštevilni, toda veliki. Posledično to pomeni, da bo morala tudi prehrabena in druga predelovalna industrija po poti združevanja in koristiti njegove sinergije, prestrukturirati svoje proizvodne programe, se stroškovno racionalno organizirati, iskati in izbrati strateške partnerje. Skratka, to, kar je začel Mercator na področju trgovine, čaka pravzaprav vse gospodarske panoge. V svetu smo priča prevzemom med v svetovnem merilu velikimi podjetji, kjer se nobena vlada ne vtika v načine

prevzemov in interese lastnikov, pri nas pa je prevzemništvo malodane sovražno dejanje št. 1. In tako bo, dokler bodo imeli v prevzemih namesto lastnikov najbolj aktivno vlogo različno motivirani "kibici".

Glede na izkušnje, ki si jih je Mercator pridobil ob poskusih oziroma dejanskih prevzemih, lahko že komeniramo nekaj opaženih dejstev:

- **nespoštovanje diskretnosti in zaupnosti** kar samemu prevzemu jemlje resnost, kredibilnost in zavira ali celo onemogoča racionalno, ekonomsko utemeljen prevzem. Hkrati pa sproža ravnanja, zaradi katerih postane ponudba za prevzem s strani družbe prevzemnice ekonomsko neutemeljna in nesprejemljiva;

- **visoki stroški prevzemov;**

- **negotovost prevzemov:** z določbo, da o prevzemu v zadnji fazi odloča vlada, je vsak prevzem do konca negotov, čeprav so vsi postopki skladni z zakonodajo in čeprav lastniki soglašajo s prevzemom oziroma s prodajo delnic družbi prevzemnici;

- **manipuliranje s sovražnostjo prevzemov:** mnogo hrupa za nič, kajti v tej državi ni nihče tako bogat, da bi kupil in iz konkurenčnih razlogov kupljeno družbo preprosto zaprl;

- **prevzemi, ki se jih lotil Mercator so lahko učna ura** za različne stroke in so dobra podlaga za oblikovanje pravne, ekonomske, borzne in še kakšne druge prakse.

NEREVIDIRANI IN NEKONSOLIDIRANI

Pojasnila k nerevidiranim in nekonsolidiranim računovodskim

Nekonsolidirani računovodski izkazi družbe Poslovni sistem Mercator, d.d. (v nadaljevanju PSM) izkazujejo poslovanje obvladujoče družbe v koncernu Mercator. Obvladujoča družba vključuje organizacijsko enoto Mercator Trgovina Ljubljana, od katere izhaja večji del čistih prihodkov od prodaje, prikazanih v izkazu uspeha družbe PSM. Rezultati odvisnih družb so v izkazu uspeha PSM prikazani le v višini čistih dobičkov med "prihodki iz udeležbe v odbičku odvisnih podjetij", medtem ko njihovi prihodki niso izkazani v nekonsolidiranih računovodskih izkazih PSM, temveč bodo vključeni le v konsolidirane računovodske izkaze koncerna Mercator. Kljub temu pa so v izkaze obvladujoče družbe vključeni nekateri splošni stroški koncerna, ki se nanašajo tudi na poslovanje odvis-

nih družb (stroški prevzemov in združitvev, stroški trženja in drugi splošni stroški).

Čisti prihodki iz prodaje:

Podatka o čistih prihodkih iz prodaje med letoma 1997 in 1998 zaradi organizacijskih sprememb v koncernu nista primerljiva. V letu 1997 sta v okviru PSM delovala profita centra Sevnica in Krško, ki sta bila v letu 1998 prenešana v odvisno družbo Mercator Dolenjska. Čisti prihodki od prodaje za leto 1997, upoštevajoč organizacijsko spremembo, bi znašali 62.825 mio SIT. PSM je v letu 1998 ustvaril 66.496 mio SIT čistih prihodkov od prodaje, kar je nominalno za 5,8 % več glede na primerljiv podatek iz leta 1997.

Izkaz uspeha PSM, d.d., za obdobje od 1.1. do 31.12.1998

v 000 Sit

Vrsta prihodka oz. odhodka	I-XII 1997	I-XII 1998
A. Čisti prihodki iz prodaje	69.214.495	66.496.079
-B. Stroški prodanih količin	53.420.312	50.969.585
=C. KOSMATI DOBIČEK IZ PRODAJE	15.794.183	15.526.494
-D. Stroški uprave in prodaje	23.118.934	15.402.894
+E. Drugi prihodki iz poslovanja	19.632	10
=F. DOBIČEK (IZGUBA) IZ POSLOVANJA	-7.305.119	123.610
+G. Prihodki iz udeležb v dobičku odvisnih podjetij	138.356	773.111
+H. Prihodki iz udeležb v dobičku pridruženih podjetij	187.971	46.088
+I. Prihodki na podlagi deleža v dobičku drugih	2.208	7.394
+J. Prihodki iz obresti in drugi prihodki financiranja	1.211.721	2.117.164
-K. Odpisi dolgoročnih in kratkoročnih finančnih naložb	6.107.961	443.283
-L. Odhodki za obresti in drugi odhodki financiranja	1.680.753	1.381.308
=M. DOBIČEK (IZGUBA) IZ REDNEGA DELOVANJA	-13.553.577	1.242.776
+N. Izredni prihodki	1.095.050	560.204
-O. Izredni odhodki	2.566.531	456.350
=P. CELOTNI DOBIČEK (IZGUBA)	-15.025.058	1.346.630
-R. Davek iz dobička	0	0
=S. ČISTI DOBIČEK (IZGUBA) POSLOVNEGA LETA	-15.025.058	1.346.630

RAČUNOVODSKI IZKAZI 1998

izkazom družbe Poslovni sistem Mercator, d.d. za leto 1998

Stroški amortizacije:

Stroški poslovanja v letu 1998 so realno nižji od stroškov v letu 1997. Edina kategorija stroškov, ki se je v letu 1998 realno povišala, so stroški amortizacije. Če za leto 1997 odstranimo vpliv prevrednotenja, ki povečuje stroške amortizacije, so se stroški amortizacije v letu 1998 v primerjavi z letom 1997 nominalno povečali za 415.336 tisoč SIT oziroma za 21 %. Povečanje stroškov amortizacije v letu 1998 je posledica investicijskih vlaganj ter povečanih amortizacijskih stopenj v letu 1998.

Čisti dobiček:

PSM je poslovno leto 1998 zaključil s čistim dobičkom v višini 1.346.630 tisoč SIT, vendar ta podatek zaradi navedenih organizacijskih sprememb ter prevrednotenja sredstev ni primerljiv z rezultatom leta 1997, ko je PSM dosegel izgubo v višini 15.025.058 tisoč SIT. Primerljivi poslovni izid PSM za leto 1997 bi bil tudi po prilagoditvi za nevedene organizacijske spremembe ter prevrednotenje negativen in bi izguba znašala 1.641.110 tisoč SIT. To pomeni, da se je čisti dobiček v letu 1998 nominalno povečal za nekaj manj kot 3 milijarde SIT glede na primerljivi dobiček iz leta 1997.

Izkaz stanja PSM, d.d., na dan 31.12.1998

v 000 SIT

	Vrsta sredstev / obveznosti do virov sredstev	31.12.1997	31.12.1998
A.	STALNA SREDSTVA	50.671.787	58.597.314
I.	Neopredmetena dolgoročna sredstva	752.043	146.997
II.	Opredmetena osnovna sredstva	24.926.769	23.695.878
III.	Dolgoročne finančne naložbe	24.611.370	34.740.846
IV.	Popravek kapitala	381.605	13.593
B.	GIBLJIVA SREDSTVA	13.520.575	13.941.641
V.	Zaloge	6.153.959	6.027.003
VI.	Dolgoročne terjatve iz poslovanja	157.629	19.999
VII.	Kratkoročne terjatve iz poslovanja	5.084.156	6.657.560
VIII.	Kratkoročne finančne naložbe	1.638.715	954.372
IX.	Denarna sredstva	196.124	163.593
X.	Aktivne časovne razmejitve	289.992	119.114
	SKUPAJ SREDSTVA	64.192.362	72.538.955
A.	Kapital	45.586.581	50.552.878
I.	Osnovni kapital	32.085.040	32.085.040
II.	Vplačani presežek kapitala	0	139.213
III.	Rezerve	4.989.231	5.019.922
IV.	Preneseni dobiček (izguba) prejšnjih let	-849.636	-15.848.516
V.	Revalorizacijski popravek kapitala	24.387.004	27.810.589
VI.	Nerazporejeni čisti dobiček (izguba) poslovnega leta	-15.025.058	1.346.630
B.	Dolgoročne rezervacije	0	0
C.	Dolgoročne obveznosti iz financiranja	2.807.570	3.363.971
D.	Dolgoročne obveznosti iz poslovanja	65.113	3.811
E.	Kratkoročne obveznosti iz financiranja	5.575.798	10.103.940
F.	Kratkoročne obveznosti iz poslovanja	9.738.454	7.605.352
G.	Pasivne časovne razmejitve	418.846	909.003
	SKUPAJ OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	64.192.362	72.538.955

MARIBOR  SLOVENIJA
V I Z I J A
2000
R E V I J A I Z L O Ž B

maribor 14. april - 28. april 1999
13. bienale aranžerskega oblikovanja



Mariborska Modna hiša slovi po izvornih izložbah, nič manj tudi po kakovostni ponudbi in prijaznosti.

V organizaciji Društva aranžerjev - oblikovalcev Maribor, ki mu predseduje **Slavko Bračič**, ustvarjalni oblikovalec izložb mariborske Modne hiše, bo letos že 13. bienale aranžerskega oblikovanja. Letos bo bienale oziroma revija izložb potekala pod geslom "Vizija 2000".

Program prireditve je razdeljen v dva dela, in sicer: strokovni seminar in revijo izložb, ki bo trajala od 14. do 28. aprila.

Seminar bo 15. aprila v hotelu Slavija v Mariboru. Uvodna beseda bo pripadla mariborskemu županu Borisu Soviču, v nadaljevanju pa bodo o trgovini pred vstopom v Evropsko skupnost, sodobnem vodenju podjetja, odnosih s strateško pomembnimi kupci in trženjskih trendih v trgovini na drobno predavali strokovnjaki različnih strok: Andrej Mesarič, generalni direktor Henkla, Rika Germ - Metlika, sekretarka Združenja za trgovino Slovenije, dr. Miro Kline, strokovnjak za področje marketinga in oglaševanja, mag. Vladimir Grabrijan in mag. Mateja Jesenek, direktorica sektorja za marketing v Poslovnem sistemu Mercator.



Mariborske izložbe bodo v času bienala zanesljivo prava paša za oči, saj se bodo izkazali tako "stari mački" kot učenci Srednje aranžerske šole Maribor, ki bodo uredili 35 izložb.

Prav bi bilo, da na seminarju ne bi manjkala niti en aranžer iz Mercatorja. Znanje, ki ga ponuja vsebina seminarja, pa zanesljivo potrebujejo tudi mnogi v vrhovih družb.

Dobrodošli v Mariboru!



Izvirnosti aranžerjem mariborske Modne hiše nikoli ne zmanjka - velikonočni motiv na naslovnici je tudi njihovo delo

ODPRTA NA MERCATORJEV 50. ROJSTNI DAN

Natančno 4. marca letos, na dan, ko je Mercator slavil svoj 50. rojstni dan, se je v prenovljeni samopostrežbi v Slapah pri Ljubljani, zbralo lepo število gostov. Žal, so gostje lahko pozdravili le del kolektiva, saj ga je dodobra zdesetkala bolezen. Slovesnost je bila prisrčna, voščila za dobro delo so deževala in nekoliko omilila strah pred prvim delovnim dnevom, ko kupci že iz radovednosti, kaj jih čaka po nekajmanj kot dveh mesecih, "okupirajo" trgovino.

