

Turistični nagelj mora ohraniti blesk



Od otvoritve prodajalne izdelkov Mercatorjevih organizacij v stiškem Cisterijanskem samostanu je minilo pet mesecev. Odbor, ki spremlja obseg prodaje izdelkov oziroma poslovanje, je ugotovil: dobra naložba – dobra prodaja.

Odbor, ki spremlja poslovanje prodajalne v stiškem samostanu je pregledal petmesečne rezultate, dosežene v času od 13. maja do 31. oktobra letos. V Mercator – Pekarni Grosuplje so izdelali obračun.

Rezultati kažejo, da je bil ključ za določitev deležev sredstev sovlagateljev za ureditev prodajalne kar primerno izbran, le delež pri prodaji vin je manjši od načrtovanega, vendar se je ta začel zniževati šele po podražitvi vin, pred tem pa je znašal skoraj 6 odstotkov. Stiške moke se dobro prodajajo, čeprav je njihova embalaža draga, morda pa ravno zato. Izdelki suhe robe grede v promet nad pričakovanjem. Zanimiv podatek o prodaji suhomesnatih izdelkov, ki jih izdelajo v KŽK – jevem obratu v Stični, je povedal predstavnik KŽK – ja Hainricher: kar dva odstotka vseh suhomesnatih izdelkov iz stiškega obrata se proda v samostanski prodajalni. To je več kot v katerikoli drugi trgovini. Izdelek, ki kupce najbolj privlači pa je stiški sir. V prodajalni prodajo vso količino stiškega sira, ki pa ga ni dovolj niti za to prodajalno.

Obiskovalci prodajalne oziroma kupci, so nad ureditvijo in specializirano ponudbo navdušeni. Prodajalno je obiskal tudi ameriški veleposlanik v Italiji in odšel s polno vrečko naših izdelkov. Kupil jih je sam.

Člani koordinacijskega odbora smo se dogovorili za nadaljne oblike delovanja, ki naj bi pospešile oziroma povečale prodajo. Že to zimsko sezono bomo za obiske samostanske prodajalne skušali pridobiti bližnje zdraviliške organizacije. Gostje iz zdravilišča Dobrna, so že redni obiskovalci samostana in prodajalne. Gostom obisk pomeni prijetno in zanimivo spremembo v nekajdnevnem bivanju pri nas. S pomočjo Centra za pospeševanje turizma pri Gospodarski zbornici Slovenije, bomo skušali

pridobiti tudi druge. Za naslednjo letno sezono bomo preko istega centra organizirali akcijo za enodnevnne izlete. V te izlete bi vključili še obisk v eni od naših vinskih kleti s pokušino vih. V Krškem lahko ponudimo kosilo "Pri treh lučkah".

Za obisk prodajalne so veliko storili v občini Grosuplje. Poslovni gostje v grosupeljskih delovnih organizacijah so pogosti obiskovalci samostana in prodajalne. Tudi pokušine naših izdelkov niso redke.

Pohvaliti moramo tudi Mercator – KŽK Gorenjske, saj je že

več skupin sindikalnih izletnikov obiskalo samostan in prodajalno.

V naslednji sezoni moramo urediti še napisne table pred samostanom in pred prodajalno.

Upamo, da bodo v stiški sirarni razširili izbor stiških sirov, saj so bili vzorci sirov z rdečo mažo več kot dobro ocenjeni, tako pri domačih kot tujih gostih. V prihodnji sezoni bomo poskušali organizirati lastno proizvodnjo keramičnih spominkov z zaščitnim znakom stiške prodajalne.

Turistični nagelj ne bi smel z leti zbledeti.

Pregled v stiški prodajalni prodanih izdelkov

Sicer natančen pregled nabavljenih in prodanih izdelkov (po vrstah in proizvajalcih) smo morali nekoliko skrajšati. Kljub temu pa menimo, da so tudi nekoliko skrajšani podatki dovolj ilustrativni dokaz o uspešnosti poslovanja stiške trgovinice.

Vina iz krške kleti :

nabavljeno 1428 butelj, prodanih 1116

nabavljeno 60 darilnih kartonov, prodanih 54.

Vina iz metliške kleti :

nabavljeno 804 buteljke, prodano 597

nabavljeno 40 darilnih kartonov, prodanih 38.

Siri iz stiške sirarne:

nabavljeno 3381 kilogramov, prodano 3381 kilogramov

Mesni izdelki Mesoizdelkov

nabavljeno 1931 kilogramov, prodano 1928 kilogramov

loški čebriček in zasa – basa

nabavljeno 439 komadov, prodano 409 komadov

Moke Pekarne Grosuplje :

bela stiška moka (2 kg)

nabavljeno 433 vrečk, prodanih 410

bela stiška moka (5 kg)

nabavljeno 225 vrečk, prodanih 215

ajdova moka (2 kg)

nabavljeno 646 vrečk, prodanih 646

bela moka (1 kg)

nabavljeno 1991 vrečk, prodano 1905 vrečk

ajdova moka

nabavljeno 1864 vrečk, prodano 1784 vrečk

slane preste

pakirane – 3 komadi nabavljeno 646, prodano 646 in nabavljeno ter prodano 1938 posameznih prest.

Suha roba ribniške zadruga :

nabavljeno 2746 komadov, prodanih 2234.

Glasilo je namenjeno na naslov:



Glasilo delavcev in združenih kmetov sozd Mercator – Kmetijstvo Industrija Trgovina

Leto XXV

Ljubljana, november 1988

št.: 11

Ne prezrite!

Najboljše samopostrežne trgovine 2

Zavidljivo število skupnosti – 40 let M-KZ Cerknica 3

Prave pravne temelje bomo šele dobili – kaj je franchising? 4

Dežela, kjer se cedi mleko – iz sozdovega informacijskega sistema 5

Ribniška dolina po letu 1995 brez kmetov? 6

Se med seboj poslovno poznamo? 7

36. gostinsko turistični zbor Slovenije 10, 11

Zakaj ni sira? 12

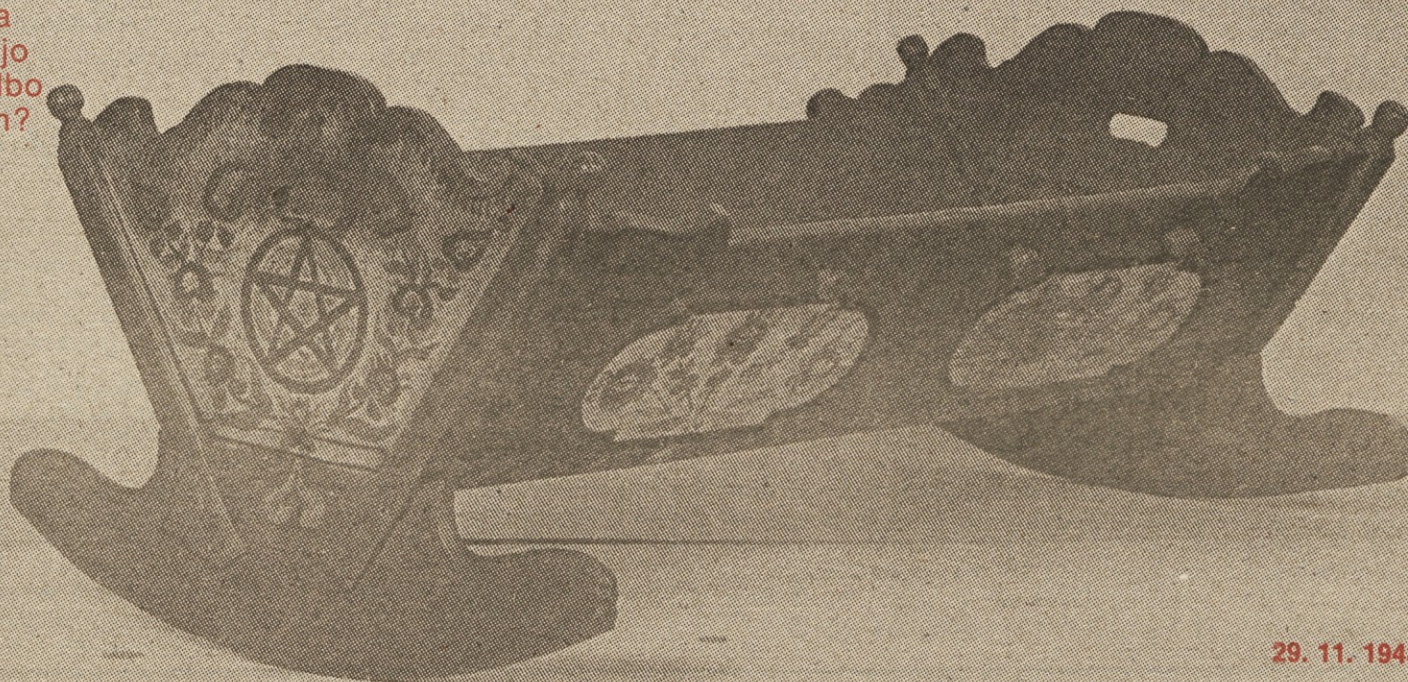
Strokovno posvetovanje z bogato mizo 13

FAO v Suhi krajini 14

Nanosove vesti 16

Kako prodajati SWEET BAR? 20

Narod ziba svojo sodbo sam?



29. 11. 1943

Samopostrežne trgovine po najvišjem prometu na zaposlenega v devetih mesecih 1987/1988

