

Poslovanje v prvih treh mesecih

Finančni rezultati slovenskega gospodarstva za lansko leto so neusmiljeno pokazali vse njegove kronične bolezni. Slovensko gospodarstvo je lani v bistvu poslovalo kot izgubar, saj je ustvarilo dvakrat več izgube od ustvarjene akumulacije. Pridružil se je vsem tistim, ki so bili že pred njim brez neto akumulacije. Visoke izgube, nakopičene zaloge, narasle neporavnane obveznosti in terjatve, plaz nelikvidnosti, so dediščina lanskega leta. Po sprejetju ukrepov zvezne vlade v lanskem decembru, pa so se pogoji gospodarjenja v letošnjem letu še poslabšali. Restriktivna denarna in obrestna politika, tečaj konvertibilnega dinarja, odliv in padec kupne moči, vse to so okoliščine, zaradi katerih realno ni pričakovati izboljšanja gospodarskega položaja. Nasprotno, v naslednjih mesecih se bo likvidnostna situacija še zaostrila, cena denarja, ki je vse bolj redka dobrina, pa bo rasla.

Bolj kot so zanimivi podatki o posameznih kazalcih v poslovnem sistemu, so zanimivi podatki o njihovi primerjavi s slovenskim gospodarstvom. Poslovni izid Poslovnega sistema Mercator v prvih treh mesecih letošnjega leta je zadovoljiv. Z 62.366.000 din ustvarjene akumulacije in 97.174.000 din obračunane amortizacije ter 8.205.000 din ustvarjene izgube je Poslovni sistem Mercator, glede na rezultate poslovanja slovenskega gospodarstva, v katerem so izgube trikrat večje od ustvarjene akumulacije, v bistveno boljšem položaju. Članice Poslovnega sistema Mercator trdijo, da je k temu veliko pripomogel način združevanja sredstev članic v finančni službi in njihova uporaba za tekoče likvidnostne kredite. Prav ta sredstva in pa sredstva, zbrana preko Kluba Mercator, so omogočala podjetjem v sestavi Poslovnega sistema Mercator ohranjati likvidnost svojih računov.

Delež Mercatorja v ustvarjenem celotnem prihodu gospodarstva Slovenije znaša 4,5 %, v izgubi 0,2 %, v akumulaciji 5,4 %. Dosežen dohodek na delavca v Mercatorju je v treh mesecih znašal 34.000 din, kar je za 21,4 % več od iste kategorije v slovenskem gospodarstvu. Izločanje iz dohodka za akumulacijo pa je v Mercatorju (3.000 din na delavca) za 50 % višje od akumulacije na delavca v slovenskem gospodarstvu, izguba na delavca v Mercatorju znaša 456 din in je občutno manjša od izgube na delavca v republiki Sloveniji - 5.000 din. Povprečni čisti mese-

čni osebni dohodki na delavca že zgodovinsko zaostajajo za povprečjem republike. V Mercatorju je znašal v tem obdobju povprečni osebni dohodek 4.144 din, v gospodarstvu Slovenije pa 4.418 din.

Posplošena primerjava z gospodarstvom Slovenije je zaradi različnih pogojev poslovanja in zaradi različne sestave kapitala v posameznih dejavnostih manj primerna. Pravilnejša je primerjava istih kazalcev med istimi dejavnostmi v Mercatorju in gospodarskimi dejavnostmi v republiki.

Višji dohodek na delavca v Mercatorju, kot je bil ustvarjen v enaki dejavnosti slovenskega gospodarstva, so v prvih treh mesecih ustvarile industrija, zunanja trgovina in storitve, medtem ko so kmetijstvo, trgovina na debelo in trgovina na drobno ter gostinstvo s turizmom, ustvarili manj. Več akumulacije na delavca so v Mercatorju ustvarile storitve, zunanja trgovina, trgovina na debelo in industrija kot iste dejavnosti v republiki. Republiško povprečje sta dosegla kmetijstvo in trgovina na drobno, manj pa le dejavnost gostinstva in turizma.

Večjo izgubo kot gospodarstvo Slovenije, preračunano na delavca, je v Mercatorju dosegla le dejavnost kmetijstva, trgovina na drobno in gostinstvo pa manj.

V prvih treh mesecih letos so v Mercatorju prejeli delavci v vseh

dejavnostih, razen v dejavnosti industrije, manj čistega osebnega dohodka kot v istih dejavnostih v Sloveniji. Povprečni čisti osebni dohodek v kmetijstvu je v Mercatorju znašal 4.047 din, v trgovini na drobno 3.760 din, v trgovini na debelo 4.219 din, zunanji trgovini 6.073 din, gostinstvu in turizmu 3.431 din in storitvah 5.859 din. V industriji je povprečni čisti osebni dohodek znašal 4.326 din.

V prvih treh mesecih letos je vsem podjetjem v sestavi Poslovnega sistema ostalo le še 305.327.000 din ali 49,1 % razporejenega dohodka. Delež dohodka za lastne potrebe se je v razporejenem dohodku zmanjšal od 54,6 % v letu 1989, na 49,1 % v prvih treh mesecih letošnjega leta. V delu razporejenega dohodka za lastne potrebe pa se je glede na leto 1989 zmanjšal tudi del za akumulacijo od 13 % na 10 % ter del za čiste osebne dohodke iz dobička od 2,6 % na 0,6 %.

V razporejenem dohodku je del za potrebe družbene skupnosti presegel polovico vsega razporejenega dohodka in tako znaša 316.053.000 din ali 50,9 %. Ob zaključnem računu za leto 1989 smo ugotavljali, da je ta del znašal še 45,4 % razporejenega dohodka.

V prvih treh mesecih letošnjega leta je 8 podjetij poslovalo z izgubo. V 8.205.000 din izgube odpade največji delež - 47,2 %

Fantje, mi smo kapitalni vložek v sistem - ali močni na 13. Mercatoriadi.



Spoštovani bralci - naročniki

Teško mi gre z jezika, čeravno sem take sorte, da vse povem naravnost. Naš časopis se mora podražiti za 0,50 din. Od treh dinarjev in pol na štiri dinarje.

V planu za letošnje leto smo zapisali, da bo cena časopisa za naročnike polovica njegove ekonomske cene, to pa zato, ker naročniki oziroma članice Poslovnega sistema plačujejo tudi pavšalni prispevek za delovanje krovnega podjetja Mercator.

Na podražitev je vplivala predvsem za približno 4000 izvodov znižana naklada, stroški tiska oziroma papirja in PTT storitve. Honorarji, ki jih prejemo naši delavci - dopisniki, so bolj simbolične nagrade, kot pa priznanje za njihovo avtorsko razmišljanje in pisanje. Tudi osebni dohodki uredništva - vanj štejemo trije delavci - novinar, tajnica redakcije in urednica, se od januarja niso prav nič spremenili. Seveda pa je treba dodati, da je novinar edini delavec, ki dela samo za časopis.

Zahteva, da časopis z naročnino pokriva svoje materialne stroške in del osebnih dohodkov mora biti izpolnjena. Zavedam pa se, da je podražitev v času, ko se cela vrsta članic Poslovnega sistema ubada z nelikvidnostjo, iskanjem možnosti za lastno življenje in preživetje, gotovo poteza, ki ne bo nikogar razveselila. Bojim se celo, da bo podražitev privedla do nadaljnega zmanjševanja števila naročnikov. Pa vendar upam, da pol dinarja ni vrednost, ki bi kakorkoli poslabšala ali pa kako drugače vplivala na odločitev, da bo tudi vaše podjetje med tistimi, ki jim bo podražitev prišla prav kot izgovor za odpoved časopisa.

Ob podražitvi vam ne obljubljam ne boljše kakovosti, ne seznanj... V danih možnostih vam lahko zagotovim le korektno in z veliko ljubezni opravljanje svojega dela.

Glasililo je namenjeno na naslov:



Časopis poslovnega sistema Mercator

Leto XXVII

Ljubljana, junij 1990

št.: 6/7

na Mercator-Kmetijsko gospodarstvo Kočevje, sledijo pa mu M-Rudar, M-Hotel Sremič, M-Modna hiša Maribor, M-KŽK TOK Kooperacija, M-Jelka Ribnica, M-KZ Stična in M-Savica.

Največ sredstev za reprodukcijo je ustvarila trgovina, sledi ji industrija, nato pa kmetijstvo, storitve in gostinstvo.

Ne prezrite

Poslovni sistem
Mercator 2

Smo za več, če... 3

Zlato bo treba slej
ko prej vnovčiti 4

Ekonomski bolnik
PS Mercator v 1989 5

Splošna kolektivna
pogodba ali kako
je miška obljubljala,
da bo rodila slona 5

13. Mercatoriada
v sliki, besedi
in dosežkih 6-11

Gostinske martre 11

Urednica Vesna Bleiwels

POSLOVNI SISTEM MERCATOR, d.d. LJUBLJANA, Titova 137

POSLOVNI SISTEM MERCATOR, d.d., Ljubljana je sestavljeno podjetje, ki združuje 71 gospodarskih subjektov s področja trgovine, kmetijstva in industrije. Kapital združenih podjetij znaša 240 milijonov ecujev. V poslovnem sistemu je zaposleno 19.500 delavcev.

Krovno podjetje Poslovni sistem Mercator, d.d., Ljubljana je osrednje podjetje za področje trženja, finančnega poslovanja, razvoja in informatike v poslovnem sistemu. Kapital krovnega podjetja znaša 76 milijonov ecujev, njegov kapitalski vložek v združena podjetja pa 67 milijonov ecujev.

TRGOVINA : 31 PODJETIJ

Trgovina na drobno

- 30 % delež v oskbrbi slovenskega trga
- 1205 prodajal
- 304 samopostrežnih, diskontov, marketov
- 29 blagovnic
- 452 klasičnih trgovin
- 420 specializiranih trgovin
- 510.000 kv. metrov prodajnih površin
- 33 % delež v prihodku poslovnega sistema 1989
- 8000 zaposlenih

Trgovina na debelo

- 340.000 kv. metrov skladiščnih površin
- lastni vozni park s 300 vozili
- 20 % delež v prihodku poslovnega sistema 1989
- 2000 zaposlenih

Mednarodna trgovina : 1 podjetje

- podjetja in predstavništva v tujini:
- ZR Nemčija, Italija, Madarska, Irak, Avstrija, Sovjetska zveza
- 124 milijonov dolarjev izvoza 1989
- 77 milijonov dolarjev uvoza 1989
- 13 % delež v prihodku poslovnega sistema 1989
- 750 zaposlenih

KMETIJSTVO : 5 podjetij in 14 kmetijskih zadrug

- 20 % vseh kmetijskih zemljišč v Sloveniji
- 35 % proizvodnje mleka, krompirja in vrtnin v Sloveniji
- 25 % proizvodnje goved v Sloveniji
- 20 % proizvodnje prašičev v Sloveniji
- 30 % proizvodnje jabolk v Sloveniji
- 12 % delež v prihodku poslovnega sistema 1989
- 2900 zaposlenih

INDUSTRIJA : 11 podjetij

- 45 % delež v predelavi mleka v Slovenijo
- 30.000 ton mesa in mesnih izdelkov
- 25.000 ton olja
- 12.000 ton pasteriziranih vrtnin
- 19 % delež v prihodku poslovnega sistema 1989
- 4500 zaposlenih

GOSTINSTVO IN OSTALE STORITVENE DEJAVNOSTI: 8 podjetij

- 3 % delež v prihodku poslovnega sistema
- 500 zaposlenih

ČLANICE POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR, d.d.

TRGOVSKA PODJETJA - notranja trgovina

1. Mercator-Blagovni center, d.d., Ljubljana
2. Mercator-Degro, d.o.o., Portorož
3. Mercator-Dolomiti, d.d., Ljubljana
4. Mercator-Golovec, d.d., Ljubljana
5. Mercator-Gradišče, d.d., Trebnje
6. Mercator-Grmada, d.d., Ljubljana
7. Mercator-Izbira, d.o.o., Kranj
8. Mercator-Izbira Panonija, d.o.o., Ptuj
9. Mercator-Jelka, d.d., Ribnica
10. Mercator-Modna hiša, d.o.o., Maribor
11. Mercator-Nanos, d.d., Postojna
12. Mercator-Nanos-Grosist, d.d., Postojna
13. Mercator-Nanos-Izbira, d.d., Postojna
14. Mercator-Nanos-Opkrba, d.d., Čabar
15. Mercator-Nanos-Sadje Koper, d.d., Dekani
16. Mercator-Nanos-Trgovina, d.d., Rakek
17. Mercator-Potrošnik, d.o.o., Lenart
18. Mercator-Preskrba, d.o.o., Krško
19. Mercator-Preskrba, d.d., Tržič
20. Mercator-Rožnik, d.d., Ljubljana

Teniški turnir v Portorožu

Tomo Vovčko

Športno prijateljevanje

Kot že šest let doslej, so se Mercatorjevi tenisači zbrali na tradicionalnem turnirju v Portorožu. Turnir ni samo športno in tekmovalno srečanje, je tudi družabno srečanje Mercatorjevih delavcev z vseh vetrov. Zasluge za portoroški turnir nedvomno pripadajo Hermanu Küsslu iz Mercator-Degroja.

No, pa tudi športni del srečanja je zanimiv. Tekmovalo se je v štirih disciplinah, in sicer: - moški posamezno, dve skupini glede na starost - do in nad 45 let, - ženske posamezno ter igre v parih.

Srečanja so bila izenačena, zmagovalci pa so bili: Željko Čekovin iz Mercator-Trgoavta, ki je po izredno izenačeni igri premagal z rezultatom 7 : 6 in 7 : 6 Stanišo Bojišiča, prav tako iz Mercator-Trgoavta. Lokalni derbi bi se temu lahko reklo. Da bi se lahko srečala v finalu, sta morala premagati v pofinalu Tomaža Kamenška iz Mercator-Blagovnega centra in Antona Beštra iz Mercator-Preskrbe Tržič.

V konkurenci moških nad 45 let je zaslužno slavil Herman Küssel, ki ni samo uspešen organizator, temveč tudi soliden tenisač. V igri za prvo mesto je premagal Janeza Deva iz Mercator-Mednarodne trgovine. Tretje in

četrtlo mesto sta zasedla prav tako predstavnika Mercator-Mednarodne trgovine, Jože Škulj in Vlado Vizjak.

V ženski konkurenci je bila najboljša Marija Grosman, ki je v finalu premagala Sonjo Vidic iz Poslovnega sistema Mercator, polfinalistki pa sta bili Tatjana

Lukša iz Poslovnega sistema Mercator in Mirjam Jankovič iz Mercator-Mednarodne trgovine.

Posebej zanimivo je bilo v konkurenci dvojic, kjer sta v finalu Bojan Forjan in Željko Čekovin premagala Stanišo Bujišiča in Marka Žagarja.

Da je prireditelj še bolj uspela, je poskrbelo lepo vreme in nekatero podjetja, ki so podprla turnir s svojimi izdelki.

Čas spremembe tudi za naš časopis

Vesna Bleiweis

Biti všečen na zunaj in znotraj

Kar dolgo smo oklevali, preden je padla odločitev, da se bomo spremenili na pogled in po vsebini. Upamo, da vam bomo všeč. Če ne, nas boste že opozorili. Nazaj na staro pa ne bi šli radi.

Pred dobrima dvema mesecema opravljena anketa med bralci našega časopisa je pokazala, da si velika večina želi njegove oblikovne in vsebinske spremembe.

Skupaj smo staknili glave - svet za obveščanje, uredniški odbor in strokovnjaki za grafično oblikovanje. Nastal je idejni in nato kar osnutek zasnove nove podobe.

Naslovnica časopisa se bo spremenila. Taki kakršni smo sedaj, smo že 27. leto. In to je dovolj dolgo, da smo postali na pogled stereotipni in da nas ni prav nič spravilo iz tira. To je sicer dobro, vendar pa postane suknja, če jo predolgo nosiš, čeprav še kaže znake svoje kakovosti, oguljena in dolgočasna.

Avtorica idejne zasnove "glave" časopisa je uporabila drevo - simbol, ki je upodobljen v statui, ki pomeni nagrado Poslovnega sistema Mercator. Izhajala je iz koncepta, ki ga je likovno upodobil akademski kipar Tone Demšar. Mogočno drevo s koreninami in plodovi. Saj smo še to, mar ne? Kolektivna znamka "rdeči M" je ustrezno "vkomponirana" v celoto. Ta zasnova "glave" je kot nalašč za še en izživ. Za spremembo: od časopisne krevijske oblike. Izživ je preveč hud, da ne bi poskusili. To bi bila resnično popolna sprememba, ki pa ne bo dala prav dosti, če bomo tudi "na noter" ostali taki, kot smo. Vodilo bo postalo: kratki, informativni, strokovno poslovni, pa vendar poljudno napisani članki. Če se bo izščo tudi po ekonomski plati, bomo poskusili tudi z barvno naslovnico.

Stroški tiska - časopisa ali revije - so enaki, kajti uporabili bomo nekaj novosti, ki se v grafični dejavnosti uporabljajo. S pomočjo računalnika, racionalizacij pri tehničnem urejanju, možnosti cenejšega tiska in še nekaterih drugih "malenkosti", ki vplivajo na ceno, dražji zanesljivo ne bomo. Bomo pa zanesljivo na pogled privlačnejši, če pa bomo tudi "bralni", pa bo odvisno tudi od vašega sodelovanja, spoštovani bralci.

Jeseni naj bi prvič izšli v drugačni podobi. Imate morda svojo idejo, ki bi dopolnila naše razmišljanje? Povejte nam jo - veselili se bomo. Pišite ali pokličite uredništvo Mercatorja.

21. Mercator-Rudar, d. o. o., Idrija
22. Mercator-Sadje zelenjava, d.o.o., Ljubljana
23. Mercator-Savica, d.d., Ljubljana
24. Mercator-Sloga, d.o.o., Gornja Radgona
25. Mercator-Standard, d.o.o., Novo mesto
26. Mercator-STP, d.o.o., Hrastnik
27. Mercator-STP, d.o.o., Metlika
28. Mercator-Trgoavto, d.o.o., Koper
29. Mercator-Trgopromet, d.d., Kočevje
30. Mercator-Univerzal, d.o.o., Lendava
31. Mercator-Zarja, d.o.o., Ormož

zunanja trgovina

1. Mercator-Mednarodna trgovina, d.d., Ljubljana

INDUSTRIJSKA PODJETJA

1. Mercator-Emba, d.o.o., Ljubljana
2. Mercator-Eta, d.o.o., Kamnik
3. Mercator-Konditor, d.o.o., Ljubljana
4. Mercator-Kopitarna, d.o.o., Sevnica
5. Mercator-Ljubljanske melkarne, d.o.o., Ljubljana
6. Mercator-Mesna industrija, d.o.o., Ljubljana
7. Mercator-Meso-izdelki, d.o.o., Škofja Loka
8. Mercator-Mlekarna, d.o.o., Kranj
9. Mercator-Ograd, d.o.o., Ormož
10. Mercator-Pekarna, d.o.o., Grosuplje
11. Mercator-Oljarica, d.o.o., Kranj

KMETIJSKA PODJETJA IN ZADRUGE

1. Mercator-Agrokombinat, d.o.o., Krško
2. Mercator-Kmetijsko gospodarstvo Kočevje, d.o.o., Kočevje
3. Mercator-Sevnica, d.o.o., Sevnica
4. Mercator-Kmetijstvo, d.o.o., Kranj
5. Mercator-KŽK Gorenjske, TOK Radovljica, p.o., Lesce
6. Mercator-KGZ Sora, p.o., Žiri
7. Mercator-KZ Čerknica, p.o., Čerknica
8. Mercator-KZ Črnomelj, p.o., Črnomelj
9. Mercator-KZ Dobropolje, p.o., Dobropolje
10. Mercator-KZ Krka, n.sub.o., Novo mesto
11. Mercator-KZ Litija, p.o., Litija
12. Mercator-KZ Logatec, p.o., Logatec
13. Mercator-KZ Metlika, n.sol.o., Metlika
14. Mercator-KZ Ribnica, p.o., Ribnica
15. Mercator-Kmečka zadruga Sevnica, p.o., Sevnica
16. Mercator-KZ Stična, p.o., Stična
17. Mercator-KZ Trebnje, p.o., Trebnje
18. Mercator-KZ Velike Lašče, p.o., Velike Lašče
19. Mercator-Zgornjesavinjska kmetijska zadruga Mozirje, n.sub.o., Mozirje

GOSTINSKO-HOTELSKA PODJETJA

1. Mercator-Ajdovščina, d.o.o., Ljubljana
2. Mercator-Hotel Ilirija, d.o.o., Ljubljana
3. Mercator-Hotel Mantova, d.o.o., Vrhnika
4. Mercator-Hotel Sremič, d.o.o., Krško
5. Mercator-Jelka, d.o.o., Hrastnik

STORITVENA PODJETJA

1. Mercator-Cibes, d.o.o., Ljubljana
2. Mercator-Investa inženiring, d.o.o., Ljubljana
3. Mercator-Spectrum, d.o.o., Ljubljana

Je in ni, pa ni in je
Vesna Bleiweis

Smo za več, če...

Mercator-Izbira Panonija je že dvajset let v "našem ferjanu". V njem in z njim je doživela svoj razcvet, v njem in z njim se spopada s svojo in njegovo preobrazbo, s trgov, financami, razvojem. Zaradi staža, zaradi njene heterogene dejavnosti (trgovina na debelo, na drobno, proizvodnja in kooperacijsko sodelovanje), zaradi začetnega oklevanja pri oblikovanju načina povezovanja v poslovni sistem, smo jo izbrali za pogovor o temi - kvalitativne spremembe preobrazbe (iz sozda) v poslovni sistem na lastni koži.

Svoboda in finance - sozdov pedigree

Ko govoriš o novem, ne moreš mimo starega. Poslovni sistem naj bi bil nova kvaliteta, postavljena na temeljih tistega, kar smo v pokojnem sozdu dobrega in plodnega zasejali (in tudi poželi) z dodatki časa in razmer, ki naj pomenijo sedanost in prihodnost podjetja in poslovnega sistema. O tem smo se pogovarjali z direktorjem Mercator-Izbire Panonije Francem Tomaničem, finančnim direktorjem Francem Lašičem, komercialnim direktorjem Brankom Kampušem in vodjo planske službe Marjano Olstrak.

Vsako podjetje ima svojo zlato dobo, tudi M-IP in sozd sta jo imela. Moji sogovorniki so se opredelili za čas, ko je Mercator-Izbira Panonija intenzivno in uspešno uresničevala svoje naložbe in druge programe in se s tem utrdila kot nosilka razvoja trgovine v ptujski občini in še malo čez njene meje. Poudarili pa so, da to zlato dobo vsak na svojem področju vidijo drugače: financar z ustanovitvijo in delovanjem Mercator-Interne banke, komercialist v politiki uveljavljanja internih blagovnih tokov, povezovanju velikega dela štajerskih in prekmurskih trgovcev v sozd, direktor pa v ugotovitvi, da je vsaka doba za trgovino lahko zlata doba, če je v ekonomski politiki priznana kot enkopraven partner. "Pravzaprav", je na kratko

menil "realno nam je bilo najboljše, ko je družba priznala trgovino za potrebno, naša združba pa je bila še čista trgovska združba".

Vsi so bili enotnega mnenja, da sta "koncept velike svobode" v nekdanjem sozdu in pa trdna finančna institucija dedičina, ki je v veliki meri zagotovila nadaljevanje sozdovega pedigreeja v poslovnem sistemu.

Rešetasto zakonodajo naj nadomestijo lastne rešitve

Z uporabljenimi zakonskimi možnostmi za organizacijsko preobrazbo v poslovni sistem z značilnostmi holdinške ali delniške družbe in opravljenimi "kapitalskimi" povezavami znotraj te združbe, še ni nič rečenega o vsebini, jedru in strategiji te združbe.

"Do jedra se bomo dokopali, ko bomo rešili vprašanje družbene lastnine, saj je zakon o podjetjih, kot nujen okvir za preobrazbo, le preveč rešetast, naša miselnost pa preveč vrtičkarska, da bi se opredelili za čvrste in resnične kapitalske odnose. Ti realno ob družbeni lastnini tudi ne morejo biti pravi. Šele, ko bomo rešili to vprašanje, se bo vsebina medsebojne delničarske povezave prav pokazala in se odrazila v ciljih, ki jih od povezanosti v poslovni sistem pričakujemo (v resnici teh nismo dosegli tudi

prej, zaradi omenjene svobode):

- maksimiranje medsebojnih finančnih in blagovnih tokov;

- višjo stopnjo konkurenčnosti in bistveno drugačno organiziranost trgovine (na debelo in drobno) in proizvodnje;

- kapitalskih povezav s proizvodnjo v in izven poslovnega sistema;

- novih in svežih poslovnih potez na področju prodaje.

To so pričakovanja, zaradi katerih smo se za poslovni sistem odločili in zaradi katerih smo pripravljani tudi na zvestobo," je dejal Tomanič. Kampuš in Olstrakova pa sta dodala: "Znotraj sistema in tudi splošno vlada na trgu anarhija - vse je pomešano in vsak trguje po svoje. Proizvodnja in maloprodaja prodajata in kupujeta mimo grosistov, slednja se v vse večji meri peča tudi z veleprodajo. Vse skupaj pomeni brskiranje načrtovanih in dogovorjenih internih blagovnih in s tem tudi finančnih tokov. Odstopanja se opravičujejo z nižjo in konkurenčnejšo ceno. Od blizu imamo možnost spoznati avstrijsko in italijansko trgovanje - obnašati pa se ne znamo ne proizvajalci, ne trgovci. Znašli smo se na trgu svobodnih ponudnikov, brez enakovrednih elementov za kalkulacije. Poslovni sistem je konglomerat različnih dejavnosti in morali bi se lotiti vprašanja, kako in s kakšnim "notranjim in zunanjim imidom" naprej. In veleprodaja in maloprodaja se bosta morala združiti v eni resnici: konkurenčnosti. To najprej tam, kjer sta ti dejavnosti že pod isto organizacijsko ali podjetniško streho, potem pa še v regijah. Začeti bo treba z oblikovanjem skupne strategije na področju racionalnega delovnega časa (maksimalni in odpiralni čas), sodobnejših oblik prodaje, stikov s potrošniki, skratka razviti "public relations" in uveljavljanje kolektivne znamke na način, ki ga po-

znajo sistemi kot so SPAR, MIGROS in podobni. Jasno pa je da so osnova te strategije strogo spoštovanje poslovne discipline, kakovost, selekcija."

Temu, da se več ne ve, kdo je pravzaprav grosist, kdo detajlist, je doprinesla tudi prej opevana svoboda v razvoju. Vsak je v sistemu praktično lahko uresničil vsak kolikortoliko realen program oziroma trgovske zmogljivosti in se postopoma (tudi spretno zakamufirano) usmeril v veleprodajo in to stanje je danes aktivirano, posledice pa...Jedro Mercatorjevega trgovanja je prehrambeno blago in nekaj galanterije. Tu bi morali uveljaviti svoj "imid" tako vis-a-vis notranjih kot zunajih proizvajalcev, čeprav bi ga glede na skupne količine tehničnih in drugih izdelkov, prodanih v Mercatorju, lahko uveljavili tudi na tem področju. Na področju prehranbenega blaga so bonitete velikega sistema dobro izkoriščene. Tako razmišljajo v Mercator-Izbiri Panoniji.

O dejavnosti krovnega podjetja

Razmišljajo pa tudi - tako kot razmišljajo in uresničujejo zase - o nekaterih racionalizacijah, potrebnih v krovnem podjetju. Menijo namreč, da je treba "proračunsko financiranje" ukiniti, zagotoviti pa krovnemu podjetju kapital za normalno poslovanje, če treba tudi z nedeljitvijo dobička, seveda pod pogojem, da se "skupne funkcije", ki jih krovno podjetje še opravlja, izčistijo do te mere, da bodo ostale in se učinkovito opravljale le tiste, ki jih članice poslovnega sistema potrebujejo in občutijo njihovo uspešno ali neuspešno opravljanje na svoji koži. Mipovci trdijo, da sta najbolj oprijemljivi trženje in finance, za področje informatike pa menijo, da je razvoj računalniško podprtega informacijskega sistema zaspal oziroma, da informacije, potrebne za njihovo delo, prihajajo prepozno, premalo pogosto, čeprav so predvsem poslovna poročila zelo kakovostna. Manjka jim tudi "signalnih" informacij, ki so v današnjih razmerah hudo potrebne. O razvoju, kot skupni funkciji, besed niso izgubljali. Opozorili pa so na pomembno skupno zadevo, tako značilno za velike trgovske sisteme čez naše meje - propagiranje kolektivne znamke "M". "Tu", so dejali, "smo goli in boski. Ni dovolj, če so izdelki Mercatorjevih proizvajalcev označeni z njo, tudi na trgovskih policah bi morale biti vidne "polnitve" za Mercator".

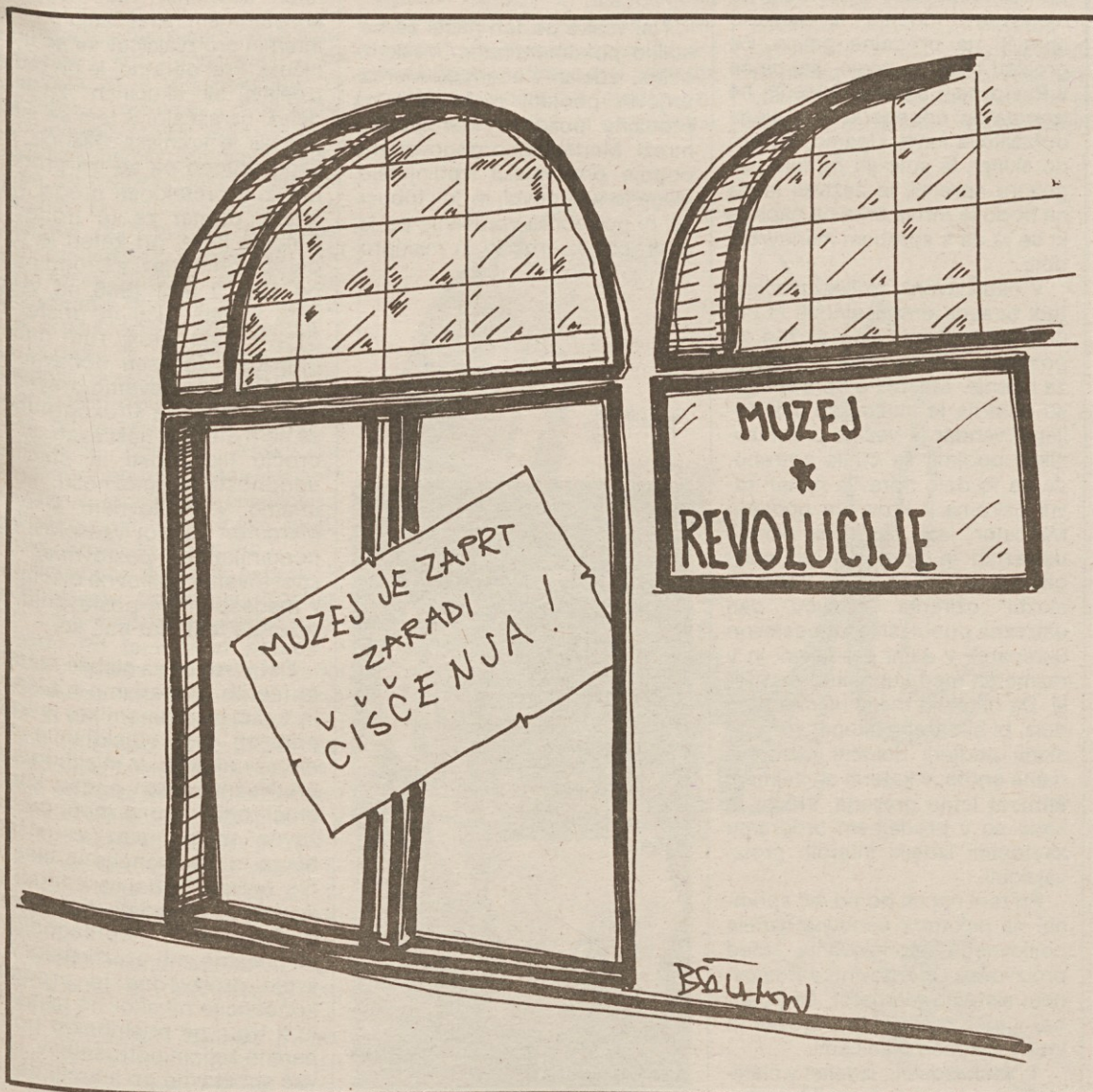
Poravnani in ne-poravnani dolgovi

"Finance so steber sistema", je menil Lašič. "Likvidnost je pereč problem tudi pri nas, vendar nismo prekoračili meje in ni strahu pred blokado žiro računa. V bistvu pa ta problem izhaja iz sestava firme in treba je samokritično dodati, tudi iz premajhne pozornosti ob napovedovanju Markovičevih ukrepov. Nabavna politika ob koncu in začetku leta je povzročila nenormalno razmerje med zalogami in realizacijo. S tem problemom se srečuje vsa trgovina. Z uresničevanjem nekaterih ukrepov, predvsem z zniževanjem cen in drugimi ugodnostmi za kupce, smo stanje zalog nekako normalizirali, s po-

močjo finančne službe v sistemu zadeve rešujemo. Ostaja pa problem neizterjanega denarja, ki presega zadolženost. Glede na specifične štajerske, predvsem mariborske razmere, kjer je angažiranega precej denarja, pa ostaja strah pred stečajni dolžnikov. Problem izterjav rešujemo s cesijami, kompenzacijami, asiglacijami, skratka z vsemi možnimi načini za zapiranje terjatev. Likvidnostna situacija nujno narokuje selekcijo kupcev glede na njihov solventnost, vendar pa lahko za likvidnost lastne firme največ storita usklajena nabavna in prodajna politika. Prva s primerno količinsko, kakovostno in cenovno ustrezno nabavo blaga in načinom njegovega prevzema (veliko prodajamo že na način konsignacijske prodaje), druga z adekvatnimi prodajnimi potezami z namenom, da se ustvari čim več gotovinskega priliva. Tu ni nezanimljiv tudi Klub Mercator, vendar menim, da bi morali z bolj propulzivno reklamo med potrošnike. Prav gotovo se pri problemu likvidnosti skupne finance najbolj poznajo, čeprav drage, toda tu so in zato so dragocene. Interni finančni tokovi so odvisni od blagovnih. Eskiviranje od obojega je neka kratkovidna politika, ki se bo slej ko prej pokazala, njena pojavnost pa je vse bolj pogosta. In to ni prav - če smo sistem z dogovorjeno poslovno politiko, je njeno spoštovanje obveznost v dobrem in malo slabšem. Nekdanji sozd se ni obnašal kot podjetje - to ni očitek - in dedičina tega je tu, z njo se je treba spopasti in jo čimprej nadomestiti s tršimi pravili, ki so v sitemih na zahodu, običaj, poslovna in moralna norma."

Trda resnica: boj za konkurenčnost

"Domače" pospravljanje predalov" na področju organizacije, kadrov, stroškov in še povsod drugod, ni namenjeno ničemur drugemu kot postati konkurenčen. S takim pospravljanjem se moramo sprijazniti vsi, tudi v krovnem podjetju. Dobiček se kuje iz konkurenčnosti in prav to je trda resnica in strategija, za katero si skupno premalo prizadevamo. Prav v vodenju politike v to smer in v smer čvrstih medsebojnih kapitalskih povezav, vidim vlogo krovnega podjetja. Nismo je sicer pripravljani proračunsko financirati, zagotovo pa smo jo bomo podprli in spodbujali z odločitvami o delitvi dobička krovnega podjetja. Poslovna politika v prid konkurenčnosti poslovnega sistema, je naše upanje in zaupanje v kvalitativne spremembe. Vse poteze so na strani partnerjev: proizvodnje, trgovine in kmetijstva. Partnerjev z različnimi problemi, različnimi interesi, ki pa morajo usklajeno zagotoviti: Mercatorjevo konkurenčnost, Mercatorjev image, Mercatorjev primat na trgu. Vse, kar bomo za to storili, bomo občutili na lastni koži," je modroval Tomanič. Njegovi sodelavci k temu niso dodali ničesar - skupaj so ponovili le uvodno misel: 20 let v Mercatorju je bilo za nas koristnih, uspešnih. Objekti, računalniška oprema - do vsega smo hitreje prišli zaradi povezanosti v sistem. V preteklosti pričakovano, je bilo uresničeno. Za prihodnost zapisano v pogodbi o ustanovitvi Poslovnega sistema Mercator, pa sta volja in zaupanje.



Se kakovost tudi prodaja?

Vesna Bleiweis

Zlato bo treba slej ko prej vnovčiti

Mednarodni kmetijski sejem v Novem Sadu, ki je bil od 17. do 24. maja letos, je kranjskim oljarjem prinesel najvišja priznanja za njihove najbolj popularne izdelke: za vse tri vrste olja CEKIN SPECIAL, CEKIN in KONZUM. Tri zlate medalje za kakovost, skupaj pa veliki šampijonski kristalni pokal. Ne prvič in ne zadnjič se je nevtralna komisija strokovnjakov odločila za jugoslovanski primat kranjskih oljarjev.

Sodobna tehnologija, računalniško nadzorovan potek proizvodnega procesa, kakovostna surovina, vse to so dejstva, ki prispevajo k "standardizirani" oziroma trajni in deklarirani kakovosti kranjskih olj. Povsem drugo vprašanje pa je, kako to kakovost prodajamo oziroma z njo seznanjamo potrošnike.

Vrsto let kranjska Oljarica dobiva najvišja priznanja za kakovost - Zagreb, Novi Sad, Gornja Radgona... Povsod se blešči zlato. In kako trgujemo s to bleščačo?

Pošteno povedano, slabo. "M" smo si izbrali za kolektivno znamko poslovnega sistema, vse članice so jo dolžne uporabljati. Prav na primeru kranjske Oljarice pa kaže začetni uresničevati 2. odstavek 3. člena pogodbe o ustanovitvi Poslovnega sistema Mercator, ki določa, da bomo "M" uporabljali tudi kot znak kakovosti po opravljenem postopku na Zveznem zavodu za patente. Pri Gospodarski zbornici Slovenije obstojajo neka merila v zvezi s podeljevanjem kakovostne znamke, vendar pa bi bilo pametneje, da bi v poslovnem sistemu na podlagi jugoslovanskih in mednarodnih referenc za naše izdelke, pljunili v roke, izpeljali postopek in izdelke naših članic tržili z znamko kakovosti, ne pa s kratkoročnimi "pospešenimi prodajami". Te v kakovost prej zbuja dvom, potrjujejo pa je zanesljivo tudi ne.

Prav "pospešene prodaje" so bile ena od tem, ki se jim ob obisku v Mercator-Oljarici nismo mogli izogniti. Cene doma izdelanega olja so bile visoke, država je zavoljo življenjsko potrebnega živila in državljanskega miru posegla po intervencijskem uvozu, sprostivši blagovnih rezerv, trg je preplaval cenejše olje. Konkurenčni pritisk na domače izdelovalce je sicer rodil sadove v znižanju cen na tisto mejo, ko domači oljarji še zdržijo nad vodo. Začele so se vrstiti "akcijske, pospešene, ugodne" in še kakšne drugačne prodaje, ki naj bi znižale v oljarnah nakopičene zaloge dragega olja. Pričakovati bi bilo, da bo mašinerija poslovnega sistema, ki mu pripadamo, stekla čez noč. Da jo bosta pognala in trgovina in proizvodnja. Da se bo olje pojavilo v trgovinah po eni sami - ugodnejši ceni, da bo domače olje deležno še posebne pozornosti pri domačih trgovcih, da se bodo pojavili opozorilci, izložitve... Pa je trajalo cele tri tedne od sprejetega komercialnega dogovora do prve cenejše steklenice ali plastenke na trgovski polici. Povsem razumljivo je, da so se trgovci otepli obstoječo zalogo prodajati po nižji ceni in si nakopati negativno razliko v ceni, toda..., kdo pobira pozitivne? S pametnim dogovorom med proizvajalcem in trgovcem v okviru poslovnega sistema, bi se dalo rešiti tudi to vprašanje. Škoda le, da so nekateri naši trgovci bolj pripravljeni na dogovarjanje s konkurenčnim proizvajalcem kot pa z domačimi. Smo mar pozabili, da smo delničarji, da smo zdaj bolj kot kdajkoli prej odvisni od medsebojnega poslovanja? Če zraste vrednost moje delnice, zraste vrednost delnice poslovnega sistema, torej tudi tvoje, saj

je tako nekako zapisano v pogodbi o ustanovitvi poslovnega sistema.