"Ljubljanska Zaloška cesta je lahko kar Mercatorjeva cesta, saj imamo ob njej - od Šempetrske cerkve do Zaloga ali pa v njeni neposredni bližini več kot ducat trgovin. Za nekaj med njimi smo že poskrbeli, šest pa jih na prenovo še čaka. Običajno je s prenovami križ, saj izvajalci del pogosto zamujajo. To pot pa se je cerkniško Gradišče, skupaj z ostalimi izvajalci del izkazalo in trgovino je odprta 4 dni prej kot smo načrtovali. Prepričan sem, da bodo preurejene in s 5000 izdelki založene trgovine potrošniki veseli. Postorjeno, ponujeno in zahtevano, naj ilustriram z nekaj podatki: prodajna površina je povečana za 18 % in znaša 400 kvadratnih metrov; izbira izdelkov je povečana za 24 %, vrednost zaloge pa znaša 25 milijonov tolarjev. 12 zaposlenih bo moralo ustvariti mesečno najmanj 30 milijonov prometa. Ker pa so v trgovini pridne roke in prijazni obrazi, se za pričakovan in celo presežen rezultat, ne bojim. Želim, da bi bili rezultati našega skupnega dela kronani z zadovoljstvom potrošnikov in nas samih," je povedal direktor maloprodajnega območja II **Rado Veselinovič**.

"V zadnjem letu dni odpiramo prenovljene trgovine kot po tekočem traku. Tudi tri v tednu dni. In povsod ponavljamo enako - še tako dobro založena in lepo urejena trgovina ne pomeni nič, če v njej ni ljudi - trgovcev s srcem in znanjem. Lahko je urediti trgovino, težje pa je trgovini vdahnuti "dušo". In prav to želimo z dodatnim izobraževanjem in poudarjanjem pomena kakovosti storitve vdahnuti sleherni naši trgovini - stari, prenovljeni ali novi. Prodajalka in prodajalec, poslovodkinja in poslovodja v Mercatorjevi trgovini ste glasniki in dokaz gesla ob Mercatorjevi 50 letnici - združujemo najboljše. V slovenskem prostoru bomo postali sosedje mnogim novim potrošnikom, izkažimo se kot najboljši in nepogrešljiv sosed. Imamo priložnost, sposobnost - izkoristimo in dokažimo ju povsod. Tudi v vaši trgovini," je povedal predsednik uprave **Zoran Jankovič**.

Ob tej priložnosti je stekel tudi pogovor z direktorjem Veselinovičem o prenavljanju trgovin v maloprodajnem območju, ki ga vodi. "V dobrem letu smo v prenovo trgovin



Del kolektiva samopostrežbe v Slapah

vložili več kot milijardo tolarjev. Prenovili smo praktično vse trgovine, za katere smo ugotovili, da je vlaganje ekonomsko utemeljeno. Zdaj nas čakajo le še manjši objekti in prepričan sem, da v naslednjem letu v našem maloprodajnem območju ne bo trgovine, ki ne bo urejena po Mercatorjevih zapovedih."

Verjeti mu je treba. Tako kot poslovodkinji v Slapah **Mariji Sojer**, ki je dejala: "Veste, malo nas je pravih trgovcev, takih kot jih je omenjal naš direktor. Ampak tu smo kar vse "ta prave."

Vesna Bleiweis

NAGRAJENA PRAZNIČNA UREDITEV

V družbi Mercator SVS so 1.400.000 tolarjev namenili za nagraditev kolektivov najlepše praznično urejenih trgovin. Vse trgovine se vnaprej senanijo z merili, ki jih pri ocenjevanju upoštevajo ocenjevalne komisije, hkrati pa tudi z razvrstitvijo trgovin v posamezne skupine, tako da so med seboj primerljive. Ocenjevanje je veljalo tudi za trgovine družbe Klas.

Razpis za najboljšo splošno ureditev trgovin je uprava družbe Mercator SVS objavila 2. decembra 1998 in hkrati z merili tudi sestavo ocenjevalnih komisij in razvrstitev trgovin v posamezne skupine.

Skupine trgovin in merila za ocenjevanje

Skupina trgovin z market programom je bila razdeljena v štiri podskupine glede na velikost prodajne površine in glede na lokacijo. V vseh štirih podskupinah so se pomerile 103 trgovine (všteti so tudi oddelki v blagovnicah). Ne glede na velikost in lokacijo trgovine pa je komisija posebej ocenjevala urejenost oddelkov s sadjem in zelenjavo ter delikatesnih oddelkov. Za urejenost slednjih dveh je bila razpisana še posebna nagrada.

V posebno skupino so sodile trgovine s tehničnimi izdelki, ločene v podskupino za pohištvo in drugo stanovanjsko opremo ter podskupino trgovin z gradbenim materialom, železnino in ostalimi izdelki. V teh dveh skupinah je bilo skupaj ocenjenih 32 trgovin (upoštevani so tudi oddelki v blagovnicah).

Trgovine s tekstilnimi in galanterijskimi izdelki so bile razdeljene v dve skupini. V skupino s tekstilnim in obutvenim programom in skupino papirnic in drogerij. V tej skupini je bilo skupno z oddelki v blagovnicah ocenjenih 34 trgovin. Tudi za ureditev papirnic in drogerij ali pa oddelkov v blagovnicah je bila razpisana posebna nagrada.

Komisija je ocenjevala na podlagi naslednjih meril:

- raporeditev izdelkov in splošna urejenost prodajnega okolja;
- založenost in pestrost izbire glede na predmet poslovanja trgovine;
- kakovost postrežbe;
- pravilnost in primernost ravnanja z izdelki;
- higienski režim;
- urejenost osebja; uporaba celostne podobe (iznačevalci cen, ceniki, izveski, obvestila, itd...);
- uporaba zavojnega materiala;
- posebna dodatna ponudba;
- smiselna predstavitev praznične ponudbe;
- urejenost na izviren in domislen način;

- urejenost vstopa v trgovino (parkirišče, pločnik ali druge površine) in okolice.

Vsako od navedenih meril je prinašalo določeno število točk, seštevek in najboljše ocenjene trgovine pa so bile razglašene na tradicionalnem novoletnem srečanju kolektivov Mercator SVS in Klas.

Odrezali so se: trgovine z market programom

V podskupini A - hipermarketi

sta si nagrado v višini 150.000 SIT razdelila kolektiva **hipermarketov v Mariboru in Ptuj** (hipermarket Ptuj 49 točk, hipermarket Maribor 48 točk).

Podskupina B

1. **Samopostrežba Ormož**, nagrada 150.000 SIT, (48 točk)
2. **Market Lendava**, nagrada darilna košara, (42 točk)
3. **Samopostrežba Vrelec**, nagrada darilna košara, (41 točk)

Podskupina C

1. **Samopostrežba Videm**, nagrada 150.000 SIT, (49 točk)
2. **Samopostrežba Oskrba Turnišče**, nagrada darilna košara, (48 točk)
3. **Samopostrežba Turnišče**, nagrada darilna košara, (47 točk)

Podskupina D

1. **Samopostrežba Tržec**, nagrada 150.000 SIT, (49 točk)
2. **Samopostrežba Panorama**, nagrada darilna košara, (49 točk)
3. **Samopostrežba Majšperk Breg**, nagrada darilna košara, (49 točk)

Nagrada 50.000 SIT za najlepše urejen in dobro založen delikatesni oddelek: Supermarket City, Klas.

Nagrada 50.000 SIT za najlepše urejen oddelek s sadjem in zelenjavo Blagovnica- samopostrežba Ptuj.



Irena Horvat (levo), samopostrežba Breg v Majšperku



Irena Rosič (levo), Papirnica Ptuj



Ivo Valand, hipermarket Ptuj



Vika Belšak, samopostrežba Turnišče



Marija Golob, samopostrežba Tržec



Milan Petek, Blagovnica Ptuj

Trgovine s pohištvom, stanovanjsko opremo, gradbenim in drugim materialom

Podskupina A

1. Blagovnica Lenart , oddelek Pohištvo, nagrada 150.000 SIT, (44 točk)
2. Novi dom Ptuj, nagrada darilna košara, (43 točk)
3. Oprema Ormož, nagrada darilna košara, (43 točk)

Podskupina B

1. Gradbeni center Ptuj, nagrada 150.000 SIT, (48 točk)
2. TH Železnina Središče ob Dravi, nagrada darilna košara, (46 točk)
3. Tehnična trgovina Lendava, nagrada darilna košara, (45 točk)

Tekstilne in galanterijske trgovine

Podskupina A

1. Blagovnica Lenart, tekstilni oddelek, nagrada 150.000 SIT, (50 točk)
2. Blagovnica Ptuj, tekstilna etaža, nagrada darilna košara(49 točk),

3. Blagovna hiša Tezno, tekstilni oddelek, Klas, nagrada darilna košara, (42 točk)

Podskupina B

1. Perla, Ptuj, nagrada 150.000 SIT, (51 točk)
2. Papirnica Maja, Lendava, nagrada darilna košara, (44 točk)
3. Papirnica Ptuj, nagrada darilna košara, (42 točk)

Posebna nagrada za najbolj urejeno drogerijo Papirnica in drogerija Ormož 50.000 SIT.

Ob novoletnem srečanju sta bili podeljeni še dve posebni denarni nagradi, in sicer Heleni Krivec za uvajanje POS sistemov v maloprodaji in Alojzu Gombocu za požrtvovalno delo pri prenovah in novogradnjah.

Vsem nagrajencem i skrene čestitke.

Hkrati pa si ne morem kaj, da ne bi k podobni dejavnosti pozvala tudi vodstva drugih Mercatorjevih družb. Prepričana sem, da bi v mnogih sredinah spodbudila ustvarjalnost in zanimanje za kakovost dela.

Vesna Bleiweis

PODGORICA PRI LJUBLJANI

Ko so 10. februarja letos odpirali prenovljeno samopostrežbo v Podgorici pri Ljubljani, je bila snežna odeja že kar debela in nič ni kazalo, da se bo ujma unesla. Toda tega dne se je podgarskim trgovkam na obrazih zrcalilo svetlo sončece. Sijale so od zadovoljstva s prenovljeno trgovino.

Pa tudi kupcem, ki so nestrpno čakali, da bo najboljši sosed naposled le odprl vrata, so se usta raztegnila v zadovoljne smehljaje.

Samopostrežbo v Podgorici so sezidali davnega leta 1964 in vse do letošnjega februarja ni doživela tako korenite prenove. Za 41 milijonov tolarjev, kolikor je bilo vloženi v prenovno, so Podgorci in prebivalci bližnjih vasi dobili prenovljeno samopostrežbo, ki po videzu in ponudbi prav nič ne zaostaja za mestnimi.

Poslovodkinja **Zdenka Bergant** bo s šestimi sodelavkami skrbela, da bo tako ostalo tudi še potem, ko bo otvoritveni sijaj nekoliko popustil.

"Nekateri naši kupci, predvsem starejši in stalni, se kar niso mogli sprijazniti s tem, da je bila trgovina zaprta, saj kar razmeroma daleč naokoli ni trgovine, ki bi lahko ponudila pestrejšo izbiro. Zdaj je to za nami, v naši trgovini bo spet živahno. S pestro in kakovostno ponudbo ter konkurenčnimi cenami bomo obdržali in gotovo pridobili še nove kupce. Tukaj smo zanje vsak dan od 7. do 20. ure, ob nedeljah pa od 7. do 11,30 ure. Vedno prijazne najboljše sosede," pravi gospa Zdenka.

Vesna Bleiweis



Podgorski kolektiv



Zdenka Bergant, poslovodkinja in Rado Veselinovič, direktor maloprodajnega območja

OBISK RADOVEDNEGA SOSEDA

Tik pred iztekom leta 1998 so na Notranjskem dobili prenovljeno trgovino. Da je dogodek za Babno polje pomemben, je dal vedeti tudi radovedni sosed (ne najboljši, da ne bo pomote). Potek ureditvenih del si je namreč od blizu ogledal tudi sam medved.



Samopostrežba na Blokah



Bloška idila

Sredi decembra lanskega leta, natančno 18. decembra, je bila ponovno odprta samopostrežna trgovina v Babnem polju. Od julija do decembra, ko je bila zaprta zaradi prenove, je trgovina poslovala kar v prostorih osnovne šole v Babnem polju. Trgovina je na križišču cest, ki vodita proti slovensko hrvaški meji in v Babno polje.

Trgovina je sicer manjša, velika je le dobrih 132 kvadratnih metrov, povsem pa je urejena po Mercatorjevih standardih, ki veljajo za živilske trgovine. Samopostrežna prodaja zelenjave in sadja, dovolj pa je tudi hladilnih linij, bogato založenih z delikatesnimi in mlečnimi izdelki. Naložba je Mercator Trgovino Ljubljana, maloprodajno območje IV, veljala okoli 22 milijonov tolarjev, 5 zaposlenih pa mora mesečno ustvariti okoli 10 milijonov tolarjev prometa.