Kancijan Hvastija

v 000 din

Zap. št.	SAMOPOSTREŽNE TRGOVINE	PRODAJNI PROSTOR m ²	KUMULATIVNI PROMET			ZAPOSLENI			PROMET NA ZAPOSLENEGA		
			1987	1988	Indeks	1987	1988	Indeks	1987	1988	Indeks
1.	Riharjeva (Dolomiti)	238	1,169.367	3,196.709	273	14	14	100	33.527	228.336	681
2.	Bonifacija (Dolomiti)	290	838.995	2,335.271	278	13	11	85	64.538	212.297	329
3.	Domžale (Grmada)	218	1,111.961	2,930.107	264	14	14	100	79.426	209.293	264
4.	Proletarska 4 (Golovec)	245	928.519	2,511.263	270	12	12	100	77.376	209.272	270
5.	Javorjev drevored (Savica)	370	964.729	2,392.509	247	14	12	86	68.909	199.376	289
6.	Črnuče (Grmada)	250	551.500	1,548.210	281	9	8	89	61.278	193.526	316
7.	Logatec (Dolomiti)	120	542.837	1,525.446	281	9	8	89	60.315	190.681	316
8.	Oprema Rovte (Savica)	95	319.145	949.438	297	6	5	83	53.191	189.887	357
9.	Rakovnik (Dolomiti)	349	866.240	2,415.166	279	13	13	100	66.634	185.782	279
10.	Jeranova (Dolomiti)	154	773.758	2,033.181	263	11	11	100	70.342	184.835	263
11.	Vnanje Gorice (Dolomiti)	199	480.888	1,291.637	269	7	7	100	68.698	184.519	269
12.	Vrhnika (Dolomiti)	233	770.893	1,980.324	257	12	11	92	64.241	180.029	280
13.	Fužine (Golovec)	335	1,175.605	3,056.480	260	18	17	94	65.311	179.793	275
14.	Sojarjeva 64 (Grmada)	200	708.770	1,790.440	253	11	10	91	64.433	179.044	278
15.	Bratovševa ploščad (Grmada)	210	684.060	1,786.729	261	11	10	91	62.187	178.673	287
16.	Viška 29 (Dolomiti)	62	268.753	713.483	265	5	4	80	53.751	178.371	332
17.	Tržaška 37/b (Dolomiti)	257	781.007	2,310.240	296	11	13	118	71.001	177.711	250
18.	Pod Naklom (Dolomiti)	289	810.579	2,297.800	283	14	13	93	57.898	176.754	305
19.	Grosuplje (Dolomiti)	240	878.459	2,470.974	281	13	14	108	67.574	176.498	261
20.	Vevče (Golovec)	200	671.525	1,754.451	261	11	10	91	61.048	175.445	287
21.	Market Beli križ (Preskrba N.)	169	484.799	1,929.757	398	14	11	79	34.628	175.432	507
22.	Piran (Preskrba N.)	194	394.837	1,050.730	266	8	6	75	49.355	175.122	355
23.	Tabor (Dolomiti)	158	349.341	1,043.288	299	6	6	100	58.224	173.881	299
24.	Preskrba (Dolomiti)	321	250.931	2,596.692	273	15	15	100	63.395	173.112	273
25.	Povšetova (Golovec)	64	338.648	1,035.671	306	5	6	120	67.730	172.612	255
26.	Jagodje (Preskrba N.)	643	769.654	2,411.546	313	17	14	82	45.274	172.253	380
27.	Podgorica (Grmada)	160	425.135	1,203.049	283	6	7	117	70.856	171.864	243
28.	Trzin Mlake (Grmada)	293	546.368	1,535.644	281	8	9	113	68.296	170.627	250
29.	Šmartno (Golovec)	109	389.384	1,021.602	262	6	6	100	64.897	170.267	262
30.	Majke Jugovičev 11 (Grmada)	400	897.996	2,378.354	265	15	14	93	59.866	169.882	284
31.	Slape (Golovec)	284	865.657	2,206.080	255	14	13	93	61.833	169.698	274
32.	Ul. bratov Babnik (Grmada)	288	676.623	1,687.189	249	11	10	91	61.511	168.718	274
33.	Dolsko (Golovec)	87	324.171	1,009.552	311	6	6	100	54.028	168.258	311
34.	Portorož 5 (Preskrba N.)	110	256.915	840.667	327	5	5	100	51.383	168.133	327
35.	Gregorčičeva 13 (Golovec)	188	442.644	1,175.573	266	7	7	100	63.235	167.939	266
36.	Titova 35/9 (Grmada)	250	907.706	2,517.938	277	13	15	115	69.824	167.863	240
37.	Zalog (Golovec)	210	804.412	2,179.976	271	12	13	108	67.034	167.690	250
38.	Bistrica 17 (Preskrba T.)	392	656.649	2,682.161	408	16	16	100	41.041	167.635	408
39.	Drenov grič (Dolomiti)	69	177.093	501.930	283	3	3	100	59.031	167.310	283
40.	Horjul (Dolomiti)	170	304.512	1,003.300	329	5	6	120	60.902	167.216	275
41.	Sodražica (Jelka)	120	319.395	833.671	261	5	5	100	63.879	166.734	261
42.	Hrušica (Golovec)	168	331.053	998.071	301	6	6	100	55.175	166.345	301
43.	Brdo (Dolomiti)	158	412.659	1,156.098	280	7	7	100	58.951	165.156	280
44.	Oskrba (Savica)	95	282.322	984.669	348	5	6	120	56.464	164.112	291
45.	Mirna (Gradišče)	142	369.928	983.544	266	7	6	86	52.847	163.924	310
46.	Hošimihova 15 (Savica)	163	677.908	1,802.901	265	11	11	100	61.628	163.900	266
47.	Prejnuti (Rudar)	38	116.221	323.840	278	2	2	100	58.111	161.920	279
48.	Zadvor (Golovec)	150	425.841	1,130.236	265	7	7	100	60.834	161.462	265
49.	Gerbičeva 49 (Dolomiti)	235	608.398	1,768.481	291	11	11	100	55.309	160.771	291
50.	Hrana (Rudar I.)	138	225.434	642.816	285	4	4	100	56.358	160.704	288

40 let Mercator – KZ Cerknica

Andrej Dvoršak

Zavidljivo število skupnosti

Cerknica, 19. oktobra – prazniku občine Cerknica je Mercator – Kmetijska zadruga Cerknica dodala praznovanje svoje 40 letnice. Slavnostna seja združnega sveta je bila priložnost za pregled ustvarjenega v štiridesetih letih in za pogled naprej. Sicer pa se je združništvo na Cerkniškem začelo že pred 75 leti, ko je bila v Novi vasi ustanovljena prva zadruga mlekarstva.

"Večji razmah združništva zasledimo v povojnem času, v času vsesplošne izgradnje. Tem razmeram se je prilagajalo združništvo kot odraz opustošenja in pomanjkanja na eni, ter zagnanosti in volje ljudi, na drugi strani. S prostovoljnim delom so zrasli številni zadrugi domovi", je uvodoma poudaril direktor cerkniške zadruge Slavko Tornič.

"Spoznanje, da tudi skopa nortranska zemlja ob uporabi primerne tehnologije, lahko da večje hektarske donose, je privedlo do ustanavljanja organizacij, ki naj bi bile nosilke naprednejšega obdelovanja zemlje. Tako je bilo leta 1948 na območju današnje cerkniške zadruge ustanovljenih kar 12 kmetijskih zadrug, kasneje pa so se jim pridružile še kmetijske delovne zadruge. V teh so kmetje združevali zemljo ter jo skupno obdelovali, a želenih uspehov ni bilo, bil pa je to zametek današnjega združništva."

Za čas od 1955 do 1959 leta je bila značilna hitra ekonomska rast splošnih kmetijskih zadrug. Zgrajeni so bili številni zadrugi

objekti. V razvoju združništva ne gre spregledati leta 1959, ko so zadruge izgubile del svojih dejavnosti: gozdarstvo, trgovino in obrt, s tem pa tudi dobiček del dohodka. Pötisnjene so bile na stran...

Da bi prebrodile krizo, so začele iskati možnosti v združevanju, ki je trajalo več let. Na Cerkniškem so se nekdanje splošne kmetijske zadruge združile v enovito kmetijsko zadrugo šele leta 1965. To leto pomeni tudi začetek hitre industrializacije v občini in zaposlovanje kmetov v tovarnah.

Razslojevanje pretežno kmečkega prebivalstva in s tem opuščanje kmetijstva kot temeljne gospodarske dejavnosti je primoralo zadrugo, da se je bolj posvetila razvoju kooperacijske proizvodnje in ustanovila pospeševalno službo ter začela spodbujati večjo tržno proizvodnjo.

Ze tri leta po uvedbi pospeševalne službe so se pokazali prvi rezultati. Leta 1973 je zadruga od kmetov odkupila tri milijone litrov mleka, dva tisoč ton mesa in 600 ton krompirja.

Te količine so pomenile podvojen odkup v primerjavi z letom 1970. Sicer pa je bilo obdobje med leti 1970 in 1975 sploh najbolj intenzivno obdobje v razvoju povojnega cerkniškega kmetijstva. Potem se je razvojni zamah ustavil, leta 1982 je sta bila odkupljena le dobra dva milijona litrov mleka (2,2 milijona litrov), 460 ton mesa in 260 ton krompirja...

Zadruge je v zadnjih letih uspelo zaustaviti nazadovanje kmetijske proizvodnje, čeprav s tem niso zadovoljni. Predvidevajo, da bodo letos odkupili nad tisoč glav pitane mlade govede, 150 konj in prav toliko glav stare govede, čez dobra dva milijona litrov mleka (2,3 milijona), 120 ton pšenice, za zamenjavo za moko pa še nadaljnjih 350 ton pšenice. Odkupili bodo tudi 400 ton sena.

Precej se je v zadnjih letih povečal odkup izdelkov domače obrti – suhe robe. Ocenjujejo, da jih bodo letos odkupili za milijardo dinarjev.

V govoru je direktor Slavko Tornič poudaril tudi število skupnosti: v Mercator – KZ Cerknica deluje 260 strojnih skupnosti, 16 poljedelskih in 29 pašnih. Prav na področju pašništva v zadruge dosegajo najboljše rezultate. Od leta 1982 so

uredili 920 hektarov organiziranih pregonskih površin.

"Na območju občine je od 18.700 hektarov kmetijskih površin kar 75 odstotkov pašnikov in travnikov, zato je zadrugin cilj: v prihodnjih letih je treba povečati pregonske pašne površine. S tem se bo živinorejska proizvodnja pocenila in povečala. Letos se je na urejenih pašnikih paslo okoli 700 glav mlade pitane govedi, 30 konj in čez sto ovac. Dva

pašnika pa sta bila urejena za pašo molznic," je dejal Tornič.

Med načrti cerkniške zadruge ne gre izpustiti tudi obnove mlina v Cerknici in klavnice v Novi vasi.

V zadruge velik pomen pripisujejo tudi združnim trgovinam, ki nenazadnje pomenijo zanesljiv vir dohodka. Kot je dejal Tornič, dosega zadruga kar dve tretjini celotnega prihodka s trgovsko dejavnostjo.

Za Torničem je na slavnostnem zasedanju povzelo besedo še več govornikov, ki so s spodbudnimi besedami izrazili priznanje zadrugi in združnikom. Ob jubileju so Cerkničanom čestitali: Leo Frelih, predsednik Zdruga zveze Slovenije, Tone Mastnak, namestnik predsednika poslovnega odbora SOZD Mercator – KIT, Slavko Glinšek, podpredsednik poslovnega odbora SOZD in predstavnik Slovenske kmečke zveze.

Ugovor M – KZ Cerknica

Trda pot do hleva – druga plat

Ob branju septembrske številke Mercatorjevega časopisa smo bili v Mercator – Kmetijski zadruge Cerknica dokaj presenečeni. Vzrok je bil seveda članek "Trda pot do hleva" Andreja Dvorška. Članek, ne samo da problematiko obravnava enostransko, ampak celo dovoljuje, da so javnosti dostopne trditve, ki postavljajo strokovno službo v M – Kmetijski zadruge Cerknica v slabo luč, in sicer popolnoma neutemeljeno.

Zato smo dolžni trditve v članku pojasniti tudi z druge plati.

Tako se nikakor ne strinjamo s trditvijo, da pospeševalna služba ni odigrala svoje vloge v primeru gradnje hleva upokojenca, kmeta Mojmir Joviča in njegove žene Antonije. Iz podatkov pospeševalne službe je namreč razvidno, da je tovariš Jovič najprej obnavljal stari hlev, kar je sicer res ustvarjalo pomisleke v sami strokovni službi, saj ji tudi ekonomika kmetijstva ni tuja. Vendar pa je bil s strani strokovne službe deležen povsem enake strokovne pomoči kot vsi ostali graditelji. Po odločitvi za novogradnjo, je bil v uvodnih razgovorih napoten na orientacijski ogled že zgrajenih hlevov zaradi izbire najustrežnejšega tipa. To je očitno tudi opravil, saj je naročil projekt pri gradbenem strokovnjaku in glede tehnoloških rešitev ni bilo problemov, čeprav je omenjeni strokovnjak znan po skupnem reševanju strokovnih problemov s pospeševalno službo. Pripominjamo, da pospeševalna služba nima v sestavi gradbenega strokovnjaka, da pa je sodelovanje z njim na opisan način v praksi že ves čas obstoja pospeševalne službe pri zadruge.

Glede sredstev za gradnjo hleva pa sodimo, da obrestna mera, po kateri je tovariš Jovič prejel posojila, ne predstavlja veliko proti današnji, zneska posojila (posojilo za hlev je prejel dvakrat), pa sta bila v tisti dobi povprečna. Delno odstopa le višina obrestne mere za nakup ventilatorja, vendar je tudi ta, v primerjavi z današnjo, nizka.

Kar pa se tiče 7,2 milijona dinarjev nepovratnih sredstev naj omenimo, da graditelj v času, ko se je zanje zanimal, ni izpolnjeval pogojev. Sredstva je pridobil šele potem, ko so bili pogoji izpolnjeni, sočasno z dvanajstimi drugimi graditelji, ki jih je evidentirala pospeševalna služba.

Glede obveščeniosti pa velja pripomniti, da so bili pogoji črpanja oziroma koriščenja teh sredstev objavljeni oziroma podani na zboru kmetov in delavcev zadruga enote v Begunjah, marca 1987.

V zvezi z vodenjem kontrole proizvodnosti krav v zadrugi enoti Begunje pa pripominjamo, da smo jo pred leti poskusili uvesti, vendar je bilo njeno vodenje oteženo zaradi hitre menjave plemenic, "črnih pripustov" in želje kmetov. Po normativih pa v celi zadrugi enoti Begunje izpolnjuje pogoje za vodenje "A" kontrole proizvodnosti krav le pet kmetij.