"Pospešena prodaja" kot smo temu kratkoročnemu ukrepu rekli, ni dala posebnih rezultatov. Fizično se je prodaja povečala za 10 odstotkov, čeprav bi se lahko več, če bi se trgovski del poslovnega sistema hitreje zganil. To je sicer očitek, vendar pa nas je z istim ukrepom zaradi počasnosti prehitela konkurenca. Cenejše Zvezdino olje je bilo marsikje na policah pred našim. S takimi "ad

hoc" cenejšimi prodajami dolgočasno ne bomo rešili ničesar, gre za začasno razbremenitev zaloga oziroma pritiska na obratna sredstva. Menim, da bi moralo znotraj poslovnega sistema veljati neko pametno in bolj pošteno razmerje pri urejanju pogojev v internem prometu med trgovino in proizvodnjo. Ne gre za preferencialne ali privilegirane pogoje pri nakupu in prodaji, temveč za tisto, kar razglajamo kot pripadnost k firmi. Prav nobenega razloga ni, da ne bi bili izdelki naših proizvodnih organizacij posebej "na oči postavljeni" potrošnikom, da bi prodajalci o njih več vedeli, da bi jih enostavno ne prodajali po inerciji. Proizvajalci se ponajam s kakovostjo, z medaljami, trgovci pa marsikje prav z njo ravna jo mačehovsko.

Povprašam v svoji trgovini po Oljaričinem olju, pa mi poslovodja pravi, da ga je naročil, grosist trdi da ga nima. Povprašam pri grosistu, ta trdi, da ga ni nihče naročil."

Nad to ugotovitvijo se kaže zamisliti. Nad kratkimi stiki, nad dolgotrajnostjo, nad inercijo. Nekaj tega je poskušala odpraviti pred nekaj leti ustanovljena služba za pospeševanje prodaje izdelkov naših proizvodnih podjetij v naši maloprodajni mreži. Svetovala je, poučevala, priporočala, pohvalila in pograjala tako pri proizvajalcih kot pri trgovcih. Nekaj neposrednih "terenskih informacij" je lahko takoj padlo na plodna tla. Prav to je v marsikaterem podjetju pripeljalo do ustanovitve lastnih služb, ki se

ukvarjajo z informiranjem ter dobesedno z izobraževanjem in osveščanjem trgovcev. Tudi Oljarica gre v to.

Kakovost bodo v Oljarici zanesljivo obdržali. Cena pa: izračunajte: odkupna cena za kilogram pšenice je 1,93 din, faktor za kilogram sončnic znaša 2,5 kar pomeni za kilogram sončničnega semena odšteti 4,83 din (brez prevoznih in drugih stroškov). Za liter olja pa so potrebni 3 kilogrami sončnic. In še majhen podatek: v ceni litra olja osebni dohodek delavca Oljarice predstavlja vrednost zaporke na steklenici. Tudi to je svoje vrste kakovost, ki pa je ne kaže propagirati niti preko kolektivne niti preko kakovostne znamke "M".

Z roko v roki bo treba iti

Stanko Klemenčič-Saražin

Interni blagovni tokovi "in rinfuso"

Ko je na policah več blaga konkurenčnih podjetij kot domačih proizvajalcev, začnemo biti plat zvona, se sklicevati na medsebojne plane, dinamiko njihovega uresničevanja in sprejemati zavezujoče sklepe. Potem pa...običajno spet po starem: z znanimi izgovori, znanimi utemeljitvami, mimo vsega.

V aprilski številki našega časopisa smo predstavili preliminarne podatke o prodaji izdelkov Mercatorjevih proizvodnih podjetij. Sedaj dokončni podatki niso bistveno različni od objavljenih in jih zato ne kaže ponavljati. Bolj se kaže posvetiti komentarju in pogovoru komercialnih delavcev iz proizvodnih podjetij. Predmet pogovora in ocen je bila interna prodaja in pa sprejem poslovnih ukrepov, s katerimi bi zagotovili njeno rast. Podatki, če jih primerjamo s preteklim obdobjem namreč povedo, da prodaja pri internih kupcih - to je trgovskih podjetjih v sestavi Mercatorja, upada bolj, kot pri zunanjih. Te ugotovitve sicer ne moremo splošiti, saj so tudi častne izjeme. Med te izjeme sodijo gotovo izdelki M-Embe, čeprav je treba istočasno ugotoviti, da je prodaja kave za 42% manjša v primerjavi s prodajo v enakem obdobju preteklega leta. Predstavniki Embe je menil, da je Mercatorjeva trgovska mreža preveč odprta za vse vrste dobaviteljev kave, saj je v trgovinah več Drogine, Merxove, Centropromove, Emonine in še druge kave, kot pa Embine. Pri vsem tem pa je značilno nekaj. Emba v trgovsko mrežo teh kupcev ne more prodati niti kilograma svoje kave.

Zaskrbljena sta bila predstavnika mesnopredelovalne branže. Predstavniki Mesne industrije iz Ljubljane je menil, da je dosežena količinska prodaja (enaka je lanski) bolj rezultat akcij prodaje pod ceno, temu primerni pa so porazni finančni rezultati. Nič drugače ni menil predstavnik iz Mesoizdelkov, ki je dodal, da je finančni rezultat tudi posledica nespoštovanja dogovorjenih plačilnih rokov med članicami Mercatorja. Predstavnika Oljarice in Pekarne Grosuplje sta opozorila na skrajno nezainteresiran odnos trgovine do vseh akcij, ki se jih lotevamo z namenom povečati prodajo. Opozarjala sta na nezainteresiranost poslovodij, da bi karkoli spremenili v svojem delu

oziroma se seznanili s prednostmi, ki jih ima domača trgovina pri poslovanju z internimi proizvodnimi podjetji. Podpredsednik za trženje Franc Prvinšek je sicer poudaril, da morajo proizvodna podjetja sama namenjati več pozornosti neposrednemu sodelovanju s trgovino in pa pravico, da sama neposredno oskrbujejo maloprodajne enote, če ugotovijo, da preko grosistov to ne "klapa". Embino kavo bi se dalo po njegovem mnenju z lahkoto spraviti na prodajne police, če grosisti tega ne znajo, saj nihče v Poslovnem sistemu posebej ne izpostavlja nobenega zunanjega dobavitelja kave. Upamo, da bodo sklepi, ki smo jih na tem pogovoru sprejeli, le zaživel in da ne bodo le mrtva črka na papirju, ki se jo da s spretnim manevrom obiti.

V nadaljevanju je bila izrečena tudi beseda o smiselnosti in načinu nadaljnjega dela službe za pospeševanje prodaje v sektorju za trženje. Mnenja o upravičenosti obstoja te službe so bila deljena, vendar je večina predstavnikov podjetij še čutila potrebo, da se to delo opravlja na isti ravni oziroma v krovnem podjetju Mercator, saj sami še nimajo ustreznih in primernih sodelavcev. Dodali pa so, da je treba tej službi oziroma delavcu dati ustrezna pooblastila za poslovno ukrepanje v sami prodajalni in v razmerjih med kupci in dobavitelji. Da bi lahko merili učinke tega dela, bi bilo treba skupaj s trgovskimi podjetji določiti maloprodajne enote, v katerih se najmanj štirikrat letno preverja, s čem in kako so v prodajnem programu zastopani izdelki internih proizvajalcev.

Pri tem naj ne bo odveč spomniti na nekatera osnovna načela poslovnega sodelovanja med proizvodnjo in trgovino v Poslovnem sistemu Mercator, še posebej v luči kapitalskih povezav in interesov med članicami.

1. Vsak izdelek, izdelan v članici Poslovnega sistema Mercator

mora biti prodajan v celotni tržni mreži pod pogoji, ki veljajo za zunanje dobavitelje.

2. Domači proizvajalci morajo skrbeti za kontinuiteto dobav, kakovost izdelkov in v kritičnih trenutkih zagotoviti prioritarno dobavo naši trgovini.

3. Prodaja izdelkov interne proizvodnje v naših trgovinah naj narašča iz leta v leto.

4. Načelo odprtosti do vseh dobaviteljev pod enakovrednimi pogoji.

5. Dosledno spoštovanje sprejetih letnih planskih obveznosti.

Naj vsako od teh načel še nekoliko pokomentiramo. Vsak izdelek, izdelan v enem od Mercatorjevih podjetij mora priti na prodajne police v Mercatorjevi mreži. Medsebojno dogovorjene pogoje proizvajalci izpolnjujejo, blaga je tudi dovolj in "distribucija" ni potrebna. Vprašanje pa je, ali trgovina, grosisti in malopro-

daja, storijo dovolj za uresničevanje pravice, da je vsak izdelek tudi zares prodajan. Tipičen primer, ki ilustrira odnos trgovine do proizvodnje, je prodaja sirov Kranjske mlekarne, kjer je bila celotna prodaja prepuščena na ključju. Žal moramo ugotoviti, da trgovina v Poslovnem sistemu Mercator ne stori dovolj, da bi ob ekvivalentnih izdelkih tako po vrsti, kakovosti in ceni, dala prednost internim proizvajalcem. Upravičeni so tudi ugovori trgovcev glede kakovosti izdelkov, stalnosti dobav, vendar moramo tudi tu ugotoviti, da gre bolj za posamične primere kot pa za celoten asortima. Tudi načelo o konstantnem naraščanju prodaje internih proizvajalcev se ne uresničuje. Prej obratno, le pri redkih izdelkih ali skupinah izdelkov, deleži naraščajo. S tem se lahko pohvali le kranjska Oljarica, povsod drugod pa so bili prodajni deleži v preteklosti precej višji. Izraziti primer za to trditev je Embina kava, pri kateri je tržni delež v primerjavi z Drogo padel od 62% v letu 1986 na vsega 36% v letu 1989 in pristal na 31% v maju letos. Tudi načelo odprtosti do vseh dobaviteljev marsikje upoštevamo preveč širokogrudno. Ta širokogrudnost se nam utegne maščevati na področju likvidnosti in plačilnih ugodnosti ter možnosti, ki jih imamo v Poslovnem sistemu Mercator. Zaradi vsesplošnega pomanjkanja poslovne discipline in spoštovanja poslovne discipline in spoštovanja poslovne discipline in spoštovanja poslovne discipline, so rezultati taki, kot pač so.

Del vzrokov za slabše rezultate (če jih primerjamo s planom in z načrtano dinamiko) je treba pripisati tudi objektivnim razmeram na trgu. V mislih imamo predvsem realen padec kupne moči, odliv kupne moči čez državno mejo, uvoz cenejšega blaga in intervencije iz blagovnih rezerv. Dodatno k temu pa je treba povedati tudi nekaj o okorelosti in neprilagodljivosti posameznih proizvajalcev, ki svoje proizvodne in prodajne koncepcije nikakor ne usmerjajo k trgu, ne prisluhnejo potrebam in željam potrošnikov, temveč enostavno po inerciji delajo tisto, kar so delali pred leti.



Mercator-Kopitarna Sevnica

Tone Mastnak

Ekonomski bolnik Poslovnega sistema Mercator v letu 1989

Izguba Mercator-Kopitarne Sevnica v letu 1989 v višini 12 milijonov dinarjev ni bila v absolutnem znesku največja v okviru Poslovnega sistema, vendar pa glede na velikost in ekonomsko moč Kopitarne v relativnem smislu izjemno visoka, saj se je približala vrednosti celotnega lastnega premoženja Kopitarne (družbeni kapital podjetja je znašal na začetku leta 14 milijonov dinarjev).

Vzroki takšnega položaja so naslednji:

- Glavni razlog izhaja iz dolgotrajne nizke akumulativnosti oziroma neakumulativnosti podjetja, kar je pogojevalo, da se je Kopitarna skoraj v celoti razvijala le na podlagi tujih virov v glavnem na podlagi kreditov Poslovnega sistema Mercator in kar je povzročilo njeno visoko zadolženost. To je ob splošnem poslabšanju finančnih razmer in visokem dvigu obresti v letu 1989 povzročilo visoko izgubo in odkrilo ekonomsko slabotnost podjetja.

Za slab ekonomski položaj podjetja pa obstajajo še drugi razlogi, zlasti nezadovoljiva produktivnost v poslovnih enotah (neustrezen sistem nadzora ter spremljanja proizvodnih in finančnih rezultatov poslovanja in dela, neustrezen sistem nagrajevanja ipd.), poslabšanje strukture proizvodnje in prodaje v škodo rentabilnejših izdelkov, slabo plačevanje izdelkov oz. izterjava terjatev, nedovoljno definirana poslovna in razvojna usmeritev (nekateri problematične investicije) in drugi razlogi.

Zaradi slabega ekonomskega položaja Kopitarne je Poslovni sistem Mercator imenoval sanacijsko komisijo, ki je pripravila in sprejela poseben sanacijski načrt, ki so ga potrdili organi upravljanja tako v Kopitarni kot v Mercatorju. Glavni sanacijski ukrepi po tem načrtu so naslednji:

Organizacijsko-kadrovske spremembe kot imenovanje direktorja, ki je tudi mandatar za vodilne delavce Kopitarne, zmanjšanje števila zaposlenih na podlagi lastnih odpovedi delavcev, upokožitev, disciplinskih odpuštov in odpuštov zaradi premajhne učinkovitosti posameznih delavcev do konca leta 1990 na najmanj 390 oz. za 10 %, organiziranje profitnih enot in druge organizacijske spremembe.

Ukrepi za povečanje proizvodnje, kvalitete in prodaje rentabilnejših izdelkov (odprava ozkih grl v proizvodnji, razširitev prodajnih območij, izboljšanje strukture proizvodnje in kvalitete izdelkov, izboljšanje propagandnih aktivnosti, tehnološke izboljšave, krožki kvalitete ipd.).

Navedene in druge ukrepe, ki izboljšujejo poslovanje Kopitarne bo potrebno res dosledno izvajati. Pri tem bodo seveda v okviru svojih zmožnosti morali sodelovati vsi zaposleni. Kljub temu, da bodo nekateri že izvedeni sanacijski ukrepi pripomogli k izboljšanju ekonomskega položaja podjetja že v letošnjem letu in kljub temu, da ima Kopitarna v osnovi tržno sprejemljiv program je nevarnost, da pride zaradi finančnih težav do razkroja oz. likvidacije Kopitarne, še vedno velika.

Glede načina reševanja Kopitarne obstajajo naslednje glavne dileme:

- uveljavljati stečajni postopek, kar bi omogočajo hitrejšo odpuščanje delavcev ter ohranjanje le najrentabilnejših programov Kopitarne;

- združiti Mercator-Kopitarno z ekonomsko močnejšim podjetjem in sicer Mercator-KK Sevnica, kar bi zmanjšalo riziko stečaja, olajšalo financiranje Kopitarne ter omogočalo racionalizacijo nekaterih skupnih funkcij;

- izvesti sanacijske ukrepe v obstoječem podjetju z določenimi kadrovskimi dopolnitvami, kar bi lahko močnejše motiviralo kolektiv za izvajanje programa sanacije.

Zaenkrat smo se v okviru sanacijske komisije oz. Poslovnega sistema Mercator na podlagi predloga vodstva Kopitarne opredelili za tretjo varianto torej za izvajanje sanacije v okviru ohranjene samostojne Kopitarne.

Ta rešitev, ki temelji na zaupanju kolektivu, da bo uspel pretežno z lastnimi močmi postopno zagotoviti dovolj profitno poslovanje Kopitarne, je precej rizična, vendar pa lahko, ob ustrezni prizadevnosti zaposlenih, najprej pripelje podjetje iz krize. Na kolektivu je sedaj vsekakor velika odgovornost, kajti izvajanje sanacijskih ukrepov nikakor ni lahka naloga (spreminjanje delovnih zadolžitvev zaposlenih, povečevanje delovne discipline, spremem-

be v nagrajevanju, zahtevnejše norme ipd), ker prizadene interese mnogih posameznikov. Zelo hitro se lahko pojavi odpor proti posameznim bolečim ukrepom, kar otežkoča uspešno izvajanje sanacije. Primerno uspešnost lahko zagotovimo le s tvornim sodelovanjem zaposlenih na podlagi uveljavljene klime, v kateri postaja ekonomska ozdravitev podjetja glavna skrb večine zaposlenih. Če bo prevladal v podjetju duh ustvarjalnosti in prizadevnosti, se za usodo Kopitarne ni bati. V nasprotnem primeru pa bo stečaj Kopitarne zelo težko preprečiti.

Zaradi močne medsebojne kapitalne povezanosti, so za ekonomsko ozdravitev Mercator-Kopitarne sevnica močno zainteresirane tudi vse članice Poslovnega sistema. Računamo, da bodo članice v okviru svojih možnosti tudi na poslovnem področju čim bolj sodelovale s Kopitarno in sicer z nabavo njihove zaščitne obutve ter z organiziranjem prodaje obutve za šport in rekreacijo preko svojih prodajnih mest. Tudi na ta način lahko precej pripomoremo k širjenju popularnosti obutve, ki jo izdeluje Kopitarna in ki postaja vedno bolj znana tudi v svetu. Tako ne bomo pomagali samo Kopitarni, ampak tudi svojim podjetjem pri ohranjanju njihovega kapitala.

Genteleman agreement med sindikati in zbornico

Vesna Bleiweis

Splošna kolektivna pogodba ali kako je miška obljubljala, da bo rodila slona

Sredi junija so končno obelodanili sporazum med Svobodnimi sindikati Slovenije in Gospodarsko zbornico Slovenije in mu dali ime "Splošna kolektivna pogodba". Svet Zveze svobodnih sindikatov se je oklical za edinega in zveličavnega podpisnika v imenu delavcev, zbornica pa v imenu delodajalcev, ta minimalni standard ji ma je zagotovil pač zakon.

Pa je bolj kot sama splošna pogodba zanimiv komentar, ki so ga avtorji v imenu Zveze svobodnih sindikatov napisali k gosposkemu sporazumu (genteleman agreement). Cela vrsta opravičevanj in razlogov, zakaj so v pogodbi odstopanja od pred, med in pokongresnih obljub in od začetne

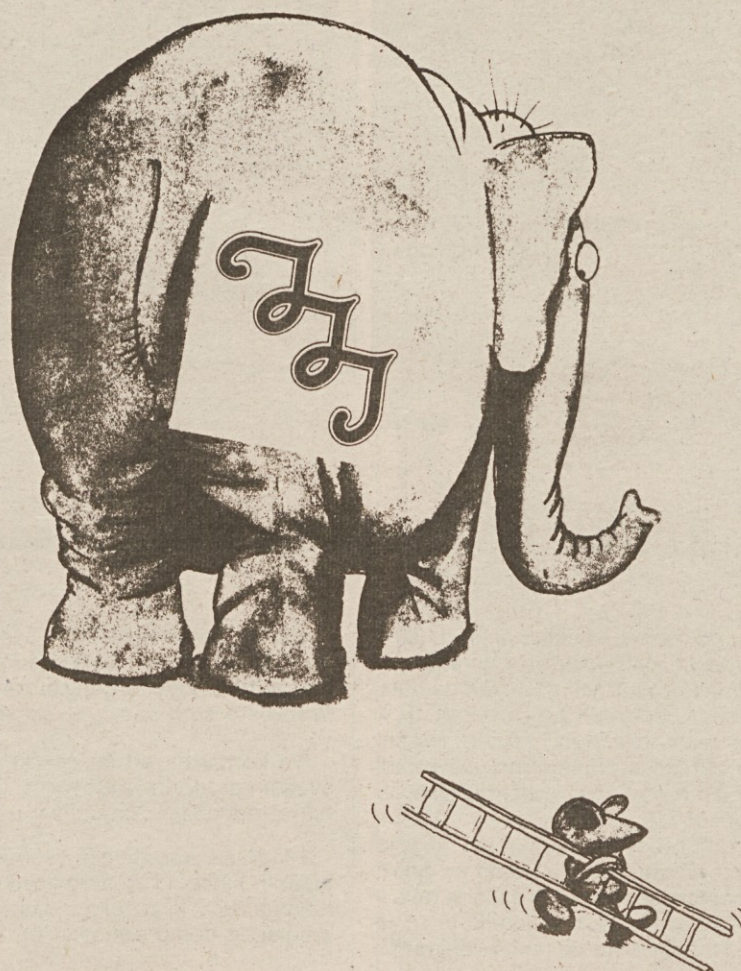
sindikalne bojevitosti. Vsak, ki vsaj malo stoji na trdnih tleh, vseh obljub itak ni jemal resno in ga zato tudi pričujoči "avtonomi delovno pravni akt za delavce" ni presenetil. V razpravi o rezultatu pogajanj bo pač lahko vsak povedal svoje. Podpisani sindikat je rekel svoje takole: "V pogajanjih

smo si postavili temeljni cilj, omogočiti delavcem in članom sindikatov več pravic iz varstva kot jih dajejo zakoni s področja delovnih razmerij, v nobenem primeru pa opredelitev pravic delavcev v kolektivni pogodbi ne sme povzročiti večje brezposelnosti, stečajev ali rednih likvidacij. Vsem sindikatom predlagamo, da o kolektivni pogodbi, ki je rezultat dosedanjih pogajanj, razpravljajo in sprejmejo do nje konkretne opredelitve. Če se bo v razpravi pokazalo, da so določila kolektivne pogodbe za delavce sprejemljiva, bo svet Zveze svobodnih sindikatov odločil o podpisu kolektivne pogodbe 27. junija 1990." Če odštejemo devet naštetih skupin za razvrstitev del (od enostavnih do izjemno pomembnih in najbolj zahtevnih del), ki so v medsebojnem razmerju vrednotena 1 : 3 - 3.080 din za najbolj enostavno in 9.240 din neto za izjemno pomembna dela (vse brez sindikalnolistovsko opredeljenih dodatkov) pa smo o kolektivni pogodbi povedali vse. Še nekaj: pravice, ki jih zagotavlja kolektivna pogodba, so iztožljiv minimalen standard, uporaben za nastanek kolektivnih pogodb v dejavnostih ali podjetjih. Prav gotovo pa to ni listina, ki bi razširjala zakonsko opredeljene pravice, morda je v zvezi z njimi le malo bolj konkretna, še najmanj pa je to listina, v kateri opredeljene pravice ne bi smele povzročati brezposelnosti, stečajev ali likvidacij. Ta naloga pride sama od sebe - pa bomo pošteno še tukaj: pride od sposobnosti ali pa nesposobnosti poslovođenja podjetja. Sindikalna samozadovoljnost ob doseženem, čez ta prag ne seže.

Mahati z minimalnimi standardi za osebne dohodke je v času, ko se večina gospodarstva (nujno mu bo sledilo tudi negospodarstvo) ubada s preživetjem, riskantna zadeva. Marsikdo mi bo

očital, da sem proti delavstvu, proti dobrim plačam in še proti marsičemu. Nisem proti temu, sem pa proti spreobrnjenecem čez noč. Dejstvo je, da se sindikalna zveza (pa naj gre za svobodnjake, neodvisnike ali katerekoli druge podpisnike) s takim papirjem kot je splošna kolektivna pogodba maže iz pocarije, ki jo je uspešno pomagala kuhati vsa dosedanja leta. Čez noč se razglasiti za zaščitnika delavstva, mu ponuditi iztožljive standarde, pri tem pa vedeti, da več kot dobra tretjina tistih, za katere naj bi določbe veljale, o izpolnitvi še sanjati ne more, kaj šele izplačati, zraven pa groziti z generalno stavko, če...eno je zganjati iluzionizem iz fotelja in si s spreobrnitvijo zavarovati že do sedaj varno rit, drugo pa se spopasti s konkretnimi razmerami - razvojem, mizerno produktivnostjo, finančnim zlomom, brezposelnostjo...lakoto. Kolektivna pogodba deluje in je učinkovita zaščita delavcev v stabilnih razmerah, pri nas pa...marsikje bo le olje na ogenj, saj bodo pritiski na njeno izpolnjevanje z vašo pomočjo gospodje sindikalisti, pomenili poslovanje s pozitivno ničlo.

Vsak bo o listini lahko rekel svoje. Delavec in direktor (jaz mu ne morem reči delodajalec, dokler v podjetju ni nič njegovega). V tem dialogu se bo pokazalo, koliko medsebojnega zaupanja, potrebnosti in medsebojne odvisnosti potrebujeta, da bosta zdržala prehod iz dogovornega v tržno gospodarstvo. Da bosta tudi v tej nesrečni družbeni lastnini imela vsak svojo odgovornost in čisto vest. Potem pa naj se začne lastnik : manager : delavci. Do takrat pa imate vseh vrst in barv sindikati čas, in če vam je v veselje, poskušajte tudi ali bi miš res lahko rodila slona. Tržnost te ideje in izvedbe se bo pokazala v članskem prispevku.



13. MERCATORIADA V SLIKBESEDI IN DOSEŽKIH

EKIPNI KONČNI VRSTNI RED

1. SLOGA 216 točk, 2. IZBIRA PANONIJA 215, 3. LJUBLJANSKE MLEKARNE 145, 4. MEDNARODNA TRGOVINA 139, 5. KOPITARNA 127, 6. AGROKOMBINAT 109, 6. ETA 98, 8. SADJE ZELENJAVA 85, 9. KG KOČEVJE 73, 10. NANOS 72, 11. BLAGOVNI CENTER 63, 12. TRGOPROMET 51 (1x2 mesto), 13. DOLOMITI 51, 14. OGRAD 43, 15. KK SEVNICA 36, 16. HOTEL SREMIČ 35 (1x2, 1x3 mesto), 17. EMBA 35 (1x2, 0x3 mesto), 18. GRADIŠČE 34, 19. DEGRO 31, 20. ZARJA 25, POSLOVNI SISTEM 25, 22. OLJARICA 22, 23. STANDARD 14, 24. ZKZ MOZIRJE 11, 25. MESNA INDUSTRIJA 10 (1x9 mesto), 26. TRGOAVTO 10 (0x9 mesto), 27. POTROŠNIK 9 (1x7 mesto), KONTITOR 9 (1x7 mesto), 29. UNIVERZAL 9 (0x7 mesto), 30. HOTEL ILIRIJA 8 (1x8 mesto), RUDAR 8 (1x8 mesto), 32. GOLOVEC 8 (0x8 mesto), 33. KZ TREBNJE 7 (1x9 mesto), 34. CIBES 7 (0x9 mesto), 35. KZ CERKNICA 1, SAVICA 1



Tik preden so bili pokali polni...

Franc Zalar (levo), Miran Goslar (v sredini) in prejemnik pokala za 2. mesto - M-Izbira Panonija.

VLEČENJE VRVI

1. AGROKOMBINAT 25 točk, 2. SADJE ZELENJAVA, 3. KOPITARNA 15, 4. Sloga 12, 5. M-Izbira Panonija 11, 6. Ljubljanske mlekarne 10, 7. M-Mednarodna trgovina

MALI NOGOMET

1. Blagovni center 25 točk, 2. Kopitarna 20, 3. Nanos 15, 4. Ljubljanske mlekarne I. 12, 5. KG Kočevje 11, 6. Agrokombinat 10, 7. Potrošnik 9, 8. Trgopromet 8, 9. Sloga 7, 10. Trgoavto I. 6, 11. Mercator-Izbira Panonija I. 5, 12. Standard 4, 13. Ljubljanske mlekarne II. 3, 14. Univerzal 2, 15. Emba 1, 16. ZUKZ Mozirje, 17. Ograd, 18. Eta, 19. M-Mednarodna trgovina III., 20. M-Mednarodna trgovina I., 21. Meso-izdelki, 22. Sevnica, 23. Sadje zelenjava YI., 24. Preskrba, 25. Mercator-Izbira Panonija II., 26. Degro, 27. MI, 28. Mercator-Mednarodna trgovina II.



ŠAH

1. KOPITARNA 25 - 25 točk, 2. TRGOPROMET I. 23 - 20, 3. TRGOPROMET II. 21 - 15, 4. Blagovni center I. 12 (7) - 12, 5. Eta 12 (6) - 11, 6. Mercator-Izbira Panonija 9 - 10, 7. Sloga 7 - 9, 8. Blagovni center 4 - 8

STRELJANJE MOŠKI - EKIPNO

1. M-IZBIRA PANONIJA 702 krogov - 25 točk, 2. KOPITARNA 667 - 20, 3. OGRAD III. 660 - 15, 4. Nanos I. 652 - 12, 5. Kopitarna I. 648 - 11, 6. M-Izbira Panonija 646 - 10, 7. Ljubljanske mlekarne 628 - 9, 8. Oljarica 590 - 8, 9. Trgopromet 571 - 7, 10. Sloga 544 - 6, 11. Eta 535 - 5, 12. Sadje zelenjava 529 - 4, 13. Cibes 525 - 3, 14. Ograd II. 514 - 2, 15. KZ Cerknica 462 - 1, 16. MI I. 444, 17. Sadje zelenjava II. 439, 18. Zarja 429, 19. Dolomiti 398, 20. Golovec 369, 21. Emba 290, 22. Poslovni sistem Mercator 238, 23. Mercator-Mednarodna trgovina 232, 24. Blagovni center 178

Beseda predsednika KORŠA, letošnjega ata Mercatoriade

S 13. Mercatoriado smo še bolj utrdili zavest in spoznanje, da smo Mercatorjevci res sila. Tokrat smo prvič nastopali za barve svojih podjetij, prejšnja leta pa za barve svojih organizacij združenega dela. Kar veliko nas je bilo, samo udeležencev športnih bojev okrog 10 % zaposlenih. V podjetjih je odnos do rekreacije zelo različen. Na eni strani imamo kolektive, ki vedo, da rekreacija pomembno vpliva tudi na odnos do dela, na drugi strani imamo podjetja, ki očitno niso ob vseh vabilih niti opazila, da Mercatoriada bo.

Ampak nič zato. Udeleženci športnih bojev, navijači in vsi, ki smo se povseslili ob koncu prireditve, smo si obljubili, da bomo še prišli. Mercatoriada je v vseh teh 13 letih postala sestavni del našega dela v Mercatorju. Veseli smo vsakokratnega srečanja s prijatelji. In to je največ vredno. Prihodnje leto bomo morda sezname tekmovalcev razširili še na bolj družabni del.

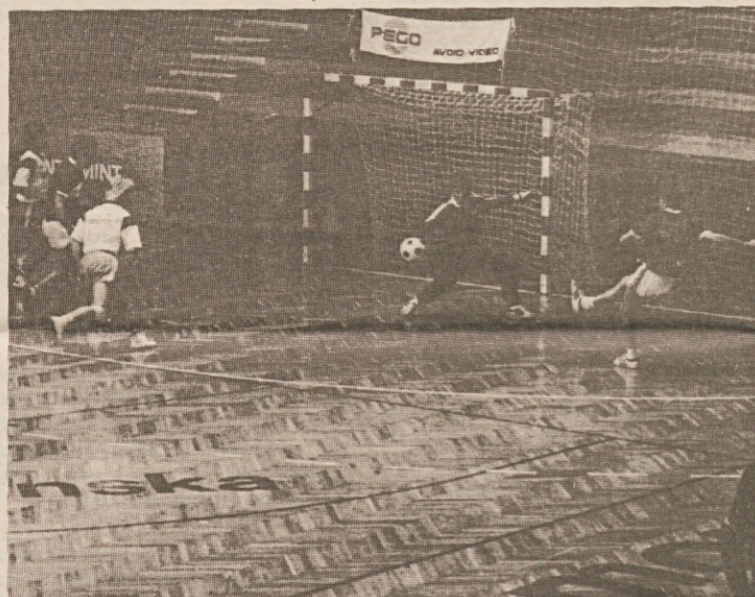


...In po podelitvi pokala za ekipe zmagovalce.

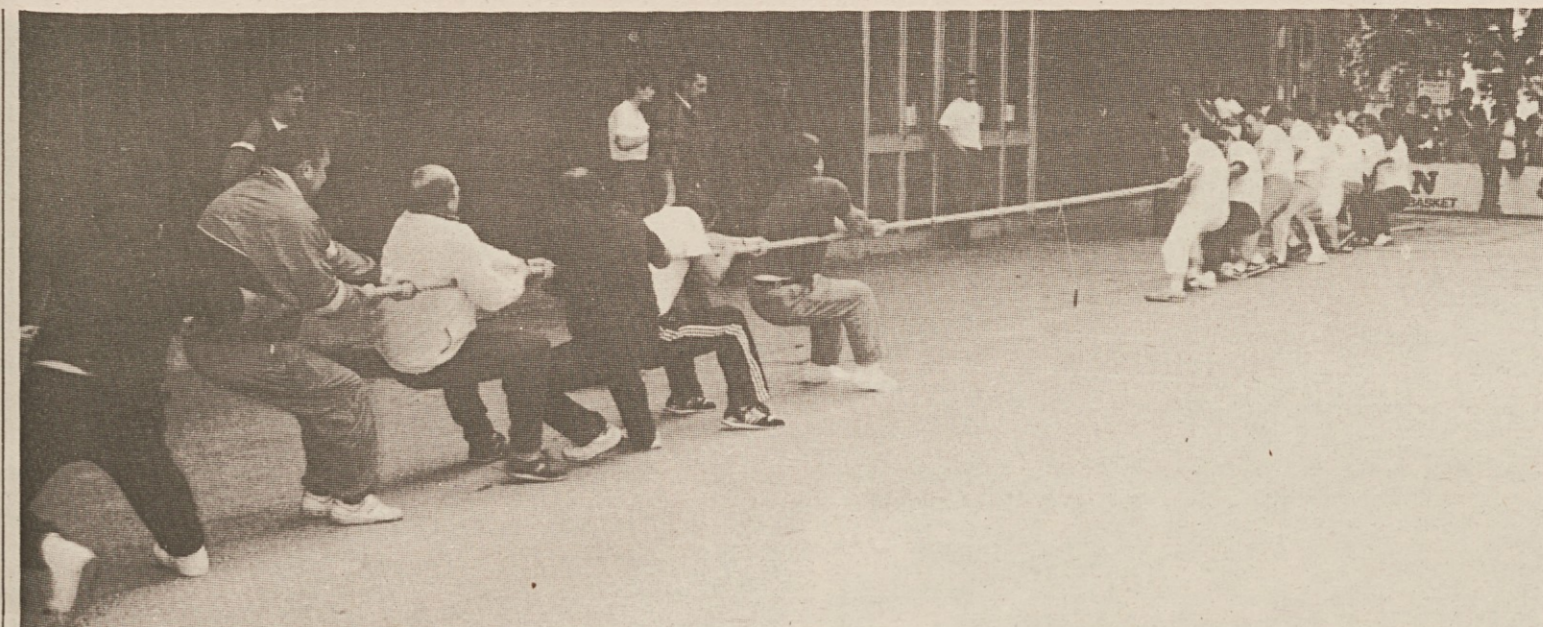


S poslušalci, gledalci, tekmovalci - ves z njimi: Mile Bitenc.

Mondial - tudi Kamerun nas ne more presenetiti!

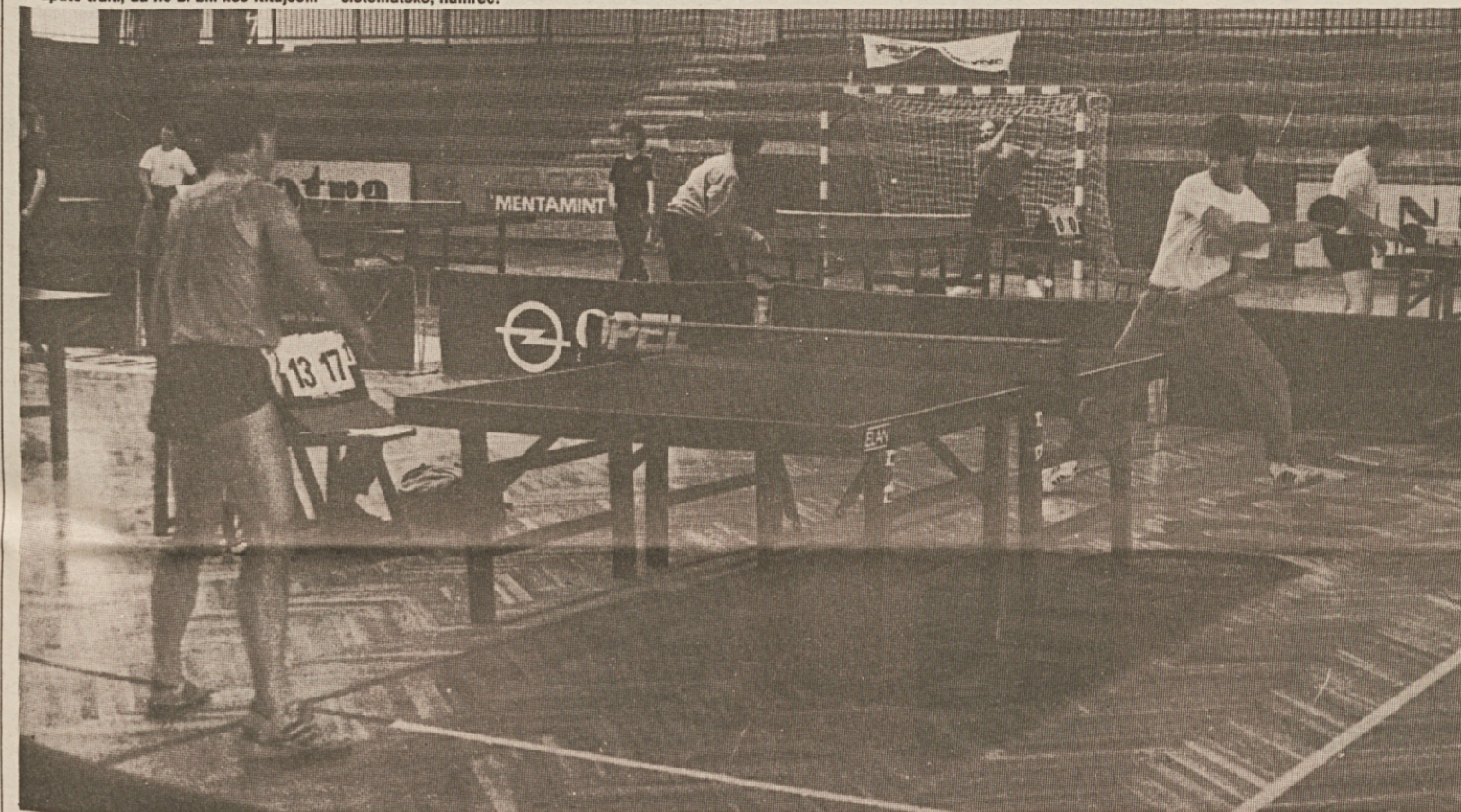


Zanesljivo rdeči kartoni!

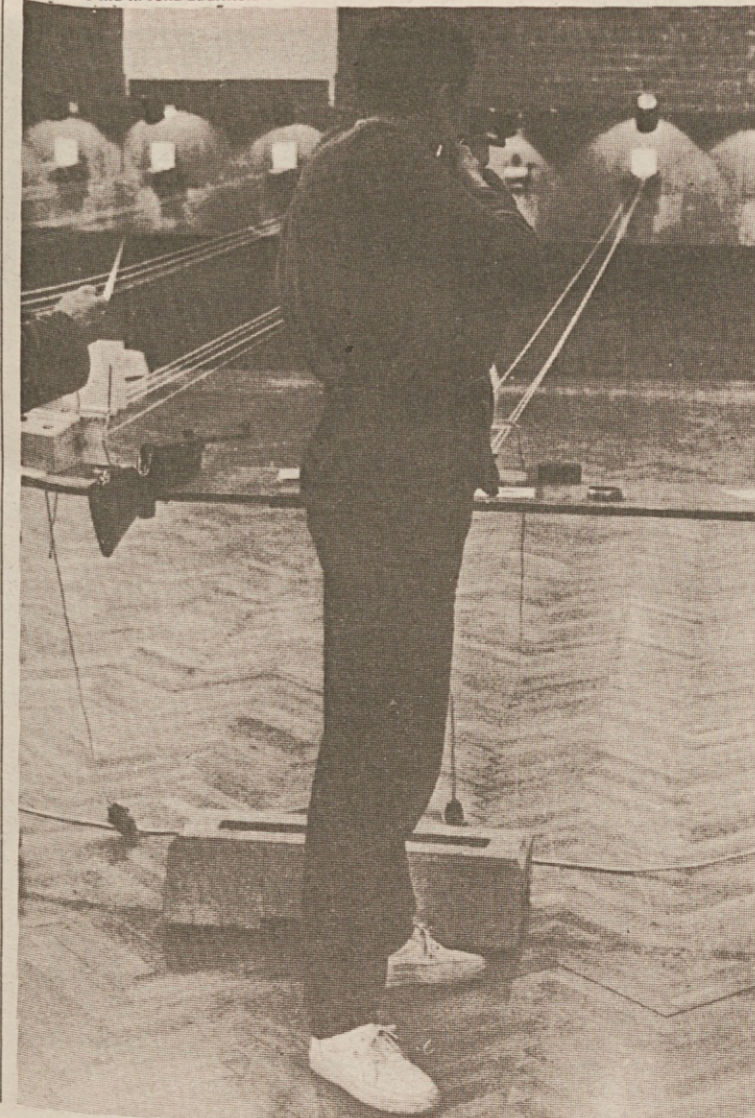


"Janez, potegni!" - "Jože, saj vlečem, Jože, pa so na drugi strani težji!"

Si upate trditi, da ne bi bili kos Kitajcem - sistematsko, namreč!



Niti malo mu ni roka zdržela.



Dobri smo - le zdržati je treba!



STRELJANJE ŽENSKE - EKIPNO

1. KOPITSRNA 493 krogov - 25 točk, 2. HOTEL SREMIČ 442 - 20, 3. M-IZBIRA PANONIJA 422 - 15, 4. Sloga 403 - 12, 5. Nanos 390 - 11, 6. KK Sevnica 369 - 10, 7. Eta 316 - 9, 8. Ljubljanske mlekarne 275 - 8, 9. Golovec 203 - 7, 10. M-mednarodna trgovina 200 - 6, 11. Dolomiti 53 - 5

STRELJANJE MOŠKI - POSAMEZNO

1. Matjaž ŠULIGOJ, Nanos I. 187 točk, 2. Jani DOBERŠEK, Kopitarna II 181, 3. Jože LOVRENIČ, M-Izbira Panonija 178, 4. Jani Ivanuš, Ograd I. 177, 5. Franc Hrnčič, M-Izbira Panonija 176 (89), 6. Danilo Janžekovič, M-Izbira Panonija I. 176 (87), 7. Simon Šega, KZ Kočevje 174, 8. Roman Šefančič, Ljubljanske mlekarne 173, 9. Robert Vočanec, Ograd 172 (90), 10. Alojz Trstenjak, M-Izbira Panonija 172 (84)

STRELJANJE ŽENSKE - POSAMEZNO

1. Mateja MEŠIČEK, Kopitarna 171 točk, 2. Milka NJEGOŠ, Kopitarna 166, 3. Valerija SOLINA, M-Izbira Panonija 164, 4. Justika Colner, Hotel Sremič 162, 5. Mojca Jekoš, Kopitarna 156, 6. Elka Brezec, Nanos 145, 7. Zdenka Gibičar, Sloga 143, 8. Vilka Germ, Hotel Sremič 141, 9. Milena Rožkar, Sloga 139, 10. Helena Poznič, Hotel Sremič 139

NAMIZNI TENIS - MOŠKI

1. M-IZBIRA PANONIJA 25 točk, 2. DEGRO 20, 3. SLOGA 15, 4. Blagovni center 12, 5. Eta I. 11, 6. M-Izbira Panonija 10, 7. Sadje zelenjava I. 9, 8. Kopitarna 8, 9. Tovarna mesnih izdelkov I. 7, 10. Emba 6, 11. Ljubljanske mlekarne 5, 12. Cibes 4, 13. Nanos 3, 14. Tovarna mesnih izdelkov II. 2, 15. Eta II. 1, 16. KK Sevnica, 17. Eta III., 18. Konditor II., 19. Konditor I., 20. Dolomiti, 21. Agrokombinat.

NAMIZNI TENIS ŽENSKE

1. M-IZBIRA PANONIJA 25 točk, 2. EMBA 20 točk, 3. Ljubljanske mlekarne 15 točk, 4. Sloga 12, 5. Dolomiti 11, 6. Standard 10, M-Mednarodna trgovina 9, 8. Rudar 8, 9. Eta I. 7.

ODBOJKA MOŠKI

1. SLOGA 25 točk, 2. KG KOČEVJE 20 točk, 3. LJUBLJANSKE MLEKARNE 15 točk, 4. M-Izbira Panonija 12, 5. Ograd 11, 6. Eta 10.

13. MERCATORIADA V SLIKESEDI IN DOSEŽKIH

ODBOJKA ŽEN-SKE

1. KG KOČEVJE 25 točk, 2. M-MEDNARODNA TRGOVINA 20 točk, 3. OGRAD 15 točk, 4. Ljubljanske mlekarnе 12, 5. Sloga 11, 6. Kopitarna 10, 7. Agrokombinat 9, 8. M-Izbira Panonija 8, 9. Eta 7, 10. KK Sevnica 6.

PLAVANJE MOŠKI

1. M-MEDNARODNA TRGOVINA 25 točk, 2. M-IZBIRA PANONIJA 20 točk, 3. SLOGA 15 točk, 4. Ljubljanske mlekarnе 12.

POSAMEZNO KATEGORIJA "A":

1. VLADO ROŽMAN (MIP) 29,04, 2. MARKO KREBS (MMT) 29,96, 3. MIRO STRAJNAR (SZ) 31,17, 4. Peter Ozvatič (BC) 32,06, 5. Orfej Prelec (Trgoavto) 32,76, 6. Anton Balak (Sloga) 33,10, 7. Iztok Lacijan (PS) 33,30, 8. Robert Jeraj (MMT) 33,37, 9. Slavko Petrič (Agrokombinat) 33,39, 10. Peter Bizjak (Golovec) 34,31, 11. Jože Kumin (LM) 42,90.

POSAMEZNO KATEGORIJA "B":

1. ZLATKO ŠORMAN (SLOGA) 31,73, 2. FRANCI KOLMAN (MMT) 36,25, 3. POLDE PETRIČ (AGROKOMBINAT) 37,79, 4. Janko Dolenc (Mesoizdelki) 39,13, 5. Miha Žohar (MIP) 39,61, 6. Andrej Kos (LM) 39,80, 7. Janez Obreza (KZ Cerknica) 40,30, 8. Peter Prevodnik (Mesoizdelki) 43,65, 9. Arif Kaltak (Eta) 45,26, 10. Karel Zorko (Sloga) 50,17, 11. Jože Ogrizek (MIP) 52,13.

POSAMEZNO KATEGORIJA "C":

1. JOŽE KORITNIK (SZ) 38,52, 2. FRANC ŠTEBIH (MIP) 38,88, 3. NANDE VODNIK (MMT) 41,21, 4. Božidar Popovič (KG Kočevje) 42,18, 5. Rudi Ketiš (Sloga) 49,39, 6. Andrej Glen (SZ) 54,31, 7. Miha Breznik (Sloga) 54,74.

PLAVANJE ŽEN-SKE

EKIPNO: 1. M-MEDNARODNA TRGOVINA 25 točk, 2. SLOGA 20 točk, 3. AGROKOMBINAT 15 točk, 4. M-Izbira Panonija 12, 5. Dolomiti 11.

POSAMEZNO KATEGORIJA "A":

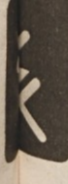
1. MARJETA NOVAK (AGROKOMBINAT) 38,32, 2. BERNARDA LOGAR (AGROKOMBINAT) 38,88, 3. IRENA JAMNIK (DOLOMITI) 44,74, 4. Barbara Miakar (MMT) 52,12, 5. Karin Lowndes (MIP) 56,36, 6. Brigita Gomboc (Sloga) 1.00,79, 7. Mojca Zavržna (MMT) 1.05,84, 8. Majda Kračan (MMT) 1.10,50, 9. Andreja Dolenc (Mesoizdelki) 1.11,85.



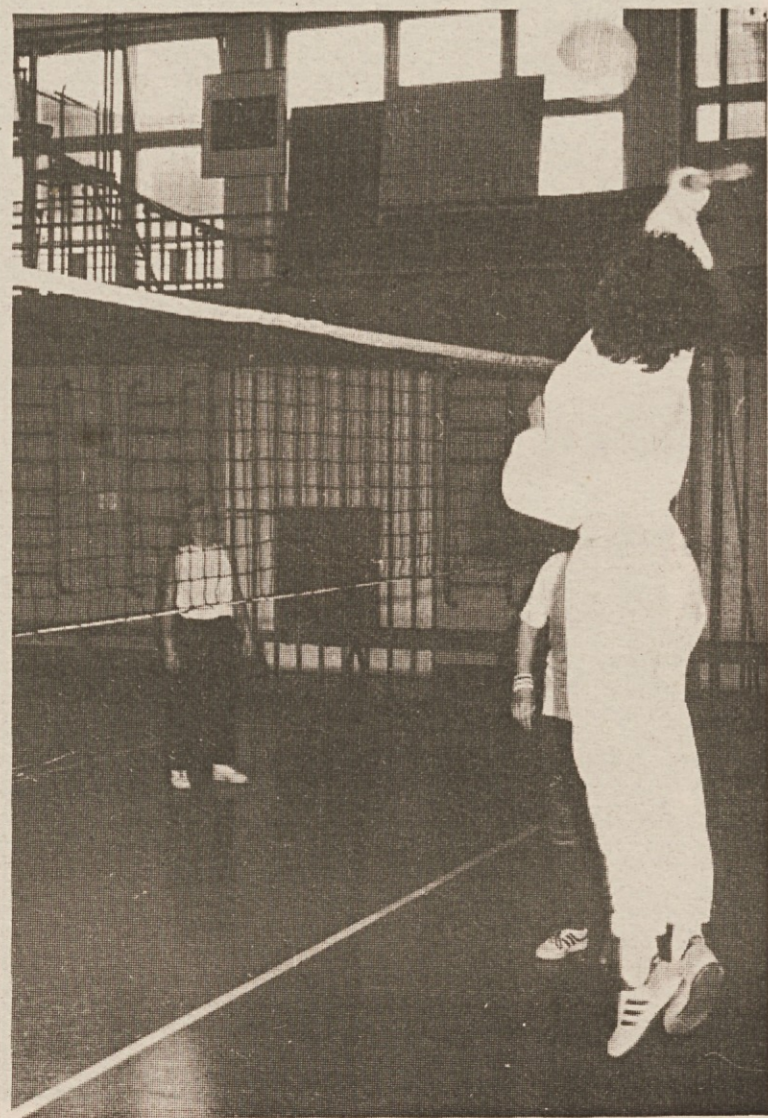
Poskrbljeno je bilo za vse, za »zakurbo« pa je skrbelo sonce.



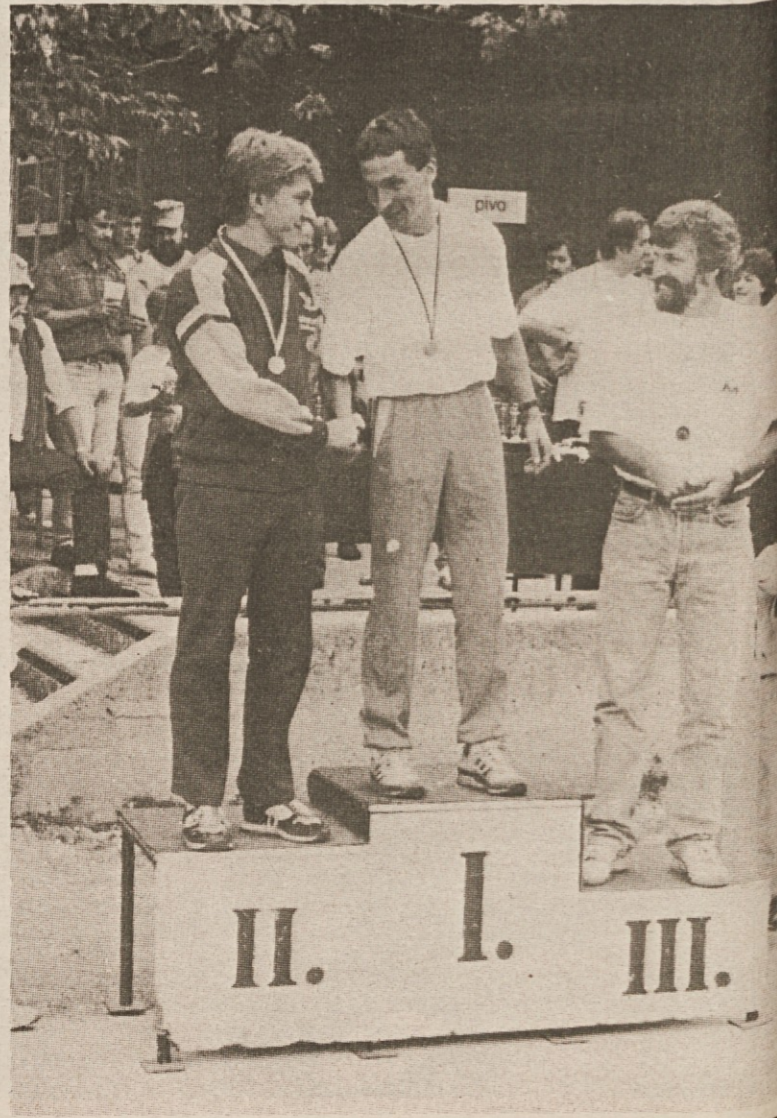
»Tok a'm teku...«



Čez mrežo in nazaj.



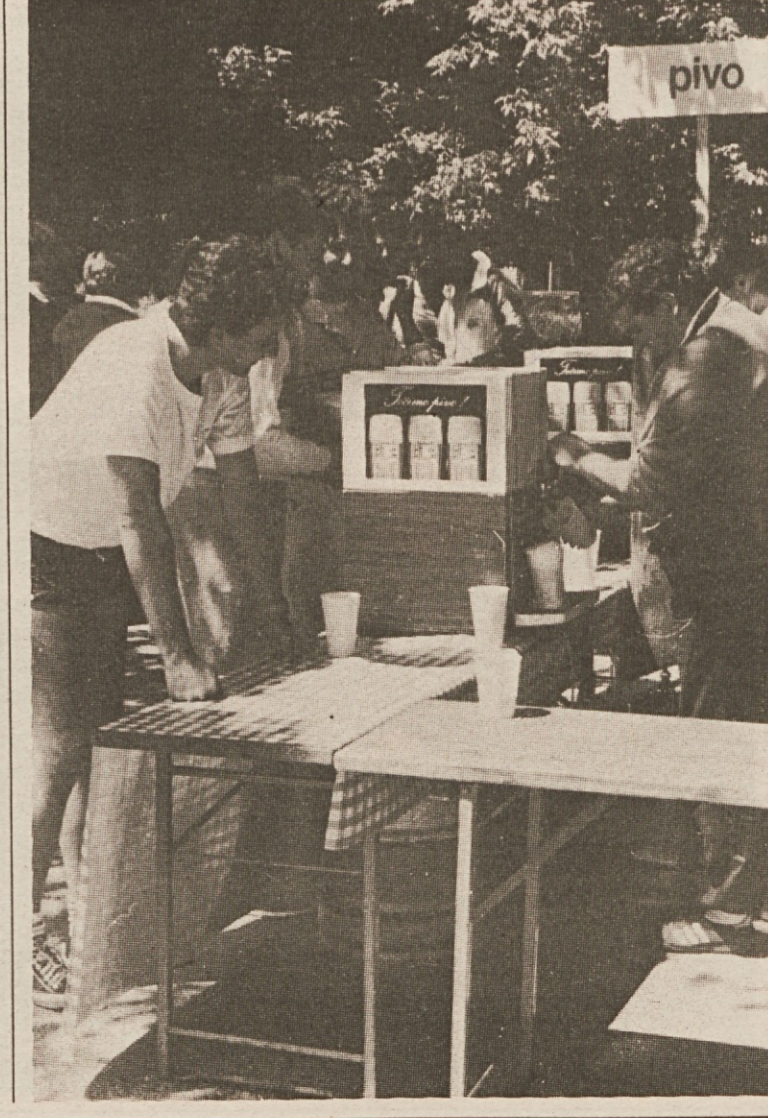
Zmagovalci v krosu.



NBA – prava šala za nas.



Mrzlega piva – ni bilo UNI brez alkohola...



POSAMEZNO KATEGORIJA "B":

1. SILVA KUJUNDŽIČ (SLOGA) 42,34, 2. MILENA ŠTERMAN (MIP) 44,70, 3. ŠPELA ROJC (MMT) 48,37, 4. Jožica Žibert (Agrokombinat) 58,23, 5. Ljubica Murn (Standard) 1.00,08, 6. Venca Habjan (Dolomiti) 1.00,62.

POSAMEZNO KATEGORIJA "C":

1. SONJA DOLINŠEK (MMT) 44,72, 2. ELICA STOROVAŠNIK (SLOGA) 1.00,273, 3. JELKA KALLAR (DOLOMITI) 1.07,21, 4. Betka Lončar (Agrokombinat) 1.08,59, 5. Adela Bratušek (MIP) 1.40,91, 6. Sonja Udovic (MIP) 1.43,02.

KOŠARKA MOŠKI

1. GRADIŠČE 25 točk, 2. NANOS 20 točk, 3. M-IZBIRA PANONIJA 15 točk, 4. KG Kočevje 12, 5. ZKZ Mozirje 11, 6. Blagovni center 10, 7. Konditor 9, 8. Emba 8, 9. Sadje zelenjava 7, 10. Ljubljanske mlekarnе 6, 11. Sloga 5, 12. Trgoavto 4, 13. Dolomiti 3, 14. Kopitarna 2.

KOŠARKA ŽEN-SKE

1. M-MEDNARODNA TRGOVINA 25 točk, 2. M-IZBIRA PANONIJA 20 točk, 3. SLOGA 15 točk, 4. Dolomiti 12 točk.

KROS MOŠKI EKIPNO

1. LJUBLJANSKE MLEKARNE 25 točk, 2. KK SEVNICA 20 točk, 3. ETA 15 točk, 4. Sloga 12 točk.

KROS ŽEN-SKE EKIPNO

1. SLOGA 25 točk, 2. AGROKOMBINAT 20 točk, 3. ETA 15 točk.

KROS MOŠKI KATEGORIJA "A"

1. JANEZ IMPERL (KK SEVNICA) 4.33,8, 2. SANDI FELC (LJUBLJANSKE MLEKARNE) 4.37,2, 3. SILVO BRLEK (MIP) 4.39,2, 4. Franc Raušl, (Ograd) 4.48,2, 5. Albert Kranjc (Kopitarna) 4.51,3, 6. Janko Kaučič (Sloga) 4.53,7, 7. Matjaž Ulčar (MMT) 5.04,6, 8. Bojan Štih (ETA) 5.11,8, 9. Vlado Fajfar (Sloga) 5.28,4, 10. Robi Ribič (Emba) 5.33,8, 11. Srečko Vrzel (Sloga) 5.50,5, 12. Matjaž Sladič (Emba) 6.01,9.

KROS MOŠKI KATEGORIJA "B":

1. SREČKO KONČINA (LM) 4.36,0, 2. STANE GREGORČIČ (SZ) 4.50,3, 3. MATJAŽ KANDUS (EMBA) 4.58,0, 4. Marko Pajntar (Rudar) 4.58,6, 5. Jože Jere (KK Sevnica) 5.25,0, 6. Rajko Kodra (Eta) 5.45,0, 7. Franc Rantaša (Sloga) 5.57,9.

13. MERCATORIADA V SLIKBESEDI IN DOSEŽKIH

KROS MOŠKI - KATEGORIJA "C":

1. ANTON VENCELJ (PEKARNA GROSUPLJE) 5.08,5, 2. FRANC ROŽIČ (NANOS) 5.11,1, 3. MUSTAFA VELAČIČ (LM) 5.13,6, 4. Stane Kaučič (Konditor) 5.19,6, 5. Miroslav Naroglav (KK Sevnica) 5.27,3, 6. Jože Zadnik (SZ) 5.40,2, 7. Franc Šinkovec (ETA) 6.21,6, 8. Tonček Gerič (Sloga) 6.32,3.

KROS ŽENSKE - KATEGORIJA "A":

1. IDA PERŠOLJA (AGROKOMBINAT) 2.39,9, 2. CVETKA ZUPAN (SLOGA) 2.47,6, 3. TATJANA TREBŠE (RUDAR) 2.50,3, 4. Branka Krumpeštar (ETA) 2.52,9, 5. Mateja Velepec (Emba) 2.58,1, 6. Metka Velepec (Emba) 3.00,9, 7. Fani Koširnik (ETA) 3.18,1, 8. Metka Balant (Rudar) 3.21,1, 9. Marjana Tropenaver (Sloga) 3.33,2, 10. Anica Zajec (ETA) 3.34,6.

KROS ŽENSKE - KATEGORIJA "B":

1. VENCI HABJAN (DOLOMITI) 2.55,7, 2. IVICA SMREČNIK (ETA) 2.59,0, 3. MARIJA DOLINAR (ZARJA) 3.07,4, 4. Hedviga Biderman (Agrokombinat) 3.22,7, 5. Darinka Meško (Zarja) 3.30,8, 6. Silva Bezjak (MIP) 3.42,1, 7. Mirjana Felbar (Sloga) 4.05,1.

KROS ŽENSKE - KATEGORIJA "C":

1. ŠTEFKA KUCOVAN (SLOGA) 3.06,9, 2. BERTA HORVAT (ZARJA) 3.11,2, 3. DARINKA STRAŠEK (EMBA) 3.14,6, 4. Brigita Perko (MIP) 3.16,7, 5. Betka Lončar (Agrokombinat) 3.31,7, 6. Francka Novak (ETA) 4.29,2, 7. Tilika Aleksič (Zarja) 5.21,1.

KEGLJANJE MOŠKI:

1. SADJE ZELENJAVA I. 1137 KEGLJEV - 25 TOČK, 2. AGROKOMBINAT 1122 KEGLJEV - 20 TOČK, 3. SADJE ZELENJAVA II. 1110 KEGLJEV - 15 TOČK, 4. Ljubljanske mlekarne 1109 kegljev - 12 TOČK, 5. DEGRO 1090 kegljev - 11 TOČK, 6. Trgopromet 1088 kegljev - 10 TOČK, 7. Oljariča 1086 kegljev - 9 TOČK, 8. Hotel Ilirija 1066 kegljev - 8 TOČK, 9. Univerzal 1065 kegljev - 7 TOČK, 10. Dolomiti 1064 (324) kegljev - 6 TOČK, 11. KG Kočevje 1064 (320) kegljev - 5 TOČK, 12. Blagovni center I. 1056 kegljev - 4 TOČKE, 13. Mesna industrija 1055 kegljev - 3 TOČKE, 14. Kopitarja 1054 kegljev - 2 TOČKI, 15. Savica 1037 kegljev - 1 TOČKA, 16. Ograd 1036 kegljev, 17. M-Izbira Panonija 1014 kegljev, 18. ETA 981, 19. Trgoavto 971 (275), 20. Potrošnik 971 (261), 21. Poslovni sistem 963, 22. Konditor 962, 23. Sloga 945 (273), 24. Golovec 945 (266), 25. Emba (931), 26. M-Mednarodna trgovina I. 921, 27. M-Mednarodna trgovina II. 899, 28. Pekarna Grosuplje 878, 29. Gradišče 864, 30. KZ Trebnje 804, 31. Mesozi-delki 634, 32. Nanos 356.

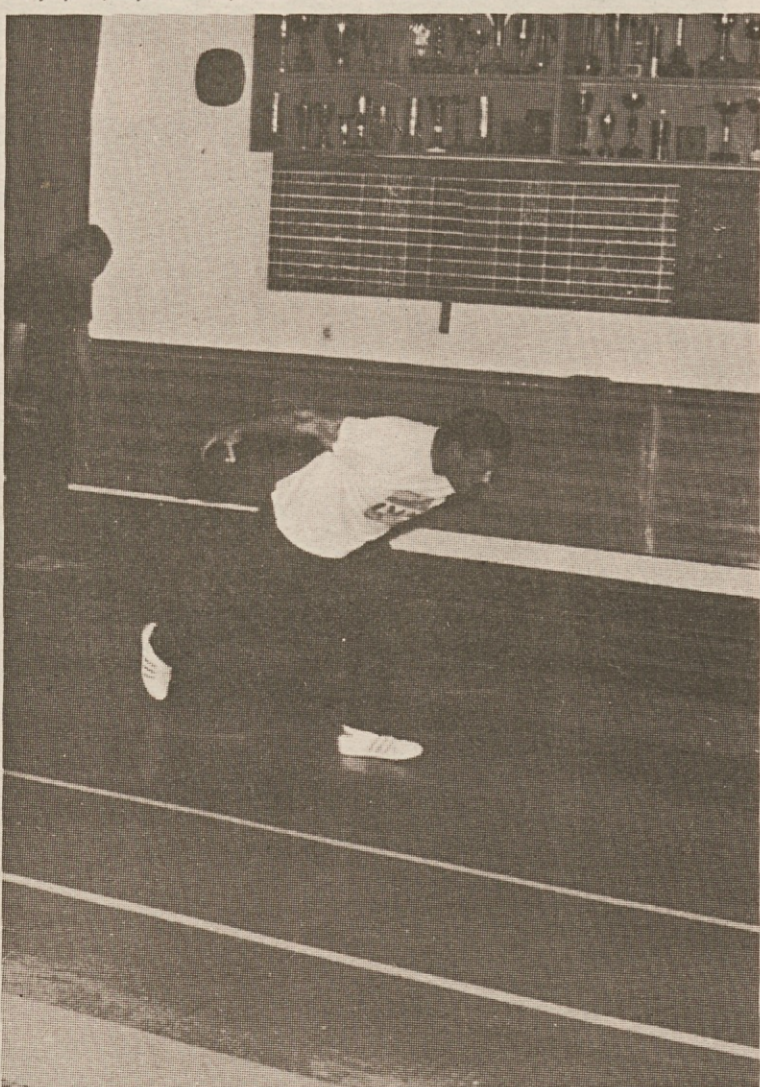


Na startu ženskega krosa: ženske sicer ne pademo takoj po startu, ampak izjema potrjuje pravilo.

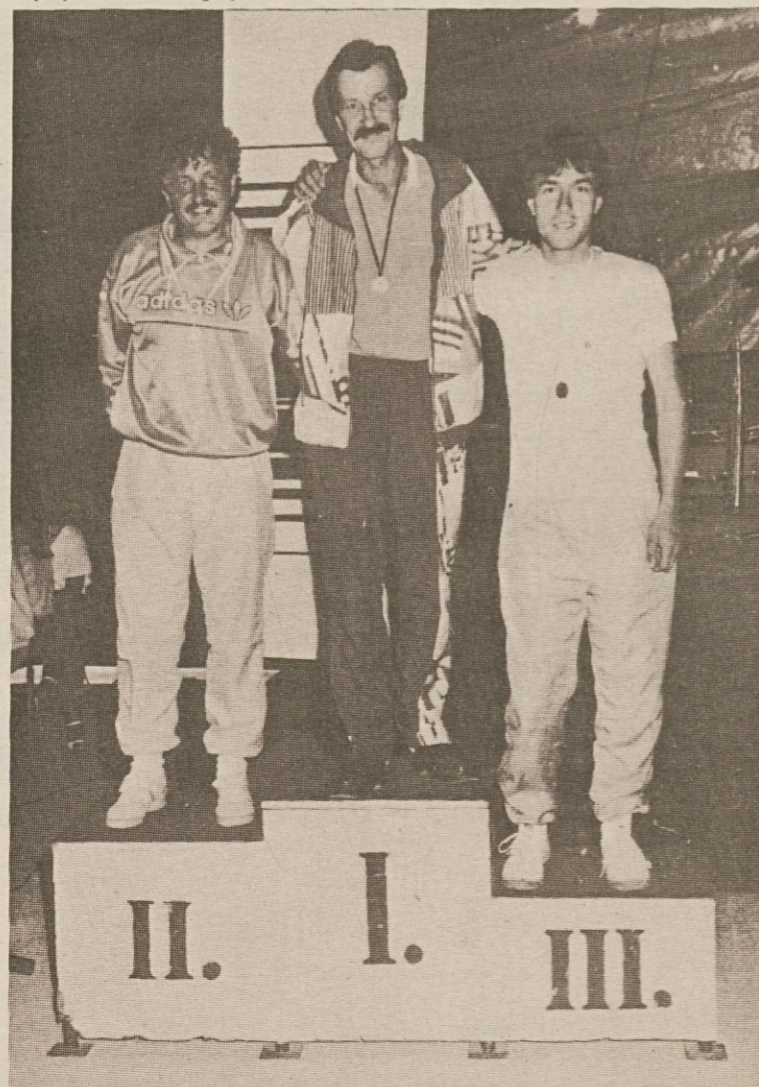


Ponovitev Pariza: dež ni pregнал le male Mo...

Pet jih pade, če porine - ne, zaluča - slovenske domovine sin!



Najboljši tenisači v kategoriji B.



KEGLJANJE MOŠKI POSAMEZNO:

1. DURO GRADIŠAR (SZ I.) 458 KEGLJEV, 2. JOŽE OSOJNIK (KONDITOR) 418 KEGLJEV, 3. NIKOLA VRANJEŽ (MIP) 412 KE-

GLJEV, 3. Štef Ječmenjak (Agrokombinat) 410, 5. Aleš Brezar (LM) 403, 6. Vinko Bosina (Agrokombinat) 399, 7. Edi Kocijan (Agrokombinat) 397, 8. Miro Vaupotič (SZ I.) 391, 9. Janez Meglen (Hotel Ilirija) 388, 10. Boris Gostič (SZ II.) 387, 11. Mirko Žizek (Univerzal) 381, 12. Rajko Kamin (KZ Trebnje) 203.

KEGLJANJE ŽENSKE - EKIPNO:

1. ZARJA 694 KEGLJEV - 25 TOČK, 2. SADJE ZELENJAVA 668 KEGLJEV - 20 TOČK, 3. HOTEL SREMIČ 667 KEGLJEV - 15

TOČK, 4. M-Izbira Panonija 624 kegljev - 12 TOČK, 15. Nanos I. 608 kegljev - 11 TOČK, 6. Agrokombinat 606 kegljev - 10 TOČK, 7. Gradišče 580 kegljev - 9 TOČK, 8. ETA 577 kegljev - 8 TOČK, 9. KZ Trebnje 561 TOČK - 7 kegljev, 10. Trgopromet 549 kegljev - 6 TOČK, 11. Oljariča 544 kegljev - 5 TOČK, 12. Ljubljanske mlekarne 536 ke-

gljev - 4 TOČKE, 13. Dolomiti 535 kegljev - 3 TOČKE, 14. Ograd 499 kegljev - 2 TOČKI, 15. Golovec 498 kegljev - 1 TOČKA, 16. Univerzal 481 kegljev, 17. Emba 480 kegljev, 18. Hotel Ilirija 462, 19. M-Mednarodna trgovina 426 kegljev, 20. DEGRO 402 kegljev, 21. Sloga 385 kegljev, 22. Potrošnik 358 kegljev, 23. Nanos 301 keglj.

KEGLJANJE ŽENSKE - POSAMEZNO:

1. MAJDA MLAKAR (NANOS II.) 406 kegljev, 2. KATARINA JAVŠEVEC (ZARJA) 370 KEGLJEV, 3. LOJZKA ŠKAFAR (SREMIČ) 363 KEGLJEV, 4. Edka Petrič (Sremič) 362, 5. Sonja Tomažin (Agrokombinat) 357, 6. Danica Osenjak (MIP) 327, 7. Olga Starovashnik (Eta) 190, 8. Mira Znidaršič (Nanos I.) 181, 9. Nada Mušič (Hotel Ilirija 178(66)), 10. Darinka Neško (Zarja) 178(53).

TENIS - EKIPNO:

1. POSLOVNI SISTEM - 25 TOČK, 2. M-MEDNARODNA TRGOVINA - 20 TOČK, 3. SLOGA - 15 TOČK.

TENIS MOŠKI - KATEGORIJA "A":

1. MERSLAVIČ - KOPITARNA, 2. MELAVC - ZKZ MOZIRJE, 3. FILIPČIČ - TRGOAVTO, 4. ČIKOVIN - Trgoavto, 5. Forjan - Blagovni center, 6. Vovk - Eta, 7. Bujšič - Trgoavto, 8. Kotar - Poslovni sistem, 9. Tratar - M-Mednarodna trgovina, 10. Goslar - Investa, 11. Šmid - Poslovni sistem, 12. Paravinja - M-Mednarodna trgovina, 13. Zor - Sadje zelenjava, 14. Mušič - M-Mednarodna trgovina, 15. Kamenšek - Blagovni center, 16. Lacijan - Poslovni sistem, 17. Urbančič - M-Izbira Panonija, 18. Krivorotov - Emba, 19. Ogrin - Hotel Ilirija, 20. Jenko - Mesna industrija, 21. Wildman - Poslovni sistem, 22. Ambrožič - Trgopromet, 23. Šmid E. - Sloga, 24. Gradišar - Sadje zelenjava, 25. Jerala - Kopitarna, 26. Merzdovnik - Sadje zelenjava, 27. Mirnik - Poslovni sistem, 28. Vrhunc - Investa, 29. Muck - M-Mednarodna trgovina, 30. Osenjak - Sadje zelenjava, 31. Jarc - Poslovni sistem, 32. Zakrajšek - Trgoavto.

TENIS MOŠKI - KATEGORIJA "B":

1. ŠKERLAVAJ - INVESTA, 2. GOSLAR - POSLOVNI SISTEM, 3. DEU - M-MEDNARODNA TRGOVINA, 4. Škulj - M-Mednarodna trgovina, 5. Wrozele - Modna hiša Maribor, 6. Džodek - Sloga, 7. Potočnik - M-Mednarodna trgovina, 8. Pok - Golovec, 9. Velkavrh - Poslovni sistem, 10. Prvinšek - Poslovni sistem, 11. Dermastja - Eta.

TENIS ŽENSKE - POSAMEZNO

1. VIDIC - POSLOVNI SISTEM, 2. LUKŠA - POSLOVNI SISTEM, 3. GLIGOREVIČ - POSLOVNI SISTEM, 4. Bloga - Sloga, 5. Grosman - M-Mednarodna trgovina.

Prva je kelnarca, druga je kuharica
Ivanka Leskovec

Gostinske martre

Z gostinstvom kot osnovno dejavnostjo se v Mercatorju ukvarja manjše število podjetij, več se jih z njo ukvarja kot s stransko dejavnostjo. Razvojno je bila ta dejavnost vedno nekoliko zanemarjena - se ji obetajo novi časi?

Tako je z gostinstvom tudi pri nas nasploh. Od vseh časov nazaj je bilo gostinstvo sopotnik drugih dejavnosti, cvetelo je, pa je usihalo, pa spet cvetelo, tako kot so kazale razmere. Nikdar temu področju ni bila izkazana posebna pozornost, vedno je bilo namreč samo po sebi umevno, da je v vsakem kraju gostinski obrat, da dobimo tam nekaj za pod zob in da se odžejamo. Če nismo bili preveč razočarani nad postrežbo, nismo komentirali, če pa ni bilo v redu, smo zabavljali nad sistemom, ki je kriv za takšno stanje. V zadnjem obdobju, ko hrepenelimo zremo v Evropo, pa ugotovljamo, da ravno to nesrečno gostinstvo oziroma sodobnejša veja turizem lahko veliko prispevata na pot k Evropi in k našemu preživetju.

Povojno obdobje kolektivističnega gospodarjenja je bilo prav uničujoče za to dejavnost, ki je v osnovi v največji meri odvisna od delavca - človeka in ne od ritma strojev oziroma opremljenosti.

V industriji je možno z modernizacijo opreme in tehnološkega procesa bistveno povečati proizvodnjo in s tem uspešnost. V gostinstvu pa sama prenovitev lokala ne pomeni ničesar, če nas tam ne dočaka prijazen obraz in če nam ne postreže z okusno jedjo.

V primerjavi z industrijo nismo v preteklosti vlagali v gostinsko turistično dejavnost veliko, pa vendar spet ne malo, če primerjamo to z deležem zaposlenih ali pa družbenega proizvoda iz te dejavnosti. Tako v Jugoslaviji kot v Sloveniji je v gostinstvu in tu-

rizmu zaposlenih dobre 3 % delavcev, ki prispevajo slabe 3 %, družbenega proizvoda. Da je stanje takšno, je to prav gotovo posledica majhnih investicijskih vlaganj v preteklosti, ki so v zadnjem petletnem obdobju predstavljala približno enak delež v skupnih investicijah kot število zaposlenih, šele v zadnjem letu je viden močan porast s povečanjem na 5 % od skupnih investicij.

Gostinstvo in turizem bosta v prihodnosti morala prispevati večji delež k družbenemu proizvodu Slovenije. Vse kaže, da bo čedalje več tehnoloških viškov delovne sile iz industrije in, da novih delovnih mest v industriji ne bo; možnosti v gostinstvu in turizmu pa še niso izkoriščene. Da se bo bolj razvijal zasebni, kot družbeni sektor nam je že jasno, vendar pa zaradi tega ne bi smeli, kot upravljalci z družbenim kapitalom, tega področja zanemariti.

Do ravnokar smo imeli v gostinstvu in gostinski dejavnosti velike težave s kadri. Ni bilo mogoče zaposliti ustrzenih delavcev, čeprav smo se trudili na vse mogoče načine. Res je, da so temu krivi v največji meri neprimerne osebni dohodki, ki so letos po podatkih za Slovenijo kar za petino nižji od povprečnih s tem, da delavec v gostinstvu resnično ni v enakovrednem položaju z drugimi. Fizično je mogoče v večini primerov manj obremenjen, nima pa svojega prostega časa ob nedeljah, praznikih, večernih in nočnih urah. Prav tako ne more koristiti letnega dopusta po svoji želji. Logično bi bilo, da bi primeren osebni dohodek oteževal te neprijetnosti in dokler to ne bo, bodo pač kadri v gostinstvu takšni kot so.

Nekakšen začaran krog - slabi osebni dohodki - slabi kadri - slabi poslovni rezultati. Pa vendar ni vse tako črno kot bi izgledalo na prvi pogled. Vse bolj se prepričujemo, da je za nami obdobje napihnjene industrijskega razcveta s pogubno inflacijo in pralivanjem dohodka ne glede na dejansko ustvarjeno vrednost. Spogledovanje z Evropo in svetom nas postavlja na trdna tla, blago in storitve dobivajo realnejšo vrednost, ki nas bo počasi osvobodila, da bomo plačevali le toliko, kot je v resnici vredno.

Turizem in gostinstvo sta dejavnosti, ki omogočata prodati svoj proizvod tujcem kar doma po najugodnejši ceni. Proizvod pa tu ni samo hrana, pijača in nočitev, ampak v sodobnem svetu predstavlja to le petino celotnega proizvoda, ki obsega trgovsko, kulturno, športno, storitveno in vseobsegajočo drugo ponudbo, ki jo turist želi in jo je privravljen tudi plačati.

Čez noč se ne bodo zadeve preobrnile, saj je za nami zelo

Tabela XII. Pečenke.



1. Pljučna pečenka. — 2. Nadevana prasičja glava. — 3. Kaštrunovo zarezbernice. — 4. Mladovrašček, pečen.

Horoskop - strogo za pripadnike Mercatorja

OVEN (21.3. - 20. 4.) - to poletje boste spoznali, da je lepo tudi doma. Nenadoma boste opazili, da ima tudi vaš zakonski ali izvenzakonski partner vse tiste čare, ki ste jih do letos skrivaj opazovali na plažah. Omejili se boste na domač vrtiček in obdelovanje bo bogato obrodilo. Vaša srečna zvezda bo vzšla in zašla z Mercatorjem.

BIK (21.4. - 21. 5.) - če vam rog še niso nataknil, potem vam jih bodo v letošnjem poletju zanesljivo. Preveč se boste ukvarjali sami s seboj in zanemarili partnerja. Imejte občutek za pravo mero, da vam roge, ki vam sicer pripadajo že po znamenju, ne bodo pognale parožkov. Motili vas bodo pri povračilnih ukrepih. Sicer pa se tudi v tem primeru zanesite na tehniko: evribadi od udzadi samtajms, uspe.

DVOJČKA (22. 5. - 21. 6.) - ne zamudite priložnosti! Letošnje poletje vam ponuja avanture na področju likvidnosti. V začetku poletja vas bodo nadlegovale požarje, potem pa se bo stanje izboljšalo, ker boste zadeli na loteriji. Srečna številka je številka vaše hranilne knjižice pri Poslovnem sistemu Mercator.

RAK (22. 6. - 23. 7.) - potili se boste, da boste za svoje škarje dobili tudi platno, kajti še nikoli doslej ni bila vaša usoda tako v vaših rokah. Srce naj vas ne vodi, uporabite svoj razum, pogum, šarm in zvijačnost. Naložba v komercialni zapis pri Mercatorju se vam bo obnesla bolj kot mislite. Sicer pa avgusta pazite na zdravje.

LEV (24. 7. - 23. 8.) - bodite to poletje lev tudi po srcu in obnašanju ne zgolj po znamenju! Hodite ponosno in zvrnato in rjodite, če vam kaj ne bo šlo po navedenih, če vam kaj ne bo šlo po načrtih. Tako se boste zanesljivo obnesli v vsaki stranki. To poletje je namreč čas in priložnost za leve in leve. Direktor vam bo za vdano služenje zapustil Mercatorjevo delnico.

DEVICA (24. 8. - 23. 9.) - device bodo v letošnjem poletju deležne posebne družbene in politične pozornosti, saj bodo po njih povpraševali predvsem čez noč rojeni milijonarji. Izkristite svojo priložnost in med dvema možkima izberite tistega, ki dela v Mercatorju in če ste resnične device, potem mu podarite svoj kapital v Mercatorjevem hotelu - deležne boste posebnega popusta.

Kodeljevo pri prestolnici - strogo skupščinsko: predsednik skupščine poslovnega sistema je na Mercatoriadi nepreklicno preklical razmerje med gotovino in boni pri plačah direktorjev, ki jih ni bilo na spregled. Glede na minimalno udeležbo je odredil maksimalno udeležbo bonov. Neprisotnost za pripadnost.

Prestolnica - strogo ministrsko: ministra za ministra. Mi smo vzeli ministra iz stranke ZKS - Stranke demokratične prenove, dali ministra iz Krščansko demokratske stranke. Staro za novo, novo za staro ali Evropa zdaj z zvezdo manj in s križem več!

TEHTNICA (24. 9. - 23. 10.) - pretehtajte svojo odločitve v zvezi s počitnicami. Čim manj mislite na ljubezen in z njo povezanih dejavnosti. Utegnejo vas stati zdravja, denarja in položaja. Ni ste samo tehtnica, ste tudi na tehtnici. Nadrejeni vas budno opazujejo in vsak korak v njihov zelnik, tudi zgolj besedni, vas utegne drago stati. Ko vam bodo pokazali prvo Mercatorjevo delnico, ne začnite jokati. Lahko bi si to narobe razlagali. Solze sreče, namreč.

ŠKORPIJON (24. 10. - 22. 11.) - pičite le v skrajni sili. Nihče vam noče nič hudega, vaš strah izhaja iz vaše domišljije in televizijskih poročil. Vaša firma zanesljivo ne bo šla v stečaj, zakon tudi ne v franže in oseba, ki jo že dolgo ne v vašem mnenju breggo tiho in po vašem mnenju brezupno ljubite, vam bo dala enkratno priložnost. Zagledala bo obresti na vaši hranilni vlogi v Mercatorju.

STRELEC (23. 11. - 21. 12.) - iz vas bodo brili norce, vendar vas to, ker ste velikega duha ne bo motilo. Stoično boste prenesli in počakali na svojo priložnost - ostrostrelsko boste vse vrnili. Pazite pa, da boste postreljali prave kozle, sicer vas čaka kozlovska sodba in dosmrtna naložba na Mercatorjev časopis. Tega ne vzemite kot grožnjo, da boste živeli le še kratek čas.

KOZOROG (22. 12. - 20. 1.) - to poletje se bo odločila vaša prihodnost. Doživeli boste toliko sanjskih in človeško toplih stvari, da boste tudi sami začeli imeti radi ljudi in jim zaupati. To vas bo spremenilo do nerazpoznavnosti. Prepozno, da bi se dalo vnovčiti. Preveč ste vlagali v papirje in nepremičnine, naložba sicer varna, zanesljiva ne pa moderna. Izberite Klub Mercator - splačalo se bo.

VODNAR (22. 1. - 20. 3.) - to poletje je ustvarjeno za vodnarje. Vse vam bo šlo kot po maslu. Pazite le, da priložnosti ne boste izpustili zaradi lastne neumnosti in samovšečnosti. Zavarujte premoženje preden odpotujete. Poskusite pri Mercatorjevi zavarovalni družbi.

RIBI (20. 2. - 20. 3.) - konec je, ujeli se boste. Že predolgo trajajo snubljenje na mesnatega črva. Ko boste zagrizli, in to zanesljivo boste, bo prepozno. Zato ne navedajte na vsak lep pogled, na sedaj na vsako besedo, temveč se zavedajte, da se za tem skriva trubanila pred nesrečo. Ne računajte na človeško pomoč in solidarnost. Vsekakor pa računajte na Mercator - pri Mercatorju dobite vse!

Novo mesto - strogo blagovno rezervniško: iz zaupnih virov smo zvedeli, da dolenjska nevedražbi. Tržno spoznanje: nedolžnost je kapital, ki ga moraš izgubiti, če hočeš živeti od obrestih.

Mercator

minus

Mercator-minusu na pot ni kaj povedati. Gre zgolj za ironiziranje nekaterih že znanih dejstev in objav v drugih sredstvih obveščanja ali pa dogajanj znotraj Mercatorja. Ne s hudobnim, temveč z zabavnim, poletnim in počitniškim namenom. Z ironično distanco smo dregnili v nekaj osebnosti Mercatorja in njegovih članic in v nekatera dogajanja, se sprehodili po lastnem gaju in natrgali bodeče cvetje. Na trnovem stebelcu dehtijo najbolj opojni cvetovi ali kakor je Prešeren zapel: »Naj misli, kogar strele so zadele, le na visoki vrh letijo z neba strele«. Če smo v šopek povezali tudi natočevalsko cvetlico - pobrali smo jo zanesljivo kot ljulko, ki je tudi pesticidi in drugi »idi« uničiti ne morejo.

Na zunaj smo na tej strani podobni Delu plus - novemu slovenskemu revolverašu, ki si služi kruh tudi z obstreljevanjem Mercatorja - naj vas to ne moti. Mi peremo in bomo prali lastne gate z znanimi pericami.



To pot sem žetala Vesna Kos-Bleiweis poplemenitena Trsteniška.



Ljubljana - strogo direktorsko: dr. Peterle, največkrat obhajani predsednik slovenske vlade, je med najuspešnejše slovenske gospodarstvenike uvrstil tudi Jožeta Vidmarja, direktorja Mercator-Investe. Božja previdnost ljubih hazarderje in nedolžne otročiče.

Bežigrad za prestolnico - strogo finančno: v sklopu projekta "finančni inženiring za varčevalce" bodo varčevalci Mercator-Interne banke lahko dobili strogo namenska kratkoročna posojila. Za od pira do pira.

Ljubljana - strogo cukrarniško, dravograjsko, zlatonojevsko, zvezno inštruktorsko, alpingško, paševsko - en general investimentu gospoda Franca Villona: marjansko: po Velikem testamentu "Vsi so povsod v časteh: pred Bogom in ljudmi jih sram je za še tak neznamen greh - in prej kot šli bi mimo teh določb, bi dali svoj denar; ker vest jih vodi v vseh rečeh, bi bil nadzor odvečna stvar." (Veliki testament, 183)

Mercatorjeva obrekovalnica

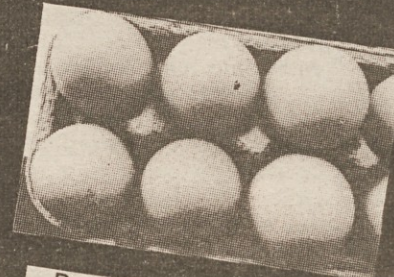
Pa smo jo preživeli - spet eno Mercatoriado, 13. po vrsti. Bilo je lepo, da lepše biti ni moglo.

Če odmislimo poštene in fair boje, veselico in prizadevni KORŠ - ostane še eno razmišljanje, ki pa je nekoliko pelinovega okusa. Bili so časi, ko je Mercatoriada predstavljala višek družnje delavcev in sodelavcev, ko so si v roke brez zadreg segali snažilke in direktorji, ko se je v športnem duhu prenesla marsikatera pikra, ko se je v sproščnem vzdušju zgladilo marsikatero našpičeno stanje. Mercatoriada - športne igre delavcev in kmetov so postale resnično delavske igre. Za poslovodne orga-

ne - izjemo so predstavljali direktor Mercator-Sloge, Mercator-Trigoprometa in člani poslovodnega odbora Poslovnega sistema Mercator, pa je obisk proletarske veselice "piš me v rit dogodek". Saj gre za ostanek boljševistične množičnosti in paradnosti ne pa za velemumno, strokovno, svetovno managersko srečanje, na katerem so moto kapital, borza, delnice in vsa druga v naša novorek spreobrnjena pizdarija.

Spisala: upokojena rokometašica, sabljačica, lokostrelka in aktivna fračarka, Jerica Hudorovac.

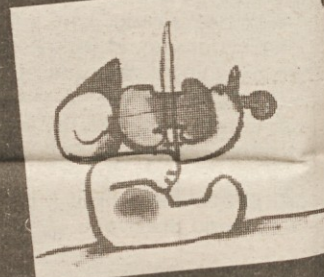
Gornja Radgona - strogo slogijadarsko: športni duh zmaga: prvi na Pomurskih športnih igrah trgovcev, prvi na občinskih športnih igrah, prvi na Mercatoriadah... Slogijada... jada... ja... da... Kruha ali iger!



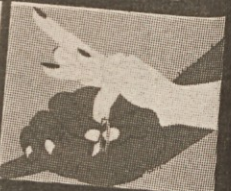
Domžale pred sedežem pravice - strogo uradništovsko in drugo zanesljivo virovsko: bivši minister za trgovino odprl lastno trgovsko firmo. Glede na prihodnje dogodke upamo, da ne bomo dobili plače tudi v bonih te firme. Mercator, ostajamo ti zvesti.



Ljubljana - strogo pripadnost: šesta melodija z Goslarjevih gosli v 11. (in nadaljnjih) številki Dela Plus je bila v tako megleni izvedbi, da se je urednik Guzel pritožil Goslarju, ker je številic prodanih izvodov padlo in gosli prosil za nadaljnje sodelovanje v obliki zimzelenih melodij neposredno iz Mercatorja. V zameri mu je ponudil novinarske plače Mercatorjevih bonih in ime svojega ilegalnega informatorja.



Ljubljana - strogo športno: Mercatoriadi je predsednik stritev: volitve Miss Mercator njegov sogovornik Miss tople poslušalka pa je mislila na Miss poslovodečih udov te združbe.



Priprave na razpravo o zadrugah po novem

Iz glasila Mercator-Agrokombinata

Mercator-Agrokombinat se je v skladu z zahtevami zakona o podjetjih organiziral v družbeno podjetje, vendar pa njegov zadrugi del oziroma njegova temeljna organizacija kooperantov v tej organiziranosti predstavlja posebno mesto. Pomen tega dela je specifičen in zakon o zadrugah kombinatu nalaga, da se kmetje in delavci TOK ponovno odločijo o možni drugačni organiziranosti. Verjetno je bila prav priprava na odločanje o drugačni organiziranosti vodilo za objavo prispevka v glasilu Mercator-Agrokombinata. Iz tega povzemamo nekaj misli.

Dosedanja organiziranost Agrokombinata je prav gotovo prinesla nekatere novosti in koristne izkušnje. Zlasti zadrugi del - TOK Kooperacija, je v preteklih 10 do 15 letih dosegel pomemben napredek v kmetijski pridelavi. Strokovna služba je prevzela funkcijo generatorja razvoja, po-

sodabljanja in kakovostnega napredka na podeželju. S številnimi premišljenimi in strokovno utemeljenimi usmeritvenimi programi je vspodbudila rast kmetijske pridelave, uspehi pa se kažejo tudi v številnih novozgrajenih objektih, hlevih, sadnih nasadih, njivskih kulturah in drugih dopol-

nilnih dejavnostih. Številne kmetije že dosegajo proizvodne rezultate po vsem primerljive s tistimi na razvitem zahodu. Tudi pri nas niso več izjeme taki, ki pridelajo 50 stotov pšenice na hektar ali pa 80 do 100 stotov koruze. Število rejcev krav molznic, ki dajo 7 do 8 tisoč litrov mleka na leto, je iz dneva v dan večje. Usmerjeni prašičerejci dosegajo odlične rezultate v prireji pitanih prašičev, prav nič pa za njimi ne zaostajajo rejci telet in mladega pitanega goveda. Številne kmetije so danes v vrhu pridelovalcev kakovostnega sadja, predvsem jabolk, breskev, hrušk in ribeza. Posledice proizvodnih

rezultatov so vidne tudi v materialnem stanju naših kmetij. Res je, da to še ni tako kot si ga želimo, vendar pa razvoj zlasti pa tehnična opremljenost in tehnološka raven kmetij temeljito zanjajo trditve, da se ni nič spremenilo in da kmetijstvo ni doživelo pravega vzpona. Velja pa omeniti, da je v ta napredek vloženo tudi veliko družbenega denarja. Tudi v zasebno kmetijstvo so se prelila velika družbena sredstva, ki so povsod pustila sledi in sadove. Nekateri morajo z grenkim priokusom priznati, da niso bili deležni ne tolikšne strokovne pozornosti in tudi ne družbene pomoči. Marsikdo se zato počuti

potisnjene na rob dogajanja, pozabljenega in nezanimivega za družbo. Ti občutki niso vselej upravičeni. Nihče ni pozabljen in nobena še tako majhna kmetija ni že v naprej zapisana propadu. Pomanjkanje denarja, večkrat tudi volje in tudi ostalih pogojev, pri tem mislim na lastnike kmetij, njihovo starost, materialno možnost, ambicioznost, strokovnost, zaposlenost, družinska razmerja in podobno, so prej zavirali in onemogočili kmetovanje kot pa ga vzpodbujali. V vsem pa vendarle ostaja osnovno bogastvo in to je zemlja. Ta mora biti obdelana in negovana in kdor jo ceni in spoštuje, bo vedno pridelal tisto, kar mu ta zemlja lahko da, od družbe pa mora dobiti tisto, kar mu pripada. Kmetovanje je gospodarska dejavnost, ki mora dati prihodek in zaslužek, da pa ga le precej težje. Vodilo v prihodnjem razvoju bo strokovnost, znanje in specializacije v pridelavi. V marsičem se bo treba prilagoditi zahtevam tržišča in potrošnikom. Časa za poskuse in avanture ni več, učenja je bilo v preteklosti dovolj. Prav pa bi bilo, da ne uničimo vsega tistega, kar smo s težavo in s skupnimi močmi gradili desetletja. Ne nasedajmo parolam, polnih donečih obljub. Premislimo in vprašajmo se, čemu služijo številne obljube, kakšen namen ima negiranje dela strokovnjakov in prednosti družbene pomoči, čemu služi blatenje, sramotenje in podtikanje nekaterih posameznikov. Razmislimo tudi, ali je vse, kar je izrečeno tudi iskreno in dobronamerno.

Pomirjeni bi lahko bili, če bi se izkazalo, da so vprašanja in uganjanja odveč. Toda v tem času je prav, da si za vsako odločitev vzamemo čas za premisek. In prav zato, da bomo lahko skupaj razmišljali, se pogovarjali in dogovarjali, bomo organizirali pogovore z vsemi člani - kmeti naše temeljne organizacije v vseh proizvodnih okoliših in z delavci v poslovnih enotah.

Nagovor je namenjen kmetom, ki se bodo odločali, ali zadruga ali še naprej del kombinata.

Upokojitev in politična pot

Nada Rihtar

Dvema zvestima na pot

V majskih dneh sta M-Blagovni center zapustila dva sodelavca, ki ju bomo v podjetju zelo pogrešali. Malo je skupnega med njima, pa vendar nekaj, kar ju je družilo po človeški plati.

Upokojila se je Minka Hribarjeva, ki je polna štiri desetletja de-

lala v našem podjetju. Takorekoč od njegovega rojstva v letu 1949,

preko let odraščanja in mladostne zagnanosti, ko je iz majhnega trgovskega podjetja v začetku 60-let začel dobivati podobo trgovskega mogotca, ki mu družbo delajo tudi druge dejavnosti, do zrelih 40 let, ko se je preobrazil v delniško družbo.

Najdlje je Minka delala v transportu in vsi so cenili njeno umirjeno naravo, delavnost in optimizem. Njeni najožji sodelavci so jo najbolj poznali, drugi pa smo jo poznali kot simpatično sodelavko, ki se je leta skoraj niso dotaknila, niti po njeni zunanosti, niti ne v njenem razpoloženju. Pred njo je novo obdobje, ki ga bo napolnila s prijetnimi in lepimi stvarmi, za katere doslej ni bilo dovolj časa. Minka, bodite zdravi in srečni.

Kar na hitro pa je po poti političnih sprememb odšel naš glavni direktor Izidor Rejc. S ponosom smo prejeli vest o njegov izvolitvi za ministra, obenem pa smo se zavedli, da odhaja od nas človek, ki je bil v podjetju zelo priljubljen zaradi svojih občudovanih vrednot. Posluha za težave ljudi, preprostosti, spoštovanja dela in prizadevanj slehernega delavca v kolektivu. Vselej uglajen, napreden in pokončen mož 54 let, v prostem času tudi pesnik in slikar, je v Mercator prišel leta 1978. Bil je direktor Interne banke, direktor M-Veleprekrbe, pomočnik glavnega direktorja za finance v Blagovnem centru in na koncu njegov glavni direktor. To delo je opravljal zadnja tri leta. Res, da je nasledil urejeno in uspešno podjetje, pa vendar mu je pridal še nekaj novega in naprednega. Temeljito smo obnovili avtopark, kupili 13 počitniških objektov in lastno računalniško opremo, ki nam bo omogočila prehod na samostojno in neodvisno računalniško obdelavo, postali smo solastniki trgovine v Mariboru, razmišljamo pa tudi že o novih naložbah. Ko se po njegovem odhodu oglašajo zvonovi preteklih dni, se šele prav zavedamo pomena in pomembnosti drobnih potez, s katerimi nas je razvajal in osrečeval. To so bile prilike ob upokojitvah sodelavcev, ob praznikih

in drugih srečanjih kolektiva. Sedaj je že vpet v novo okolje in delo, ki ne bo lahko, še predvsem ne na njegovem področju dela. Vendar kleni in vztrajni mož iz Dol pri Idriji, bo tudi to zmož. Mi mu to iz srca želimo in privoščimo.

Da bo na Kočevskem lepše

Franci Dovč

Osilniška mesarija za krajane, Rog pa za vse

Mercator-Kmetijsko gospodarstvo Kočevje je 1. junija odprlo v Osilnici novo prodajalno mesa in mesnih izdelkov. Osilničanom je doslej dostavljala meso v začasno improviziranem kletnem prostoru in prodajala Mesarija Kočevje, ki je začasni prostor imela v najemu 15 let. Sedaj je sredi Osilnice na trgu lepa, nova poslovalnica, v zadovoljstvo krajanom in turistom, ki se tudi precej pogosto zadržujejo v Osilnici.

Lokal je projektiralo podjetje Slovenija projekt, gradilo SGP Zidar Kočevje in domačini s prostovoljnimi delom, opremo pa je dobavilo in vgradilo podjetje ARES iz Škofje loke v zadovoljstvo investitorja in krajanov. Posamezne stroje je dobavila Mercator-Investa.

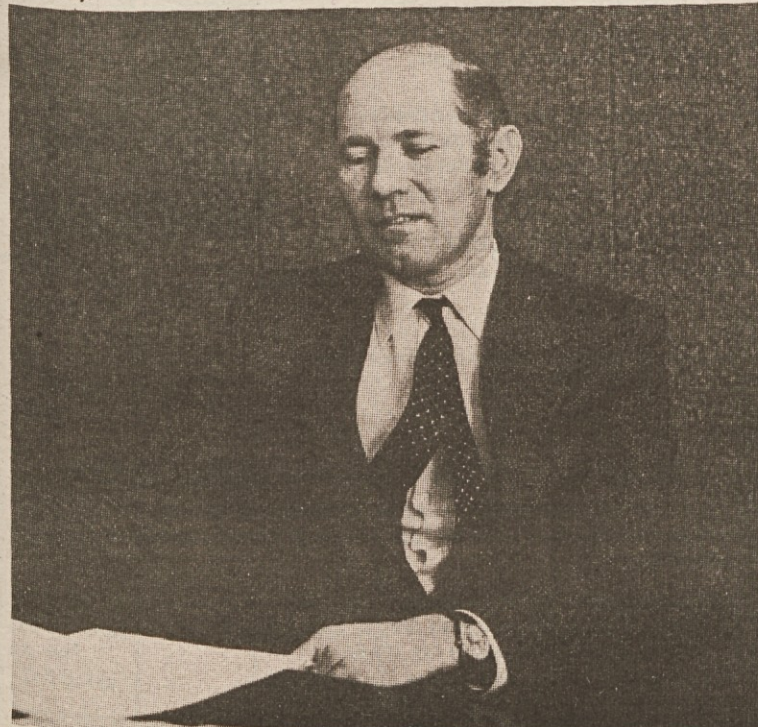
Na otvoritvi je govoril direktor Janez Žlindra, ki je še posebno omenil glavnega vspodbudnika in zavzetega vodjo za napredek kraja tamkajšnjega zdravnika dr. Stanka Nikoliča. Otvoritev prodajalne je bila popestrjena tudi s kulturnim programom, ki so ga izvedli člani Kulturno-športnega društva Tone Ožbolt iz Osilnice. Sodelovala je šolska mladina, ki so jo vodile učiteljice, igrali pa so člani harmonikarske sekcije.

Po ogledu lokala in skromni pokušnji, je na trgu sledilo splošno ranjanje, tako kot ga znajo speljati tamkajšnji veseli krajani, pridružili pa so se tudi nizozemski turisti.

Želimo, da bi poslovalnica delovala tako, da bo všeč koristnikom in interes investitorju.



Minka Hribar
Izidor Rejc



Upokojenci smo še čili in zdravi

Fani Papler, Cenka Kesič

Križem in počez po Primorski

Klub upokojencev Ljubljanskih mlekarn je še vedno živ. Naš predsednik, Janez Volaj, je neumen in njegova zasluga je, da se še vedno vrstijo različna športna, rekreacijska in družabna srečanja.

Še posebno smo dejavni, ko gre za izlete in prav ti so vedno polni navdušenja in zadovoljstva, saj so vselej skrbno in dobro pripravljene. Prepotovali in obiskali smo že marsikateri konček naše ljube domovine in tako smo se 29. maja odpravili na Primorsko.

Najprej smo se ustavili v Dekanih. Obiskali in ogledali smo si mlekarno. Ob prihodu nas je sprejel in pozdravil glavni direktor, Zorko Dežjot, mlekarno pa nam je razkazal in nam jo predstavil tehnični direktor Silvo Sulkan. V mlekarni je zaposleno le manjše število delavcev, je pa to tudi najmanjša mlekarna, ki smo si jih na naših izletih ogledali.

Po ogledu so nas dekanski mlekarji povabili na zakusko, zahvalili smo se jim za gostoljubje in skočili do mejnega prehoda v Škofijah in se z nekaj čez mejo

nakupljenih stvari odpeljali na kosilo v Dom upokojencev v Izoli.

Ogledali smo si znamenito Hrastoveljsko cerkev. Hrastovlje ležijo nekoliko stran od glavne ceste v prijaznem zelenem okolju in že od daleč se vidi zvonik tega znamenitega spomenika naše kulturne dediščine. Mrtvaški ples, upodobljen na stenah Hrastoveljske cerkve, je ponesel slavo te primorske vasice po vsem svetu. V času turških vpadov je bila cerkev urejena in utrjena v tabor. Sledovi so vidni še danes.

Cerkev sama pa je nastala v 12. stoletju.

Seveda Slovenci ne moremo brez dobrega vina in pesmi. Predsednik Volaj nas je popeljal do svojega znanca na domače vino in potem nam je oživela duša in razlegla se je pesem. Če bi imeli nekaj več časa, bi se zanesljivo vnela tudi vroča debata. Odkrila bi različna mnenja in mišljenja o današnji politiki, pa je boljše da smo ostali enotni v pesmi in enotni v svojem klubu.

Maj je kot nalašč za izlete, ni še prevroče v zelenem pa se ti

oko in duša spočijeta. Izlet je bil lep in prijeten in organizatorju Janezu Volaju smo zanj hvaležni. Hvaležni pa smo mu tudi za prizadevanja, da klub živi in dela, obenem pa mu za bližajoči se rojstni dan želimo veliko zdravja in sreče v družini, nam pa še mnogo let tako naprej.

Če te ni dovolj v hlačah

Tinček Štih

Direktor, nate mislim podnevi in ponoči

V tem sestavku se ne mislim ozirati na uvodne podatke, temveč opozoriti na anonimna pisma, skratka na ta poseben način pomoči direktorju. Anonimna pisma in sporočila verjetno obstajajo od takrat, ko so se ljudje naučili pisati, anonimni telefonski klici pa so novejšega datuma, s širjenjem telefonskih naročnikov pa se nenehno širijo. Pokličemo tiste, ki smo jim pozabili pisati za rojstni dan ali drugi praznik, kličemo z dopusta, razen če letujemo v tujini in nam tisti, ki vidijo razkošne turistične kraje to zavidajo, otroci se kličejo za prepisovanje domačih nalog, starši kličejo domov da dajejo otrokom navodila za vstajanje, učenje, domače naloge ali kar tako iz navade. Telefon-zbližuje ljudi obenem pa jih odtuja. Vsak za sebe najbolje ve kako ga uporabljati.

V zadnjem času je postala že kar navada, da delavec ali njegov ožji družinski član, tam nekje okrog polnoči pokliče svojega direktorja, mu sporoči, da je svinja, ker delavce preganja v službi, da doma potem ne morejo delati, da se bosta že še srečala in o tem pogovorila, direktorju pa ne da možnosti, da pove svoje mnenje. Preden odloži slušalko lepo vljudno opozori, da naj preden gre spat, ne pozabi na lulanje, vošči lahko noč in prekine pogovor. Res herojska dejanja. Naj direktor ve, da je naš, ne samo podnevi, da je naš tudi ponoči, da mislimo nanj in z njim delimo skrb za nabavo reprodukcijskega materiala, proizvodnjo, prodajo in številne probleme, ki vsak dan nastajajo in se zastrujejo. Naj ve, da delavcem ni vseeno kdaj in kako bomo dobili plačano blago, ki smo ga prodali, da z direktorjem delimo skrb za zbiranje sredstev, da bo na izplačilni dan nekaj milijonov (seveda najnovejših) din na žiro računu, da bodo vsi zaposleni v podjetju točno na določen dan dobili plače. Pri tem ni za zanemariti še kopice drugih problemov dnevnega dela, da o nadaljnjem razvoju firme niti ne govorimo. To je en način stikov delavcev z direktorjem, enostranski, anonimen, vendar dovolj konkreten za razmišljanje, ne pa za dialog. Dialog ni možen. Anonimnost je zagotovljena.

Direktor pregleduje dospelo pošto, naslovljeno na podjetje, med uradnimi pismi se nekajkrat na leto znajde pismo, pisano na pisalnem stroju ali z roko tiskane

črke. Pričnejo se različno npr.: Tovariš direktor! Ste tudi vi med srečniki, ki so preko reda in po znižani ceni dobili to ali ono. To vaše podjetje je zlati dom za nekatere itd.... Nič posebnega, pa je vendar oplozorilo na nekaj. Morda užaljenost, maščevanje nekemu ali samo namig na nekaj kar morda ni v redu. Pisma ne gre zanemariti, niti ga resno obravnavati.

Ob vedno večji bojazni za delovna mesta se delavci preštevaljo. Pomagajmo direktorju, da bo lažje videl viške delavcev, da bo videl posamezno drevo ne pa celega gozda. Anonimnež sede za pisalni stroj in prične pisati pismo, ki se drugi dan znajde na direktorjevi mizi.

Spoštovani direktor! Če že vi ali vaši sodelavci delajo sezname presežkov delavcev, ne glejte samo na nas v neposredni proizvodnji. Poglejte bližje sebe in ugotovili boste, da vam Štefka nič ne koristi in jo v svoji bližini ne rabite. Gusti tudi samo pohajkuje in bi že bil čas, da zapusti podjetje in vašo bližino. Mici tudi ni več od velike koristi, pa še sorodnike ste ji zaposlili. Sedaj ko ni več TOZDžov imate tudi nekaj preveč ljudi, pa še zraven jih sprejemate.

Direktor, ko boste delali sezname premalo zaposlenih, upoštevajte moje predloge, če še hočete naprej biti naš direktor.

Komu naj direktor odgovori na ta ali podobna vprašanja. Malo se zamisli o predlogih pa pride do spoznanja, da njegovi delavci res razmišljajo o firmi, da pa so spregledali nekaj dejstev.

Število zaposlenih se je res zmanjšalo za nekaj deset delavcev. Večinoma so odšli v pokoj, nekaj malega v druge firme, pa jim je danes to žal saj njihove nove firme niso tako uspešne, kot so računali. Nekaj ljudi je res višja, saj promet pada. Meja je blizu in zakaj ne bi kakšen dan v mesecu skočili preko meje po nakupih in s tem zmanjšali promet domači firmi, sami pa nekaj prihranili. Privatni trgovci se množijo kot gobe po dežju in tudi nekaj prodajo. Blago, ki ga prodamo družbenim podjetjem ni plačano in neplačana realizacija se povečuje. Pa ne bi bil višek delavcev, če bi se malo bolj potrudili, prilagodili delovni čas, delali tako kot nekoč v deljenem delovnem času, ponudili kupcem blago itd. Skratka bolj solidnejši v nabavi, prodaji, dostavi blaga itd.

Še nekaj je anonimnež pozabil. Pozabil je na človeške odnose. Če je Štefka v firmi pustila svojo mladost, saj se v času, ko je bila mlada, ni tako natančno gledalo na začetek in konec delovnega časa, delalo se je tako, dokloer je bhilo delo, sedaj k o ji manjka nekaj mesecev do upokojitve pa verjetno nima več take moči, zdravje ni najbolj trdno, saj nima toliko energije, kot pred 30 leti, sedaj je v očeh nekaterih nepotrebna. Podoben primer je z Gustlom, Mici in še nekaterimi, ki bodo v tem ali prihodnjem letu zapustili podjetje in šli v zaslužjen pokoj.

Predstavljamo vam poslovnega partnerja

Mile Bitenc

PEPSI IZ RADENSKE

PEPSI je osvežilna brezalkoholna pijača, ki jo pijejo po vsem svetu. Tudi Jugoslovani jo poznamo že od leta 1967, od letos dalje pa bodo PEPSI polnili tudi v Radenski.

Konec lanskega leta so v Radenski podpisali pogodbo o kooperaciji in poslovnem sodelovanju z multinacionalno družbo PEPSI CO. INC. iz New Yorka.

Podpisana pogodba vnaša nove razsežnosti v sodelovanje dveh držav - Jugoslavije in ZDA, obenem pa je odraz zaupanja ene od vodilnih ameriških multinacionalnih družb v jugoslovansko gospodarstvo.

V polnjenje PEPSI COLE sta podjetji vložili 5 milijonov US dolarjev. Dogovor je pomemben za celotno jugoslovansko tržišče brezalkoholnih pijač, še posebej za Slovenijo. Po sedmih letih bo PEPSI COLA spet pri nas.

PEPSI bodo v Radenski polnili v 1,5 litrske PET plastenke, ki jih bodo preko že obstoječe PEPSI distribucijske mreže poslali po vsej Jugoslaviji. Polnijo tudi 0,25 litrske steklenice in pločevinke.

PEPSI je svoj ugled dosegla z mednarodno marketinško propagandno dejavnostjo, ki jo je v

Večina teh je skupaj z vajeniško dobo prebila v podjetju, okrog 40 let, gradili so podjetje, da se je širilo, da so bila ustanovljena številna delovna mesta, ki jih prevzemajo mladi. Taki ne morejo biti presežek, pustimo jih, da v okviru preostale delovne zmoglosti, v okviru moči, ki jih še imajo, delajo še nekaj tednov ali mesecev.

Še nekaj pisem je prišlo, ki kličejo po odgovoru. So pa bolj nersramna in žaljiva, s konkretnimi imeni, natolcevanjem in podtikanjem. Nekdo ima veselje za tak način komuniciranja, ki ne omogoča dialoga, ki ima samo eno

barvo in to črno. Pa ni vse tako črno, niti belo. Življenje in delo je zelo pestro in pisano, ni gladka črta ali pot po kateri hodimo, ne da se naslikati samo v eni barvi.

Ne bodimo anonimneži, odkrito se pogovorimo, če mislimo sebi in svojemu podjetju dobro, saj delavec niti direktor ne mora videti vsakega in zraven dobrih rezultatov in še nekaj manjših ali večjih napak. Kdor dela greši, najbolj pa greši tisti, ki ne dela, pa ne mislimo tistih, ki ne dobijo zaposlitve, temveč tiste, ki so zaposleni pa ne delajo ali ne delajo dovolj.

zadnjih letih še uspešno povežala z aktualnimi glasbeniki na pop-rockovski sceni.

PEPSI in RADENSKA skupaj pripravljata vrsto propagandnih akcij tudi pri nas. TV Slovenije že predvaja reklamne spote, preko radijskih valov bodo tekale nagradne igre, top pop glasbeno lestvico bo sponzorirala PEPSI. ŠANK ROCK - popularna glasbena skupina že koncertira in prepeva pod njenim patronatom.

RADENSKA je za prodajna mesta že pripravila nekatere propagandne materiale, nekaj jih še načrtuje. Vse boste lahko uporabili v svopjih prodajalnah in tako opozorili kupce na novost - svetovno PEPSI tudi pri nas.

NAGRAJENCI NAGRADNE KRIŽANKE MERCATOR-EMBA















Očitno se zanimanje za naše križanke še povečuje, saj smo to pot prejeli več kot 1000 križank. Žreb je tokrat določil naslednje reševalce:

1. Anica Čuber, Savska cesta 7, Sevnica
2. Stane Slabe, Polje cesta XVI/3, Ljubljana-Polje
3. Minka Žagar, Velesovo 16, Celje
4. Franc Zupančič, Karlovška 7, Ljubljana
5. Marjan Zupančič, Rožni vrh 21, Trebnje



Obe svetovno znani - od zdaj na skupni prodajni polici: Pepsi in Radenska.

Nagradna križanka RADENSKA – PEPSI

Sestavit: SIMON BIZJAK	VELIKA SKALA	PREDIV. TRNOVEGA TRNOVČAN	MAJST. DELO STAROVED. KULJE.	MALAJSKA BLAZNOST	VRSTA VOZA	JUG. RAFINIRAN NAFTE	VALJEVO	ŠMJSKA VITEŠKA IGRA	REKA V GRUZIJI	IME SL. VPL. ZA IN PISATELJA GANKARJA		GORLJIV PLIN	NIKELO	ROPARSKA PTIOA	SL. NOVINAR (IGOR)		
IT. IZDELAVALEC BODAL											ZADNJI ODPRTINA SOKRATOV BOŽNIK						
INKALMI- NACIJA																	
VRSTA KOŽNE VOLNE							SPLOŠNI JENIK ST. GRANOV PEPSI								ERNST VETTORI		
ORGAN SIPE						RAZBOJNIK, LOPOT ZASTONJ (LAT.)								DRAGO IBLER OVOJ ZA SIPE			
IME SLIKARJA JUBIOA					GRČIJA				JEMALEC BIBLIJSKA OSEBA								
ANGLŠKO MOŠKO IME					RENJI KAMNOSČE- TVO			ORANJE KOMPOZIC. POSTOPEK			LANTAN PEPSI			KOSITER	OSLOV GLAS		
SRSKO MOŠKO IME					AM. FILM. REŽISER (ELIA)						OSVEŽILNA PILAČA						
	SIRIJA Z MEZOPOTAM V STAREM VEKU	LASTNOST PEPSI	MESTO OB GRNEM MORJU	CHATEAU- BIAAARDOV ROMAN							SUMERSKA BOGINJA PLODNOSTI OTRIN						
POBOJNI VEZNIK, ČE				ISOČLETJE ŽENSKO IME									BRITANCI IN SEVERNO AMERICANI	SL. GL. IN FILMSKI IGRALEC	MAK. NARODNI HEROJ (MIRČE)		
POMLNICA PEPSI										SVETIŠČE V MEXI ŽELEZOV OKSID						VRHUNSKI ŠPORTNIK	
JUNAK IZ STEPNEGA VOLKA								ŽENSKA PO PORODU									
IT. KOLESAR (FRANCOSI)								MEDNET SPODBUDE NAVPUŠČA									IME FR. REŽISER. VARDE
AM. FILMSKA IGRALKA (LINDA)								TALISOVA ORANŽNA OLIMPIJSKE IGRE				MLETJE					
JOŽE OKORN			KORALNI OTOKI PLAČILO ZA TOVAR, TOVORNINA						OKRAŠAN ZA OREGON		LOMLJENJE			ZDROBLJEN KAMNINA	VTELEŠBUE BOGA VIŠNJA		
NEMŠKI FILOZOF (BERND FRIBERICH)					IME KOŠ. TRENERJA JELOVCA SRS. M. IME						JAPONSKI VULKAN						
	IME POLITIKA KURKOVIČA							BERLOREL ZEMELJSKA OŽINA NA MALAKI				TRETI SKLOP, DAJALNIK					
		AVT. OZNAKA BENETK. ŠT. POUML. PEPSI				KOPER POLOŽAJ ZA MEDITACIJO		ROBATA BOZDANA ŽIVAL	HRIB PRI BEOGRADU	IT. IME ZA IZOLO							
	NERDANJE MESTO V PALESTINI RELIGIJA										PRTAJEN SMEN						
RUSKI PISATELJ (VIKENTIJ)											GIGAN		RIMSKO MIT. PODZEMJE	MATRUJ DEL TIMŠKE IGRE			
ŽBRSKO IME								NOBOMEZ BORCA (GORAN)							OSJE BNEZDO		
FR. FILOZOF RELIGIJE (BERNEST)								DEL OBRAZA NAD OČMI							VELIKO SITO		
JUNAKINJA IZ DEL S. BRUMA								POKRAJINA V VIETNAMU				KUTINA					

Poglejte to olje, kako se blešči!

Vrsta zlatih odličij na mednarodnem kmetijskem sejmu v Novem Sadu - leta zapored v »špici«
jugoslovanskih olj - KONZUM, CEKIN, CEKIN SPECIAL, vse iz Mercator-Tovarne
olja OLJARICA iz Kranja. Tudi letos na Novosadskem sejmu VELIKI KRISTALNI
POKAL ZA KAKOVOST in zlate medalje za vse tri vrste olja. Kakovost, dosežena s
sodobnim tehnološkim postopkom predelave in stalnim nadzorovanjem proizvodnega procesa.

Skrbite za zdravje, za drugo vam ni?

Se prehranjujete razumno? Ne segate po maščobah, ki vplivajo na telesno težo, psiho-fizično
počutje, krvni tlak, holesterol?

Se prehranjujete z občutkom in odgovornostjo za svoje zdravje? Uporabljate čisto sončnično olje
CEKIN SPECIAL? Čisto sončnično olje CEKIN SPECIAL ima izjemno biološko
vrednost. Vsebuje namreč linolno kislino in vitamin E. Linolna kislina je živiljenjsko pomembna
maščobna kislina, ki jo lahko uživamo le s hrano. Odrasel človek dnevno potrebuje 10 gramov
linolne maščobne kisline. Ste to vedeli? Odslej vam na to ne bo treba misliti - preprosto
uporabite olje CEKIN SPECIAL. Nič manj kakovostni nista olji CEKIN in KONZUM,
obe imata visoko prehransko vrednost. Pri svojem trgovcu zahtevajte nekaj za svoje zdravje -
olja CEKIN SPECIAL, CEKIN in KONZUM, so najmanj, kar lahko storite za svoje
zdravje.

Ah, te steklenice - po njih se cedi ...

Že nekaj časa ne več. Sezite po plastenki. Odlično oblikovani, ki ima v vratu poseben izlizek,
da se olje ne cedi po plastenki, ne kaplja na delovno površino in ne pušča nemarnih madežev na
policah. Poskusite, ne bo se pocedilo! Tudi steklenice vas bodo kmalu presenetile. Ne bo se več
cedilo - izlizek tudi v steklenici.

Kuhanje je umetnost - pridruži se ji!

Kuhanje je umetnost, katere se je treba naučiti, je uvodni nauk gospodinjam in nevestam, ki ga
je pred skoraj sto leti zapisala mojstrica kuhanja Felicita Kalinškova. Takrat smo se
prehranjevali čisto drugače. Težko prebavljive in zdravju škodljive maščobe - danes pa: olja
CEKIN SPECIAL, CEKIN in KONZUM za kuhanje, cvrenje, začimljanje. Tudi za
odlične hladne omake po receptih gospodične Kalinškove:

Gorčična omaka: skozi gosto sito pretlači pet trdo kuhanih rumenjakov (ali tri cela jajca),
dodaj žlico sladkorja, tri žlice gorčice, malo soli, vršček zelenega peteršilja z dvema drobnima
sesekljanimi šalotkama, nožev vrh zmletega belega popra. Med mešanjem počasi prilivaj 4 -
6 žlic finega olja - najboljšo bo CEKIN SPECIAL, CEKIN ali KONZUM in 2 žlici
kisa. Ko je zmes gladka in gostljata, je omaka gotova. Odlično se poda h kuhanemu mesu.