Ob obisku nam je **poslovodja Janez Ožbolt** dejal: "Nisem verjel, da bom dočakal dan, ko bo trgovina preurejena. Naši kupci so predvsem domačini iz Babnega polja in bližnjih naselij, veliko pa je kupcev iz sosednje Hrvaške."

Babno polje je znano po mrzlem podnebjju in zlasti ledenih zimah. Decembra so namerili že - 29 stopinj. Le potisnite roke globoko v žepe, oblecite toplo suknjo in poskrbite, da bodo tudi ušesa na toplem, če jo boste mahnili na zimski sprehod po pravljичno lepi pokrajini. Tudi za smuko je poskrbljeno. Pa v Babnem polju ni lepo samo pozimi, vsak letni čas ima tu poseben čar. Pridite na obisk, po svež zrak in ne poazbite, da vas bodo radi



Poslovodja Janez Ožbolt

prijazno postregli v prenovljeni trgovini.

In v uvodu zapisan medvedov obisk - prav nič lovsko debela laž ni. Res je prihlačal in si preureditvena dela ogledal povsem od blizu. Očitno zadovoljen, da gre vse po načrtu, je odlomastil po svojih poteh. Pa pozdravite ga v imenu najboljšega soseda, če ga srečate na vaših poteh!

Dušan Đorđević

21. MERCATORIADA

IN

DAN MERCATORJA 1999;



Razpis nagrad Poslovnega sistema Mercator za leto 1998

I. Nagrade lahko prejmejo:

- delavci, zaposleni v družbah Poslovnega sistema Mercator, d.d. za dosežke na področju inovacijskega, tehnološkega, proizvodnega in organizacijskega delovanja, pomembnega za Poslovni sistem Mercator, delavci, ki so pomembno prispevali k uveljavljanju firme in blagovne znamke Mercator doma in v tujini, delavci, ki so vidno prispevali k urejanju medsebojnih odnosov v družbi ali Poslovnem sistemu Mercator, delavci, ki so dosegli viden ugled in spoštovanje med ljudmi zaradi delovnih in osebnostnih vrlin ter vsestranskih aktivnosti;
- izjemoma tudi posamezniki izven Poslovnega sistema Mercator, kot priznanje za uspešno poslovno sodelovanje oziroma za prispevek k uresničevanju razvojnih usmeritev Poslovnega sistema Mercator.

II. Nagrade

ne morejo prejeti direktorji družb ter delavci, ki imajo sklenjene individualne pogodbe o zaposlitvi v Poslovnem sistemu Mercator.

III. Kandidate za nagrade lahko predlagajo

organi upravljanja družb ter delavci, ki delajo v Poslovnem sistemu Mercator.

V primeru posebej vidnega ugleda in spoštovanja delavcev, lahko nagrado predlagajo tudi posamezniki in pravne osebe izven Poslovnega sistema Mercator.

IV. Predlog za podelitev nagrade mora predlagatelj utemeljiti s predložitvijo naslednje dokumentacije :

- osebne podatke (ime in priimek, rojstni podatki, poklic, izobrazba, delovno mesto, čas trajanja delovnega razmerja v družbi in druge podobne podatke);
- dokaz o statusu delavca v družbi na dan predlaganja (fotokopija delovne knjižice);
- oceno delavčevih dosežkov oziroma prispevkov na področju inovacij in njihovega uvajanja v delovni proces;
- navedbo trajnejšega doseganja ali preseganja proizvodnih oziroma delovnih rezultatov nad običajnimi v družbi;
- navedbo javnih priznanj in odlikovanj za družbeno ali strokovno delo;
- podatki se morajo nanašati na najmanj štiriletno obdobje.

V. Rok za predlaganje kandidatov je 15. maj 1999

VI. Predloge pošljite na naslov

Poslovni sistem Mercator, d.d. odbor za podelitev nagrade (Center za obveščanje), 1000 Ljubljana, Dunajska 107, priporočeno s povratnico.

VII. O predlogih za podelitev nagrade

bo odločal odbor za podelitev nagrade Poslovnega sistema Mercator, nagrade pa bodo svečano podeljene ob Dnevu Mercatorja, 12. junija 1999.

RAZPIS TEKMOVANJ ZA 21. LETNE ŠPORTNE IGRE IN DAN MERCATORJA, 12. JUNIJA 1999, LJUBLJANA

Poslovni sistem Mercator bo v maju in juniju 1999 organiziral 21. letne športne igre Poslovnega sistema Mercator - MERCATORIADO.

Rok za prijave : 16. april 1999, vendar priporočamo vsem družbam in kmetijskim zadrugam, da se prijavijo kar najhitreje, ker bodo s tem omogočile lažjo in boljšo organizacijo tekmovanja.

Na 21. Mercatoriadi bodo organizirana tekmovanja v naslednjih športnih panogah:

1. MALI NOGOMET

- ekipa šteje 8 igralcev (od katerih je 5 igralcev, en vratar in dva rezervna igralca);
- v predtekmovanju je igralni čas 2x15 minut, v finalu pa 2x20 minut;
- tekmovanje bo organizirano po izločilnem sistemu.

2. KOŠARKA - MOŠKI EKIPNO

- ekipa šteje 8 igralcev (od katerih je 5 igralcev in 3 rezervni igralci);
- igralni čas je 2x15 minut "kosmate igre";
- tekmovanje bo organizirano po izločilnem sistemu.

3. ODBOJKA - MOŠKI, ŽENSKE - EKIPNO

- ekipa šteje 8 igralcev (od katerih je 6 igralcev in 2 rezervna igralca);
- vse tekme se igrajo na dva dobljena seta;
- tekmovanje bo organizirano po izločilnem sistemu.

4. NAMIZNI TENIS - MOŠKI, ŽENSKE - EKIPNO

- tekmovanje bo organizirano samo ekipno;
- ekipa lahko šteje 3 tekmovalce;
- igra se po naslednjem sistemu: 2 igri posamezno, igra parov; igra se na dva dobljena seta. Vsaka dobljena igra prinese ekipi točko, igra pa se do treh dobljenih točk;
- tekmovanje bo organizirano po izločilnem sistemu.

5. KEGLJANJE - MOŠKI, ŽENSKE - EKIPNO IN POSAMEZNO

- tekmovanje bo organizirano ekipno in posamezno; (šteje se rezultat iz ekipnega tekmovanja),
- tekmuje se v disciplini 100 lučajev mešano za moške in 50 lučajev mešano za ženske. V primeru velikega števila udeležencev bo število lučajev nižje.

6. STRELJANJE - MOŠKI ŽENSKE - EKIPNO IN POSAMEZNO

- tekmovanje bo organizirano ekipno in posamezno; (šteje se rezultat iz ekipnega tekmovanja);
- moško ekipo sestavljajo 4 tekmovalci, lahko je tudi mešana, žensko ekipo sestavljajo 3 tekmovalke;
- vsak tekmovalec ima 5 preizkusnih in 20 strelav za rezultat. Čas streljanja je 30 minut.

7. ŠAH - MOŠKI ALI MEŠANO

- ekipo sestavljajo 4 tekmovalci, lahko je tudi mešana;
- igra se s šahovskimi figurami, ki jih tekmovalci prinesejo s seboj;
- sistem tekmovanja bo prilagojen številu ekip (ne bo izločilen).

8. VLEČENJE VRVI

- ekipa šteje 10 tekmovalcev in 2 rezervi;
- vsak poteg prinese eno točko; zmaga ekipa, ki prva doseže dve točki;
- tekmovanje bo organizirano po izločilnem sistemu.

9. KROS - MOŠKI, ŽENSKE - EKIPNO IN POSAMEZNO

- tekmovanje bo organizirano ekipno in posamezno;
- moški in ženske tekmujejo posamično v treh starostnih skupinah, in sicer:
 - A. do 30 let starosti (letnik 1969 in mlajši);
 - B. od 31 let do 40 let (letnik 1959 - 1968);
 - C. starejši od 40 let (letnik 1958 in starejši)
- najbolje uvrščeni tekmovalci iz vseh starostnih skupin sestavljajo nato ekipo, ki se upošteva za ekipno uvrstitev. Uvrščajo se samo ekipe, ki imajo uvrščene tekmovalce v vseh starostnih skupinah;
- dolžina proge je za moške 1.500, za ženske pa cca 800 metrov.

10. TENIS - MOŠKI, ŽENSKE - EKIPNO IN POSAMEZNO

- tekmovanje bo organizirano v moški konkurenci v dveh starostnih skupinah:
 - A. do 45 let starosti (letnik 1954 in mlajši);
 - B. nad 45 let starosti (letnik 1953 in starejši)
- in ženski konkurenci v dveh starostnih skupinah:
 - A. do 35 let starosti (letnik 1964 in mlajše);
 - B. nad 35 let starosti (letnik 1963 in starejše);
- ekipo sestavljajo najbolje uvrščeni tekmovalci iz vseh štirih starostnih skupin;
- uvrščajo se samo ekipe, ki imajo uvrščene tekmovalce v vseh štirih skupinah.

Organizator ne odgovarja za škodo ali posledice, ki bi nastale med ali zaradi tekmovanja in ki bi jih povzročili sebi, med seboj ali tretji osebi.

Poleg tekmovanj v posameznih športnih panogah, je organizirano na osnovi rezultatov ekip iz vseh panog, tudi tekmovanje v skupni uvrstitvi za najuspešnejšo družbo.

Osnova za izračun je uvrstitev v posamezni panogi, kjer prvo uvrščena ekipa prejme 25 točk, drugo uvrščena 20, tretje uvrščena 15, četrto uvrščena 11 in nadalje vsaka uvrščena ekipa po eno točko manj, do petindvajseto uvrščene ekipe, ki prejme 1 točko.

Nekatera tekmovanja bodo potekala 2 dni. Predvsem so to discipline, kjer je tekmovanje zaradi velikega števila udeležencev in načina tekmovanja, traja zelo dolgo.

Organizator si pridržuje pravico, da bo o tekmovanju v

panogah, odločal na osnovi prijav.

PRIJAVE

Vsaka družba ali kmetijska zadruga mora do razpisanega roka poslati prijavo na obrazcu, ki ga bodo prejeli nosilci priprav za udeležbo na Mercatorjadi. Pri športnih panogah, kjer so tekmovalci razvrščeni v starostne skupine ali druge kategorije, se za vse tekmovalce navedejo imena in priimki z letnicami rojstva.

Opozarjamo, da za panoge, kjer je tekmovanje po izločilnem sistemu, poznejših prijav ne bomo upoštevali.

PREDVIDENI TERMINI IN KRAJ TEKMOVANJA

	Datum	Nosilci tekmovanj
MALI NOGOMET - Športni park Kodeljevo - Ljubljana	15. maj 1999	M Trgovina
KEGLJANJE MOŠKI - Kegljšče Maksa Perca - Ljubljana	15. maj 1999	PSM, d.d.
KEGLJANJE ŽENSKE - Kegljšče ŠD Invalid - Ljubljana	15. maj 1999	PSM, d.d.
ODBOJKA - MOŠKI - Športni park Kodeljevo - Ljubljana	15. maj 1999	PSM, d.d.
ODBOJKA - ŽENSKE - Športni park Kodeljevo - Ljubljana	15. maj 1999	PSM, d.d.
KOŠARKA - MOŠKI - Športni park Kodeljevo - Ljubljana	15. maj 1999	PSM, d.d.
TENIS - MOŠKI - ŽENSKE - Portorož	29., 30. maj 1999	M Degro
NAMIZNI TENIS - ŽENSKE - MOŠKI - Športni park Kodeljevo	15. maj 1999	PSM, d.d.
STRELJANJE - ŽENSKE - MOŠKI - Strelišče na Dolenjski cesti	15. maj 1999	PSM, d.d.
ŠAH - Športni park Kodeljevo - Ljubljana	15. maj 1999	PSM, d.d.

TEKMOVANJA NA ZAKLJUČNEM DNEVU MERCATORJADE - DNEVU MERCATORJA, 12. 6. 1999, LJUBLJANA

ODBOJKA - finale, tekma za 3. mesto

MALI NOGOMET, finale, tekma za 3. mesto

KROS MOŠKI

KROS ŽENSKE

VLEČENJE VRVI

OD TEMELJITE PRENOVE JE MINILO SKORAJ 20 LET

Mnogi Mercatorjevci, zlasti ljubljanske srajce, se še spominjajo, kako je bilo njega dni, tam okoli let 1964 - 1975 v bližini samopostrežbe na Gerbičevi ulici. V neposredni bližini stadiona Svobode, kjer so se bile bitke Mercatorjevega nogometnega moštva v 2. zvezni ligi.

Stanovanjski blok, v katerem je Mercator leta 1964 odprl eno svojih prvih samopostrežnih trgovin z bifejem in kuhinjo, je bil za tiste čase sila imeniten. Trgovina pa tudi. Leta 1981 je bila trgovina prvič in zadnjič prenovljena. Vse do sredine letošnjega februarja.

Poslovodkinja, **Nada Hranjec**, Mercatorjeva od glave do pete, se je najbolj razveselila prav njih. "Veste," nam je povedala, "začela sem v Trnovem, na Riharjevi ulici, nadaljevala na Cesti na Brdo in pristala na Gerbičevi. Tovarištvo in prijateljstvo s sodelavkami z Riharjeve pa je še vedno trdno. In tako vzdušje mora biti med so sodelavci v trgovini. Nagradijo ga predvsem kupci. Ne samo s svojo zvestobo, tudi s pozornostjo. Prenovljena trgovina tudi njim pomeni veliko, sicer nam ne bi ob otvoritvi prinesli vrtnic. Prenovitevna dela so izzvala nekaj nesoglasij s stanovalci bloka. Vendar, vse je pozabljeno in spet smo najboljši sosedje. Sožitje in medsebojno razumevanje je potrebno povsod. V današnjih časih, ko vsak godrnja in nerga za najmanjšo stvar, pa je redka dragocenost. Zato stavim najprej nanju, ko me sprašujejo po razlogih, zakaj se je Mercator v zadnjem letu tako hitro vzpel. Ljudje smo ga naredili takega. Le zaupati nam je treba, nam omogočiti vedno več znanja in spoštovati moramo slehernega našega kupca."

Druga zvezna nogometna liga je zdavnaj za nami, mi pa še vedno združujemo najboljše. Tudi na Gerbičevi ulici.

Vesna Bleiweis



Samopostrežba na Gerbičevi danes



Najboljše se počutijo med kupci

ORGANI IN POSTOPKI ZA UVAJANJE SISTEMA KAKOVOSTI ISO 9001

V dosedanjih člankih smo že pojasnili, kaj je celovito upravljanje kakovosti, kaj je ISO 9001 in kakšne so koristi od uvedbe sistema zagotavljanja kakovosti v gospodarskih in drugih družbah. To pot se bomo posvetili organom in postopkom, potrebnim za vpeljavo sistema kakovosti.

Vpeljava sistema kakovosti po standardu ISO 9001 v tako velikem podjetju kot je Mercator, zahteva vključevanje velikega števila sodelavcev, ki opravljajo časovno in vsebinsko različne, vendar med seboj povezane povezane aktivnosti. Da bi vsi elementi skladno delovali, smo v posebnem poslovniku opredelili in določili cilje projekta, ki izhajajo iz zahtev Mercatorjeve uprave, udeležence v projektu ter njihove naloge, pooblastila in odgovornosti, način dela in način poročanja o napredovanju projekta ter seveda aktivnosti, ki jih zahteva projekt.

Cilji projekta

Cilj projekta je: **"Razviti in uvesti sistem kakovosti v skladu s standardi serije ISO 9000 za posamezno trgovsko družbo Mercator."** Aktivnosti so usmerjene v poenotenje posameznih procesov v in med posameznimi trgovskimi družbami, v poenotenje dokumentacije kakovosti, ki bo končni rezultat tega projekta.

Trajanje projekta

Projekt uvajanja kakovosti in začetek potrebnih postopkov je bil sprejet jeseni 1998, končal pa se bo s pridobitvijo certifikata ISO 9001 za vsako posamezno trgovsko družbo koncerna Mercator.

Prva trgovska družba mora biti pripravljena za pridobitev certifikata v jeseni leta 2000.

Udeleženci projekta in njihova vloga

Glavni udeleženci v projektu so sveti kakovosti, vodje projekta kakovosti in njihovi namestniki, projektne skupine (timi) in zunanji svetovalci.

Sveti kakovosti

Odločujoč organ sistema kakovosti je **"svet kakovosti trgovskih družb koncerna Mercator"**, ki ga sestavljajo člani uprave Poslovnega sistema Mercator in predsedniki uprav oziroma generalni direktorji posameznih trgovskih družb.

Vsaka trgovska družba ima svoj svet kakovosti, ki ga vodi predsednik uprave oziroma generalni direktor družbe. Sveti kakovosti se lahko organizirajo tudi na organizacijsko nižjih ravneh.

Svet kakovosti se sestaja periodično, obravnava probleme povezane s kakovostjo in sprejema odločitve. Posebnega zanimanja svetov so deležne analize pritožb kupcev in ocene dobaviteljev. V domeno sveta kakovosti sodi tudi nadzor nad uresničevanjem razvojnih in letnih gospodarskih načrtov družbe.

Predstavniki vodstva za kakovost

Skladno s standardom ISO 9001 mora vodstvo posamezne trgovske družbe imenovati predstavnika vodstva za kakovost z izvršilno odgovornostjo. Ta mora zagotoviti vire, ki zagotavljajo vzpostavitev sistema kakovosti, njegovo izvajanje in vzdrževanje v skladu s standardom ISO 9001. Predstavniki vodstva za kakovost analizirajo izvajanje korektivnih in preventivnih ukrepov in poročajo svetu kakovosti o njihovi učinkovitosti.

Vodja projekta kakovosti in njegov namestnik

Za vodenje projekta sta bila v vsaki trgovski družbi imenovana vodja projekta kakovosti in njegov namestnik. Vodja in namestnik projekta kakovosti v posamezni trgovski družbi usklajujeta vse aktivnosti s cilji in terminskim planom projekta. Usmerjata delo delovnih skupin - timov, ki pripravljajo in izdelujejo dokumentacijo ter usklajujeta dokumentacijo v posamezni družbi in z ostalimi trgovskimi družbami koncerna. Za dokumentirane postopke planirata in izvajata notranje presoje in poročata predstavniku vodstva za kakovost svoje družbe.

Delovne skupine - timi

Delovne skupine - timi se oblikujejo za izdelavo dokumentov - organizacijskih predpisov, ki se nanašajo na posamezni poslovni proces oz. funkcijo. Zato so v tak

posamezni tim vključeni sodelavci, ki delajo v določenem poslovnem procesu in ga zato dobro poznajo. To je zagotovilo, da je proces dokumentiran tako, kot se dejansko odvija. Naloga vodje projekta, njegovega namestnika in zunanjega svetovalca pa je, da je vsebina dokumenta (poslovni proces) usklajena z ostalimi poslovnimi procesi v družbi in z zahtevami standarda ISO 9001. Po izdelavi in sprejetju posameznega dokumenta sistema kakovosti, se delovna skupina razpusti.

Zunanji svetovalec za sistem kakovosti

Naloga zunanjega svetovalca je usposobiti in izšolati ljudi za izvajanje projekta kakovosti. Hkrati pa priporočati in predlagati usmeritve z rešitvami, pregledovati in nadzorovati poročila o presojah, predlagati njihovo izboljšavo, spremljati poročila o napredovanju projekta ter opozarjati na tveganja in svetovati, kako se jim izogniti.

Način dela delovne skupine

Večina dokumentacije, potrebne za sistem kakovosti ISO 9001, je rezultat dela delovnih skupin.

Pred pripravo nekega organizacijskega predpisa se oblikuje delovna skupina, ki je sestavljena iz ožje delovne skupine in strokovnih članov. To delovno skupino imenujeta vodja projekta kakovosti in direktor poslovne funkcije - organizacijske enote, na katero se bo nanašal organizacijski predpis. Za vsak dokument se imenujeta izdelovalec in pregledovalec dokumenta. Če pa je vsebina obsežnejša, se imenuje še člane delovne skupine.

Strokovni člani delovne skupine morajo dobro poznati poslovne procese, ki jih zapišejo v organizacijski predpis, ožja delovna skupina pa zagotavlja, da je vsebina dokumenta (poslovni proces) usklajena z ostalimi poslovnimi procesi v družbi in z zahtevami standarda ISO 9001. Delovna skupina izdelava, uskladi, sprejeme in izda predlog dokumenta.

Izdelava dokumenta

Na podlagi sprejetega predloga novega dokumenta izdelovalec izdelava dokument. Pri delu se posvetuje s strokovnimi člani delovne skupine in z ožjo delovno skupino. Ko je dokument izdelan tako, da po vsebini ustreza zahtevam standarda ISO 9001 in poslovnim funkcijam, na katere se nanaša, ga izdelovalec podpiše in predloži pregledovalcu (navadno je to direktor poslovne funkcije - enote) v pregled. Pregledovalec pregleda dokument v sodelovanju s predstavniki vseh funkcij, ki so povezane z dokumentom v okviru družbe. Če se odločijo, da dokument ustreza, ga pregledovalec verificira s podpisom.

Usklajevanje dokumenta

Če gre za dokument, ki naj bi veljal v vseh trgovskih družbah koncerna Mercator, ga koncernski vodja projekta pregleda in ga skupaj z obrazcem za usklajevanje pošlje

posameznim trgovskim družbam v usklajevanje. V trgovski družbi vodja projekta kakovosti organizira usklajevanje dokumenta in zbrane pripombe posreduje koncernskemu vodji projekta.

Koncernski vodja projekta zbere pripombe od posameznih trgovskih družb in jih predloži izdelovalcu dokumenta, ki jih smiselno vključi v dokument in podpiše dokument. Popravljalca pregleda dokument in če je dokument ustrezen ga podpiše, v nasprotnem primeru pa ga skupaj s pripombami vrne v ponovno izdelavo.

Spremljanje dokumenta

Ko je dokument usklajen in podpisan s strani izdelovalca in pregledovalca, ga koncernski vodja projekta pošlje v sprejem posameznim trgovskim družbam.

Dokument obravnavajo sveti kakovosti trgovskih družb in če ustreza, ga predsednik uprave oz. generalni direktor družbe odobri s podpisom.

Ko je dokument odobren in sprejet v vseh trgovskih družbah, ga odobrita in sprejmeta svet kakovosti trgovskih družb koncerna Mercator in predsednik Mercatorjeve uprave. Po vseh končanih postopkovnih opravilih dokument prične veljati v 30. dneh od zadnje preveritve.

Izid in objava dokumenta

Od datuma odobritve do datuma veljavnosti se v dokumentacijskih centrih posameznih trgovskih družb dokument opremi z listo prejemnikov in razpeča do samih uporabnikov dokumenta. Uporabnik mora imeti kopijo dokumenta praviloma teden dni pred nastopom njegove veljavnosti.

Ko dokument stopi v veljavo, je potrebno poslovne funkcije, na katere se dokument nanaša, izvajati tako, kot je to v dokumentu zapisano. Nato sledijo še faze izobraževanja, uvajanja in nato preverjanja s pomočjo internih presoj.

mag. Božo Virant



**Podgorska
samopostrežba
1964**

POTROŠNIKU PRIBLIŽANO ELEKTRONSKO TRGOVANJE

V reviji European Supermarkets je bil objavljen članek z naslovom "E-marging from the ether".

Predvsem je zanimiv zaradi praktičnih nasvetov podjetjem, ki se odločajo za elektronsko trgovanje. Nekaj idej in zamisli vam predstavljamo v naslednjem povzetku tega članka.

Trgovina nekoč, danes, jutri

V zadnjih 100 letih se poleg klasične prodaje uveljavljajo prodaje preko pošte, katalogov, telefona in drugih medijev. Tem že uveljavljenim načinom prodaje se zadnjih 10 let kot novi način prodaje, pridružuje prodaja prek Interneta in ostalih interaktivnih medijev (digitalna televizija). Gre za znano elektronsko trgovanje. Elektronsko trgovanje pomeni, da kupec preko spletnih strani trgovca, po predhodni registraciji odda naročilo, trgovec sprejme poslano naročilo, komisionira in dostavi naročene izdelke kupcu na dom, v službo ali pa kupec sam prevzame naročeno blago.