Svetujemo tovarišu Dvoršku, da se v prihodnje o stvareh prepriča, da ne bi prišlo do nepotrebnih nesoglasij zaradi nepopolnega poročanja. Čutimo se potrebne drugje, ne za pisalno mizo.

Prosimo za objavo.

Vodja pospeševalne službe v M – KZ Cerknica: Milka Mele – Petrič, dipl. ing. agr. Cerknica, 17. 10. 1988.

Kot ugotavlja Milka Mele – Petrič, dipl. ing. agr., sem naredil napako, ker sem prislunil le eni strani in zapisal samo pogled Antonije in Mojmir Joviča. Za napako se opravičujem in zagotavljam, da bom prihodnjič, ko bom spet pisal o podobni problematiki, bolj pazljiv.

Andrej Dvoršak, novinar

Priznanja delavcem in zadrugi cerkniške zadruge je podelil direktor, Slavko Tornič.



Preskus škropilnic na Grmu

Jože Simončič

Je vaša škropilnica "ta prava"?

Raziskave so pokazale, da je najpogostejši vzrok manj uspešnega varstva rastlin pred boleznimi, škodljivci in plevelom, premalo kakovostno škropljenje. Temu pa so pogosto vzrok stroji – slabi, slabo vzdrževani ali nepravilno naravnani.

Prav na to pomanjkljivost vas bodo opozorili na Srednji kmetijski šoli na Grmu pri Novem mestu. Začeli bodo namreč testirati kakovost delovanja škropilnic in odpravljati njihove pomanjkljivosti.

Testi pretokov, površinske razporeditve škropiva, natančnosti delovanja manometra in drugih delov, pokažejo na elemente

v delovanju škropilnice, ki vplivajo na natančnost škropljenja. S povečanjem natančnosti delovanja škropilnice lahko povečamo učinke škropljenja in zmanjšamo porabo kemičnih sredstev. Ta ne samo da onesnažujejo naravo, tudi hudo draga so. Zato vsem uporabnikom škropilnic svetujemo, naj vsako drugo ali tretje leto testirajo delovanje škropilnic

oziroma pripeljejo škropilnico v šolo na Grmu.

Poleg ekipe za testiranje vam bo pri roki tudi serviser z rezervnimi deli, ki bo napake, če bo le mogoče, takoj odpravil.

Kjer pa bo več interesentov za pregled oziroma testiranje škropilnic, bo ekipa prišla tudi na teren. Vabimo vse terenske organizatorje in pospeševalce kmetijske proizvodnje, da zberejo podatke o zanimanju za tovrstne teste na terenu in jih sporočijo v šolo.

Kaj je franchising (franšizing) ?

Vera Aljančič

Prave temelje lahko pričakujemo z novimi predpisi

Pazljivemu bralcu razmišljanj predsednika poslovnega odbora sozda o prenovi gospodarskega in političnega sistema ter sozda, gotovo ni ušel večkrat uporabljen pojem "franšiza", "franšizing". "Franšizo" poznamo pri nas le na področju zavarovalskega prava, kot pogodbeno določen znesek, ki ga pri poravnavi škode zavarovalnica odbije od izplačila. Da bi lažje razumeli novost, ki naj bi se uveljavila tudi v novih gospodarskih odnosih, na katero je predsednik tudi opozoril v svojem razmišljanju, predstavljamo to pri nas novo, v svetu pa že kar dobro znano in uveljavljeno obliko sodelovanja več gospodarskih subjektov, ki ga v tujini poimenujejo s pojmom "franchising".

Opredelitev, definicij franchisinga je več in vsaka je odvisna od gospodarske dejavnosti, v kateri se pojem uporablja oziroma uveljavlja kot poslovna praksa.

Na splošno pa gre pri franchisingu za pripadnost k nekemu sistemu, za spoznanje o povezanosti v partnerskem razpečevalnem sistemu, za sistemsko miselnost, ki prežema vse udeležence oziroma člane tega sistema.

Franchising je doživel izredno velik razvoj v 50. in 60. letih v ZDA. V zadnjih 15. letih pa tudi v Evropi, zlasti v Zvezni republiki Nemčiji. O tem pravnem inštitutu so pisali tudi naši avtorji, zlasti prof. Mikotin, dr. Dragašević, prof. Draškić in dr. Vežjak (v svoji knjigi Mednarodno trženje I in II).

Pri nas se sklepajo posamezne pogodbe o franchisingu z zunanjimi firmami in na podlagi teh se naše organizacije vključujejo v že znane sisteme, kot so n.p.r. Coca Cola, Holiday Inn. V notranji pravni praksi taki odnosi niso znani, čeprav prednosti franchisinga kažejo na upravičenost njegove širše uporabe tudi v odnosih med notranjimi partnerji.

V literaturi in pravni praksi ZDA, sta najbolj znana dva tipa franchisinga:

- franchising proizvodov ali storitev
- poslovni franchising

Franchising proizvodov ali storitev obsega predvsem naslednje odnose:

- proizvajalec — proizvajalec (večkrat se ti odnosi urejajo tudi z licenčno pogodbo)
- proizvajalec — trgovec na drobno
- proizvajalec — gostinec itd.

Včasih se pogodba poenostavljeno določi kot sporazum med dvema pogodbenima strankama za distribucijo proizvodov in storitev (znanje in izkustvo) z ozirom na uporabo blagovnega ali storitvenega znaka s strani jemalca franchisinga, po vsebini je to licenčni dogovor.

Poslovni franchising predstavlja kontinuirano vzajemno sodelovanje in pomoč med pogodbenima strankama v času trajanja pogodbenega odnosa.

Dajalec franchisinga odstopi svoj obrazec, takoimenovano "formulo" za proizvodnjo ali za prodajo blaga in storitev, pridobljeno znanje in izkustvo s pogojem, da se ti posli opravljajo pod nadzorom in z določeno omejitvijo. V praksi je široka paleta odnosov, ki vsebujejo različne oblike franchisinga.

Pogodba o franchisingu je neformalen pravi posel. Zaradi različnih odnosov, ki se med pogodbenima strankama vzpostavljajo, se pogodba sklene pisмено. Obvezna pismena oblika v našem pravu, po analogiji izhaja iz predpisov, ki se nanašajo na pogodbe o dolgoročni proizvodni kooperaciji, na pogodbe o poslovno tehničnem sodelovanju in na pogodbe o li-

cenci. Za sklepanje pogodb o franchisingu ni posebnih predpisov, zato pogodbene stranke sklepajo te pravne posle tako, da določijo medsebojne pravice in obveznosti v okviru prisilnih predpisov in javnega reda.

Pogodba obsega obveznosti in pravice dajalca franchisinga

- obveznosti dajalca franchisinga v pripravah za začetek poslovanja

- obveznosti dajalca franchisinga v času trajanja pogodbenega odnosa.

Obveznosti dajalca franchisinga, ki sodijo v priprave za začetek poslovanja so predvsem naslednje:

- prenos izključne pravice prodaje blaga oziroma opravljanja storitev,

- prenos izključne pravice do uporabe žiga, znaka oziroma firme,

- izvajanje oziroma opravljanje raznih konsultacij,

- pomoč pri vzgoji kadrov,

- pomoč pri ustanovitvi oziroma ustanavljanju poslovne enote (lokacija, gradnja, izbor).

Obveznost dajalca franchisinga v času trajanja pogodbenega odnosa, je predvsem kontinuirano nudenje pomoči in uslug, analiza tržišča, ekonomska propaganda, tehnični in poslovni nasveti, pospeševanje prodaje in preskrbovanje jemalca franchisinga (odvisno od vrste franchisinga in določb pogodbe).

Pravice dajalca franchisinga pa so predvsem v tem, da:

- lahko zahteva določene spremembe v konceptu (takoimenovani formuli poslovanja),

- nadzoruje poslovanje jemalca franchisinga (če se to izrecno dogovori v pogodbi),

- pravica do plačila oziroma odškodnine za nudenje franchisinga.

Obveznosti in pravice jemalca franchisinga:

- zavarovanje in vzdrževanje poslovnega prostora in opreme v skladu z določili pogodbe,

- pospeševanje plasmaja blaga oziroma storitev,

- plačilo odškodnine obsega večinoma takoimenovano prvo začetno odškodnino in drugo, ki se plačuje kontinuirano v času trajanja poslovnega odnosa.

Začetna odškodnina se plača ob nastanku pogodbe ali ko jemalec franchisinga začne s poslovanjem. Obsega pa predvsem začetne stroške za lokal, za organiziranje posla in podobno. Odškodnina, ki jo jemalec franchisinga plačuje v času trajanja pogodbenega odnosa pa vsebuje predvsem odškodnino za koriščenje znaka, firme, opreme ter različnih drugih uslug v času poslovanja. Odškodnina se določi bodisi v odstotku od ustvarjenega prometa v določenem času, kot je dogovorjeno s pogodbo ali pa kot poseben znesek za dogovorjene usluge. Predvsem pa je jemalec franchisinga dolžan spoštovati dogovorjeno uporabo imagea (celostne podobe), firme in drugih znakov dajalca franchisinga.

Prenehanje pogodbe

Pogodba o franchisingu preneha z iztekom časa, za katerega je bila sklenjena. Pogodbeni stranka pa lahko od pogodbe odstopi tudi pred potekom pogodbenega roka, če so podani utemeljeni razlogi, za prenehanje pogodbe se pogodbeni stranki lahko tudi sporazumno dogovorita.

Pravna možnost franchisinga v Jugoslaviji

Po mnenju Dragaševića in tudi drugih, prej navedenih avtorjev, današnje stanje naše zakonodaje ne daje popolnega odgovora na vprašanje pravnega okvira za vzpostavljanje tovrstnih pogodbenih odnosov. Vendar se z uveljavitvijo nove gospodarske zakonodaje in pluralizmom latinskih vrata za takšne odnose, zlasti kot oblika sodelovanja med družbenim in zasebnim sektorjem.

Pri sklepanju pogodb v **zunanjetrogovinskem prometu** je možno tovrstne pogodbe sklepati predvsem v naslednjih dejavnostih: hotelirstvu, gostinstvu, plačevanju kreditnih kartic in takoimenovanem tehnološkem franchisingu.

V **notranjetrgovinskem prometu** so organizacije združenega dela, ki so dosegle večji poslovni ugled (proizvajalci blaga široke potrošnje, trgovina na debelo, velike gostinske in specializirane storitvene organizacije), prav gotovo zainteresirane za širjenje dejavnosti v obliki franchisinga.

Za vzpostavljanje odnosov na osnovi elementov franchisinga med organizacijami združenega dela in zasebniki (osebnim delom s sredstvi v lasti občanov), obstajajo določene pravne in

ekonomske predpostavke. Delovni ljudje in občani, ki samostojno opravljajo dejavnost z osebnim delom in lastnimi sredstvi, se lahko po Zakonu o združenem delu (267. in 269. člen) dogovarjajo s trgovskimi in proizvodnimi organizacijami o različnih oblikah kooperacije in drugih oblikah poslovnega sodelovanja.

Za dogovarjanje med občani, ki samostojno opravljajo svojo dejavnost in organizacijami združenega dela, dajejo okvir tudi republiški predpisi. Tako v naši republiki urejata opravljanje blagovnega prometa z osebnim delom Zakon o blagovnem prometu v členih 42 do 46 (Ur.l.SRS 21/77) in novi obrtni zakon, ki je bil pravkar sprejet (Ur.l.SRS 35/88). Navedeni zakon v 1. členu določa, da lahko delovni ljudje s samostojnim osebnim delom s sredstvi v njihovi lasti, opravljajo obrtno, turistično, gostinsko, prometno, kmetijsko, gozdarsko ali ribiško dejavnost, trgovino na drobno, intelektualne storitve gospodarskega značaja ter druge dejavnosti, katerih opravljanje ni prepovedano z zakonom. Po določilih obrtnega zakona se za trgovino na drobno šteje prodaja prehrabnih in neprehabnih izdelkov, ki jih določi republiški upravni organ, pristojen za tržišče. Samostojni prodajalec kupuje izdelke za prodajo pri proizvodnih organizacijah združenega dela in v trgovinah na debelo. Kmetijske proizvode, gozdne sadeže ter obrtne izdelke lahko kupuje samostojni prodajalec tudi pri individualnih kmetijskih proizvajalcih, samostojnih obrtnikih oziroma pri drugih delovnih ljudeh, ki opravljajo dejavnost po tem zakonu.

Obstoječi predpisi napotujejo delovne ljudi na trajno sodelovanje z organizacijami združenega dela ter dajejo določen okvir za

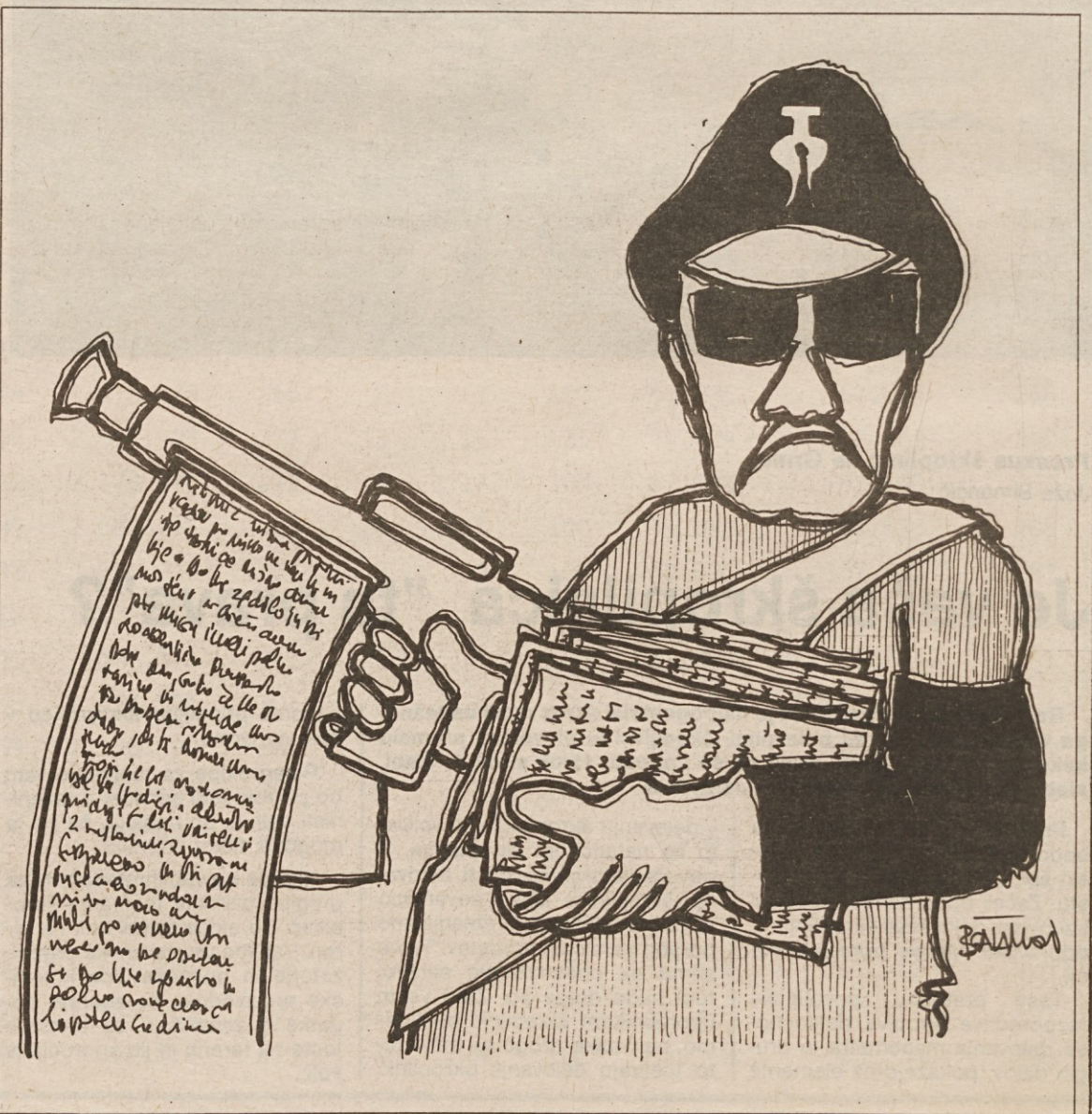
upoštevanje gospodarsko — pravnih odnosov po pogodbi o franchisingu. Dajalci franchisinga bi bile organizacije združenega dela: proizvajalne OZD, specializirane storitvene OZD, OZD trgovine na debelo in gostinske OZD, pa tudi maloprodajne OZD v sodelovanju s proizvodnimi in grosističnimi OZD.

Jemalci franchisinga pa bi bili delovni ljudje — občani, ki samostojno opravljajo svojo dejavnost z osebnim delom in pogodbene organizacije, in sicer za proizvodnjo, zlasti za kmetijsko, za trgovino na drobno, za gostinstvo in za opravljanje storitev.

Pogodbeni odnosi bi se vzpostavljali torej za tiste dejavnosti, ki se v skladu s predpisi lahko opravljajo z osebnim delom in s sredstvi v lasti občanov ob upoštevanju že navedene zakonodaje in zakona o obligacijskih razmerjih.

Za doslednejšo predstavitev franchisinga je potrebno omeniti še takoimenovani podjetniški franchising, ki ga v tej predstavitvi še nismo omenili. Predmet tega franchisinga je mnogo širši kot pri proizvodnem franchisingu. Gre za paket storitev, kot so nabava, računovodstvo, kontrola in podobno in ne samo za prodajne metode in prodajni servis.

Nekatere elemente franchisinga najdemo že pri sedanjih oblikah sodelovanja članic našega sozda z zasebnim sektorjem, kot na primer: M—KZ Metlika, M—Sadje zelenjava, M—KG Kočevje, pa tudi pri kooperacijski dejavnosti OZD (M—KŽK Gorenjske, TOZD Agromehanika, M—Izbira Panonija, TOZD Veleprodaja, M—ZKZ Mozirje, M—Tehna, TOZD Inženiring).



Mleko, hrana naša (ne)vskađanja

Slavka Kotnik

Dežela, kjer se cedi mleko

Bo kdo mislil, da bomo spet pisarili o cenovnih težavah mlekarjev (od odkupa do predelave in prodaje). Pa ne bo tako. O tem so že ničkolikokrat pisali bolj poklicani. Pokazali bomo le gibanje proizvodnje in odkupa mleka v letošnjem letu v primerjavi z načrti in opozorili na odstopanja, ki so posledica takšne ali drugačne letine. Letos poleti je gospodovala suša, ki je precej prizadela govedorejo in s tem mlekarstvo, na Kočevskem pa je tudi bolezen zdesetkala čredo.

Kanglica na kanglico, mleka kolikor hočete...

V Sloveniji glede na zemljišče, podnebje in druge pogoje obstojajo skoraj idealni pogoji za govedorejo in mlekarstvo. Vendar se soočamo z razdrobljenostjo kmetij in s tem seveda tudi govedoreje in mlekarstva. Da je temu tako, potrjuje podatek, da mleko v M-Ljubljanske mlekarne dnevno oddaja preko 19.000 kooperantov.

Lani sta obe naši mlekarne, kranjska in ljubljanska, odkupili in predelali preko 150 milijonov litrov mleka. Od tega smo kot mleko v taki ali drugačni obliki prodali 87 milijonov litrov, ostalo pa predelali v izdelke. Z letošnjim odkupnim načrtom smo predvidevali nekaj več kot 156 milijonov litrov mleka. To pomeni dnevno zbrati in odkupiti več kot 430 tisoč litrov mleka. Od tega v M-Ljubljanskih mlekarneh 350 tisoč litrov, 80 tisoč pa v M-KŽK-jevi Mlekarni.

Kako in kdo zbere 40 % količin mleka, ki se ga odkupi in predela v Sloveniji?

Kooperanti — samostojni kmetijski proizvajalci se združijo

in v 26 kmetijskih zadrugah in v več kot 30 hlevskih skupnostih, preko katerih se zbira mleko. Poleg tega je tudi 43 samostojnih v mlekarstvo usmerjenih kmetij in 10 družbenih posestev, ki skrbijo za nemoteno dobavo mleka v mlekarne. Vsa količina mleka se dnevno zbira v preko tisoč zbiralnicah, opremljenih s 700 hladilnimi bazeni.

Mlečni El Dorado

Slovenija pridelava več mleka kot ga sama potrebuje. To velja tudi za obe naši mlekarne, zato z našim predvsem steriliziranim (alpskim) mlekom oskrbujemo posamezne potrošne centre na Hrvaškem in v Bosni. Preostale količine mleka predelamo v mlečne izdelke — jogurte, smetano (27 milijonov litrov) in v 4.700.000 kilogramov sira letno.

Letošnji načrt za odkup mleka je bil veliko večji od lanske realizacije. Do konca letošnjega septembra smo odkupili že več kot 122 milijonov litrov mleka (122.185.000 litrov). V ljubljanski mlekarni 99.627.000 litrov, v kranjski pa 22.558.000 litrov.

Načrtovani odkup smo kljub težavam zaradi suše in bolezn

živali dosegli 78 %. Ta odkup je bil za okrog 4 % nad lanskim. Okrog 70 milijonov litrov mleka smo prodali kot konzumno mleko, ostalo pa predelali v izdelke. Skoraj 75 % vsega odkupa predstavlja odkup pri zasebnikih, delež družbenega sektorja in hlevskih skupnosti je v primerjavi s tem podatkom majhen, komaj 25 %. Ta podatek kaže na enega od vzrokov, ki vpliva na reprodukcijsko ceno pridelave mleka — na razdrobljenost pridelave in odkupa.

Kljub suši in bolezni, je letošnji odkup večji, to pa zaradi povečanja števila odkupnih mest. V letošnjem letu se je pojavilo kar nekaj novih "dobaviteljev", ki prejšnja leta mleka niso oddajali. Povečanje števila kooperantov in hlevskih skupnosti lahko pripisemo slabi gospodarski situaciji, ki vsakega gospodarja sili, da z razpoložljivim "bogastvom" razpolaga tudi v družbeno in ne samo lastno korist.

Manj mleka na Kočevskem

Kot posledica suše in bolezn, se je zmanjšal odkup izraziteje pokazal na kočevskem, dolenskem in deloma na štajerskem odkupnem območju. Na območju, ki ga pokriva M-Kmetijsko gospodarstvo Kočevje je celoten odkup mleka padel za dobrih 12 % v primerjavi z lanskim letom. V zasebnem sektorju je odkup padel za okrog 25 %, v družbenem

za 10. Med sozdovimi družbenimi proizvajalci mleka prednjači M-Kmetijsko gospodarstvo Kočevje, saj nanj odpade kar 55 % predvidenega odkupa mleka. Pa dec oddaje mleka iz Kočevja v absolutnih številkah pomeni kar 771 tisoč litrov mleka manj, kar so morali nadomestiti novi "dobavitelji" pa tudi dosedanji, ki so povečali oddajo mleka v primerjavi s prejšnjim letom. Zagotovo pa bo izpad oddaje mleka iz kočevskega konca vplival tudi na končno količino letos odkupljenega mleka (do konca leta). Seveda je tudi drugod odkup nižji, vsaj pri polovici zadrug se je ta zmanjšal tako iz družbenih kot zasebnih virov. Vendar pa so absolutne številke bistveno nižje in na letno odkupljeno količino mleka ne bodo imele tako izrazitega vpliva. Nasprotno pa je M-Kmetijski kombinat Sevnica, TOK Kooperacija povečala lanskeletni odkup znotraj Mercatorja kar za 65 %, kar v devetih mesecih pomeni 3.250.000 litrov mleka. Razlog za povečanje tiči v preusmeritvi oddaje. Mleko z levega brega Save ne teče več v Hmezd. Medtem ko se povečanje pri ostalih odkupvalcih giblje med enim in šestnajstimi odstotki.

Čeprav v prvih devetih mesecih še ni izrazitega zmanjšanja odkupa — zaradi novih "dobaviteljev" je celo nekoliko večji — zmanjšanje lahko pričakujemo v poznojesenskih in zimskih mese-

cih, ko bodo kmetje zaradi pomanjkanja krme, ki je posledica suše, prisiljeni zmanjšati stalež živine.

Seveda ne moremo mimo odkupne cene mleka, ki je bila kljub vsem zgodam in nezgodam, za kmeta tudi stimulativna in je posredno vplivala na večjo oddajo. Predelava pa na drugi strani ni imela prostih rok za oblikovanje ekonomskih prodajnih cen mleka. To jo je sililo v večjo predelavo mleka, zlasti v sire, za katere je cene lahko oblikovala prosto. Prav pri sirih so mlekarne že dosegle zgornji cenovni domet, ki že vpliva na manjše povpraševanje in prodajo. Nadomestila za neekonomsko prodajno ceno mleka ni več kje vzeti.

Mleka bo...kdaj bo zraven še za med?

Ob vseh težavah, s katerimi se srečuje slovensko mlekarstvo, pa nam mleka ni nikoli zmanjkalo. Povpraševanje po mlečnih izdelkih, predvsem siru, se je v septembru skoraj prepolovilo, zato pa je naraslo povpraševanje po konzumnem mleku. To je spet v standardnih okvirih, 270 tisoč litrov mleka dnevno prodamo.

Z upoštevanjem sedanje odkupne cene mleka, ki znaša v povprečju 643 din za liter, lahko računamo, da bo kljub nižjemu staležu živine odkup mleka vendarle realiziran v za letos planirani količini — 156 milijonov litrov.

Iz glasil članic sozda

Farma tudi z druge plati

V 9. številki smo najavili objavo pogovora o prašičji farmi na Pristavi pri Krškem. Farma sodi v sestav tozda Poljedelstvo — meso krškega Mercator-Agrokombinata. Za 10. številko je na naslov uredništva prispelo pismo vodje farme Matjaža Falknerja, dipl.ing. agronomije z nekaterimi natančnejšimi pojasnili. Ker je bila redakcija časopisa že končana, smo prvotno besedilo umaknili, v tej številki pa objavljamo celotno.

Z vodjem farme se je pogovarjal Jože Černoša, urednik Agrokombinatovega Poročevalca. Zapisal je: "Že sama zasnova razgovora, ki sem ga imel z vodjo farme Pristava, Matjažem Falknerjem, dipl. agronomom, živinorejcem, je bila naravnana na nastavi del življenja in dela v tej slovenski velikanki za prirejo svinj-

skega mesa, ki ga ne slišimo vsak dan in na katerega zelo radi pozabimo. Najprej sem mislil zapisati intervju, pa se mi zdi boljše, da objavim le bistvene izvečke, ki bodo dali farmi tudi drugačen predznak. Pri tem sem uporabil poročilo o proizvodnji na delovni enoti Farma prašičev Pristava za leto 1987 in druge informacije."

Ugotovitve so naslednje:

1. Farma dela z dvotretjinsko zmogljivostjo, čeprav bi po sprejetem programu morala obratovati s polno, že lansko jesen. Za to sta dva vzroka: (ZA) — sorazmerno velika izločitev plemenskih živali zaradi tuberkuloze in sprememba ustaljenega toka dela pri razmnoževanju zaradi diagnostičnih preiskav, kar je vplivalo na plodnost živali,

— nerešena poraba gnojevke, saj bi je bilo ob polnem obratovanju farme še precej več.

2. Farma je lani prodala 20.384 pitancev v povprečni teži 95,5 kilogramov, upoštevajoč tudi živali, ki so bile predčasno izločene iz pitanja

3. Trenutno je na farmi 12.000 prašičev, od tega 1100 plemenskih svinj, 800 mladic, 1200 sesnih pujskov, 1200 pujskov v vzreji in okoli 7.000 pitancev.

4. Kljub težavam so proizvodni kazalci povprečni — nekateri celo nadpovprečni, če jih primerjamo z rezultati drugih slovenskih družbenih farm. Poraba krme na kilogram prirasta je povprečna, mesnatost prašičev je nadpovprečna, prav tako pa tudi velikost gnezda. Višji od povprečja je pogin v vzreji od 7 do 25 kilogramov. Temu po splošnem mnenju botruje rešitev proizvodnih objektov, ki je slabša od ostalih. Rezultati v plemenskem delu proizvodnje in v pitališču so povprečni, kar kaže na dobre tehnološke rešitve v teh delih proizvodnje.

5. Izrazito pereč problem farme je fluktuacija delavcev. V

dveh letih in pol se je praktično zamenjala celotna strokovna ekipa, izrazita je fluktuacija pri osemenjevalcih. Vsi osemenjevalci so začetniki — pripravniki. Torej pri najbolj bistvenem delu proizvodnje dela neizkušena ekipa in zato so napake pričakovane, ki pa jih bo s pridobivanjem izkušenj vedno manj. V naslednjem letu pa bodo gotovo vplivale na proizvodne rezultate.

6. Namesto 400 imajo na farmi skoraj 800 mladic, saj želijo čimprej doseči planirani stalež plemenskih svinj in s tem zagotoviti polno izkoriščenost proizvodnih zmogljivosti farme. V prihodnje bo treba bolj poudariti strokovno delo, istočasno pa rešiti tudi problem gnojevke.

8. Posebno poglavje reševanja prihodnosti farme je naložba v koristno porabo in uporabo gnojevke. Obstoječe lagune (v zemljo vkopani bazeni) so samo začasna rešitev za njeno shranjevanje. Prava rešitev je gradnja namakalno-gnojilnega sistema za večji del Krškega polja. Program za to veliko naložbo je praktično pripravljen. Treba pa bo najti še precej praktičnih rešitev:

— postaviti aeratorje (prezračevalnike in mešalce za gnojevko),

— premagati odpor kmetov do tega sistema. To bomo dosegli le z dokazovanjem, da se bodo pridelki povečali za najmanj 20 do 30 odstotkov, saj je znano, da suša na peščenih tleh vsako leto pridelke zmanjša za najmanj tretjino, (ZA) — ko bo gnojevka

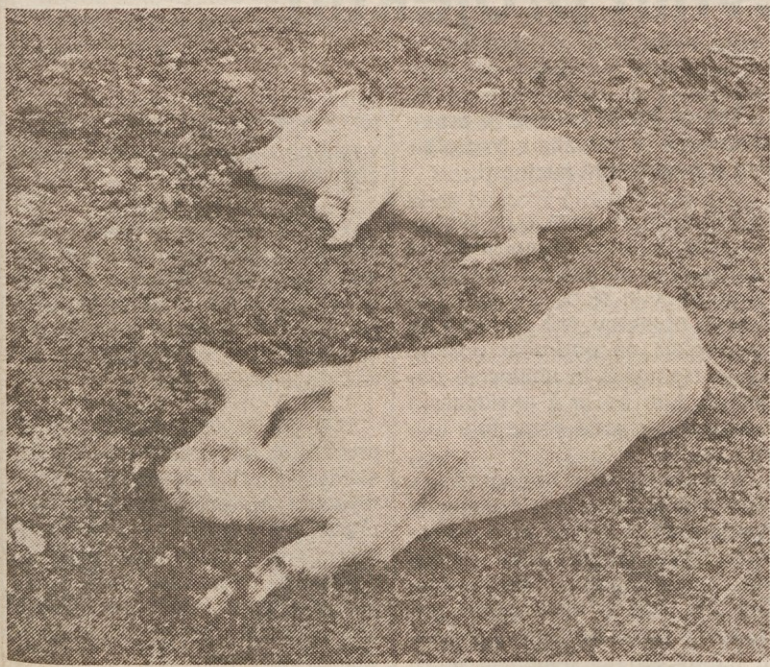
z dodajanjem zraka bolj predelana in zmešana z vodo iz Krke, bo dobro dodatno gnojilo in primeren za namakanje v sušnih obdobjih.

Še nekaj podatkov: kubični meter predelane gnojevke vsebuje 0,5 kilograma dušika, 0,7 kilograma fosforja in prav toliko kalija. Ta hranila so rastlinam dostopna takoj, ker so raztopljenja in v takšni obliki, kot jih rastline črpajo iz zemlje. Povedati pa moramo tudi to, da sorazmerno majhna količina hranil opravičuje le hidravlični transport (po ceveh).

Naložba v namakalno-gnojilni sistem ne bo poceni. Predračunska vrednost presega 4 milijarde dinarjev. Ne more pa biti samo zadeva krškega Agrokombinata, pač pa gre za naložbo širšega družbenega pomena — enako kot je prireja mesa in hrane. Treba pa je reči, da so sovlagatelji pozabili, da je farma njihova, v dobrem in slabem, da ne morejo ostati le kupci prašičev. Torej je reševanje ekonomike in okolja skupna naloga upravljalcev, sovlagateljev (sozda Mercator — KIT) in ne le tozda, delovne organizacije in občine.

Na koncu je Jože Černoša zapisal:

"Strokovno delo na farmi je povprečno, rezultati povprečni. Vse to nas obvezuje, da v prihodnosti oboje pravimo in predvsem rešimo problem gnojevke. Farma je pri nas, na našem Krškem polju, zato bomo morali zastaviti vse sile, da ne bo postala "spomenik", ki so nam ga vsilili drugi."



Ne v zaščito Zaščite

Stanislav Klemenčič – Saražin

Kako in koliko se med seboj poslovno poznamo?

Iz naslova veje nadaljevanja vprašanja, ali se poznamo dovolj, da smo lahko učinkoviti poslovni partnerji, ki s poslovnim sodelovanjem krepijo ekonomsko moč drug drugega in s tem celotnega sistema Mercator – KIT.

Da, seveda se poznamo – članice med seboj – poznamo tudi programe dejavnosti, take ali drugačne potrebe teh dejavnosti in še kaj. Toda, malo zaradi pozabe, malo zaradi parcialnih in ne skupnih interesov, pa gredo posli tako, kot pač gredo.

K stvari! V času, ko govorimo o prenovi vsega, prav gotovo ni več časa za poslovno "otipavanje" že znanih poslovnih partnerjev, še posebej, če je ta eden izmed nas, član Mercatorjeve družine. S tem zapisom želimo opozoriti na izdelke in neizrabljene možnosti temeljne organizacije Zaščita iz Kidričevega, ki sodi v sestav Mercator – Izbire Panonije.

Majhen, 270 članski, pretežno ženski kolektiv je bil, pred vključitvijo v delovno organizacijo Mercator – Izbira Panonija in s tem sozd Mercator – KIT, zapisan stečajju. Zahvaljujoč poslovni ugledu firme kot celote in svoji sposobnosti za hitro prilaganje proizvodnje tedanjim zahtevam trga, se je hitro razvil v kakovostnega proizvajalca usnjenih in tekstilnih osebni zaščitnih sredstev ter modne konfekcije.

Ob vključitvi v Mercatorjevo družino so v tozdu pričakovali pomembno in potrebno razširi-

tev svojega dotedanjega tržišča in kroga poslovnih partnerjev v sozdu. Žal se je le majhen del tega upravičenega pričakovanja tudi uresničil. Vzroke za to pa moramo in moramo iskati na obeh straneh. V Zaščiti zato, ker niso bili dovolj prizadevni in agresivni pri svoji ponudbi pri tistih, ki so jim njihovi izdelki tako ali drugače predmet poslovanja (prodaja in uporaba). Pri drugih pa v tem, ker se niso dovolj zavzeli za spremembe tokov v korist Zaščite.

Naj na kratko predstavimo proizvodno – prodajni program te naše članice. Program "štrli" iz reprodukcije verige, ki jo po pretežni dejavnosti sestavlja večina članic sozda. Zato pa so njeni izdelki v skoraj vseh naših organizacijah potrebni kot del delovnih procesov.

V proizvodni program Zaščite sodijo:

1. Osebna zaščitna sredstva iz usnja, skaja in tekstila. Sem sodi izdelava preko 400.000 parov rokavic na leto, izdelanih v 30 do 40 različicah, predpasniki, gamaše in razni ščitniki.

2. Zaščitna oblačila iz tekstila (delovni plašči, obleke), ki jih izdelujejo po JUS standardih in tudi po željah in zahtevah naročnikov oziroma kupcev.

3. Modna konfekcija – v pretežni meri jo izdelujejo izven standardov serijske proizvodnje. S tem izpolnjujejo posamične želje in zahteve manjših naročnikov. Prav ta program želijo še posebej širiti v smer serijske proizvodnje.

4. Ob domačem programu v Zaščiti uspešno sodelujejo z zahodnonemško firmo Vossen. Dosedanje sodelovanje so leto do nadaljevali še za nekaj let. Za to svetovno znano tekstilno firmo izdelajo mesečno 20.000 frotirastih kopalnih plaščev. Za njihovo izdelovanje veljajo stroge, v razvitem svetu uveljavljene delovne in kakovostne norme. Obnovitev kooperacije s Vossnom je potrditev, da zna kolektiv dobro delati in kakovostno poslovati v mednarodnih razmerah.

Na internem tržišču v sistemu pa ne najde potrebnega odziva. Na domačem trgu izdelke prodajajo po konkurenčnih cenah in pogojih, če jih primerjamo z drugimi tremi slovenskimi proizvajalci tovrstne opreme. V primerjavi s proizvajalci tovrstne opreme iz južnih delov države so dražji, toda po kakovosti so izdelki skoraj neprimerljivi. V svoj prodajni program Zaščita vključuje tudi druga zaščitna sredstva, ki jih dokupuje z namenom, da bi zadovoljila nekatere potrebe konkretnih naročnikov, svojih kupcev. Sem so-

dijo predvsem zaščitni čevlji, škornji, očala, čelade in drugo.

Pri posebnih in posameznih zahtevah kupcev so zelo prilagodljivi, saj lahko ustrezno zahtevam tako glede tkanin, modelov, krojev in velikosti.

Trajna, dolgoletna poslovna razmerja s kupci uresničujejo na podlagi sklepanja letnih pogodb, ki jih tekoče, v skladu z dogovorjeno dinamiko tudi izpolnjujejo. Nepričakovanim naročilom ali zahtevam izven rednih poslov, lahko ustrezno v največ enomesečnem delovnem roku. Dobave in nakupno – prodajni pogoji so odvisni od neposrednega obsega in trajnosti posameznih poslov. Sicer pa poslujejo po načelih enakopravnosti partnerjev v skupnem poslu. Trgovskim organizacijam za blago za nadaljno prodajo nudijo plačilne roke tudi do 90 dni neto in ustrezne rabate pri maloprodajnih cenah (maloprodajne cene brez prometnega davka). Drugim kupcem za blago, namenjeno za reprodukcijo, pa seveda primerno nižje prodajne pogoje (rok plačila in rabat), vendar so zopet konkurenčni v primerjavi z drugimi dobavitelji.

Z rednimi mesečnimi obiski svojih predstavnikov – trgovskih potnikov pri poslovnih partnerjih, pa zagotavljajo kontinuiteto oskrbe tudi z izdelki, ki niso predmet letne pogodbe.

Čemu pravzaprav zapis teh, marsikomu znanih stvari? Smo v času pripravljanja nakupno – prodajnih načrtov za naslednje leto. Zato želimo z njim opozoriti vse – tako prodajalce teh izdelkov (grosiste) kot uporabnike teh izdelkov – da je med nami, v sistemu sozda proizvodna organizacija – dobaviteljica, ki glede na kakovostno ponudbo zasluži večji delež na internem tržišču. Ta pa sodi v izvajanje načel dogovorjene skupne poslovne politike.

Z dosedanjimi deleži, ki jih izdelki Zaščite zavzemajo v internem blagovnem prometu, ne more biti zadovoljna niti Zaščita, niti ni upravičeno "samozadovoljstvo" uporabnikov teh izdelkov. Nezadovoljstvo potrjujejo tudi podatki: delež Zaščitinih rokavic v internih blagovnih tokovih znaša 4,3 %, delovnih oblek 5,6 % in delovnih plaščev 9,1 %. Potrebna zaščitna sredstva kupujemo na vseh koncih in krajih in to v količinah, ki so večje kot znaša enomesečna Zaščitina proizvodnja. Od nje pa kupimo le tretjino izdelkov, ki jih potrebujemo. **Moramo pa povedati, da je med vsemi članicami sozda kar 21 takih, ki z Zaščito sploh nima poslovnih stikov, trdimo pa, da je njen izdelek potreben prav v vsaki naši organizaciji.** Objektivne možnosti za povečanje prodaje Zaščitinih izdelkov znotraj sozda so, zato pričakujemo odziv članic v naslednjih smereh:

– v vseh proizvodnih organizacijah, ki v delovnem procesu potrebujejo in uporabljajo osebna zaščitna sredstva, naj bi nabavne službe ugotovile letne potrebe po teh sredstvih in najmanj polovico potreb pokrile z nabavo pri tozdu Zaščiti,

– trgovske organizacije – grosisti, ki imajo v svojem programu tudi prodajo tovrstnih sredstev, naj prav tako preverijo možnosti za preusmeritev na nabavo pri Zaščiti,

– maloprodajne trgovske organizacije, ki se oskrbujejo neposredno pri proizvajalcih, naj nabavo delovnih oblek, halj oziroma plaščev preusmerijo v naročila pri Zaščiti. Obenem pa naj od grosistov zahtevajo oskrbo z Zaščitnimi izdelki.

Od vseh, ki kakorkoli vplivajo na nabavo teh izdelkov pričakujemo, da bodo že pri načrtovanju nakupov, pa tudi z uresničevanjem načrtovanega, prispevali k rasti deleža prodaje Zaščitinih izdelkov v sozdu. Še enkrat moramo poudariti, da je delež njene prodaje v sozdu najnižji in daleč pod povprečjem. Z nekoliko večjo zavzetostjo bi to lahko kaj hitro popravili in s tem izpolnili tudi nekaj upravičenega pričakovanja te članice sozda. Prav gotovo pa niso zanemarljive še druge prednosti, ki so v internem blagovnem prometu: plačevanje preko Mercator – Interne banke, stimulatívni cassasconto pri plačilu z gotovino.

Navsezadnje pa, z medsebojnim prometom v sozdu nihče ne izgublja, niti nihče ne služi na račun drugega. Zakaj se ga izogibamo? Na Zaščitnem primeru bi kazalo preskusiti koliko velja ta naša fama "vsi za enega, eden za vse", ki se navsezadnje odraža tudi v sozdovem sloganu "sozd je čvrst toliko, kolikor so čvrste njegove članice". In če je skupna poslovna politika temeljni element čvrstine...zakaj se ne bi opredelili za uresničevanje zadev, ki smo jih nakazali v tem zapisu.

Pospeševanje prodaje izdelkov

Andrej Dvoršak

Nekje se zatika...

Prodaja izdelkov Mercator – Mesne industrije Ljubljana je na Štajerskem precej zaostajala za načrtovanimi cilji. Kljub temu, da njeni izdelki po kakovosti ne zaostajajo za sorodnimi izdelki drugih proizvajalcev, njihova prodaja ni stekla. Zato so se ljubljanski mesarji odločili, da na Štajerskem zaposlijo pospeševalca prodaje.

Prvi, ki je prevzel to nalogo, je kmalu vrgel puško v koruzo in zamenjala ga je Danica Turner, ki se je pred tem devet let pilila v komercialni Agrokombinata Maribor.

"Moja naloga je raziskava tržišča in pospeševanje prodaje mesnih izdelkov. To se lepo sliši, ko pa hočem besede spremeniti v prakso, naletim na številne ovire, za katere ne bi nikdar mislila, da sploh obstojajo. Ugotavljam, da je med članicami Mercatorja premalo sodelovanja in da je to eden od vzrokov za preskromne blagovne tokove med njimi", pravi vedno nasmejana in prijazna komercialistka.

Prodajo skuša povečati z različnimi predstavitvami in osebnimi stiki s poslovojdji posameznih trgovin in s komercialisti. Predstavlja jim ugodnosti, ki jih M – MI nudi svojim kupcem in poudarja kakovost njenih izdelkov.

To je naporen posel, kajti spreminjati zakoreninjene navade, ni lahko. A ji uspeva! V nekaj mesecih je že uspela povečati prodajo izdelkov matične hiše za trikrat, vendar s tem še ni zadovoljna, ker ve, da možnosti še zlepa niso izkoriščene. Prodali bi lahko precej več izdelkov, po njenem mnenju celo nekajkrat več.

Lahko bi, če...če bi bilo v organizacijah malce več pripravljenosti za sodevanje in predvsem odgovornosti. Tiste prave, ne le na papirju.

Kot ugotavlja Danica Turner, pride blago iz Ljubljane do grosističnega skladišča, tu pa ga del obleži. Delno zato, ker ga maloprodaji nihče ne ponudi in ga zato ne pozna in ne naroča, delno pa tudi zaradi samovolje nekaterih, ki so odgovorni za distribucijo naročenega blaga. Ti posameznih vrst izdelkov, med njimi tudi izdelke M – MI, enostavno izločajo. Drugače si ne pojavljajo izdelkov v maloprodajnih enotah ne znamo razlagati.

Danica je na ta problem že večkrat opozorila vodstva kupcev, a kaže, da je pot do pravih ušes daljša, kot je mislila. Kljub temu pa vztraja. "Tudi s trmo včasih kaj dosežeš," se smeji.

Diskovni agregatni plug

Andrej Dvoršak

V sevniškem kombinatu čislajo inovatorje

Med najpomembnejše pridelovalce hmelja sodi tudi Mercator – Kmetijski kombinat Sevnica. Vse pa kaže, da se bo pridelek hmelja v prihodnjih letih precej zmanjšal. Zaradi gradnje novih vodnih elektrarn se bo pod najdonosnejšimi hmeljišči dvignila podtalnica, kar bo na rastlino, brez katere ni piva, slabo vplivalo.

"Razmeroma slab pridelek smo imeli že letos, saj smo pridelali blizu 40 odstotkov manj hmelja, kot smo načrtovali. Naše veselje ob spomladanskem nastavku hmelja, ki je kazal, da bo letošnja letina rekordna, je pregnala suša. Slabe letine se nam vrstijo že nekaj let zapored. Zadnji normalni pridelek smo imeli leta 1982, letošnji je za 15 odstotkov manjši od lanskega, hmelja ni niti 100 ton. Kakšnih 1.300 vreč ga bomo poslali kupcem, ob dobrih letinah smo ga pošiljali dva tisoč vreč in več," pravi Albin Ješelnik, direktor kombinata.

V Sevnici so se odločili za pridelovanje goldinga in aurore – dveh najbolj cenjenih sort hmelja, ki imata dobro ceno tudi na tujih trgih. Kar 70 odstotkov ga izvozijo v ZDA in na tržišče članic EGS. Pri tem jim delajo težave strogi predpisi, zlasti v ZDA, kjer ne dovolijo uvoza rastlin, škropljenih z zaščitnimi sredstvi, ki v ZDA niso registrirana.

"Pred dobrimi dvajsetimi leti smo zgradili sušilnico za hmelj, ki je še danes med vodilnimi v Sloveniji. Veliko zaslug za njeno "vodilnost" imajo naši delavci, ki z njo in hmeljišči živijo in so zato v zadnjih letih predlagali številne tehnične izboljšave, predloge, inovacije. Njihova zasluga je, da je transport hmelja avtomatiziran in da je izboljššan tudi sam posto-

pek njegovega sušenja," poudarja Ješelnik.

Sveža, letošnja inovacija je namenjena odoravanju in rezu hmelja na hmeljiščih. Obratovodja Ivan Možič in ključavničar Franc Cop, sta izdelala diskovni agregatni plug in rezalnik. Njuna inovacija pomeni poenostavitev dela in izboljšanje kakovosti pridelka, saj omogoča ustreznejši način obdelave.

Ta stroj so pokazali na sestanku hmeljarskih tehnologov v Žalcu. Vzbudil je veliko zanimanje in tudi naročila zanj v Sevnici že imajo.

V kombinatu pravijo, da takega stroja še nimajo nikjer, da je plod povsem njihovega dela, stroj je patentiran, oba delavca, MOZIC in COP pa sta predlagana za INOVATORJA LETA.

To je le ena od številnih inovacij, vse bi težko našeli. Omenimo pa naj podporno koleno pri rezalniku, izboljšava, s katero prihranijo energijo in izboljšajo delo obratnega stroja.

"Inovacije so tudi primerno nagrajene, če se izkaže, da za delovno organizacijo pomenijo prihranek oziroma povečanje dohodka. Vendar pa je poleg materialne nagrade pomembno tudi moralno priznanje, ki ga za svoje delo dobi vsak inovator," so mi dejali v Mercator – Kmetijskem kombinatu Sevnica.

"Dalo bi se prodati še več. Prizadevala si bom," pravi Danica Turner, pospeševalka prodaje M-Mesne industrije Ljubljana.



Na trg...

Andrej Dvoršak

... "z dobro, staro kakovostjo"

Mercator – Mesna industrija Ljubljana, je v prvih devetih mesecih letošnjega leta kar dobro poslovala, zlasti še, če poslovanje ocenjujemo tudi po obsegu količinske prodaje. Tako je prodaja svežega mesa za 6 odstotkov večja glede na isto obdobje lani, mesnih izdelkov pa za 5. Najbolj je očitna rast prodaje trajnih mesnih izdelkov – za 21 odstotkov in najcenejših, navadnih salam in klobas – za 50 odstotkov.

Istočasno se je znižala prodaja drobovine, tako da je celotna količinska prodaja komaj za 2 odstotka večja v primerjavi z devetmesečnim obdobjem leta 1987. Plan je Mesna industrija s tem sicer izpolnila, vendar pa so do konca leta še trije meseci. Že v oktobru je bila prodaja precej manjša, če jo primerjamo s prodajo v lanskem oktobru.

Vpliv kupcev

"Ugotavljamo, da se počasi oblikujeta dve kategoriji kupcev," nam je dejal direktor M – Mesne industrije Ljubljana, Ivan Majerle. "V prvo sodi sloj, ki zahteva najvišjo kakovost izdelkov in mesa in jo je pripravljen

tudi plačati. Ti kupci posegajo po naših trajnih suhomesnatih izdelkih. Vse številnejši pa so kupci, ki jih kakovost ne zanima več, pač pa le še cena. Ta sloj v trgovinah išče najcenejše mesne izdelke, denimo navadne salame in klobase. Tudi za kupovanje mesa imajo ti kupci vedno manj denarja.

Ko smo analizirali rast količinske prodaje svežega mesa, smo ugotovili, da je nanjo zelo vplivalo večkratno dvigovanje cen. Kupci so bili o podražitvah obveščeni in so si zato delali zaloge v svojih zamrzovalnih skrinjah, ki so jih pred vsako podražitvijo obnavljali. Nakupi večjih količin svežega mesa so bili opazni."

Rdeča nit razvoja – posodobitev predelave

Jašim Mrkalj, Miro Duič

Za začetek novi stroji

Prizadevanja tozda Mesoizdelki v sestavi Mercator – KŽK Gorenjske za izboljšanje kakovosti in povečanje produktivnosti zahtevajo poleg drugega tudi obnovo strojne opreme v predelovalnem obratu v Kranju. Zadnja leta je bila pozornost usmerjena predvsem v gradnjo oziroma dograditev hladilnice, zato je bila obnova strojne opreme v predelovalnem obratu za nekaj časa odložena.

Trenutno opremljamo predelovalni obrat s tako opremo, ki bo tudi v načrtovanem novem objektu funkcionalno in tehnološko ustrezna. Pripravljamo ustrezno tehnološko zasnovano rekonstrukcijo in obnovo klavniškega obrata v Škofji Loki. Istočasno pa preurejamo in obnavljamo mrežo mesnic in delikatesnih prodajal, pripravljamo pa tudi načrte za prenovno maloprodajne mreže za naslednje srednjeročno obdobje.

Rezultati teženj po obnovi so že vidni tudi v kranjskem predelovalnem obratu. Predvsem so bila opravljena nekatera preureditvena dela v objektu, posebna pozornost pa je bila namenjena strojni opremi. Kupili smo stroj za pranje embalaže, nova sodobna "masirka" omogoča izboljšave tehnološkega postopka in večji izkoristek, izdelkom pa da lepši videz. Za ta stroj smo v začetku letošnjega leta odšteli 70 milijonov dinarjev. Letos smo uvozili pickinjektor tipa Polyclip, to je poseben stroj za polnjenje izdelkov poljubnih dimenzij. Tudi ta stroj ni bil poceni, z dajatvami vred smo zanj odšteli 326 milijonov dinarjev. Stroj že poskusno dela in bo, ko bo polno izkoriščen, zagotavljal izdelovanje vrsto novih in sodobneje oblikovanih izdelkov, primernih za majhne, individualne in večje količinske nakupe. Dotrajana pakirna stroja smo nadomestili z novim in z njim smo trajneje rešili problem pakiranih izdelkov tako glede količine, kot različnih oblik.

Vse stroje smo uvozili preko M – Mednarodne trgovine, tozda Contal – Steklo. Znanih težav pri uvozu ne bi posebej omenjali, najbolj huda je drsenje tečaja dinarja. V stroje vloženi 800 milijonov dinarjev resno ogroža likvidnost temeljne organizacije.

Kljub krizi do večje prodaje

V M – Mesni industriji se zavedajo, da bo prodaja iz meseca v mesec težja. Zato so se odločili za različne prodajno – pospeševalne akcije. Prodajo želijo povečati za okrog 30 odstotkov. Za tako povečanje imajo zmogljivosti in surovinsko zaledje. Z dobavitelji nimajo težav, omenjajo le nekaj težav s farmo krškega Mercator – Agrokombinata, ki jim namesto dogovorjenega števila 300 prašičev tedensko pošilja komaj 160 prašičev. To bo v končni fazi najbolj vplivalo na finančni rezultat poslovanja te naše velike prašičje farme. Izpad nadomeščajo s povečanimi dobavami od drugih dobaviteljev, zlasti iz Nove Topole, kjer je Mercator tudi sovlagal v gradnjo prašičje farme. S to farmo ni nobenih zapletov že od začetka poslovanja pred kakimi šestimi leti.

Uspešno uresničevanje načrtovanega obsega povečanja prodaje je odvisno tudi od predstavljanja izdelkov in širitve tržišča. Za področje Štejske in Primorske so v Mesni industriji zaposlili dva terenska komercialista. V začetku so pričakovali, da bo prodaja rasla hitreje, sedaj pa ugo-

tavljajo, da je primerna tudi politika majhnih korakov, če ti kljub vsemu le niso prekratki. Na Štajerskem je terenska komercialistka uspela v sorazmerno kratkem času povečati prodajo izdelkov od pet na petnajst ton mesečno. Vendar v Mesni industriji menijo, da vse možnosti še niso izčrpane.

Ravno tako je še precej neizkoriščenih možnosti za povečanje prodaje v Ljubljani. V prihodnjih mesecih se bodo prodaje v Ljubljani lotili bolj agresivno: s prodajnimi akcijami, boljšim obveščanjem potrošnikov oziroma kupcev. V ta sklop sodi tudi priprava novega imagea – celostne podobe, ki naj bi pritegnila kupce, izdelkom pa dala značilen pečat in blagovno znamko.

Poleg že ustaljenega programa mesnih izdelkov pa pripravljajo tudi vrsto novosti. Nekateri že lahko najdemo na tržišču, druge v laboratorijih šele "zoriijo". Vlasta Škafar, tehnični vodja v ljubljanski mesni industriji, je v razgovoru poudarila, da želijo klasični proizvodni program osvežiti "Z DOBRO, STARO KAKOVOSTJO". Začeli so z izdelovanjem hrenovk v ovčjem ovitku, bloški klobasi (sicer tipu kranjske klobase) so izboljšali okus. V programu imajo še klasične fermentirane trajne salame tipa "ogrska", ki bodo brez dodatkov

za pospeševanje zorenja, ker daje salami kiselkast priokus.

Z nakupom novih strojev, stikalnice za klobase, so predvsem delikatesnim izdelkom lahko dali nove štirioglate in polokrogle oblike. Tako izdelujejo toast šunko, prešano in zvito kranjsko slanino, prešano svinjsko glavo, krače, kare rolade in lovske paštete. Kaže, da si v Mesni industriji Ljubljana, želijo ustvariti ime prav s paštetami.

Za pašteto v črevu so na Zagrebškem sejmu prejeli Zlato amforo, odličje, ki ga prejme samo izdelek, ki tri leta zapored osvoji zlato medaljo. To pašteto sedaj ovijajo v hamburško slanino in jo prodajajo pod imenom "LOVSKA PAŠTETA". Količine te kakovostne paštete pa so dokaj omejene.

V novembru in decembru bodo ljubljanski mesarji poslali na trg prve pošiljke mini kuhanih šunk v črevu in "M" trajne salame. Kaj pa bo novega iz njihovih proizvodnih dvoran v prihodnjem letu, zaenkrat še niso povedali. Konkurence se sicer bojijo, trdijo pa, da bodo v neizprosni boju za potrošnika zdržali, saj imajo poleg številnih novih izdelkov, ki jih prilagajajo kupcem, tudi zaledje v sistemu Mercatorja, v katerem želijo ostati, ne glede na njegovo organizacijsko obliko.



Za dobro, staro kakovost – nov slogan M-Mesne industrije Ljubljana. Zanj si bo prizadevala tehnologinja Vlasta Škafar.

Priprava šunke v črevu.



V vseh predstavljenih priznanjih je delež M-Pekarne Grosuplje



REPUBLIŠKI ODBOR SINDIKATA DELAVCEV GOSTINSTVA
IN TURIZMA SLOVENIJE

ORGANIZACIJSKI ODBOR
36. GOSTINSKO TURISTIČNEGA ZBORA SLOVENIJE

*SOZD Mercator, Kmetijstvo Industrija
Trgovina in Cistercijski samostan
PREJME STIČNA*

PLAKETO z DIPLOMO

*za edicije in propagandne izdelke
za prodajalno v samostanu Stična*

Postojna, 26.-27. oktober 1988

Predsednik
Organizacijskega odbora
Alfred Polak

Predsednik ROS delavcev
gostinstva in turizma Slovenije
Marjan Bogovič



REPUBLIŠKI ODBOR SINDIKATA DELAVCEV GOSTINSTVA
IN TURIZMA SLOVENIJE

ORGANIZACIJSKI ODBOR
36. GOSTINSKO TURISTIČNEGA ZBORA SLOVENIJE

*SOZD Mercator, Kmetijstvo Industrija
Trgovina in Cistercijski samostan
PREJME STIČNA*

PLAKETO z DIPLOMO

za najboljši prospekt

Postojna, 26.-27. oktober 1988

Predsednik
Organizacijskega odbora
Alfred Polak

Predsednik ROS delavcev
gostinstva in turizma Slovenije
Marjan Bogovič

Za uspehe na področju gospodarjenja in razvoja je 60-članski kolektiv M-Pekarne Grosuplje prejel najvišjo nagrado grosupeljske občine. 5.500 ton kruha in peciva letno napečejo njeni peki, mlinarji pa zmeljejo 700 ton pšenice.

*Turistična zveza Slovenije
podeljuje
prehrambenim izdelkom
iz prodajalne štiskega samostana,*

*ki jih je na natečaj prijavil
Mercator-KIT,
našev
kakovosten gostinski
spominek.*

Postojna, 27. oktobra 1988

PREDSEDNIK KOMISIJE
ZA SPOMINKE
DR. JANEZ BOGATAJ

Janez Bogataj



PREDSEDNIK TURISTIČNE
ZVEZE SLOVENIJE
DR. MARJAN ROŽIČ

Dr. Marjan Rožič

NA PODLAGI 4. IN 193. ČLENA STATUTA OBČINE GROSUPLJE
(URADNI LIST SRS, ST. 32/86, 1/88 IN 23/88) IN 3. ČLENA ODLOKA O PRIZNANJIH
OBČINE GROSUPLJE (URADNI LIST SRS, ST. 12/85) TER PO SKLEPIH SEJ
DRUŽBENOPOLITIČNEGA ZBORA Z DNE 19. SEPTEMBRA 1988,
ZBORA ZDRUŽENEGA DELA IN ZBORA KRAJEVNIH SKUPNOSTI Z DNE 21. SEPTEMBRA 1988

PODELJUJE

SKUPŠČINA OBČINE GROSUPLJE

NAGRADO
LOUISA ADAMIČA

**MERCATOR PEKARNI
GROSUPLJE**

ZA TRAJNEJŠE POSLOVNE REZULTATE, KI JO UVRSČAJO V SAM VRH V OBČINI,
SOZD-U IN PANOGI.

GROSUPLJE, DNE 29. OKTOBRA 1988



PREDSEDNIK
SKUPŠČINE OBČINE GROSUPLJE
IVAN AHLIN

Ivan Ahlin

36. GOSTINSKO-TURIŠČNI ZBOR SLOVENIJE

V zatišju med poletno in zimsko sezono gostinsko-turistični delavci pripravijo svoje tradicionalno srečanje, na katerem se med seboj pomerijo v stroki, izmenjajo izkušnje, pojedikujejo, seveda pa se tudi temeljito povešajo.

V začetku so bili Gostinsko-turistični zbori takoj po končani poletni turistični sezoni. Na njih so prebirali referate, ponavljali že neštokrat slišane kritike in načrte, nekaj pojedli in spili ter se razšli. Zato so taki zbori postajali neprivlačni in potrebno jim je bilo vdahniti novo življenje. Tako so glavno vlogo na zborih dobila strokovna tekmovanja in razstava.

Strokovna tema letošnjega 36. Gostinsko-turističnega zbora, ki je bil zadnje dni oktobra v Postojni, je bila priprava jedi iz divjačine. Med ekipami, ki so se

udeležile tekmovanja v pripravi divjačine in primernih pogrnjkov, je bila tudi Mercatorjeva. Na splošno je bil Mercatorjev delež opazen, to pa predvsem zadnji večer, ko so podeljevali priznanja.

Mercator-Konditor je dobil priznanje za nov program Zmajčkovega butika izvrstnih slaščic. Verjetno v Konditorju nagrade niso pričakovali in zato nihče ni prišel ponjo.

Naslednji je šel po priznanje direktor Mercator-Pekarne Grosuplje Štefan Plankar. Kar dvakrat. Po priznanje za ureditev trgovine v Stiškem samostanu in po priznanje za prospekt te trgovine, ki predstavlja nekatere naše organizacije, ki v tej trgovini prodajajo svoje izdelke.

Cela četa gostincev, delavcev Mercator-Hotel gostin-

stvo, je prejela zlate in srebrne medalje za strokovne in športne dosežke. Med športnicami se gostinke iz tozda Sremič lahko pohvalijo z zlato medaljo v kegljanju.

Srebrno medaljo za receptorsko delo je prejela Breda Jurjevič, sezonska receptorka v vrhniški Mantovi. Čeprav se z receptorskim delom ukvarja sezonsko, ji je način, kako je sprejela gosta, profesorja, prinesel visoko oceno. Ne dosti slabšo od profesionalnega kolega. Po osnovnem poklicu je kozmetičarka s končano Višjo pedagoško šolo. Delo v Mantovi je bilo le počitniški zaslužek. V Londonu bo nadaljevala s kozmetiko, nikoli ne bo zares delala v gostinstvu in turizmu.

Barmanstvo je konjiček Aleša Ogrina prav tako iz Mantove, kjer je sicer poslovodja hotela. Konjiček je bil okronan z zlato

medaljo. V Mantovi je že od leta 1976.

Pred desetimi leti se je v Mantovi izučil današnji vodja kuhinje Jože Zalar. Nadevane prepelice v kostonjem rihu, srnino stegno po notranjsko, porcija prepelice v trtine, listu in porcija srninega zavitka s kostonjem, vse te dobrote so mu prinesle srebrno medaljo za kulinariko.

Najbolj se je svetila srebrna medalja, ki jo je prejela ekipa Mercator-Hotel gostinstva. Njeni člani so bili iz različnih temeljnih organizacij. Sestavljali pa so jo: Janez Meglen, Jože Tkalec, Damir Dejak, Milena Kerin, Marinka Kupirovič, Sonja Tkalčec, Ana Strle, Ivan Bernik in Jože Kovač. To so bili mojstri za vse.

Marinka Kupirovič in Milena Kerin iz tozda Sremič sta poskr-

beli za kulinarični del — srnino pašteto, srnin krbet s kostonjevimi cmočki, srnin medaljon s sadjem, divjačinski golaž s širokimi rezanci in jurčki. Srebrna medalja jima ni ušla.

Za sladkosnede sta Ana Strle in Ivan Bernik iz tozda Ajdovščina pripravila torto, ki jo je krasila še srebrna medalja.

Delavci hotela Ilirija so tekmovali še v pripravi pogrnjkov in mešanju pijač. Jože Kovač je prislužil srebro, še bolj pa se je bleščalo zlato za pogrnjek Damirja Dijaka, ki mu je bil mentor vodja strežbe v Iliriji, Jože Tkalčec.

Za zvestobo gostinskemu poklicu

Na Zboru gostinskih in turističnih delavcev Slovenije podelju-

jejo tudi priznanja, ki so povezana z zvestobo gostinskemu poklicu in osebnostnimi lastnostmi, zaradi katerih je gostinec lahko dober gostinec. Prejeli sta ju Danica Strnad, vodja hotela Sremič in Martina Žolgar, vodja gostišča v Prapretnem, sicer pa iz tozda Jelka.

Danica Strnad dela v gostinstvu že 29 let. Začela je kot kvalificirana kuharica, toda počasi se je izza štedilnika prebila na bolj izpostavljen delovno mesto. Pridnost, iznajdljivost, sposobnost. Njen odnos do gostov je izreden. Vsak, ki se je kdajkoli mudil v hotelu Sremič, je spoznal to vedro, ljubeznjivo, vedno v službi gostov, tovarišico. Njeni pozornosti ne uide noben gost. O tem sem se prepričal ob otvoritvi krškega bistroja Rozalija. Danica si vedno prizadeva izboljšati poslovanje, vedno dodati kaj novega. Predvsem pa se posveča vzgoji mladih gostinskih de-

lavcev, takih, ki bi bili krškemu hotelu v ponos in gostom v zadovoljstvo. Za ves trud jo je Splošno združenje gostinstva in turizma letos nagradilo s posebnim priznanjem.

Martina Žolgar pa je dobila eno od sedmih priznanj, ki jih po-

deljuje Republiški odbor sindikata delavcev gostinstva in turizma. V utemeljitvi je bil poudarjen njen prispevek k poslovnim uspehom tozda Jelka. Delovna, skromna, odkrita in s posluhom za težave sodelavcev, je tovarišica Martina priljubljena med so-

delavci, uživa pa tudi ugled in zaupanje gostov.

Vrsta nagrad in priznanj kaže, da je gostinski del Mercatorja dobro razvit, da imamo delavce, ki bi bili dobrodošli pod streho

tudi elitnejših gostinskih lokalov. Vprašanje pa je, koliko možnosti imajo oziroma, če jim jih sploh hočemo dati?



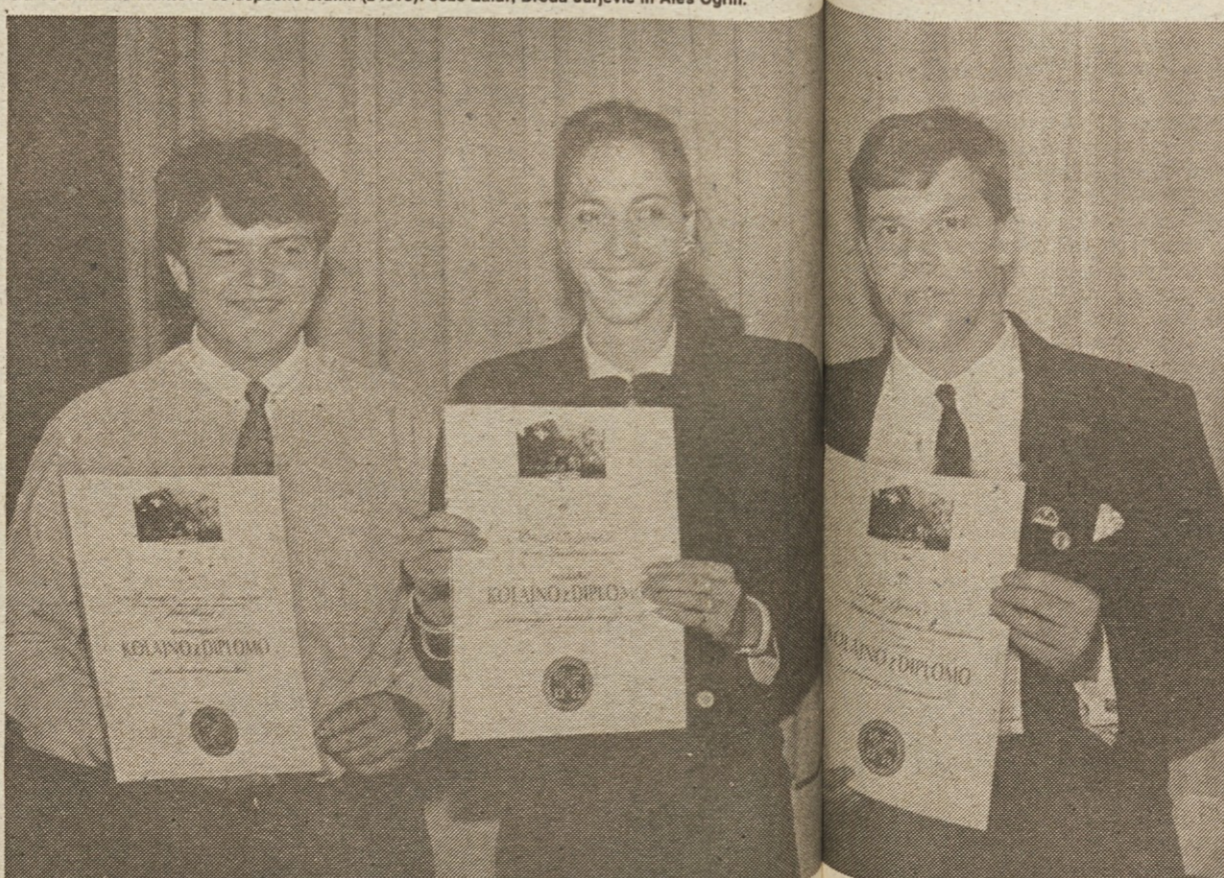
Zvestoba gostinskemu poklicu — priznanje za Danico Strnad (desno).

Smeh je pol zdravlja in vsa uspešnost dobrega gostinca — Martina Žolgar.



Ekipa M-Hotelov gostinstva (od leve): Jože Tkalec, Damjan Dijak, Milena Kerin in Janez Meglen.

Barve vrhniške Mantove so uspešno branili (z leve): Jože Zalar, Breda Jurjevič in Aleš Ogrin.



Investin «bife Integral» — samopostrežna restavracija za penzijske goste.

Srebrna medalja za kulinariko.



Iz Savičine kuhinje

Tadeja Reisp

Iz trgovine na krožnik — brez truda

Delikatesni izdelki, delikatesne jedi so dobrodošle na vsakem jedilniku. Njihova priprava terja znanje, iznajdljivost, čas in energijo. Prav to želijo v M — Rožnikovem tozdu Savica prihraniti vsem, ki se ubadajo s hitro pripravo hrane. Priprava delikatesnih jedi je eno od področij, ki jih je ta tozdz vključila v svoj razvojni program

Zaposlene gospodinje imajo v svojem dvojnem delovniku kaj malo časa za pripravljanje kosila. