

**Sreča je v majhnih stvareh ...**



**... in vedno je na strani pogumnih.**

The magic of passion.

*Freixenet*



1998

*Freixenet*

The magic of passion.

*Freixenet*

čudodelnost  
strasti



Stran 3-4

## intervju intervju

**Predsednik nadzornega sveta  
Stane Valant: "Nadoknaditi  
zamujene priložnosti"**

Stran 5-6

## aktualno

**Nova organiziranost obvladujoče  
družbe**

stran 7-8

## mercator moje dežele

**Misli in voščila Mercatorjevih  
nagrajencev**

stran 8-24

**Razveseljav optimizem v  
Gorenjski mlekarni**

stran 10

**Radi delamo - prislusniti bi  
nam kazalo**

stran 13

**Zapovedi za dobro trgovino  
je več kot božjih**

stran 15

**Vedno nastežaj odprte duri**

stran 17

**Ljubljanske novice**

stran 20

**Paradiž Južne Kitajske**

stran 22

**Novoletna noč**

stran 25

**Nagradna križanka**

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

Izdaja Poslovni sistem Mercator, d.d., uredništvo, Ljubljana, Dunajska cesta 107, telefon 061/1683-205.

Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis

Priprava za tisk: Cortec Ljubljana

Tisk: Biro M

Poštnina plačana pri pošti 1102, Ljubljana

Časopis prejemajo delavci, kmetje, učenci in upokojenci Poslovnega sistema Mercator. Naklada: 11.100 izvodov. Po mnenju pristojnega republiškega organa se od časopisa plačuje 5% prometni davek.



**Zoran Janković,  
predsednik Uprav**

## Le skupaj bomo zmogli

V poslovnem smislu, v smislu medsebojnih odnosov, naše podobe v javnostih, je bilo leto 1997 eno tistih let, za katera velja "nam zvezde niso prav milo sijale". Po drugi strani pa nam je prav "nemilost zvezd" odprla pot do tega, da smo si podržali ogledalo in v njem videli svojo realno podobo. In to podobo želimo spremeniti, jo izboljšati tako, da bomo vsestransko vredni imena Mercatorja moje dežele in Mercatorja, najboljšega soseda.

Naše poslanstvo zahteva, da na prvo mesto postavimo interese, želje in zahteve kupca. Torej moramo storiti vse, da mu za njegovo in naše zadovoljstvo ponudimo urejeno in komodno nakupovalno okolje, izbiro kakovostnih izdelkov po konkurenčnih cenah, svojo poštenost, prijaznost. Temu podrejamu poslovno politiko v letu 1998 in vse do leta 2000.

Želimo zadovoljnega kupca, zadovoljnega zaposlenega in zadovoljnega delničarja. To so Mercatorjevi cilji.

Zato mora biti leto 1998 start za razvoj Mercatorjeve trgovine, ki bo ob koncu tisočletja primerljiva z evropsko. Da bomo tako trgovino tudi imeli, moramo zagotoviti njeno modernizacijo, poenotenje in koncentracijo poslovnih procesov kot so nabava, finance, naložbe, informatika, doreči optimalno organiziranost trgovskega dela koncerna in temeljito prevetriti stroškovno stran našega poslovanja. Več in hitreje moramo dati zaposlenim predvsem v obliki znanja. Od vsake naše enote, naj gre za družbo ali za najmanjšo trgovino, bomo zahtevali rentabilno poslovanje. To bo povezano tudi z manj prijetnimi ukrepi. Nadokanditi moramo zamujen čas in priložnosti. Čaka nas trdo delo.

Vendar sem optimist - zmogli bomo tudi ta zalogaj in še kakšnega drugega. Optimist sem predvsem zaradi nas, zaradi ljudi, ki smo v Mercatorju. Prepričan sem, da skupaj zmoremo Mercatorjev voz potegniti močneje. In prav na prepričanju, da skupaj zmoremo več, boljše, popolnejše, temelji moj optimizem. Želim ga prenesti na vas, na vseh 9000 zaposlenih v Mercatorju, Mercatorjeve kupce in delničarje.

Spoštovane sodelavke in sodelavci, zaupam vam. Potrudil se bom, da boste tudi vi zaupali meni in Mercatorju. Trdo in strogo me sodite, če vašega zaupanja ne bom upravičil.

Sreča ima tisoč podob, da je na strani pogumnih, pravijo. Sreča je, če jo imaš s kom deliti. Del moje osebne sreče bo, če bomo ob koncu leta 1998 skupaj delili zadovoljstvo z Mercatorjem. Do takrat pa doživljajte vsak svojo osebno srečo v družini, s prijatelji. Trudil se bom, da jo boste našli tudi pri najboljšem sosеду.

**Vsem naj bo leto 1998 srečno!**

Vaš

## Nadzorni svet

Nadzorni svet je na seji 29. 11. 1997 obravnaval in sprejel predloge uprave za dopolnitev Poslovnega načrta s planom dobička 1997 - 1999.

Za nadzorni svet je bilo zlasti pomembno, da se je na podlagi predloženih sprememb prepričal, da Mercatorjeva uprava ne spreminja globalne razvojne strategije, da pa je treba pri načrtovanju in vrednotenju ekonomskih parametrov kot izhodišče upoštevati realno zatečeno stanje.

Tako dopolnitve temeljijo na poslovnih rezultatih oktobra 1997. Za leto 1997 se pričakuje 1 odstotni realni padec prodaje, 5 odstotno znižanje stroškov uprave in prodaje ter delež dividend v dobičku 0. Za leto 1997 je realno pričakovati 0,4 mrd SIT dobička. Sestavni del razvojnih podlag je tudi realno ovrednotena naložbena dejavnost v letu 1997. Vse navedeno je združeno v sklepni ugotovitvi sprememb in dopolnitev poslovnega načrta.

Predpostavke, na katerih temelji triletni Poslovni načrt s planom dobička 1997 - 1999, so se spremenile in zaostrole. Kljub temu pa ocenjujemo, da je Poslovni sistem Mercator sposoben in pripravljen uresničiti sprejeti program in pravočasno poravnati prevzete obveznosti do kreditodajal-

cev in zadovoljiti interese delničarjev.

Razvojni načrt Mercatorja ob sočasni naložbeni dejavnosti predvideva tudi organizacijsko preoblikovanje in racionalizacijo trgovinske dejavnosti. Geografsko bo trgovina zaokrožena na štirih območjih, in sicer: Ljubljana, Ptuj, Novo mesto (vključuje Sevnico in Krško) ter Portorož. S tem bo izločeno notranje konkuriranje, razpoložljivi človeški in finančni viri pa usmerjeni v prehitevanje tuje in domače konkurence.

Preoblikovanju trgovinske dejavnosti mora nujno slediti tudi preoblikovanje poslovnih funkcij koncerna. Zato morajo biti poenoteni vsi procesi v trgovinski dejavnosti. Najkasneje v letu dni je treba procese kot so kalkulacija cen, šifrant izdelkov, centralizacija nabave, informacijska tehnologija in druge procese, poenotiti. Prednostna naloga, ki zahteva takojšnje ukrepanje, je v obvladujoči družbi ločiti koncernske naloge od nalog operativnega pomena.

Spremenjen odnos do vloge in položaja netrgovskih družb mora dati pričakovane sinergijske učinke, obenem pa ustrezno od družbe do družbe rešiti vprašanje nedonosnosti in izgub, predvsem tam, kjer takoči sanacijski ukrepi niso in po pričakovanju tudi dolgoročno ne bodo dali ustreznih rezultatov.

## na kratko

### Kdo so Mercatorjevi lastniki

Mercator je delniška družba, ki je bila z zaključkom lastninjenja vpisana v sodni register oktobra 1995. Z javno prodajo delnic je dobil skoraj 63.000 delničarjev. Po velikosti kapitala, ki se je privatiziral z javno prodajo delnic, je bil Mercator največji privatizacijski zalogaj v Srednji Evropi. Zaradi prodaje delnic, predvsem potem, ko se je z njimi začelo trgovati preko organiziranega delniškega trga - 4. aprila 1996, se je lastniška struktura bistveno spremenila. Konec oktobra letos so bili Mercatorjevi lastniki:

Delničarji	Lastništvo (odstotek)
<b>Fizične osebe (majhni delničarji)</b>	<b>38</b>
<b>Pravne osebe</b>	<b>62</b>
od tega	
Slovenski odškodninski sklad	11,18
Kapitalski sklad PIZ	15,40
Pooblaščenice investicijske družbe	18
Ostale pravne osebe	17,42
<b>Skupaj:</b>	<b>100</b>

Pričakujemo skorajšnjo uvrstitev delnic v borzno kotacijo A.

### Prednovoletna čašica pogovorov s predsednikom in člani uprave

V decembru potekajo srečanja predsednika in članov Mercatorjeve uprave s poslovodji trgovin in drugih organizacijskih enot ter s predsedniki sindikatov in drugih organov družb in profitnih centrov.

Uprava se želi osebno predstaviti in izreči novoletne dobre želje čimvečjemu številu zaposlenih, se neposredno pogovoriti o poslovnih rezultatih leta 1997 in načrtovanih v letu 1998. Predvsem pa želi biti aktiven poslušalec razmišljanj tiste skupine zaposlenih, ki lahko največ pripomorejo k boljšemu Mercatorju.

Srečanja so organizirana po regijah. Kot kažejo prva srečanja, je poteza uprave naletela na zelo ugoden odziv. O teh srečanjih bomo v naslednji številki časopisa objavili reportažo.

### Informator spet izhaja

Vsak petek spet izhaja Informator - tedenski informativni bilten. V njem so na kratko povzeti sklepi Mercatorjeve uprave, pomembnejša obvestila, ki zadevajo večino Mercatorjevih družb, opozorila na spoštovanje rokov za posamezna opravila in tudi propagandna sporočila. Po novem letu se bo njegova vsebina obogatila tudi z opozorili v zvezi s predpisi, ki veljajo za različna področja.

## Načrtovana sprememba strukture prodajnih površin

Z ureničitvijo vseh načrtovanih naložb v letih 1997 - 99 se bo temeljito spremenila sedanja struktura Mercatorjevih prodajnih površin.

Konec tisočletja naj bi imeli v Mercatorju 139.743 kvadratnih metrov prodajnih površin.

Ob tem bo delež trgovin velikosti do 50 kv. metrov znašal 3,2%, od 50 do 100 kv. metrov 9,5%, 100 - 200 kv. metrov 16,5%, 200 - 400 kv. metrov 18,8%, od 400 do 800 kv. metrov 17,4%. Glede na sedanjo strukturo se bodo navedene velikosti trgovin v skupnem deležu zmanjšale, izrazit skok pa bodo v strukturi pomenile trgovine nad 800 kv. metrov in sicer od sedanjih 3% na 34,6%. Letos smo zgradili 4 nove trgovine in 39 trgovin je dobilo novo podobo. Postale so večje, sodobno opremljene, prijazne kupcem in zaposlenim. Tako po zunanem izgledu, notranji opremlitvi in prodajnem programu so si zelo podobne. Lahko trdimo, da je korak k poenotenju in prepoznavnosti Mercatorjeve trgovine storjen. Lepe, sodobne, sveže, prijazne pričakujejo in sprejemajo kupce.

## Štirje distribucijski centri

Mercatorjevo maloprodajo oskrbujejo štirje distribucijski centri, ki imajo skupno 89.131 kv. metrov skladiščnih površin.

Z največjimi skladiščnimi in transportnimi zmogljivostmi upravlja profitni center Grosist v Ljubljani - 59.126 kv. metrov. V te površine so všteta tudi lokalna skladišča v Ribnici, Idriji, Postojni, Hladilnici Zalog in Sadju zelenjavi. Sledijo mu v družbi Mercator-SVS z 18.879 kv. metri, v Mercator-Dolenjski s 7.638 kv. metri in Mercator-De-groju s 3.488 kv. metri.

## Mercator med največjimi v Srednji Evropi in Sloveniji

Po velikosti prihodka v letu 1996 je bil Mercator med 100 največjimi srednjeevropskimi podjetji na 68. mestu. Med trgovci z živili v Sloveniji pa sta se na 1. mesto po prihodku uvrstila Poslovni sistem Mercator (obvladujoča družba), na 2. mesto pa družba Mercator-SVS.

## na kratko

### Varnost naložbe v Mercatorjeve delnice je zagotovljena

Za varnost naložbe delničarjev govorijo naslednji podatki:

- po velikosti prihodka v letu 1996 je bil Mercator med 100 največjimi srednjeevropskimi podjetji na 68. mestu;
- letni promet, ocenjen za leto 1997 je 150 milijard tolarjev;
- dnevno se v nekaj manj kot 650 trgovinah povprečno iztrži 300 milijonov tolarjev;
- Mercator je dobro financiran in likviden plačnik;
- dnevno se v 4 Mercatorjevih skladiščih in trgovinah obrne 300 ton izdelkov;
- na Mercatorjevih policah je povprečno dnevno okoli 7.000 različnih izdelkov;
- na Mercatorjev nakup je vezana velika večina slovenskih proizvajalcev in pridelovalcev prehrabnih izdelkov;
- Mercatorjev delež v slovenski prehrabni trgovini znaša 16 %;
- delež trgovine v Mercatorjevem celotnem prihodku je 89 %;
- Mercatorjeve trgovine so praktično na celotnem območju Slovenije.

### Nova oprema bolnišnične igralnice

Otroci, ki se zdravijo na Kliniki za otorinolaringologijo in cervikofacialno kirurgijo v ljubljanskem Kliničnem centru, bodo tudi s pomočjo Mercatorja dobili novo igralnico. V ljubeznivem pismu in zahvali, ki sta sredi decembra prišla na naslov gospoda **Vinka Savnika**, direktorja programskega sektorja pohišto, je med drugim zapisano:

"Ne moremo Vam z besedami dovolj lepo povedati, kako smo se razveselili novih mizic, stolčkov, omar, pručk, blazinic in otroškega šotora. Sedaj bo naše bivanje v bolnišnici za nas res udobnejše in prijetnejše. Ime Vašega podjetja Mercator in imena naših donatorjev bodo zapisana na vidnem mestu na oddelku. O otvoritvi naše na novo opremljene igralnice pa Vam bomo še obširneje pisali. Še enkrat prejmite našo prisrčno zahvalo.

Bolni otroci in osebje Otroškega oddelka Otorinolaringološke klinike"

ZAHVALA

## NADOKNADITI JE TREBA IZGUBLJENE PRILOŽNOSTI

*V letu 1998 se morajo v Poslovnem sistemu Mercator jasno odraziti notranja konsolidacija, rezultati tekočih ukrepov in približevanje ciljem dolgoročnega razvoja. Mercator mora začeti izpolnjevati pričakovanja delničarjev in poslovati z dobički, ki jih glede na potencialne možnosti lahko ustvarja. Nadzorni svet bo k uresničitvi teh ciljev prispeval svoj delež, zagotavlja njegov predsednik Stane Valant.*



**Stane Valant**  
predsednik  
nadzornega sveta

***Kako kot predsednik nadzornega sveta gledate na Mercator v prihodnje, konkretno v letu 1998?***

"Menim, da je potrebno nadoknaditi izgubljene priložnosti v letu 1997 in morda še iz kakšnega leta prej. Ocenjujem, da je leto 1998 odločilno za notranjo in zunanjo konsolidacijo Mercatorja. To je leto, ko mora prenehati upadanje tržnega deleža v primerjavi s konkurenco, to je leto, ko se morajo v Mercatorju odločilneje poznati (začeti in rezultirani) cilji dolgoročnega razvoja Poslovnega sistema Mercator in leto, ko naj bi Mercator začel poslovati z dobički, kot jih potencialno lahko ustvarja glede na možnosti, ki so zaenkrat premalo izkoriščene. Mercator kot poslovni sistem ima velik notranji potencial, ki je trenutno premalo izkoriščen. Tudi zaradi tega je leto 1998 leto, ko je potrebno zamujene priložnosti nadoknaditi in uveljaviti vlogo vodilnega živilskega trgovca v državi.

V letu 1998 ne bo potrebno utrditi samo dobrega imena in blagovne znamke ter povrniti zaupanja, ki pri lojalnih kupcih sicer ni bilo izgubljeno. Vseeno pa je bilo v letu 1997 toliko negativnega, da je potrebno storiti nekatere pomembne korake za izboljšanje ugleda in s tem seveda tržne uspešnosti. Leto 1998 mora biti tudi leto, ko naj bi se zaposlenim vrnilo zaupanje v njihovo podjetje. Nadzor-

ni svet želi in mora prispevati k uresničitvi tudi tega cilja. Le tako bodo lahko uresničeni tudi ostali cilji. Teh je veliko in med ne najmanj pomembnimi je seveda tudi cilj, da začne Mercator končno izpolnjevati tudi pričakovanja delničarjev. To je, da začne zagotavljati, v začetku nekaj nižji, potem pa vsako leto višji donos na vložena sredstva. Leto 1998 bo kot rečeno leto notranje konsolidacije in zelo pospešenega uresničevanja ciljev notranjega prestrukturiranja in povečanja učinkovitosti celotnega poslovnega sistema."

***Kakšna je po vašem mnenju idealna sestava nadzornih svetov v delniških družbah kakršna je Mercator?***

"Težko govorimo o idealni sestavi kot jo določa zakon. Mene osebno nič ne moti tudi sedanja sestava nadzornega sveta. Pomembno je, da so vsi člani nadzornega sveta poistoveteni z razvojnimi cilji družbe in da vsak po svoji moči prispeva k njihovemu uresničevanju, seveda vedno v okviru pristojnosti, ki jih ima nadzorni svet. Res pa je, da nekatere zakonske ureditve in tudi statutarne ureditve ne razmejujejo pristojnosti članov nadzornega sveta tako kot to urejajo zakonodaje, po katerih je privzeta slovenska ureditev. Nekaj podobnega bo treba storiti v slovenski zakonodaji

in s tem v statutu poslovnega sistema Mercator. To pa seveda ne pomeni, da se bo želelo nepotrebno omejevati vlogo predstavnikov delavcev, kajti brez sodelovanja zaposlenih nobeno vodstvo ne more realizirati zastavljenih ciljev. O tem danes ni več nobenega dvoma. Kljub temu pa bo potrebno pristojnosti na nek način ustrezneje razporediti v okviru nadzornega sveta."

***Mercator je kompleksen in razmeroma kompliciran sistem - katera svoja znanja in spoznanja, poleg nedvomne finančne podkovanosti, želite izpostaviti v Mercatorjevem nadzornem svetu?***

"Mercator je eno največjih slovenskih podjetij oziroma gospodarskih družb, ki je tudi dokaj zahtevno notranje strukturiran (obvladujoče in odvisne družbe) in je že zaradi velikosti zahteven tako z vidika vodenja, kot seveda z vidika upravljanja. Za vodenje takšnega sistema so potrebna posebna znanja, poleg tega pa je pomembna tudi izkušnja, kako koordinirati, usmerjati in motivirati zaposlene, da ti delujejo usklajeno v smeri uresničevanja zastavljenih poslovnih ciljev. Med znanji oziroma prednostmi, ki jih lahko izpostavam, je zagotovo moja izkušnja poslovanja v podobno velikem sistemu, ki je prešel vse faze razvoja, ki jih sedaj doživlja Mercator. Pomembna je tudi izkušnja, kako uspešno voditi velik sistem, ko ta zaide v krizo in kako reševati notranje napetosti, ki v takšni situaciji vedno nastanejo. Pomembna prednost je sorazmerno dober vpogled v siceršnja dogajanja v številnih slovenskih podjetjih in s tem v celotnem slovenskem gospodarstvu ter pridobljene mednarodne izkušnje."

***Katere interese v vlogi predsednika Mercatorjevega nadzornega sveta in vlogi predstavnika lastnikov lahko identifikirate kot skupne lastnikom in zaposlenim?***

"Vsem je skupen interes - dobro delujoča in razvijajoča se delniška družba PS Mercator, ki zaposlenim omogoča zaposlitev in neko normalno socialno varnost oziroma plačilo za opravljeno delo, lastnikom pa varno naložbo vloženih sredstev."

***Dobro poznate pretekle dogodke v Mercatorju, kaj pričakujete od Mercatorjeve uprave in kaj od zaposlenih?***

"Od uprave pričakujem polno angažiranje pri uresničevanju zastavljenih ciljev, utrditev tržnega položaja in postopno pridobivanje dodatnega tržnega deleža in to na način, s katerim bo pritegnila sodelovanje vseh zaposlenih in učinkovito realizirala vse potrebne aktivnosti za doseg zastavljenih ciljev. Od zaposlenih pa pričakujem razumevanje ob uveljavljanju ukrepov, ki bodo prispevali k povečanju učinkovitosti poslovanja Mercatorja, ki bodo včasih tudi boleči, vendar drugače nekaterih ciljev, žal ni mogoče uresničiti. Stroški, s katerimi posluje Mercator danes, so previsoki, zato jih bo potrebno zmanjševati. Načini zmanjševanja teh stroškov pa upam, da bodo sprejemljivi za veliko večino zaposlenih. Od zaposlenih pričakujem nada-

ljno lojalnost Mercatorju in njihovo angažiranje za izboljšanje kvalitete storitev za končnega kupca."

***Ali kupujete v Mercatorjevih trgovinah?***

"Občasno tudi. Žal pa sem tiste vrste človek, ki nimam posebno velikega veselja obiskovati trgovine, ne samo živilske ampak tudi ostale. V trgovino, tudi Mercatorjevo, za idem večkrat bolj zaradi radovednosti kot zaradi nakupov. Radoveden sem, kako je blago razstavljeno in ponujeno stranki, kakšna je storitev. Z eno besedo - radovednost me pripelje tudi v Mercator in primerjam, kako blizu in konkurenčen je temu, kar je moč videti v okoljih, razvitejših od slovenskega."

***Kaj v Mercatorjevih trgovinah opazite dobrega, kaj pomanjkljivega?***

"Začel bom pri pomanjkljivostih. Mislim, da blago ni vedno dobro predstavljeno kupcu. Na tem področju bo potrebno storiti še kar precej. Včasih tudi samarazporeditev blaga ni najbolj posrečena, čeprav v tem nisem poznavalec. Med pomanjkljivostmi, moram reči, je tudi sama storitev, ki pogosto ni najbolj kakovostna in bi prodajalci lahko z nekoliko bolj angažiranim pristopom lahko za prodajo storili več."

***Bi sprejeli izziv in za teden dni postali prodajalec v Mercatorjevi trgovini.***

"Če bi mi čas dopuščal bi z veseljem sprejel tudi ta izziv. Že v rani mladosti sem sprejemal številne izzive, od tega, da sem v osnovni šoli razvažal mleko, bil prodajalec časopisov in sladoleda, delal v industrijskih obratih za tekočim trakom...Seveda menim, da je vsaka izkušnja zelo pomembna za razumevanje predmeta poslovanja, ki ga nekdo vodi ali upravlja. In zato bi, če ne bi bilo časovnih omejevalnih dejavnikov, teden dni tudi prodajal v Mercatorjevi trgovini."

***Ali se boste udeleževali srečanj Mercatorjevih delavcev kot so Dan Mercatorja, teniški turnir, otvoritve pomembnejših objektov?***

"Če mi bo čas ob vseh mojih dejavnostih dopuščal, z veseljem. Menim, da je sestavni del obveznosti predsednika nadzornega sveta tudi to, da se v manj uradnih okoliščinah in neuradnih srečanjih srečuje z zaposlenimi, poslovnimi partnerji in drugimi, ki na tak ali drugačen način sodijo v Mercatorjevo podobo najboljšega soseda."

***V imenu naših bralcev vam voščim dobro in uspešno leto 1998 pri vodenju našega nadzornega sveta.***

"Hvala. Tudi sam v imenu nadzornega sveta želim zaposlenim v Mercatorju, Mercatorjevim kupcem in delničarjem v novem letu vse dobro in izpolnitev vseh pričakovanj."

Nada Mihelec

## SPREMEMBE V ORGANIZIRANOSTI TRGOVINE

*Številnim preteklim organizacijskim spremembam v trgovskem delu Mercatorja se bo po 1. januarju 1998 pridružila tudi sprememba v organiziranosti sedanje obvladujoče družbe. Tudi v drugih trgovskih družbah se bo organiziranost postopno spremenila.*

Pogoj za obstoj in uspeh podjetja je njegovo neprestano in hitro prilagajanje razmeram, ki vladajo na trgu. Če hoče Mercator učinkovito slediti in prehiteti vse ostrejšo konkurenco, mora v svojo organiziranost poseči na način, ki bo ustezal temu cilju.

### Zasnova reorganizacije

Trenutno trgovski del koncerna Mercator sestavlja 6 družb: Poslovni sistem Mercator, d.d., ki je krovna - obvladujoča družba Mercator, d.d. in 5 odvisnih trgovskih družb.

Vse družbe se ukvarjajo s trgovino, poleg tega pa se s trgovino ukvarjajo tudi kmetijske zadruge, ki pa z Mercatorjem niso kapitalsko povezane. Značilnost sedanje organiziranosti so slabosti v organizacijski in procesni povezavi med odvisnimi in obvladujočo družbo. Zato je poslovanje večkrat neracionalno. Da bi izboljšali komunikacijo, odpravili podvajanje nekaterih stroškov in zmanjšali upravljalske probleme, moramo doreči in končati Mercatorjevo organiziranost. Uprava je nadzornemu svetu predstavila koncept regijske organiziranosti Mercatorjeve trgovine in nadzorni svet je predlog 29.11.1997 potrdil. Tako se

bo Mercatorjeva trgovina po 1.1.1998 organizirala okoli štirih regijskih skladišč-distribucijskih centrov, s sedeži v Ljubljani, Ptujju, Novem mestu in Portorožu.

### Potek reorganizacije

Z reorganizacijo se bodo dosedanji veleprodajni in maloprodajni profitni centri povezali v štirih regijskih družbah. Oblikovala se bo čista organizacijska struktura, v kateri bo trgovinski del koncerna Mercator sestavljen iz krovne družbe, štirih trgovinskih družb ter dveh specializiranih družb. Strategija razvoja trgovine in vodenje enotnih procesov ostaja na ravni krovnega dela družbe Poslovni sistem Mercator, d.d.. Tu se bo načrtovala in merila uspešnost izvajanja poenotnih poslovnih procesov za vso trgovino, ki je 100% kapitalsko povezana v Poslovni sistem Mercator. Vsa operativna trgovska dejavnost - maloprodajna in veleprodajna se bo izvajala v delu krovne družbe z delovnim imenom Trgovina Ljubljana.

Z vertikalno postavljeno in centralizirano nabavo, ki skupaj s službo za marketing izbira in določa blagovni asortima, bo vzpostavljena odgovor-

nost delavcev v nabavi za popolnost in celovitost asortimana - od nabave do prodajne police. Za konkretno prodajalno - glede na njeno okolje, velikost in druge elemente, bo določen takoimenovani "železni repertoar" (standard) dobaviteljev za posamezno vrsto blaga.

Dosedanja družba Mercator, d.d., ki je sestavljena iz štirinajstih profitnih centrov se bo z združitvijo profitnih centrov organizirala v enotno organizirano Trgovino Ljubljana. Izjemi sta sedanja profitna centra Preskrba Krško in Sevnica. Navedena profitna centra se bosta združila v profitni center Posavje in se kasneje priključila družbi Mercator-Dolenjska. Ker gre za interno združitve, proces ne prinaša statusnih in kapitalskih sprememb, niti prehod zaposlenih ne vpliva na njihovo vlogo in položaj. Po vsebini sprememba pomeni dokapitalizacijo družbe Mercator-Dolenjska. Proces optimizacije organiziranosti se bo nadaljeval tudi v družbah Mercator-SVS in Mercator-Dolenjska, kjer se bodo z združevanjem profitnih centrov zmanjševali stroški služb obeh družb. Vse štiri družbe se bodo ukvarjale z "market programom", poslovanje pa bo organizirano tudi po blagovnih

### Misli in voščila Mercatorjevih nagrajencev

*Red in splošna urejenost, izbira izdelkov, preglednost, prijaznost, poštenost in ustrežljivost - to je podoba dobre trgovine.*

*Anica Ambrož, poslovodkinja trgovine na Gregorčičevi ulici v Ljubljani, Mercator-PC Golovec.*







## RAZVESELJIV OPTIMIZEM

*V Gorenjski mlekarni so optimisti glede poslovnega izida v letu 1997. Dosegli in presegli bodo načrtovane vrednostne in fizične kazalce. Pravijo, da ne gre le za rezultate, ki so jih dali ukrepi tekoče poslovne politike temveč, da gre za rezultate razvojne strategije. Njen dolgoročni sestavni del bodo tudi naložbe v rekonstrukcijo in posodabljanje proizvodnih linij z namenom, da bodo, ko bo evropska standardizacija trkala na slovenska vrata, pripravljeni.*

"Smo optimisti in to ne brez razloga", je na srečanju z novinarji konec novembra dejala direktorica Gorenjske mlekarnarje **Ivana Valjavec**. "Naši poslovni izidi ob koncu leta bodo pokazali, da smo uresničili načrtovane poslovne rezultate in obenem izpolnili plan odkupa mleka in proizvodnje izdelkov."

Gorenjska mlekarna bo do konca leta 1997 odkupila 37 milijonov litrov mleka, kar jo po količini uvršča na 4. mesto med slovenskimi mlekarnami in na 3. mesto po ustvarjenem prihodku. Odkup mleka v letu 1997 bo za 6% večji kot lani, v celotnem slovenskem odkupu mleka je delež Gorenjske mlekarnarje 9,66%.

Gorenjska mlekarna odkupuje mleko predvsem na območju spodnje savske doline. Odkupuje ga od 7 kmetijskih združenj in dveh farm, s katerimi ima sklenjene dolgoročne pogodbe. Značilno je, da gre za mleko ekstra kakovosti, saj je tega v celotni odkupljeni količini kar 81%. Za kakovostno mleko so tudi odkupne cene višje. Gorenjski mlekarnarji se držijo plačilnih pravil in poudarjajo, da je kakovost mleka odraz velikega znanja pridelovalcev.

Kakovost mleka se ugotavlja po več parametrih: vsebnost maščobe, beljakovin, mikroorganizmov in somatskih celic. Kakovostno mleko omogoča tudi proizvodnjo kakovostnih izdelkov. Da so izdelki Gorenjske mlekarnarje resnično kakovostni potrjuje množica nagrad, prejetih na različnih sejamskih prireditvah, predvsem pa zadovoljstvo potrošnikov. Izdelki Gorenjske mlekarnarje se prodajajo z blagovnimi znamkami: **Jošt** - siri, **Megamilk** - jogurti in **Gorenjsko mleko**, zaokrožujejo pa jih še smetana, surovo maslo, skutina in napitek iz sirotke Latella. Uveljavljene blagovne znamke so osnova za nove izzive - v prihodnjem letu iz Goren-

jske mlekarnarje lahko spet pričakujemo nove izdelke. Kakovost je prva zapoved v mlekarni. Ta odpira vrata tako na domačem kot tujih trgih.

Letos bodo v mlekarni proizvedli 1,9 milijona kilogramov različnih sirov, 4,2 milijona litrov jogurtov in 12 milijonov litrov mleka.

Mlekarna dnevno ali pa najmanj 2 do 3 krat tedensko z izdelki oskrbuje 1500 trgovin po Sloveniji. Na njenem seznamu je 950 kupcev. Medtem ko večina proizvodnih družb, ki so v Mercatorjevem sestavu toži nad zmanjšanjem prodaje v Mercatorjevi maloprodajni mreži, tega v Gorenjski mlekarni niso zaznali.

Lastniške deleže v mlekarni imajo Mercator (43%), kmetijske zadruge (42%) in notranji lastniki - zaposleni (15%). Iz dobička, ustvarjenega v letih od 1993 do 1995 so za dividende delničarjem namenili nekaj manj kot 23 milijonov tolarjev, o razporeditvi oziroma delitvi dobička iz leta 1996 bo odločala skupščina delničarjev 15. decembra letos, ko naj bil za dividende namenili nekaj manj kot 19 milijonov tolarjev (393,60 tolarjev na delnico). Lastnikom pripadajo deleži, ki odgovarjajo lastniški strukturi. Kot ocenjujejo, bo v letu 1997 za 4,3 milijarde tolarjev prihodkov in 62 milijonov celotnega dobička. Značilno pa je, da mlekarninih lastnikov ne zanima zgolj dividenda, temveč predvsem dolgoročni razvoj.

Zato so že med letom v posodobitev proizvodnje oziroma opreme investirali več kot 280 milijonov tolarjev. Pravi naložbeni zalogaj pa jih čaka v naslednji letih, ko bodo lastna in kreditna sredstva vložena v celovito posodobitev 60 let starih proizvodnih prostorov, zastarele strojne opreme, pasterizacije, fermentacije, polnilnice in hladilnice ter

### Misli in voščila Mercatorjevih nagrajencev

*Potrudimo se, da v vse vtremo potrpljenje, medsebojno razumevanje, spoštovanje, mir.*

*Marjan Juvan, inovator, Oljarica Kranj*



skladišče. Projektna dokumentacija je praktično nared, prvo lopato za postopno rekonstrukcijo mlekarnice pa nameravajo zasaditi v začetku leta 1998. Rekonstrukcija naj bi bila v celoti končana najkasneje v petih letih, veljala pa bo po oceni okoli 10 milijonov nemških mark. In kaj v mlekarni menijo o možnosti, da se z vstopom Slovenije v Evropsko Unijo ali pa še prej pojavi kupec, ki bi za odkup mlekarnice ponudil spodoben denar? "Prodaja ni odločitev mlekarnice, to je odločitev lastnikov. To so predvidljive okoliščine, na katere je treba resno računati in se z njimi sprijazniti," je z nasmehom odgovorila Ivana Valjavec.

"Glede uresničitve naših načrtov smo optimisti lahko predvsem zato, ker smo po eni strani v rokah lastnikov, ki stavijo na razvoj, pod drugi strani pa smo podjetju lojalni, zvesti in v medsebojnih odnosih odprti kolektiv. Po mojem mnenju je to izredno pomemben, če ne celo najpomembnejši del sestavnih del mlekarninega kapitala", je za naš časopis dejala Ivana Valjavec.



Ivana Valjavec, direktorica Gorenjske mlekarnice  
novinarji

## POT DO KUPCA

*Ob obisku trgovine si kupec ustvari subjektivno mnenje, ki je vodilo za odločitev, kje in kako bo kupoval. Gorje trgovini, ki ga je prvič polomila.*

Maloprodajna trgovina je danes specializirana za prodajo določene vrste ali zvrsti blaga, je sistematično urejena in omogoča zahtevnemu, s časom omejenemu kupcu hiter in kakovosten nakup blaga. V času porabniškega razmaha se mora tem zahtevam prilagoditi. Ponuditi mora visoko raven prodajne storitve, najvišjo možno raven preglednosti in izbire ter ugodno okolje za dobre in pretehtane odločitve o nakupu. Slednje je v današnjem času poglobitvenega pomena. Ob obisku trgovine si kupec ustvari subjektivno mnenje, ki je vodilo za odločitev, kje in kako bo kupoval. Gorje trgovini, ki ga je prvič polomila.

Naša skrb in naloga je, da nas bo kupec opazil, obišče in se k nam vrača z zadovoljstvom. Trgovini moramo zato vtisniti pečat najlepše, najbolj založene, cenovno in kakovostno privlačne ter najbolj prijazne trgovine. Za tak vtis,

katerega učinek je povečanje prodaje, je med drugim potrebno posvetiti posebno pozornost:

- izgledu prodajalne,
- pozicioniranju izdelkov in oglaševanju v prodajalni,
- usposobljenosti prodajnega osebja.

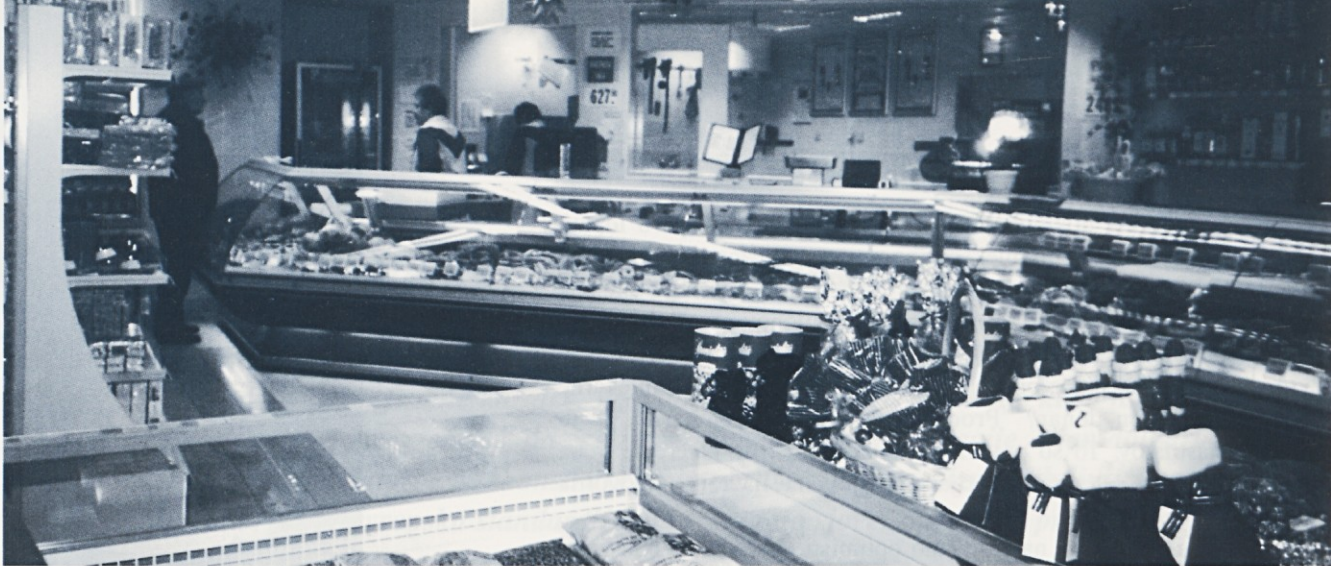
### Pomen izgleda prodajalne

Trgovino si kupec najlažje zapomni po imenu in izgledu. Če je ime prijetno in gre v uho in se morda celo navezuje na značaj in vrsto prodajalne, je storjen prvi pomemben korak. Temu sledi izgled, ki naredi na kupca prvi in najpomembnejši vtis. Kupec vzame pod drobnogled stene in blagajniške pulte, police in stojala, čistočo delikatesnih in

*"Leto 1997 se izteka. Približuje se novo, polno osebnih in delovnih izzivov, preizkušenj... Potrudimo se, da v vse vtikemo potrpljenje, medsebojno razumevanje, spoštovanje, mir.*

*Naši Oljarici gre zaenkrat vse kot po olju. Za doseženo najboljšo kakovost olja blagovne znamke Cekin gre zahvala prav vsem zaposlenim in vodstvu, ki spodbuja ustvarjalnost in razvoj.*

*Vsem sodelavkam in sodelavcem v Oljarici in celotnem Mercatorju, njihovim družinam želim zdravja in sreče. Želim, da bi se vsi znali veseliti drobnih trenutkov sreče.*



hladilnih vitrin ter izložbenih oken. Pomembni dejavniki, ki sooblikujejo kupčevo navezanost na določeno prodajalno, so med drugim tudi primerna razsvetljenost, barvitost ter zračnost prodajalne, glasba, prijeten vonj, opremljenost prodajalne z notranjo opremo, denimo z regali, prodajnimi pultji ter njihova primerna prostorska razporeditev po oddelkih. Moderna oprema pozitivno vpliva na kupčev odnos do prodajalne. Izjema so lahko starejše populacijske skupine, ki težje sprejemajo "modernost".

K prijetnemu izgledu prodajalne prispevajo svoje tudi smiselna razporeditev in označitev oddelkov, prijetno nakupovalno vzdušje, ki ga ustvarjajo urejeno, prijazno in ustrežljivo prodajno osebje, opremljenost prodajalne s sodobnimi blagajnami, ki omogočajo hito in učinkovito poslovanje s čeki in plačilnimi karticami, čistoča in urejenost prostora, pestra ponudba blaga, preglednost nad izdelki, prav postavljene in lične oznake za nove oziroma akcijske izdelke, preglednost nad cenami izdelkov (regalni kartončki). Prav tako je potrebno poskrbeti za primerno dekoriranje notranjosti (npr. oddelka žitnih izdelkov, oddelka vin,

izložbenih oken) kot tudi zunanosti prodajalne (npr. udarni svetlobni napisi z logotipom prodajalne, reklamni panoji, reklamne poslikave sten), kar ustvarja pri ljudeh pozitiven odnos in njihovo poistovetenje s prodajalno, in nenazadnje pa prispeva k lepšemu videzu prodajalne. V tujini se dekoriranju prodajalne posveča velika pozornost. Prodajalne imajo zaposlene izšolane aranžerje, ki skrbijo za vsakodnevni izgled prodajalne. Zavedajo se, da domačnost in toplina okolja ter izvirna in domiselna predstavitev blaga, privablja kupce. Pri tem uporabljajo veliko lesa in drugih dekoracijskih elementov (motivi iz preteklosti naroda) z namenom da spodbudijo kupčevo čustva in ga pripravijo za nakup.

Ne smemo pozabiti, da so kupcu vseh tudi drobne pozornosti, denimo lične vizitke prodajalne, baloni ali vrečke z logotipom oziroma poslikavo, ki sovpada s tržno strategijo prodajalne ali celega podjetja, recepti priloženi posameznim izdelkom, košarica bonbončkov za otroke, našemljeni ali nališpani prodajalci ob za to primernih priložnostih ali celo najete osebe, ki oblečene v like otroških junakov pri-

vablajo otroke in z njimi njihove starše - potencialne kupce.

Pravilna kombinacija zgoraj naštetega tako ustvarja vzdušje, ki sooblikuje kupčevo navezanost na prodajalno, hkrati pa ustvarja podobo prodajalne, ki privablja kupce.

Glede na povedano bi lahko dejali, da mora vsak trgovec stremeti k sistematično in pregledno urejeni prodajalni, v kateri se prepletajo preprostost, privlačnost, moderno, estetika in funkcionalnost. "Lay-out" prodajalne mora v največji meri zadostiti funkcionalnim kriterijem, hkrati pa mora njen notranji in zunanji izgled sovpadati s tržnim konceptom celostne podobe in biti tržno sprejemljiv. V kolikšni meri smo v tem uspeli v Mercatorju oziroma v njegovih prenovljenih trgovinah, nam bo povedal obisk kupcev. Velja pa, da mu moramo tudi z izgledom dokazati, da smo njegov najboljši sosed.

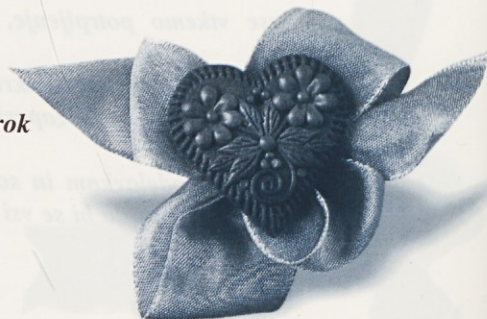
(Prihodnjič: Strategija pozicioniranja in oglaševanja v prodajalni)

Primož Godler

## Misli in voščila Mercatorjevih nagrajencev

*Več medsebojnega zaupanja, več strpnosti, več optimizma in vedrine je porok za boljše delo, večji uspeh.*

*Cveto Zupančič, kmet Mercator-Kmetijska zadruga Stična*



## RADI DELAMO, PRISLUHNITI BI NAM KAZALO

*Metod Brodnik je začel in kot kaže, bo tudi končal svojo delovno dobo v Mercatorju. Skupaj je četrto stoletja zvest trgovini, Mercatorjevi trgovini. Za njim je dolgoleten poslovodski staž. Mnogi, predvsem v ljubljanskem delu Mercatorja, ga poznajo kot specialista "inštruktorja" za urejanje delikatesnih prodajnih linij.*

Gospod **Metod Brodnik** je postal poslovodja kot mladenič, danes je v najboljših letih, pravijo. Začel je na ljubljanski Bonifaciji v sedanjem PC Dolomiti, nadaljeval v delikatesni trgovini v Trnovskem pristanu in trenutno je poslovodja prenovljene 550 kv. metrov velike samopostrežbe na Rakovniku pri Ljubljani. Kjerkoli pride za poslovodsko delo, so spremembe očitne. "Vsaka slaba trgovina lahko postane odlična trgovina", je njegovo prepričanje. Rojen trgovec, pravi, da tudi nič drugega ne bi hotel biti.

Z gospodom Brodnikom sva se pogovarjala v poslovodski pisarnici, kjer je komaj prostora zanj, njegovo namestnico in računalnik. Pogovarjala sva se o podobi dobre trgovine.

"Na prvem mestu so ljudje. Brez njih trgovine - ne dobre, ne slabe, ni. In ker se pogovarjava o Mercatorjevi trgovini, moram reči, da je Mercatorjeva prednost, ki jo še ima pred konkurenti, v ljudeh, v množici prodajalcev in poslovodij, vzgojenih v duhu pripadnosti podjetju in vdanosti kupcu. Svoje zadovoljstvo z Mercatorjem še

znamo prenašati na kupce, biti z njimi prijazni in domačni kot se za najboljšega soseda šika. Menim, da je geslo "Mercator, najboljši sosed" vzeto iz resničnih okolij in prakse. Velja ga spoštovati in negovati, utrjevati in nadgraditi z več znanja. V ljudeh ima Mercator ogromen kapital, ki se bo počasi izgubljal, če ne bo deležen potrebne in zaslužene pozornosti.

Danes mora biti prodajalec strokovnjak v malem. Poznati mora izdelke, vsak dan jih je več in z različnih koncev sveta. Le če izdelke pozna, jih lahko prodaja. Sodeloval sem pri mnogih projektih urejanja trgovin in spoznal, da je prav tu storjenega najmanj. Trgovine so lahko lepe, moderne in urejene, toda tudi prodajalci morajo znati prav ravnati z izdelki in biti njihov skrbnik. Za to vlogo pa potrebujejo znanje."

"Sprrašuješ me, zaradi česa trgovine, ki sem jih ali jo vodim, slovijo kot dobre Mercatorjeve trgovine? Vse, kar sem dosegel ali dosežem, dosežem z ekipo, s katero delam. Sodelavci mi prisluhnejo, kot tudi jaz prisluhnem njim. Pri delu imam proste roke za

uveljavitve svojega entuziazma. Vse, kar sem videl na strokovnih ekskurzijah doma in v tujini, sem skrbno beležil s fotografskim aparatom. Posnemam vse, kar se mi zdi dobro, praktično, lepo, novo in uporabno tudi na naših tleh. Tega ti ne da nobena šola. Vedno izhajam iz tega, da ljudje radi delajo, da so željni uspehov. Poslovodja je tisti, od katerega je odvisno, kako bo delo prav razporedil in komu ga bo zaupal, da delo dobro opravljeno. Biti mora organizator dela in toliko psihologa, da ugotovi, kdo je za posamezno delo najprimernejši glede na sposobnosti. Ves trud je zaman, če delo odrediš človeku, za katerega vnaprej veš, da ga ne bo sposoben opraviti ali pa ga bo opravljal z nejevoljo. Za organizacijo dela imam odličnega



**Metod Brodnik**  
poslovodja  
samopostrežbe  
na Rakovniku

*"V dneh pred novim letom in božičnimi prazniki se z mislimi pogosto vračamo v pretečeni čas. To je čas, ko nehote podoživljamo lepe in manj lepe trenutke tega časa. Da bi bil čas, ki prihaja, čim manj zaznamovan s slednjimi predvsem v delovnih okoljih, je potrebna več medsebojnega zaupanja, več strpnosti. Več optimizma in vedrine je porok za boljše delo, večji uspeh.*

*Zato bi v prihajajočem letu 1998 želel vsem sodelavcem v Mercator-KZ Stična in v Poslovnem sistemu Mercator čim več uspehov, zadovoljstva, medsebojnega razumevanja, lepih in srečnih trenutkov. "*

pomočnika - POS sistem. Avgusta letos sem se prvič srečal s tovrstnim spremljanjem poslovanja. Bal sem se ga, danes pa bi bil brez tega pomočnika nekoliko šepast. Opozarja me na časovne konice, ki jim prilagam "kadrovske okrepitve", na dobro in slabo idoče izdelke, na zaloge, na promet, skratka na vse, kar je treba v trgovini pravočasno dopolniti, zamenjati, izvreči. Ta opozorila bi sicer s papirčki krasila moj delovni prostorček."

Gospod Brodnik se je ob vprašanju glede izbire izdelkov malo zamislil. Kot, da se pred odgovorom sprehaja med policami in razmišlja, česa v trgovini manjka, česa je preveč.

"Tudi izbira blaga "dela" dobro trgovino. Ponudba mora ustrezati najmanj dvema kriterijema: okolju, v katerem trgovina je in v tem okolju konkurenčnih cenah. Pomembno je, kako so izdelki razporejeni na policah. Razmetani na polici niso prav nič vabljivi, ali pa zloženi tako, da jih kupec komaj razpozna ali celo težko doseže. S prazne police ne boš ničesar prodal. Taka polica je znamenje slabega vodenja trgovine."

V rakovniški samopostrežbi je na papirju zaposlenih 16 delavcev, kar je pravnje število. Toda, ko odšteješ dopuste, bolniške staleže ali druge upravičene odsotnosti z dela, se izkaže, da gre za 13 delavcev. "Na delo morajo priti ljudje spočiti in s čim manj osebnih tegob ali tegob, ki bi izvirale iz neprijaznega delovnega okolja. Poglejte - velika večina zaposlenih so ženske, so žene, mamice, družinski stebri. In kako naj v trgovini dajo vse od sebe, se ljubeznivo smehljajo, če ne vedo, kdaj se delovnik konča, če ne vedo, ali bodo pravočasno prišle do vrtca, šole, otroškega zdravnika..."



"Ljudi v živilski trgovini na splošno manjka. Kako jih stimulirati? Prav gotovo je plača velik stimulans. Za sedanjí plačni sistem lahko rečem, da ni prav stimulativen, čeprav smo si od njega veliko obetali. Naša trgovina je v okolju z ostro konkurenc. Imamo odprto tudi ob nedeljah. Za delo štirih nedelj, povprečno 6 ur na nedeljo, znaša mesečna stimulacija moje namestnice 3.137 tolarjev. Plačni sistem bi moral biti drugače urejen, objektiviziran do te mere, da bi se v plači odrazili tako pozitivni kot negativni elementi poslovanja, tako kolektivna kot individualna prizadevnost. Sicer pa mislim, da delovni vzgib dajejo dobri zgledi, medsebojna strpnost in dobrovoljnost ljudi, ki delajo skupaj."

"Kaj pričakujem od Mercatorja? Da se ne bo še bolj zbirokratiziral. Da kupcev in nas ne bo več trafil tudi s petimi cenami za isti izdelek. Da bo kot največji trgovec zahteval pametno ureditev delovnega časa. Zaupanje v Mercator se bo gotovo okrepilo, če bodo na pravih mestih pravi ljudje, ki bodo prisluhnili problemom in vprašanjem, ki prihajajo od spodaj navzgor in jih znali hitro ter učinkovito rešiti."

Za dobro delo v trgovini potrebujemo popolne informacije tako od vrha kot tudi vrh potrebuje informacije od spodaj. Povezati te informacije v hitre in poslovno učinkovite ukrepe, se mi zdi najpomembnejše. Po drugi strani pa mislim, da mora Mercator kot največje slovensko trgovsko podjetje storiti nekaj za afirmacijo trgovskega poklica. Imamo ogromen potencial v mladih, ki pa ga premalo izkoristimo v svoj prid. Morali bi imeti službo, ki bi se posebej ukvarjala že z učenci v šolah, s pripravniki in jim skozi sistem šolanja omogočila spoznavanje Mercatorja in jih vzgajala v pripadnosti trgovcu moje dežele, jih seznanjala z možnostmi napredovanja in kariere. Seznanjati bi jih morali z delovnimi procesi - od procesov v skladišču do izdelka na trgovski polici. Šele ko bodo mladi spoznali, kje se začne delovni proces v trgovini, ne bodo s suhim "nimamo" odpravili stranke. Znali bodo vprašati in poskrbeti, da se bo izdelek znašel na polici. To so drobnarije, ki pa, če jih seštejemo, skupaj lahko temeljito izboljšajo podobo najboljšega soseda."

## Misli in voščila Mercatorjevih nagrajencev

*Zadovoljen kupec je tudi naše zadovoljstvo. In v obojestranskem zadovoljstvu je ključ do uspeha. Ta ključ imejmo trgovci vselej v mislih in dejanjih.*

*Dragica Čuček, poslovodkinja trgovine Rimska peč, Ptuj, Mercator SVS*



## ZAPOVEDI ZA DOBRO TRGOVINO JE VEČ KOT BOŽJIH

*V preteklih letih je bil fužinski primarni center kar nekajkrat izbran za najboljšo ljubljansko trgovino z živili. Od otvoritve pred nekaj manj kot devetimi leti pa do danes, ni spremenil svojega izgleda. Po lovorikah ne sega več, toda sloves dobre trgovine je med kupci trdno zasidran. Ni problem začeti kot dober, trdo delo je potrebno, da sloves obdržiš.*

Bila je še čisto trda tema, ko sem malo čez šesto uro zjutraj vstopila v največjo Mercatorjevo samopostrežbo v Ljubljani - v primarni center na Fužinah v PC Golovec. Dišalo je po sveži kavi in pogovor dopoldanske izmene je žuborel o preteklem in današnjem dnevu. Bil je tistih prvih deset minut po prihodu na delo, ko se ustvari vzdušje za naporen, vendar s prijaznostjo začeti delovni dan.

Gospa **Darinka Rot** je poslovodkinja že od odprtja trgovine, ki je bila ljubljanski boom pred skoraj devetimi leti. 24 parov marljivih rok - skoraj vsa ta leta istih, skrbi za 1.100 kv. metrov, za metre in metre prodajnih polic, skrbi, da se okoli 7.000 izdelkov urejeno ponuja kupcem, da se večtonski tovarnjaki spraznijo...

"Prva zapoved dobre trgovine so ljudje, potem pa se nadaljujejo: dobra založenost, bogata izbira izdelkov, primernih prodajni sezoni ali pa modnemu trenutku, urejenost prodajnih polic, preglednost ponudbe, komodnost nakupovanja, siceršnja snažnost prostora in ljudi, izpostavljenost prodajnih

linij s svežimi izdelki kot so meso in delikatesa, kruh, sadje in zelenjava, mleko..., medsebojno zaupanje in pomoč, cela vrsta zapovedi je," je nizala gospa Darinka, medtem ko so sodelavke že hitele k "svojim" policam, k hladilnim vitrinam, pomarančam ... in ko je iz ozadja po celi trgovini že dišalo po svežih, hrustljavih žemljah grosupeljskih pekov.

"Trgovina je odraz tega, kako poslovodja spoštuje zapovedi in kako njihovo spoštovanje zahteva tudi od sodelavcev. Pri tem je pomembno, da se sodelavci poslovodje ne bojijo, temveč da mu zaupajo, da jim je zgled in da jim poslovodja lahko zaupa, da bo trgovina "tik-tak", čeprav ga nekaj dni ne bo. Poslovodja mora sodelavcem naložiti delo, za katerega je prepričan, da ga bo vsak posameznik dobro opravil. Torej ne k delikatesni liniji postaviti nekoga, ki ga to delo prav nič ne veseli ali pa, ki nima pravnobnega smisla za privlačno ureditev prodajne vitrine, za poslušanje želja stranke in ne nazadnje, če so mu lepe manire bolj ali manj tuje. Poslovodjevo mesto je v trgovini, med polica-

mi, med kupci in sodelavci. Tako mimogrede zazna, ali je delo dobro opravljeno, česa kupci pogrešajo, kje je treba kupcu pomagati pri odločitvi. Preprosto: poslovodja mora biti vedri, vsevidni čuječ duh trgovine. Tega se sodelavci navzamejo, včasih pa je le treba tudi z določeno mero strogosti - jaz to opraviš na štiri oči, koga malo trše prijeti."

"Trgovina mora biti čista, prodajalci in prodajalke urejeni. K dobri trgovini sodijo nasmeh, pozdrav, znanje o tem, kar prodajaš. Žal je slednjega najmanj. Pa za to nismo krivi prodajalci. Del tega znanja bi nam morali posredovati proizvajalci in številni uvozniki ob promocijah izdelkov. Če ne veš, kaj prodajaš, tudi stranki ne



**Darinka Rot,**  
poslovodkinja v  
Primarnem centru  
na Fužinah

*"Štejem si v čast in veselje, da vam kot Mercatorjeva nagrajenka namenim nekaj besed. Vsem, ki ste soustvarjali to moje največje osebno priznanje - Mercatorjevo nagrado, se zahvaljujem. V prvi vrsti je nagrada priznanje mojim neposrednim sodelavkam in sodelavcem. Vodi nas skupna misel: zadovoljen kupec je tudi naše zadovoljstvo. In v obojestranskem zadovoljstvu je ključ do uspeha. Ta ključ imejmo trgovci vselej v mislih in dejanjih.*

*Prav vsem v Mercatorju - od tistih, ki delajo v trgovini, gostinstvu, pri strojih, na poljih in v pisarnah, želim osebne sreče, delovnega zadovoljstva, zdravja v letu 1998. Na zdravje!"*



vzbudiš pretirane želje po nakupu neznanega. Prazna polica ali slabo založena polica je znamenje, da trgovca kupci bolj malo zanimajo. Sem sodijo tudi odgovori "nimamo", "ne vem", izogibanje neposrednemu pogovoru s kupcem, zasebno pogovarjanje pred kupci, kričanje čez celo trgovino... Kupec mora imeti občutek, da si je trgovec vzel čas zanj, za njegove želje in pričakovanja, pa tudi za "jamranje", če tako nanese. Biti zaposlen v trgovini ni lahko. Biti zraven še dober, najboljši in celo odličen, pa je najbrž že posebne sorte umetelnost, ki zraste iz ljubezni do tega poklica. Ste kdaj pomislili, koliko tisočev kilogramov je treba zložiti s tovrnjakov na police, koliko jih je treba preložiti pri blagajnah?"

"Sicer pa komaj čakam, da bo naša trgovina preurejena. Prihodnje leto bomo menda na vrsti. Želim, da bi se znebili nepotrebnih "prodajnih kotičkov" s slabše prodajanimi izdelki,

prostor pa namenili "udarni" ponudbi, povečani izbiri živilskih izdelkov in tistim drobnarijam, brez katerih trgovina naselju kot so Fužine, ne more. Z naših polic morajo izginiti izdelki, ki jih prodaja naša bližnja specializirana konkurenca. Mislim na neživilske izdelke, čeprav mora nekaj tega, kar se dnevno potrebuje v gospodinjstvu, ostati. Naša trgovina še nima POS sistema, hladilna tehnika komaj zadošča... modernizacijo poslovanja z veseljem pričakujem."

"Kaj me v Mercatorju najbolj žuli? To, da se konkurenca marsikje hitreje obrača in prilagaja kupcem tako s cenami kot z blagom. V Mercatorju bi morali zgraditi sistem konkurenčnih cen določenih izdelkov, ki pa morajo biti v Mercatorju zanesljivo in dalj časa občutno nižje kot pri okoliških konkurentih. Pri tem pa ne smemo pasti na izpitu iz kakovosti. Obenem bi morali ljudem, ki dobro delajo to priznati tudi skozi debelejšo denarnico. Okoliščine so pač take, da je denar osrednji motiv. Urejen in stalen delovni čas je v trgovini težko zagotoviti, veliko je dela preko polnega delovnega časa, ki ni plačano. Pogrešam sistematično delo z mladimi. Meni je prav delo z njimi v izredno veselje. Ko mladega, komaj šolsko pečnega trgovca vzgajam in oblikujem v pravega trgovca, ko ga vpeljujem v prijetne in neprijetne strani poklica in vidim, da mu postaja poklic veselje, da mu leze pod kožo, sem tudi sama nadvse zadovoljna. Šolo bi morali v celotnem Mercatorju nadgraditi tako, da bi ti naši "otroci" vedeli, da so v službi pri Mercatorju moje dežele, da jim je ta pripravljen nekaj dati, da



je pripravljen vanje investirati in da od njih pričakuje jutrišnjo generacijo poslovodij, dobrih prodajalcev in najboljših sosedov. Mladi niso izkušeni, imajo pa sveže možgane in ideje, le prav jih je treba spodbuditi." "Začela sem v podeželski trgovini, kjer se delo in ponudba blaga bistveno razlikujeta od mestne trgovine. Vendar vse zapovedi, ki sem vam jih povedala, veljajo za obe vrsti trgovin. In če bi se jih držali prav vsi v Mercatorju, če bi se tudi "zgoraj" kdaj spustili do nas "spodaj" in poslušali naša mnenja in pobude ter pametne upoštevali, verjemite, da zmoremo potegniti voz Mercatorjeve trgovine krepko navzgor. Jasno moramo poznati cilje in vedeti, kaj bomo od njihove uresničitve imeli."

## Misli in voščila Mercatorjevih nagrajencev

*Mercator naj bo še večja trgovsko - proizvodna hiša, v kateri vladajo dobri odnosi med vodstvom, delavci in lastniki ter korektni odnosi s poslovnimi partnerji.*

*Martin Andrejčič, poslovodja skladišča v PC Grosist, Mercator-Dolenjska.*





## TU SO DURI VEDNO NASTEŽAJ ODPRTE

*V družbi Mercator-Dolenjska so v letošnjem letu v posodobitve in gradnjo novih trgovin vložili okoli 4 mio DEM. Poleg trgovine v Gotni vasi in Dolenjskih Toplicah, se prenavljata tudi trgovini v Dolenji Nemški vasi in v Dobrniču.*

### Gotna vas

Gotna vas je že kar dolgo časa mestni predel Novega mesta, pa kar dolgo brez prave in sodobne trgovine. In še tista, ki je bila, je 22. septembra zaprla vrata zato, da jih je prenovljena in bleščeča spet odprla 26. novembra 1997.

V dobrih treh mesecih je na temelju stare trgovine zrasla povsem prenovljena 400 m<sup>2</sup> velika samopostrežba. Iz trgovine diši po sveže pečenem kruhu in pecivu, velika je izbira zamrznjenih živil in delikatesnih izdelkov. S svežim sadjem in zelenjavo si kupci lahko postrežejo sami.

Družbo Mercator-Dolenjska je trgovina veljala 1,3 milijona DEM. Načrte zanjo so pripravili v Mercator-Optimi, gradbena in obrtniška dela pa sta opravili podjetji Begrad iz Črnomlja in Unitehna iz Trebnjega.

**Poslovodkinja Greta Šinkovec** je dobila ključe nove trgovine iz rok direktorice profitnega centa Standard-Detajl Ljubice Murn. Sicer pa so številne zbrane kupce razveselili mladi člani novomeške folklorne skupine Kres in pevci iz Šmihela. Kupci so bili deležni mnogih presenečenj - nagrad. Ves mesec pa bodo kupci lahko oddajali

nagradne kupone in konec decembra bo žrebanje, srečnike čaka kup lepih nagrad.

V družbi Mercator-Dolenjska so v letošnjem letu v posodobitve in gradnjo novih trgovin vložili okoli 4 mio

DEM. Poleg trgovine v Gotni vasi in Dolenjskih Toplicah, se prenavljata tudi trgovini v Dolenji Nemški vasi in v Dobrniču.

Ljuba Sukovič



**Poslovodkinja Greta Šinkovec s sodelavci. Levo: novomeški župan Franci Koncilja.**

*"Dober trgovec ali dober poslovodja poskrbi, da so v kolektivu dobri medsebojni odnosi, da vsak odgovorno opravlja svoje delo in da se vsak zaveda, da je njegovo delo sestavni del dela celotnega kolektiva. Za moje neposredne sodelavce to velja. Sicer pa so zame vrednote trgovskega poklica: prijaznost, poštenost in korektnost do strank. Tega se pri delu držim in Mercatorjeva nagrada je dodaten izziv, motivacija, da skupaj s sodelavci postanemo še boljši in samozavestnejši.*

*V prihodnosti bi želel, da bi Mercator postal še večja trgovsko - proizvodna hiša, v kateri bi bili vladali dobri odnosi med vodstvom, delavci in lastniki ter korektni odnosi s poslovnimi partnerji.*

*Sodelavkam in sodelavcem in vsem zaposlenim v Mercatorju želim vesele Božične praznike, v prihajajočem letu 1998 pa obilo sreče in poslovnih uspehov."*

## Dolenjske Toplice

Dolenjske Toplice so zdraviliško turističen kraj, ki do sedaj ni imel sodobne samopostrežbe. Središče kraja je praktično zaprto za promet z motornimi vozili. Zgrajena pa je obvoznica, ob kateri je družba Mercator-Dolenjska v pičlih treh mesecih in pol postavila novo trgovino, ki so jo odprli 14. novembra 1997.

Nova trgovina je družbo stala nekaj več kot 1,5 milijona DEM. Del sredstev za naložbo je družba zagotovila sama, del pa iz posojilnih sredstev Evropske banke za obnovo in razvoj. Skupne površine nove trgovine znašajo približno 450 m<sup>2</sup>, od tega na prodajno površino odpade 250 m<sup>2</sup>, na skladišča, hladilnice in poslovne prostore 70 m<sup>2</sup> in 60 m<sup>2</sup> je namenjeno okrepčevalnici.

Po projektih in nadzorom Mercator-Optime iz Ljubljane je vsa gradbena dela opravila Unitehna iz Trebnjega s svojimi kooperanti. Za računalniško podprto spremljanje poslovanja je poskrbel Mikropis iz Žalca.

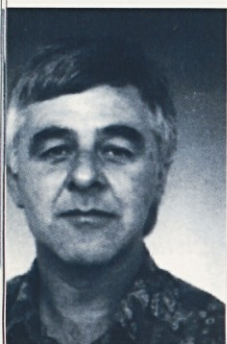
Prednosti nove samopostrežbe sta predvsem velik parkirni prostor in enostaven dostop z magistralne ceste. Trgovina je namenjena večjim nakupom prebivalcev širše okolice Dolenjskih Toplic. V njej je moč dobiti preko 4000 izdelkov za dnevno oskrbo, veliko izbiro zamrznjenih živil, delicatess in svežega mesa. Kupci si lahko sami izberejo sveže sadje in zelenjavo. V trgovini pečejo kruh in pecivo.

Mercatorjeva trgovina v Dolenjskih Toplicah sodi med večje trgovine, v njej je zaposlenih 8 delavcev.

Ob otvoritvi, ki so se jo udeležili številni kupci, poslovni partnerji, pa tudi predsednik Mercatorjeve uprave Zoran Jankovič in novomeški župan Franci Koncilja, so pripravili kar majhno družabno prireditev. Vidno zadovoljen novomeški župan je **poslovodkinji Vilmi Poglavec** izročil ključe.

"Videl boš, da so tu duri vedno nastežaj odprte in tudi najhujši mraz izbam toplote ne vzame. Med temi griči živijo topli ljudje in sleherni med njimi ima svojo zvezdo na nebu", je zapisal o Dolenjski in njenih prebivalcih dolenjski umetnik Toni Vovko. Takšni smo in bomo tudi v prihodnje vsi, ki delamo pod streho družbe Mercator-Dolenjska.

Ljuba Sukovič



## Misli in voščila Mercatorjevih nagrajencev

*Potrudimo se, da bomo pri vsem, kar bomo počeli spoštovali sodelavce, da si bomo v okviru svojih sposobnosti in zmožnosti čim več dajali.*

*Alojz Androjna, poslovodja Mercator-PC Sevnica*



## OŽIVLJENI IDRIJSKA BLAGOVNICA IN ŽELEZNINA

V idrijski blagovnici je poleg pritličja ponovno urejena njena tretja etaža. V njej kraljujeta pohištveni salon in oddelki z majhnimi gospodinjstskimi stroji, posodo, svetili, steklom, akustičnimi, video aparati in drugimi pri hiši potrebnimi pripravami in napravami. Ta del blagovnice je bil odprt konec novembra.



V začetku novembra je bila odprta prva prenovljena tehnična trgovina v Mercatorju. Lahko se pohvali z bogato izbiro bele in grelne tehnike, ročnega in strojnega orodja, barv in lakov ter vrsto železninskih izdelkov. In še nekaj je zanimivo: v novi barvni kombinaciji je zaživelo tudi z Mercatorjevo celostno podobo skladno označevanje verige tehničnih trgovin.



*"Bolj ali manj uspešno leto 1997 se bo skoraj izteklo. Če smo v njem kaj zanemarili, izpustili, potrudimo se, da bo tega čim manj v prihodnjem letu. V njem nas čakajo novi izzivi. Potrudimo se, da bomo pri vsem, kar bomo počeli, spoštovali sodelavce, da si bomo v okviru svojih sposobnosti in zmožnosti čim več dajali. Samo tako bomo lahko tudi veliko dobili in izpolnili pričakovanja kupcev in nas samih.*

*V sreči in veselju naj vsi v Mercatorju preživimo praznične dneve. Potem pa za poslovni uspeh skupaj zavijajmo rokave. Srečno!"*

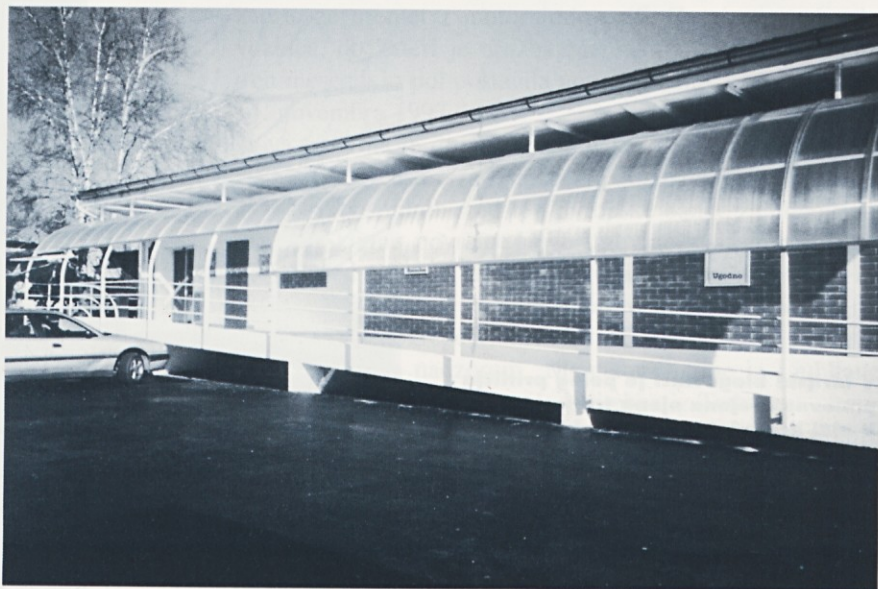


**Samopostrežba  
in diskont v  
Rožni dolini**



**Modiana v  
viškem  
Intersparu**

## MED LJUBLJANSKIMI NOVOSTMI



### *Misli in voščila Mercatorjevih nagrajencev*

*Včasih nam manjka spodbude, da bi v celoti izpolnili poslanstvo najboljšega sosedaja. Zadovoljni in dovolj motivirani sodelavci so pripravljeni delati več in bolje.*

*Ida Dajčman, poslovođkinja samopostrežne trgovine v Lenartu,  
PC Potrošnik, Mercator SVS*



## MED LJUBLJANSKIMI NOVOSTMI



Samopostrežba  
v Jeranovi ulici



Samopostrežba  
v Gregorčičevi uli

*"Mercatorjeva nagrada je priznanje mojim neposrednim sodelavkam in sodelavcem. Zato jo skupaj sprejemamo kot čast in spodbudo. Vodilo, ki ga prenašam na sodelavke in sodelavce, je zadovoljen kupec. Uspeh dosežejo le tisti, ki so skoraj obsedeni s skrbjo za njegovo zadovoljstvo, izpolnitev njegovega zaupanja in pričakovanj.*

*Včasih nam manjka spodbude, da bi v celoti izpolnili poslanstvo najboljšega sosedu. Zadovoljni in dovolj motivirani sodelavci so pripravljeni za boljše rezultate delati več in bolje. Naloga nas poslovodij in vodilnih struktur družbe pa je, da tudi z osebnimi zgledi "potegnemo" in skupaj s sodelavci uresničimo načrtovane rezultate ali pa jih celo presežemo.*

*Če bomo zdravi in srečni v našem delovnem in domačem okolju, bomo zmogli tudi vse težave prihajajočega leta. Zato - trdno zdravje in vedrina naj vladata v letu 1998 vsem v Mercatorju."*

## PARADIŽ JUŽNE KITAJSKE

*Med zašiljenimi apnenčastimi stožci se podijo oblaki, ob njihovem vznožju leni reki in neskončna riževa polja. Z Mesečeve gore prava podoba raja.*

Mestece Guilin naju je pričakalo v rahlem dežju in vrvežu tisočerih, ki so hiteli po vsakodnevnih opravkih. Pozno poletne temperature so bile prav prijetne, saj naju je malo pred tem treslo v mrazu in snegu.

Guilin že od nekdaj privablja številne obiskovalce. Območje province Guangxi sodi med najprivlačnejše romarske kraje. Sem se stekajo množice popotnikov, željnih nepozabnih doživetij in lepot neokrnjene narave. Prav očarljiv Guilin ni, zato sva se s sopotnikom Domnom, tako kot stori večina romarjev k lepotam kitajskega kraškega sveta, takoj izognila direndaju ter jo s prvim avtobusom popihala proti jugu, proti pravljicnemu Yangshuou. Po dobri uri vožnje v značilnem kitajskem slogu "na eni nogi", sva prispela v srce kitajskega paradiža.

Slikovito mestece ob reki Li pod številnimi v nebo zašiljenimi apnenčastimi vrhovi, naju je pozdravilo obsijano z večerno zarjo. V škrlatne barve odete meglice so kot drobne ovčice poplesavale okoli vrhov in krajinskemu tihožitju dajale mistični pridih. Lepota, ki je jemala dih. Težak vlažen zrak nama je napolnil pljuča.

### Mesečeva gora

Prijazno žvrgolenje ptic nama je zjutraj nevsiljivo odprlo oči. Obetal se je lep sončen dan in niti trenutka nisva želela zamuditi. Okoliški vrhovi porasli s subtropskim rastjem, obdani z nižinskim svetom porečja reke Li, so vabili k svojim čarom. Sposodila sva si kolesi. A glej ga zlomka! Že za prvim, ovinkom je strgana veriga odnesla nekaj prešernega razpoloženja. Za malo denarja malo muzike. Izposojevalec mi je precej nejevoljno zamenjal kolo.

"Poglej, to mora biti najina gora", se nenadoma zadere Do-

men. Ob vznožju se ustaviva in nemo zreva v apnenčasti stožec - Mesečevo goro (Moon Hill). V sredini stožca je luknja v obliki meseca (od tod gori tudi ime), ki so jo sonce, veter, dež ter ostali dejavniki preperevanja vdolbli v goro. Ogleda vreden naravni fenomen. Nekaj podobnega imamo tudi pri nas doma (Prisojnikovo okno). "Pošklocala" sva film, se povzpela na vrh. Kakšna nagrada za vzpon! Prečudovit razgled na bližnjo in daljno okolico. Špičasti vrhovi stožcev posejani daleč naokoli, ob njihovem vznožju neskončna riževa polja, med njimi leno vijugata reki Jingbao in Li. V vodi odsev oblakov, stožcev, bambusa, ki obrašča reki. Podoba pravljicnega, sanjskega sveta. Čisto tiho, skoraj uročeno strmiva. S pogledom spremljava zdaj vodni trak, zdaj oblake, ki se pripenjajo na vrhove. Podobne, ki božajo dušo.

### Kraške jame

Ustavila sva se pri kraških jamah "Črna Bude" (Black Buddha Caves), kjer so naju številni vsiljivi "turistični vodiči" vlekli za rokav, da bi z njimi delila "prečudoviti" svet podzemnih kraških jam. Slaba predstava!

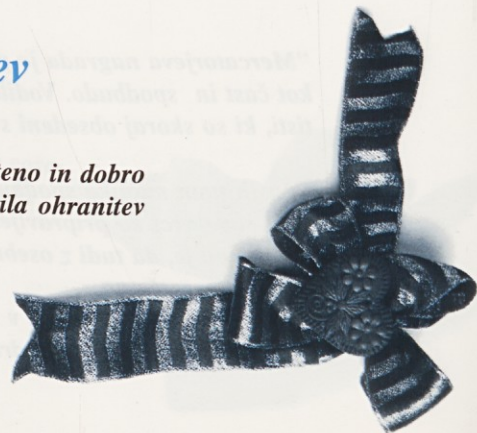
K nama stopi droben deček in naju na otroško prisrčen način povabi na obisk "njegove" jame. "Ogled blezplacen. Placas, ce zadovolen od ogleda, pol das juan ali kolk hoces." Povabilo sva sprejela iz čustvenih razlogov, saj se nama je deček dvanajstih let, utrujenega obraza in v razcapanih oblačilih, zasmilil. Na fantičkovem obrazku je bilo zarisano toliko trpkega in grenkega, da ga enostavno nisva mogla prezreti.

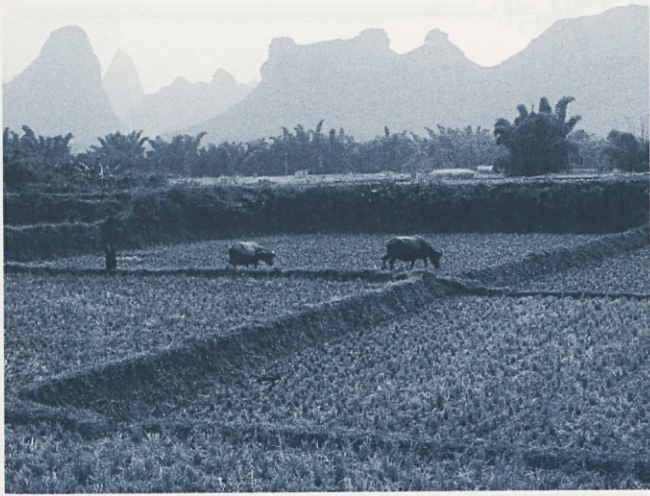
Vas ob vznožju ne preveč visokega skalnatega grebena. "To moja vas", pravi Li Yuang v prisrčno polomljeni angleščini. "Takoj za hisami gles v mojo jamo. Imenuje se

## Misli in voščila Mercatorjevih nagrajencev

*Pričakujem, da bo zagotovljen razvoj in ne zgolj preživetje vseh, ki pošteno in dobro delajo, da bo na področju kmetijstva zavladata politika, ki bo zagotovila ohranitev in razvoj slovenskega podeželja.*

*Anton Kokelj, kmet Mercator-KGZ Sora, Žiri*





**Pogled z Mesečeve gore**



**Li Yuangov dom**

"New Water Cave", nadaljuje in nama pokaže z roko smer, v katero moramo. Kolesa pustimo pri dečkovem stricu in nadaljujemo peš. Zadihani prispemo do vhoda od koder je pogled na Li Yuangovo vasico - nekaj iz gline in trstičja zgrajenih hišk, obdanih z riževimi polji. Iz torbice deček potegne svetilko, odškrne lesena vrata in izlet v neznano se začne.

"Le nic bati", je dejal mali vodič ponekaj metrih. "Sem plehodil ze tisočklat in jo poznam kakol svoj zep." Instiktivno sva mu zaupala in sledila. Edino svetlobo v jami je dajala svetilka. Sence naših postav so učinkovale grozeče in strašljivo.

Rahlo smo se spuščali. Glinasta tla so se spremenila v peščena, stene so postale apnenčaste. Vendar je bilo nam tako znanih stalagnitov in stalagtitov hudičevo malo. Veliko je bilo odlomljenih ali pobarvanih. Jamo so odkrili domačini in zato je njihova last. Li Yuang kot "vodič" pooseblja vas in zato je to "njegova jama". Po lestvah iz vrvi smo se spuščali v globino. Postajalo je vse bolj toplo. Vodne kaplje so polzele po stenah, s stropa je curljalo. Tla so bila razmočena in spolzka. Dobro se je bilo treba oprijemati sten, sicer bi mimogrede zdrsnil v neznano. Pred iztekom jame nas je čakalo prijetno presenečenje - ljubko podzemno jezerce in na njem grobo stesan splav. Zaveslala sva. Voda je bila topla, veliko toplejša kot v naših jamah. Ni bilo treba dvakrat reči, že sva zaplavala. Božanski občutek. Kaj takega nisem počel še nikoli. Mali Li Yuang se je najinemu otročjemu obnašanju le smejal.

### **Pri Kitajčku doma**

Še preden sva se Li Yuangu zahvalila in ga pošteno nagradila za njegov trud, naju je povabil na svoj dom. V nekaj urah smo postali prijatelji in kar nismo se mogli ločiti.

Dom, v katerem Li Yuang živi s starši, babico in bratoma, je borna hiška. Osrednji prostor je kuhinja z ognjiščem. Tla so glinena, le v Li Yuangovi sobi so položene grobe deske. Preprosto in več kot skromno je vse skupaj, a pristrčno toplo.

Spominska družinska fotografija za slovo. Dolgo sem zrl vanjo, ko sem pisal tale članek. Spomini na malega Li Yuanga in na njegovo vas so oživeli. Spet sem zaslišal njegovo polomljeno, ljubko angleščino. "Pozdlavi doma in povej, da je moja jama les najlepša in da sem dobel vodič." Podoživel sem srečanje s kitajsko družino, njeno gostoljubnost, prijateljsko smehljanje. S popolnima tujcema je delila riž in čaj, vsakodnevno hrano revnih podeželskih Kitajcev. Revščina in garanje na riževih poljih sej zrcalila na vseh obrazih, izžarevali pa so toliko topline in notranje miline, da me je njihova podoba spremljala še dolgo potem, ko sem zapustil Kitajsko.

### **Semanji dan**

Obisk kitajske vasi je zanimiv in priporočljiv ob semanjih dnevih.

Sejmu je ponavadi namenjena glavna vaška ulica, ki je v suhih dnevih prašna, v deževnih pa blatna ozka potka. Bran-

*"Letos sem prejel Mercatorjevo nagrado za uspešno in vsestransko delo ter večletno predsedovanje Mercator-Kmetijsko gozdarski zadrugi Sora v Žireh. Nanjo sem ponosen. Časi, v katerih živimo, niso lahki ne za industrijo, ne za kmetijstvo in tudi ne za trgovino. Konkurenca, s katero se moramo skoraj dnevno spopadati je vse ostrejša, tudi neloyalna. Vendar optimistično gledam v prihodnost tako zadruga kot Mercatorja. Pričakujem, da bo zagotovljen razvoj in ne zgolj preživetje vseh, ki pošteno in dobro delajo, da bo na področju kmetijstva zavlada politika, ki bo zagotovila ohranitev in razvoj slovenskega podeželja.*

*Naj ta prijetni praznični čas prinese radostne trenutke vsem, naj se uresničijo pričakovanja in želje, naj se novo 1998. leto začne in konča v veselju, zadovoljstvu in uspešno."*



**"Restavracija" odprta na semanji dan**



**Delo na riževem polju**

jevke in drugi prodajalci večino blaga pripeljejo na kolesih ali prinesejo na ramenih v posebnih košarah. Nobenih avtomobilov ali kombijev. Mnogi prehodijo tudi 10 in več kilometrov, da bi zaslužili tistih nekaj borih juanov.

Prav žalosten je pogled na izmučene in zgarane obraze ženic in mož, na njihove sključene postave, ki nemo čepijo in upajo, da bo kdo kupil nekaj tistega, kar so pridelali. V očeh in v nasmešku, ki se vsake toliko časa prikrade na njihove obraze, zaznaš povabilo k "biznisu".

Semanj je vsesplošni družabni dogodek, priložnost za snidenje s starimi prijatelji, predvsem pa priložnost za sklenitev dobre kupčije. Tako je bilo tudi v vasici Fuli. Vas je bila eno samo mravljišče, ozke potke pa le s težavo prehodne. Prodajalo se je vse. Od nam neznanega sadja in zelenjave, najrazličnejših začimb in zelišč, mesa in živih živali, do tekstila, lončarskih in lesenih izdelkov domače obrt ter takih in takih kozmetičnih ali zdravilnih zvarkov. Kupiti se je dalo tudi pse in mačke za glavno jed na enem od prihodnjih kosil. Govorice, da Kitajci pojedjo vse kar leze in gre, so resnične. Za naše razmere neokusno.

Vaška mesnica je umazana deska, na kateri sekajo meso, ki je obešeno na vrh ali pa zavito v umazan časopisni papir. Nikjer ne duha ne sluha o hladilnih vitrinah, ki jih

poznajo Mercatorjevi kupci.

Svoje mesto ima tudi vaški zdravnik, ki je hkrati zobozdravnik in psiholog. Za ordinacijo pod milim nebom ima stol, mizo, predpotopni stroj za vrtanje zob, nekaj zdravniškega pribora in umazano belo haljo. Pa koliko dela ima! Še več pa seveda radovednežev, ki brez zadrege skupaj z dohtarjem gledajo v pacientova usta, ocenjujejo zdravje in ugibajo o boleznih. Malo naprej uradujejo frizer, vrač, čevljar.... Videti je tudi preprodajalce cigaret in cenene "prešvercane" krame.

Dobro je poskrbljeno za hrano in pijačo. Številne "vaške gostilne" so kar lesene klopi ob katerih se pred vašimi očmi v kotlih in vokih pripravlja hrana. Mešanice različnih vonjav dražijo nosnice. Kljub vsej umazaniji je hrana presemetljivo okusna. Pa tudi poceni je.

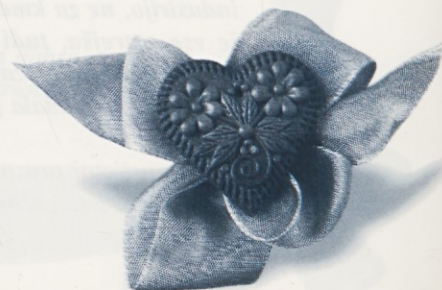
Vzdušje je nadvse živahno. Barantanje, vpitje, celo prerekanje in kakšno zaušnico je moč videti. Ne manjka tudi tatičev. Tujci so seveda najbolj na udaru. Za revnega Kitajca so potujoča banka s slabim varnostnim sistemom.

Primož Godler

## *Misli in voščila Mercatorjevih nagrajencev*

*S spodbujanjem ustvarjalnosti in dobrih medsebojnih odnosov bo tudi nam prodajalcem delo v veselje. Dober prodajalec ima dobrega in zvestega kupca.*

*Franko Parovel, poslovodja skladišča v Luciji, Mercator-Degro*





## TOALETA IN MEHURČKI

Obleka naredi človeka in vse bolj tudi velja, da obleka naredi dogodek. Novoletna noč sama po sebi je lahko samo ena od noči, če jo preživimo doma v pižami ali trenirki, pa četudi sta na mizi steklenica šampanjca in potica. Vse to pa je nekaj povsem drugega, če dočakamo čarobni trenutek novega leta v svečani obleki. Kjerkoli že bomo in s komerkoli že bomo. Končno gre za nas same.

Žamet in pliš sta v ospredju te sezone. Oboje je v kombinaciji streča, ki omogoča, da je svečana obleka naša druga koža (če nam postava to omogoča) ali pa poudari le tisto, kar velja poudariti. Z ruskim ovratnikom, ki objame vrat, z ozkimi dolgimi rokavi in krili, ki ovijejo noge prav do gležnjev in jim le razporek omogoči daljši plesni korak, se odenimo v svetlikajoči pliš črne, temno zelene ali vijolične barve. In bomo elegantne in vabljive hkrati. Bolj neposredno izzivalne pa bodo kratke oblekice v enakem materialu ali tiste, ki mini, midi ali maxi dolžine, razkrijejo tudi dekolte. Ta je seveda lahko ovalen ali v "V", še bolj vabljiv pa je srčkast. In za vse tri variante so možne vse tri globine - mini (ob vratu), midi (le na pol zadržanim) in maxi, ki pokaže skoraj vse.

Tudi svetle barve so lepe za večerne obleke. Seveda so to čipke ali svetlikajoče tkanine. Te so že same po sebi razkošne, zatim jim pritiče enostavnejša kreacija. Zanimive pa so kombinacije čipke in prosojnih tkanin. Lahko so le del obleke (zgornji del bluže ali le rokavi), letos pa so pogosto v obliki kratke kombineže čez dolgo prosojno obleko in ni redko, da gre tudi za kombinacijo dveh zelo različnih barv. Torej, svetle čipke čez temno podlago.

In za tiste, ki se še niso povsem spoprijateljile s svečanimi oblekami, svetujemo enostavno temno daljše krilo in nekoliko svečanejšo blužo. Ali pa hlačni komplet, ki je lahko "običajno" črn ali pa tudi svetlikajoč in provokativen.

Skratka - novoletna noč omogoča marsikaj. Naredimo si jo lepo, razkošno in svečano. Prazniki so mejniki v našem življenju - omogočajo nam drugačen pogled od vsakdanjega, drugačnee sklepe in nov pristop do sebe samih in do našega okolja. Da bi se nam vsem velik del tega uresničil! Mehurčki v kozarcu šampanjca in svečano oblačilo pa naj prva pospremita naše dobre sklepe na srečno in uspešno pot.


Lidija Jež



*"Ob koncu poslovnega leta se želim za uspešno delo zahvaliti predvsem svojim najožjim sodelavcem. Prihodnje leto bo polno novih delovnih izzivov. S strokovnim delom in s prijaznostjo se ustvarja zaupanje strank. S spodbujanjem ustvarjalnosti in dobrih medsebojnih odnosov bo tudi nam prodajalcem delo v veselje. Dober prodajalec ima dobrega in zvestega kupca. Rezultati leta 1997 nam kažejo, da smo bili dobri in da smo lahko še boljši.*

*Svojim ožjim sodelavcem, delavcem v Mercator- Degroju in vsem zaposlenim v Poslovnem sistemu Mercator, želim zdravo in uspešno Novo leto 1998."*

# Ladnje in Veselje

PRIPRAVA ZA STRGANJE LEDU S ŠIP	OSEBA IZ DESETEGA BRATA (JURČIČ)	IRANSKA DENARNA ENOTA	10 M DOLG ORJAŠKI PLAZILEC, DINOZAVER	SNOWI BREZ FIKSNE OBLIKE	TRPEČA OSEBA IZ GRŠKEGA MITA	IGRALKA GARDNER							
PREDAVAJA RAZMNOŽENA ZA ŠTUDENTE													
NAŠA NAJVIŠJA GORA													
SOSEDA ZGORNJE GORE													
VLJUDEN ČLOVEK, GALAN						SARAJEVO							
MEDMET BOLEČINE		OTOK PRI SUMATRI					SLOG PO OBDOBJU BAROKA	TRŽIŠČE	ETNOGRAF	DEJAVNOST TAJNIH POLICAJEV	VELIKA AZIJSKA DRŽAVA	ZNAMKA TUJE BELE TEHNIKE	SRBEČE KOŽNO VNUTJE
		KAČJA ZALEGA											
SISTEM ODLIČNIH IGRALNIH KOCK				IME OSEBE ALI STVARI									
				NACE VIRK									
MESTO Z OD PRAGE (ŽELEZARSTVO)						LIVADA							
						SREDO-ZEMSKI GRM							
VZPETINA NAD BOHINJSKO BISTRICO (DVE BESED)	NAPAD JE NAJBOLJŠA .....	JOŽE NOVAK			STE JO REŠILI DO KONCA?	IGRALEC PACINO				IGRALKA VERSOIS			
		DIRIGENT BERNSTEIN								PRIPOVED. PESEM			
VZKLIK NA BIKO-BORBI			EDWARD (KRAJŠE)	SMUČAR GASPOZ	PLAČILO VNAPREJ								
PRIKOT TISE V VOJVODINI					NAŠ IGRALEC (JOŽEF)							ZLITINA ŽELEZA Z DRUGIMI KOVINAM	NAŠ MEJNI PREHOD Z AVSTRILJO
SKLADBA VESELEGA ZNAČAJA					ATLETSKI KLUB				PLATINA		JANEZ TRDINA		
					INDUSTRIJ. GORIVO				SNOV ZA PREVLEKO KERAMIKE		PESNIK MINATTI		
DALMAT. Ž. IME			EDVARD KOCBEK			ANGLEŠKI IGRALEC (LAURENCE)							
			OSLOV GLAS										
SNOV ZA MAZANJE						KOSOVA SAMICA							
						VRSTA ŽITA							
DEL PRIMORSKE (GORIŠKA)				BOKSARSKI UDAREC S STRANI							NIZEK ŽENSKI GLAS		
OBLIKA IMENA ADOLF			SESTAVIL JOŽE PETELIN	SIČNIK IN ŠUMNIK			SOSEDNI ČRKI V ABECEDI				BIBLIJSKI OČAK		

Rešitve pošljite do 15. januarja 1998 na naslov: Poslovni sistem Mercator, Center za obveščanje, Dunajska 107, 1000 Ljubljana. Za pravilno rešitev križanke v prejšnji številki časopisa, nagrade prejmejo: Anton Rebec, Petelinje 82, 6257 Pivka, Marija Komar, Novo naselje 1, 3342 Gornji Grad, Mirko Škof, Steliška 18, 1330 Kočevje, nagrade bomo poslali po pošti.

MEGAMILK

# MEGAŽLOP

Sveži kremni jogurti z okusom čokolade, vanilije in jagode!

Iz Gorenjske mlekarne Kranj.

Za vse, ki želi postati najhitrejši na najslajši način!



Jogurt z naravno aromo ČOKOLADE. Sveži kremni jogurt iz past. in homog. mleka s 7% mlečne masčobe in z dodatkom 17% čokoladnega pripravka. Hranite pri temp. 0...+6°C (273...279 K). Vsečina: 120 g. Uporabno do: [illegible]