Strategija elektronskega trgovanja

Novi mediji, predvsem interaktivni, se zelo hitro razvijajo, zato morajo trgovska podjetja že sedaj pripraviti ustrezno strategijo novih kanalov trgovanja in ne čakati na ustrezni trenutek. Na katere pomembne zadeve mora biti trgovsko podjetje še posebej pozorno, ko se odloča za trgovanje preko novih kanalov in snuje strategijo elektronskega trgovanja?

Na prvem mestu je dobra analiza potencialnih potrošnikov. Z uvedbo elektronskega poslovanja podjetje lahko doseže povsem novo ciljno skupino potrošnikov, ki je z dosedanjimi načini prodaje ni zajelo. Poleg

tega je pomembno tudi **planiranje ustreznih aktivnosti elektronskega trgovanja.** Še ena pomembna analiza je, **analiza trga in konkurence.** Nenazadnje je za uspešno izveden projekt elektronskega trgovanja pomembna tudi **organiziranost podjetja.** Veliko podjetij namreč uvršča tovrstno poslovanje v področje informatike, kar pa se kaže kot zmotno. Saj je Internet le medij, ki ga podjetje izkorišča v poslovne namene. Tako se **pogosto dogaja, da so take trgovine "opremljene" z najnovejšo tehnologijo, manjka pa jim najpomembnejše - usmerjenost k potrošniku.**

Ponudba se večja

Nakupovanje preko Interneta je enostavno in potrošnik v vsakem trenutku ve, kako nakupovati, kako najti določene izdelke. Potrošnik ima v "navadni" trgovini omejen dostop do informacij o izdelkih, posebnih ponudbah. Včasih prodajalke v trgovini tudi ne vedo vseh odgovorov na vprašanja potrošnikov. Elektronsko trgovanje omogoča potrošniku dostop do številnih informacij o izdelkih. Tako lahko za določene izdelke ali skupine izdelkov, na primer za eksotične, pripravimo podrobne informacije o njihovem izvoru, možnostih za pripravo obroka po tradicionalnem receptu in podobno.

Tako imenovane "Internet samopostrežne", poleg svoje osnove ponudbe, ponujajo tudi trenutno najboljše prodajane izdelke knjige, CD plošče, ze-

lena" zdravila.

Pri podajanju informacij je treba imeti tudi pravo mero, saj potrošnik kupuje prek Interneta predvsem zato, da prihrani čas, ne pa da ga izgublja z branjem (pre)podrobnih informacij. Potrošniku je potrebno nakupovanje predvsem olajšati in poenostaviti, vendar mu kljub temu omogočiti, da lahko, če to sam želi, dobi tudi dodatne informacije o določenem izdelku. To mu omogočimo z ustreznimi povezavami, tako v okviru spletnih strani podjetja, kot tudi s povezavami z drugimi spletnimi stranmi npr. proizvajalcev in dobaviteljev.

Potrošnik bo izbral način nakupovanja, ki mu bo v določenem času dal največ. Tako se vedno več potrošnikov odloča za nakup izdelkov za osnovno preskrbo preko Interneta. Čeprav nekateri izdelki za tovrstno prodajo niso najbolj primerni (npr. sveže sadje in zelenjava), se večina potrošnikov kljub temu vrača k nakupu preko Interneta. Ko se potrošnik enkrat odloči za neko blagovno znamko npr. toaletnega papirja ali pasje hrane, je prav gotovo priročnejši nakup preko Interneta. Poleg tega pa mu naročene izdelke pripeljejo pred domača vrata.

Kaj pa dostava ?

Organizacija dostave izdelkov na dom je domena logistike. Do kje oziroma do kod bomo naročeno blago dostavljali, koliko bomo zaračunali dostavo, kako in kakšni bodo izdelki prišli v

roke potrošniku, kaj še lahko ponudimo potrošniku, so vprašanja, na katera morajo odgovor poiskati strokovnjaki za logistiko.

Najprej pa je treba izračunati in določiti mejo, do katere lokacije se dostava za podjetje še splača. Glede na ciljno skupino potrošnikov je potrebno določiti tudi časovni okvir dostav in več možnosti za prevzem naročenega blaga. Nekateri potrošniki neradi doma čakajo dostavo, raje bi mogoče sami prevzeli naročeno v bližnji trgovini, kiosku ali celo na bencinski črpalki.

Kaj o dostavi pravijo pri Tescu, veliki ameriški trgovski verigi ?

Ko potrošnik oddaja naročilo, med danimi možnostmi izbere tudi čas dostave. Izbira časa dostave je različna glede na to, katero trgovino potrošnik izbere za dostavo oziroma za prevzem naročila. Tudi izbira izdelkov se razlikuje glede na to, ali so izdelki na zalogi v izbrani lokalni trgovini. Po spre-

jemu naročil blaga in časov dostave, določijo optimalno dostavno pot. Poleg dostave povzročata stroške še komisioniranje izdelkov in priprava naročila v ustrezno embalažo. Pri velikem številu naročil je pomembno tudi to, kako se izdelki komisionirajo, ali se vsako naročilo pripravi posebej, ali pa se komisionirajo izdelki ene blagovne skupine skupaj in se jih naknadno ustrezno razvrsti po naročilih. Prav tako je pomemben vrstni red skeniranja izdelkov. Tesco je prodajo prek Interneta zelo približal potrošnikom nakupovalnim navadam. Še več, Internet trgovino je prilagodil vsakemu posamezniku posebej, kar omogoča program Shopping Magic. Program je zasnovan na principu, da niti dva potrošnika ne kupujeta na enak način. Tako sledijo nakupovalnim navadam pri posameznih blagovnih skupinah oziroma prodajnih oddelkih. Sledijo tudi načinom, ki jih pri nakupovanju izbirajo potrošniki. Eni kupujejo na podlagi seznamov svojih najljubših izdelkov in vedno kupujejo na tak način. Drugi kupujejo na podlagi receptov za pripravo jedi, spet tretji ponavljajo naročila iz prejšnjega ted-

na, in spet drugi izbirajo in kupujejo izdelke po določenih kriterijih npr. blagovni znamki, ceni ... V Tesco s pomočjo programa Shopping Magic potrošniku omogočijo hitrejši način nakupovanja. Še ena prednost tega programa je v tem, da nekatere njegove funkcije delujejo tudi če nismo v omrežju Internet. To je še ena prednost tega programa, ki potrošniku prihrani čas.

Za konec - v razmislek

V oddelku za razvoj maloprodaje pri podjetju NCR pravijo, da je za trgovinsko podjetje nujno, da se razvija tako na področju "tradicionalne" prodaje kot tudi elektronske. Vedno več je "tradicionalnih" trgovinskih podjetij, ki že odpirajo svoj četrti kanal prodaje. Tako v primeru "tradicionalne" kot elektronske prodaje pa je potrošnik tisti, ki narekuje tempo razvoja. In verjetno ni več daleč čas, ko bosta naša mikrovalovna pečica in hladilnik sama naročala potrebne izdelke za pripravo kosila ali večerje.

Jana Bergant



Samopostrežba na Gerbičevi, 1964

ENAKE PRAVICE KUPCEV V EVROPSKI SKUPNOSTI

Enotno evropsko tržišče prinaša kupcem mnogo neposrednih in posrednih koristi, predvsem pa večjo izbiro in nižje cene številnih izdelkov in storitev. Če naj kupci enotnemu tržišču zaupajo, morajo natančno vedeti ali izdelki ustrezajo pričakovanim standardom oz. standardom, ki so jih vajeni. Hrati pa je potrebno pravice evropskih kupcev izenačiti in jih obravnavati kot nujno potrebne opornike enotnega tržišča.

Zakaj se pravice kupcev urejajo na evropski ravni?

Države članice Evropske skupnosti so postopoma razvijale zaščito kupcev in jo v večji ali manjši meri vključevale v svoje lastne predpise. Z ustvarjanjem enotnega tržišča morajo delovati tudi enotni mehanizmi za varstvo kupcev. V ta namen se oblikuje tudi enotna evropska ureditev pravic kupcev. Te vse bolj dopolnjujejo nacionalna pravila, saj nacionalna tržišča vedno bolj prevzemajo evropsko dimenzijo. Nastajajo skupni standardi za varnost izdelkov, standardi za prodajo na daljavo, standardi za označevanje izdelkov, kar vse naj kupce prepriča v to, da kupujejo izdelek visoke kakovosti, ne glede na to, od kod izdelek prihaja in hkrati so jamstvo, da se tovrstno blago lahko svobodno in brez ovir giblje na enotnem tržišču.

Kakšne pravice ima kupec na enotnem tržišču?

Ko gre za zaščito pravic evropskih kupcev, se je Evropska skupnost osredotočila na nekaj najpomembnejših področij.

Zaščita zdravja ter varnosti kupca

Na tem področju je bila sprejeta zakonodaja o splošni varnosti izdelkov, ki uvaja splošne varnostne zahteve, katerih namen je preprečiti trgovanje z zdravju škodljivimi ali kako drugače nevarnimi izdelki. S to zakonodajo so določene varnostne zahteve za posamezne vrste izdelkov in zahteve po popolni informaciji o potencialnih tveganjih pri njihovi uporabi. Tako obstojajo pravila Evropske skupnosti, ki določajo standarde glede vnetljivosti materialov pri pohištvu in drugih izdelkih, npr. pri igračah, za katere veljajo posebni predpisi že od leta 1990 dalje. Sprejeta so tudi pravila za testiranje, registriranje in označevanje farmacevtskih, medicinskih in kozmetičnih izdelkov. Proizvodnja izdelkov, predvsem kozmetičnih, ki jih preizkušajo na živalih, bo morala biti opuščena takoj, ko bodo na voljo alternativne metode testiranja. V Evropski skupnosti so dorečena tudi pravila, ki se nanašajo na plinske gospodinjske aparate, pravila, ki zahtevajo obvezno

zdravstveno kontrolo in druge pogoje za označevanje hrane in kmetijskih pridelkov.

Varstvo gospodarskih interesov kupcev

Eden od rezultatov varstva gospodarskih interesov potrošnikov je v vsej skupnosti veljavna prepoved zavajajočih reklam. Oglaševalci imajo dolžnost dokazati, da je podatek, ki so ga oglašali, pravilen. Uveljavljen je zakon o prepovedi nepoštenih pogojev v pogodbah, spet poseben predpis štiti kupca, ko kupuje na daljavo (trženje preko televizije, po telefonu ali naročanje po pošti). V pripravi je dokument, ki zadeva garancije in servisiranje izdelkov, kupljenih izven nacionalnih meja članice Evropske skupnosti. Zanimiv primer zaščite gospodarskega interesa kupca je "pravica do ohladitve".

Ta "ohladitev" je najmanj enotedenski rok za vsak posel, ki ga kupec dogovori s trgovskim potnikom izven njegovih poslovnih prostorov. V tem obdobju ima kupec pravico, da brez težav odstopi od posla. Trgovski potniki, ki prodajajo od vrat do vrat, pa imajo dolžnost, da na to pravico kupca posebej opozorijo.

Kupci imajo pravico do primerjalne informacije, zato je posebne pozornosti deležno označevanje izdelkov na embalaži, ki vključuje podatke o ceni, varnosti, sestavinah, barvilih, sladilih in dodatkih, roku uporabnosti...

Evropska komisija podpira potrošniške organizacije pri izvajanju rednega pregledovanja cen in testov za primerjavo izdelkov. V objavljanju rezultatov sodelujejo tudi javni mediji in ne le publikacije namenjene potrošnikom.

Pravica do nadomestila

Ko kupec potrebuje nasvet ali pomoč pri uveljavljanju odškodnine za pokvarjen izdelek ali pomoč pri uveljavljanju odškodnine za poškodbo ali okvaro, ki izhaja iz uporabe izdelka, morajo biti postopki hitri, enostavni in učinkoviti. Evropska skupnost je tovrstne ukrepe že sprejela.

Kako spoznati varne izdelke ?

Teoretično naj bi bili vsi izdelki, ki krožijo po enotnem tržišču, varni, saj jih krijejo tako nacionalni kot tudi evropski standardi. Nacionalni so obstojali še pred enotnim evropskim trgovim, za nekatere izdelke pa so bili enotni standardi uveljavljeni tudi še pred nastankom skupnega trga. Razlikovanje med nacionalnimi in evropskimi standardi bo slej ko prej izginilo. Izjema bodo najbrž le izdelki najmanjših in za majhne, lokalne trge pomembnih proizvajalcev. Pri bistvenih zahtevah, ki so ali pa še bodo standardizirane v okviru Evropske skupnosti, pa so oziroma bodo kupci v skupnosti lahko popolnoma prepričani o visoki kvaliteti izdelkov.

V nekaterih primerih je oznaka izdelka s "CE-MARK" zagotovilo, da izdelek ustreza skupnim evropskim standardom. Vlade članic Evropske skupnosti lahko prepovejo katerikoli izdelek, za katerega menijo, da ni varen, čeprav nosi znak CE-MARK. Takrat mora vsaka vlada obvestiti Evropsko komisijo, zakaj je to storila. Po posvetovanju z vsemi, ki jih to zadeva, Evropska komisija lahko ugotovi, da je bilo ravnanje članice upravičeno in o tem obvesti druge države članice. Če pa ugotovi, da je to dejanje v nasprotju s pravili Skupnosti o prosti trgovini, tak primer lahko preda Evropskemu sodišču.

Kako ravnajo v Evropski skupnosti, ko kupec zahteva nadomestilo ali povrnitev škode ?

Pravica do vrnitve denarja ali nadomestila je najpomembnejša zaščita kupca. Kupec ima v Evropski skupnosti vrsto možnosti. Prva možnost je reklamacija pri prodajalcu, proizvajalcu ali servisni organizaciji. Če se reklamacija izkaže za neuspešno, se kupec lahko obrne na svojo lokalno potrošniško organizacijo, na pristojno arbitražno sodišče, na mestno službo za vzdrževanje poslovnega reda ali na pristojno agencijo za preprečevanje prevar.

V primerih, ko kupec uveljavlja svoje pravice izven svoje matične države, v drugi članici Evropske skupnosti, se lahko obrne tudi na Evropske centre za informiranje kupcev. Njihovo osebje je izurjeno za področje evropskega potrošniškega prava. Hkrati pa je v teh centrih na voljo vrsta informativnih gradiv, s katerimi se osveščajo kupci. Evropski centri za informiranje kupcev so v vseh državah članicah Evropske skupnosti.

Le redko se zgodi, da kupec varstvo svojih pravic uveljavlja na sodišču. Ta pot je precej draga, izid pa negotov. To še posebej velja za spore, ki segajo preko meja držav članic skupnosti. Medtem, ko evropsko pravo daje določene pravice v vseh državah članicah, pa so pravni sistemi v državah članicah ostali različni. Kljub temu pa vse le ni izgubljeno, saj so mnoge članice skupnosti poenostavile zapletene pravne postopke predvsem za manjše zahtevke

preko mreže posrednikov in varuhov človekovih pravic za različna področja (še posebej za dejavnosti splošnega družbenega pomena). Evropska komisija podpira takšen razvoj. Nedavno je bila sprejeta pobuda za sprejem usmeritev in navodil, ki potrošniškim organizacijam omogočajo lažji dostop do sodišč drugih držav članic Evropske skupnosti.

Odkar se uveljavlja enotno tržišče, potrošniške zadeve postopoma pridobivajo na pomenu. Preko zakonodaje, ki je bila bežno opisana, imajo kupci v Evropski skupnosti določeno število pravic.

Pred pristojnimi organi Evropske skupnosti pa so še drugi izzivi. Na primer vprašanje pravic kupcev v zvezi s tako imenovanimi univerzalnimi storitvami kot so oskrba z vodo in elektriko, dostop do zdravstvenih in transportnih storitev. Tudi obširno področje, ki ga imenujejo "informacijska družba", predstavlja prednostno nalogo za načrtovanje strategije za varstvo potrošnikov.

Skupno finančno pomoč v višini 112,5 milijonov evrov, ki jo bo Evropska skupnost namenila za programe osveščanja in zaščite kupcev v obdobju med 1999 in 2002, je sprejel Svet Evropske skupnosti 21.12.1998. S temi sredstvi bo skupnost pomagala potrošniškim organizacijam in financirala pilotske projekte, študije ter izobraževanje in informiranje kupcev. Cilj tega je, omogočiti kupcem, da bi v celoti izkoristili prednosti enotnega tržišča.

Povzeto po Frontier-free Europe, februar 1999 (izdaja Evropska komisija, Direkcija za informiranje in komuniciranje)



Samopostrežba v savskem naselju v Ljubljani, 1972

V POREČJU MATERE VSEH REK

Pozabljeni od boga

V Muang Phinu, v še enem od boga pozabljenem kraju sredi laoške divijine, smo ponovili vajo -mahanje z roko gor in dol. Pa nič. Po zaprašeni cesti so se mimo nas z nezmanjšano hitrostjo zapodili vsega trije tovornjaki.

Nekaj stojnic, kjer smo za silo potešili svojo lakoto, je bilo vse, kar je vas ponujala. Skromna in precej neavbljiva ponudba. Meso je na zraku zdelala vročina, mrčes je deloval kot "prefinjena" začimba. Tudi slaščice vseh mogočih barv so se topile v popoldanski pripeki.

Vas je bila kot izumrla. Razen tistih nekaj prodajalcev neužitne hrane, pravzaprav nismo videli nikogar. Za razliko od drugod, se tu za nas ni zmenil nihče. Klavno počutje in vzdušje so dopolnjevale revne kolibe, zgrajene iz blata in pločevine. Še najbolj optimističen izgled je imela vaška šola z nogometnim igriščem. Nekaj vtisa je naredil tudi mogočni spomenik "neznanege junaka" z revolucionarno parolo, ki opominja, da so tu še vedno časi rdeče revolucije. Edini, ki so nas prepričali, da je v vasi življenje, so bili kratkohlačniki, ki so se podili za žogo. Pusto in lenobno popoldne se je prevesilo v večer in prepričani, da nas bo noč prehitela, smo začeli iskati prenočišče. Toda, dobre vile so nam bile naklonjene. Usmilil se nas je voznik tovornjaka, ki nas je za borih 1.000 kipov (170 SIT) potegnil do Savannakheta. Utrujeni od lenarjenja in zatohlosti vasi, smo se povzpeli na prostor za tovor.

Prahu, da je škripalo med zobmi

Po nekaj prevoženih kilometrih se je v kamionu začel nabit prah. Pridružili so se mu izpušni plini, saj kamion sploh ni imel izpušne cevi. Zrak je postajal neznosen in zadušljiv. Tudi ruta, ki sem si jo zavezal čez obraz, ni kaj dosti pomagala. Prah je našel vse luknjice in luknje, da se je zajedal v telo. Tudi med zobe, v oči. Čas smo si krajšali z igranjem kart. Zaradi prahu in gostih izpušnih plinov smo zelo težko razpoznali celo karte. Igrali smo kar na pamet. Pa nas ni motilo, samo, da bo ta smrdljivi, prašni pekel mimo. Hudega premetavanja pa sploh nismo več vzeli kot neudobja. Vsega smo se že navadili na laoških cestah. Po dobrih 10 urah smo se končno naužili svežega zraka, peska pa še lep čas nisem spravil s sebe.

Dobrodošli v Savannakhetu

Ura je 4 zjutraj. Neprespani, neskončno utrujeni, premraženi in prašni poskačemo s tovornjaka. Voznik nam v slovo zamomlja nekaj besed. Iz edine razumljive besede spoznam, da smo prispeli v speče podeželsko mestece na vzhodu Laosa Savannakhet ali Muang Savan kot ga imenujejo domačini. Ne morem verjeti, da smo v 16 urah zmogli dobrih 200 km dolgo pot.

Sami smo. Ozrem se naokoli. Pritlične hiše so razporejene ob makadamski cesti. Na obeh straneh je globok jarek, ki sodeč po vonju, predstavlja javno kanalizacijo. Nikjer nobene luči. Prezgodaj je še. Na dan potegnem svojo prijateljico, knjižico *Lonely planet*, iz katere s skupinimi močmi ugotovimo, kje pravzaprav smo. Poiščemo najbližji "hotel", ki pa je še zaprt, zato se zavlečemo na bližnjo tržnico, kjer kamnite stojnice nadomestijo tako zeleno posteljo. Nikogar od nas pretirano ne moti, da je ležišče trdo, vlažno, skrajno neudobno, umazano in da noge bingljajo.

Jutranji vrvež na Talaat Yai tržnici ...

Zmotili so nas sredi sladkih sanj. Prve branjevke so hitele razpostavljati izdelke. Še pred nekaj minutami umazane kamnite stojnice so se zašibile pod težo svežega in nad vse vabljivega sadja ter zelenjave. Prihajajo nove in nove zaloge sočnega blaga in tudi prvi kupci. Ponudba je nad vse pestra: mango, papaya, rambutan, longan, guava, durian, banane, ananas, jabolka, lubenice, limone, pomaranče ... Ob pogledu na te dobrrote, se prične oglašati želodec. Talaat Yai v prevodu velika tržnica, je kmalu premajhna za vse, ki ponujajo, vabijo... Zato tisti, ki so prišli pozneje, zavzamejo položaje ob bližnji cesti. Za nas na "bazarju" ni več prostora. Rešitev je le bojni premik na obrežje bližnje reke. Opazujemo jutranje meglice, ki se lenobno dvigajo nad mirno reko ter prve sončne žarke, ki jasneje zarisujejo rečne obronke in mestece. Mestna arhitektura je nekakšna mešanica laoške in vietnamsko-francoske kulture. Slednja se je tu razcvetela v času francoskega kolonializma, zato je čutiti nekaj francoskega šarma. Najbolj impozantna mojstrovina "evropskega porekla" je vsekakor katoliška cerkev, ki ima svojega arhitekturnega tekmeča v budističnem templju Mahayana.

... in mejni reki Mekong

Mrtvilo ob reki prekinejo prvi trajekti, namenjeni v Tajski Mukdahan. Meja med Laosom in Tajsko poteka na reki in daje mestu značaj obmejnega trgovskega središča. Reka je široka nekaj sto metrov, tako da o mostu ne more biti ne



plovna vse do Laung Prabanga na severu Laosa. V deževni dobi pa tudi do Kitajske, kar omogoča živahno trgovanje z lesom in drugimi dobrinami. Poleg tega sta reka in njeno porečje edinstveni ekosistem, zakladnica bogate flore in favne.

Mekong velja tudi za najbolj nepredvidljivo in najmanj ukročeno reko. Na njej v Laosu ni ne jezov in ne mostov. Vsaj do leta 1993 jih ni bilo, ko je bil zgrajen Most prijateljstva v bližini Vientiana, ki povezuje Laos s Tajsko. Njena nepredvidljivost je še posebej opazna v obdobju monsunov, ko se v posameznih predelih na jugu razlije v pravo morje. Tedaj je na posameznih delih široka tudi do 14 km. Moč reke pa je izražena tudi v energetskem potencialu, ki je zastrašujoč. Po mnenju strokovnjakov je enak celotnemu naftnemu potencialu Indonezije, a za zdaj še ne izkoriščen. V času mojega obiska se je govorilo o izgradnji 210 metrskega jezusa za potrebe hidroelektrarne Pa Mong severno od Vientiana. Po napovedih okoljevarstvenikov naj bi jez povzročil pravo ekološko katastrofo. Zaradi zaježitve bo reka poplavila 609 km² ozemlja, pretežno gozdnih in kmetijskih površin, kar bo neugodno vplivalo na ohranitev naravnega ravnotežja. Poseg je le še vprašanje časa in podobe reke, ki jo je v 13. stoletju kot prvi Evropejec spoznal Marco Polo, ne bo več.

duha ne sluha. Promet na reki zaživi zgodaj zjutraj, ko se meja uradno odpre, pozno popoldne pa promet na njej zamre. In tako dan za dnem, leto za letom. Bolj, ko se je sonce bližalo zenitu, bolj živahno je postajalo. Poleg trajektov, ki prevažajo pretežno vietnamske tovornjake in nekoliko večjih čolnov, naloženih s kitajskim in vietnamskim porcelanom, je dovolj prostora za majhne, okretne čolne naložene s sadjem in zelenjavo. Tržnica je preseljena tudi na reko. Prodajalci se prevažajo ob rečnem bregu gor in na dol in ponujajo svoje blago. Tudi do nas pridejo in nas prepričujejo v dober nakup. Ne damo se prositi. Ponujeno blago je nadvse vabljivo, cene sprejemljive, lakota vse hujša in tako si privoščimo obilen sadnji zajtrk ob reki Mekong.

Reka življenja

Vsakodnevno življenje velikega števila Laožanov je neposredno povezano z reko življenja oziroma materjo vseh rek, kot reki Mekong pravijo v teh krajih. Dvanajsta najdaljša reka na svetu (4.350 km), ki izvira daleč na severu ob vznožju pogorja Tangkula šan na Tibeški planoti 5.000 m visoko in se v obliki delte izliva v Južno kitajsko morje, omogoča hrano in delo tisočem rok, ki ob njenih bregovih obdelujejo riževa polja. Zemlja je v porečju zelo plodna, tako da je pretežni del laoškega poljedelstva zgoščen prav vzdolž reke. Najpomembnejši kmetijski območji sta v okolici Savannakheta in Vientiana. Koncentracija prebivalstva ob reki je očitna.

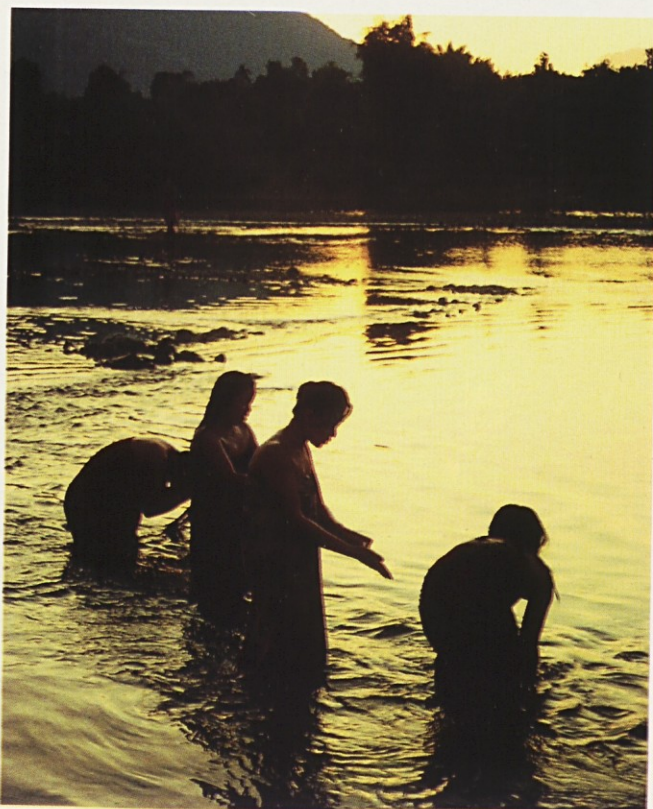
Reka je tudi pomembna prometna žila, saj je večji del leta



V deželi opija

Pridelava in uporaba opija je v Laosu del tradicije, ki ima svoje korenine več stoletij nazaj. Za večino etničnih skupin je opij nepogrešljiv element tradicionalne medicine, uporabljajo pa ga tudi v vsakodnevni prehrani v obliki semen in olja. Večino opija gojijo na severu Laosa, na območju takoimenovanega zlatega trikotnika, in sicer na manjših in srednje velikih plantažah, saj neraven, pretežno gozdnat in težko dostopen teren onemogoča večje plantažne površine. Sadike posadijo oktobra, žanjejo januarja in februarja. Opij je razmeroma nezahtevna rastlina, ki uspeva v višjih predelih subtropskih gozdov, kjer so pobočja strma, prst pa ne preveč plodna. Zaradi tega in ne prav mile klime ostale "legalne" kulture ne uspevajo. To je gorska plemena prisililo v pridelavo opija in njegovo menjavo za ostale kulture. S pridelavo opija se pretežno ukvarjata plemeni Hmong in Mien. Odmaknjenost krajev omogoča razmeroma svobodno in praktično neomejeno pridelavo.

Z zakonom proti drogam (leta 1971) je vlada sicer skušala stopiti na prste predvsem večjim pridelovalcem, a je bil učinek zakona prav nasproten. Cena opija je na trgu močno poskočila, kar je povzročilo, da je postala pridelava zanimiva tudi za druge. Proizvodnja opija se je močno povečala in danes je Laos po pridelavi opija na tretjem mestu, takoj za Burmo in Afganistanom. Pridelava legalnega in ilegalnega opija predstavlja enega glavnih zaslužkov države. Polovica pridelanega opija zapusti državo ilegalno po težko prehodnih poteh na Tajsko, Kitajsko in v Kambodjo, nekaj pa se ga v težko dostopnih laboratorijih v gozdovih na severu Laosa, predela v heroin in nato pretihotapi iz države.



Lahko bi rekli, da je tihotapljenje drog v Laosu nekaj čisto običajnega.

V zadnjem času skuša vlada s programom za nadzor drog sicer omiliti razsežnosti pridelave opija, a za to nima dovolj denarja ne politične volje. Konec koncev ima od pridelave opija velike koristi. Radikalnejših posegov se loti le v primeru, ko gre z večje plantažne površine in organizirane kriminalne skupine tihotapcev, medtem ko skuša manjše pridelovalce z izobraževalnim programom postopno prepričati v pridelavo nadomestnih kultur.

Mesto picerij

Zadnja postaja najinega potepanja po Laosu je bilo glavno mesto Vientian, kjer je presenetljivo število picerij in veliko turistov. Vientian leži tik ob meji s Tajsko in je s sprostitvijo meje postal zanimiva turistična destinacija enodnevnih izletnikov iz bližnjega Nong Khaija. Ponudba je povsem prilagojena žepom in potrebam teh gostov. Mesto je zanimivo za obisk predvsem zaradi številnih svetišč, templjev, parkov in muzejev. Mesto picerij je bilo v Laosu edino, ki je kazalo znake "naše civilizacije" in zato za popotniško dušo povsem nezanimivo. Je pa res, da je bilo po nekaj tedenskem pohajkovanju po brezpotjih prijetno poskusiti kruh in mleko.

Najini poti sta se tu ločili, Domen je pot nadaljeval proti Burmi, sam pa sem razpel jadra v smeri Malezije. Poročilo iz Malezije prihodnjič.

Primož Godler

8 : 8 V KORIST UPRAVE

Dogovor, da se bosta v nogometu pomerili nekoliko okrepljena Mercatorjeva uprava in moštvo, ki ga bodo sestavljali direktorji trgovskih družb (tudi okrepljeni), je bil sklenjen ob otvoritvi Mariborskega hipermarketa lani decembra. Do konca januarja, sta peterki trenirali. Odločitev je padla 29. januarja letos.

Ekipa Mercatorjeve uprave: Zoran Janković, Aleš Čerin, Milan Gerič, Jožef Kolar in Jože Cvetek (člani Mercatorjevega nadzornega sveta).

Ekipa direktorjev trgovskih družb: Stanko Brodnjak (Mercator SVS), Jožef Šilec (Mercator Modna hiša), Boris Požar (Mercator Degro), Samo Gorjup (Mercator SVS), Pavle Pirc (direktor tekstilnega in galanterijskega programa).

Igralci obeh moštev so bili že pred začetkom tekme vidno vznemirjeni, vendar trdno prepričani v zmago svojega moštva. Izjemno spodbujevalno vlogo v svoji ekipi je imel predsednik uprave. Za zmago sicer ni obljubljal posebnih premij, da pa porazi k Mercatorjevi upravi ne sodijo, je povedal že večkrat. Ker pa je športnik, tudi ve, da zmag na ukaz ni. Moštvo direktorjev pa tudi ni bilo pripravljeno poklekniti zgolj iz "hierarhičnih razlogov".

Kot smo iz zanesljivih virov izvedeli, sta se moštvi za zmago borili do zadnjega diha. Toda žoga je okrogla in ostalo je pri rezultatu 8 : 8. Moštvu uprave je bila zaradi vsesplošne čiste igre priznana zmaga in podeljeno priznanje za 1. mesto. Sam rezultat je potrditev, da gre za nepremagljivi moštvi in kaže na to, da lahko kadarkoli sestavimo tudi nepremagljivo enajsterico.

Po različnih virih skupaj spravila
Vesna Bleiweis



Po zanesljivih virih naj bi jih izpustil še sedem



Ekipa Mercatorjeve uprave - do zadnjega diha in požirka



Nepremagljivi peterki

ZAPOJMO V DEŽJU

Naj bo moda še tako zvita in vedno drugačna, klasičnemu dežnemu plašču - "trenčku", ne more do živega. Vse kar ji uspe, so novi materiali in dodajanje ali odvzemanje klasične dolžine. Vse ostalo od oblike do barv, pa je takorekoč nedotakljivo.

Se spominjate filma Casablanca? Legendarni prizor slovesa na letališču. Dež. Bergmanova in Bogart. V plaščih, ki kljubujejo desetletjem. Dežni plašč, ki ni samo dežni plašč, ima ramensko sedlo oziroma pelerinasto prekrita ramena, visok razporek in pas. Ovrtnik je klasično srajčni ali še pogosteje "fazona", ki se lahko poševno zapne prav do vratu. Barve: sivo-zelena, peščena, beš, redkeje temno modra ali celo črna.

Na tej osnovi moda ustvarja različice. Nekoliko izrazitejšo različico pomeni plašč z dvema licema, torej plašč, ki ga lahko nosimo na obe strani. Pri tem izstopajo ženski modeli. Tovrstni ženski plašči imajo lahko celo krzveno podlogo, ki jo na pomlad odpnemo. Različne enobarvne in karo variante pa so za "dvojni plašč" že od nekdanj izkaz športno elegantnih barvnih kombinacij.

Bili so časi, ko je bil dežni plašč iz Cassablance pri nas skoraj statusni simbol. Moško oblačilo, ki so si ga z obveznim širokokrajnim klobukom, potisnjenim globoko na čelo, privoščili le še detektivi. Zdaj so časi drugačni. Prehodni plašči - trnčki so sestavni del garderobe domala vseh. Mladih in ne več mladih. Vendar v sodobnih, prijaznih materialih. Dolžine od ultra maxi do ultra mini, od rezanih v krog, do teliranih. V večnih barvah, lahki, nepremočljivi, nikoli zmečkani, zračni...Taki, da lahko v njih zaplešemo in zapojemo v dežju. S pisanim in vedrim dežnikom ali pa tudi brez.

Lidija Jež



DIŠAVNICE V POSODAH



Dišavnice v zadnjih letih pridobivajo na veljavi in postajajo vedno bolj pogoste rastline tako v uporabnem, kakor tudi v okrasnem vrtu. Dišavnice pa ima lahko tudi tisti, ki nima vrta. Gojiti jih je namreč mogoče tudi v posodah. Tako gojenje daje posebno zadovoljstvo, saj so to rastline, ki se odlikujejo po lepem izgledu, od njih se širijo prijetne vonjave, poleg tega pa so uporabne v kuhinji. S svojim okusom, vonjem in izgledom izboljšajo ter naredijo očem prijetno marsikatero jed in napitek. Spomnimo se samo na osvežilne napitke iz svežih lističev mete, ki nam lajšajo žejo v vročih poletnih dneh. Poleg dišečih listov, pa so tu še cvetovi, ki privlačijo celo vrsto različnih metuljev, čebel in drugih koristnih insektov, velikokrat pa njihov vonj odganja nadležne uši od drugih sosednjih rastlin.

Dišavnice so hvaležne in nezahtevne rastline, ki pridejo v posodah še posebno lepo do izraza. Poleg tega ima gojenje dišavnic v posodah še druge prednosti:

- posodo lahko postavimo v neposredno bližino kuhinje oz. kuhinjskega okna. Tako nam bodo dišavnice stalno pri roki in nas bodo spodbujale k uporabi. Sveži listi, ki jih uporabimo neposredno potem, ko jih odščipnemo ali odrežemo, imajo veliko boljši okus in aromo, kot tisti, ki že nekaj časa stojijo in jih od nekod prinesemo;
- če gojimo dišavnice v posodah, bodo same rastline čistejše, saj na listih ne bo zemlje, kar se rado dogaja v vrtu na prostem ;
- ker nam je dišavnica bolj pri roki, jo tudi večkrat uporabljamo. S pogostim prikrajševanjem dosežemo bolj polno in košato razrast rastline, ki bo tako vsakokrat še lepša;
- posode lahko premikamo in jih poljubno razporejamo med seboj.

Izbira posode in prsti

Dišavnice lahko gojimo v najrazličnejših vrstah posod, tudi v starem loncu, skledi, ali ponošenem čevlju.

Vendar, pa so najprimernejši preprosti in enostavni glineni ali barvi gline podobni plastični lonci. Če na balkonu, terasi ali na oknu nimamo primerne prostora, lahko posode celo obešamo. Viseče košare znajo biti nadvse zanimive. Dišavnice v posodah potrebujejo dobro drenažo. V ta namen napolnimo spodnjo tretjino posode s peskom, drobnimi kamni, stiropornimi kroglicami ali drugim ustreznim materialom, ki bo dobro prepuščal vodo. Prst, ki jo uporabimo mora biti dobro zračna, imeti mora sposobnost zadrževanja vlage in pravo razmerje hranilnih snovi. Kupimo lahko že pripravljene mešanice za sajenje v posode (te vsebujejo šoto, mletu lubje in kokosova vlakna), katerim dodamo snov za zadrževanje vode (Agrogel) in počasi topna gnojila (npr. Osmocotte). S količino gnojil ne pretiravamo, saj dišavnice za lepo rast in razvoj ne zahtevajo prevelike količine hranil. Poleti moramo redno zalivati, da se prst ne izsuši.



Nekaj vrst dišavnic

Grmičaste trajne dišavnice

Večina teh pozimi zadrži liste in zrastejo v manjše grme. V to skupino spadajo *Helichrysum italicum* (**curry plant**), *Lavandula angustifolia* (**sivka**), *Rosmarinus officinalis* (**rožmarin**) - ta v notranjosti Slovenije ni odporen na nizke temperature, *Salvia officinalis* (**žajbelj**) - poznamo še rdeče in rumeno pisanolistne sorte žajbla. Da bo sivka obdržala lepo obliko, jo je potrebno takoj po cvetenju vsako leto postriči. Ne režemo starega lesa, režemo le po površini. Na ta način bomo dosegli, da bo grmiček ostal zgoščen.

Trajnice

Nadzemni deli pozimi propadejo in vsako pomlad na novo odženejo. Sem spadajo *Allium schoenoprasum* (**drobnjak**), *Melissa officinalis* (**melisa**),

Mentha x piperita (**poprova in tudi druge vrste met**), *Origanum vulgare* (dobra misel), *Thymus* (**materina dušica** z vrstami in sortami) in mnoge druge. Drobnjak, timijan, majaron in druge so rastline, ki jih lahko sadimo po več skupaj in gojimo v isti posodi. To pa ne velja za meto. Ta se zelo hitro razširja, tako da jo sadimo posamično, posodo pa postavimo v delno senco in pazimo, da se prst ne izsuši.

Dvo in enoletne dišavnice

Med njimi sta v posodah nenadomestljiva **kodravolisti peteršilj** (*Petroselinum crispum*) in **bazilika** (*Ocimum basilicum*). Da bo bazilika zrasla v razvejan grmiček, moramo že pri mladi rastlinici prikrajšati glavne poganjke in s tem spodbuditi rast stranskih

Ko govorimo o dišavnicah nikakor ne smemo pozabiti na **kapucinko** (*Tropaeolum*). Ta bo s svojimi užitnimi

cvetovi in lepo oblikovanimi listi čudovito popestrila posode z dišavnicami.

Dišavnice prinašajo radost v naše življenje, četudi imamo prostor zanje le na ozki okenski polici, na balkonu ali na terasi. Če temu prištejemo še enostavnost glede gojenja in lepoto rastlin samih, pridemo do zaključka, da so dišavnice idealne rastline za gojitev v posodah - lepota in koristnost sta zbrani na enem mestu. Tudi v drevesnici Strgar v Črnučah pri Ljubljani.

Recept

Sočne jedi iz mletega mesa

Mleto meso čimprej porabimo, ker se hitro pokvari. Najbolj sočno je mleto mešano meso, v katerem je del svinjine in del govedine ali pa mleto goveje meso, v katerem je 80% govedine in 20% maščobe. Ob mletem mesu se nam zdrami kuharska domišljija. Z različnimi dodatki in začimbami dosežemo, da je mesno testo, iz katerega oblikujemo zrezke ali pečenko, vselej drugačnega okusa.

Lasagna

**Testo naredimo iz 35 dag moke,
4 jajc in malo soli. Dobro
zgnemo in pustimo počivati.**

Potem ga razvaljamo na debelino 3 mm in narežemo na pravokotnike v velikosti pekača. Pravokotnike eno minuto kuhamo v slanem kropu. S penovko jih pobereemo iz vode in jih zložimo drugega poleg drugega na kuhinjski prtič.

Nadev: sesekljamo dve čebuli in ju prepražimo na olju. Ko čebula zarumeni, dodamo pol kilograma mletega mesa in med mešanjem malo pražimo. Mesu dodamo še 20 dag narezanih šampinjonov in zajemalko vloženih paradižnikov (pelatov) s sokom vred. Dušimo še nekaj minut in začинimo s strtim česnom, majaronom, 4 žlicami sojine omake, kozarčkom rdečega vina, poprom in timijanom. Ko skoraj vsa tekočina povre, polagamo v pekač izmenično plast testa in plast nadeva. Zgornjo plast testa potresemo z naribanim sirom in pokapljamo z oljem. Pečemo 30 minut pri 180 stopinjah.

Andrej Remškar

Insekticid raste na vrtu

Dobri vrtnarji že dolgo vedo, da so paradižniki, zelišča in druge koristne rastline, ki jih posadijo v neposredni bližini neuglednega tagetesa, večinoma varni pred napadi insek-
tov. Znanstveniki z alabamske univerze so poskrbeli za razlago tega pojava. V rumenorjavih cvetovih, pa tudi v koreninah in listih te rože, ki je doma na številnih vrtovih, so odkrili celo vrsto učinkovitih bioloških insekticidov. Posebno veliko teh snovi, med njimi tudi dobro hlapljive iz skupine tiofenov, so našli v cvetovih. Od tam izhlapevajo v zrak in varujejo tagetes, pa tudi vse okoliške rastline pred insekti. Laboratorijski poskusi so pokazali, da zlasti uspešno zatirajo prenašalce malarije in rumene mrlice. V primerjavi s kemičnimi insekticidi je tagetes okolju zelo prijazen, saj se njegove učinkovine razgradijo v neškodljive snovi.

Zakaj trobentica piska



Le kdo še ni poskusil zapiskati na trobentico? Najprej pa poskušajmo ugotoviti, kaj je ta instrument botanično. Površnež bi odgovoril, da pihamo v cvet trobentice, a to ne drži, saj izpulimo le del cveta, med seboj zrasle venčne liste, čaša z ženskim delom cveta pa ostane na rastlini. Zrasli venec je zelo podoben miniaturi trobenti: venčna cev se lijakasto razširi v venčne krpe, njena rumena barva pa malce spominja na medenino. Poglavitna razlika pa je v tistem delu instrumenta, v katerem nastaja zvok. Pri trobenti tvorimo zvok z ustnicami ob ustniku, trobentica pa ima v venčni cevi pet prašnikov, ki zatrepetajo v zračnem toku, ko pihnemo. Če prašniki še niso zreli, če so že odcveteli ali pa smo jih med pihanjem napojili s slino, se ne bodo oglasili.

Upam, da va spravkar spoznano dejstvo, da piskate z moškimi spolnimi organi trobentice ne bo odvrnilo od oznanjanja pomladnih radosti z veselim zvokom rumenih glasbil.

Bik s človeško DNA brez naraščaja

Prvi transgenetski bik z imenom Herman je pred kratkim postal vol. Hermanu so vbrizgali človeški DNA in ga tako spremenili v svojevrstnega Minotavra. Cilj teh raziskav, ki jih opravljajo v nizozemski multinacionalni družbi Nutricia je bil ustvariti bika, ki bi lahko zaplodil superkrave nove generacije. Dajale naj bi mleko, podobno človeškemu, ki bi krepilo imunski sistem novorojenčkov. Poskus je uspel, toda znanstveniki so morali pobiti nenavadne krave in njihove naslednike, kajti Ministrstvo za kmetijstvo je dovolilo poseg zgolj v eksperimentalne namene. Zgodovinskemu bikcu pa je podarilo življenje in ga velelo "samo" kastrirati.

NAGRADNA KRIŽANKA

			POSUŠEN MESNI IZDELEK IZ DROBNO SESEKLJANE SVININE (DVE BESEDI)	PRIPADNIK PLAVE GARDE	MAJHNA UTA	PESNIK LJUBEZENSKE POEZIJE	ZELO GLASNA ZVOČNA NAPRAVA	PRODUKT DESTILACIJE KATRANA (DVE BESEDI)						
			TANKA PREVLEKA BARVE ALI APNA											
			IME AM. FILMSKE IGRALKE SWANSON											
			VOJAŠKO POROČILO											
			VRSTA PULOVERJA											
VZDEVEK IGRALCA LJUBIŠE SAMARADŽIČA		IZBOLJŠAVA, POPRAVILO	PRISTAŠ KLERIKALIZMA	DLAKA										
POŽIREK TEKOČINE				ISLAMSKI VERSKI VODITELJ EISENHOWER							KOVAŠKO DELO	PRIDELOVANJE LANU	BOLGARSKI LITERAT PELIN	MEDNARODNA POGODBA
ZAČIMBNA IN ZDRAVILNA RASTLINA						MEDOVNIK, DEL PRAŠNIKA	OTOČJE V MOLUKIH (IZ ČRKA-AAIS)	KONČNA MISEL						
TOVARNA ZIDAKOV								AVSTRAL. MEDVEDEK TOMAŽ DOMICELJ						
NAŠ PESNIK KAJUH														
REKA NA PELOPONEZU, EVROTAS				OBLIKA JAPONSKE SAMO-OBAMBE							STAR SLOVAN PREBIVALEC AONJE			
POVPR. DOLŽINA BESED JE 5,43 ČRKE.	ATLETSKI KLUB			PRITOK ILMENSKEGA J. MADRIDSKI KLUB				HIŠNI BOG STARIH RIMLIJANOV					MITOLOŠKI GRŠKI LETALEC	VELIKA REKLAMNA PLOŠČA
MESTO NA J. PERUJA OB MEJI Z BOLIVIJO							HRVAŠKI SLIKAR MURTIĆ	PESNIK MURN STRUPENA KAČA						
DEL OBRAZA														
NIČLE				SIMBOL ZA NEON	ZAČASNA VLADARICA V MONARHIJI									
HUD VIHAR					NAJVIŠJA GORA NA KRETI					PISATELJ TAVČAR				
PRITOK MAINE V NEMČIJI					HALOGEN KEMIJSKI ELEMENT					SESTAVIL JOŽE PETELIN	MAKEDONSKO KOLO			

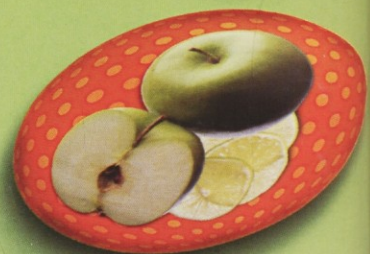
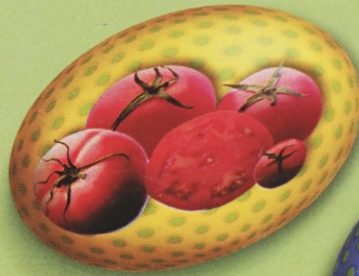
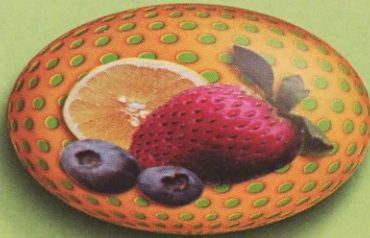
Rešitve pošljite do 20. aprila 1999 na naslov: Poslovni sistem Mercator, Center za obveščanje, Dunajska 107, 1000 Ljubljana. Za pravilno rešitev križanke v prejšnji številki časopisa, nagrade prejmejo: Zvonka Slapar, Rafolče 31, 1225 Lukovica, Ana Letnar-Nemanič, Cankarjeva 7, 8210 Trebnje, Angela Samec, Černetova 5, Ljubljana. Nagrade bomo poslali po pošti.



Mercator sponzor slovenske ženske državne reprezentanve v rokometu.



ETA Hren **NOVO** in Gorčica v tubah **AKCIJA**



*Vesele
velikonočne
praznike!*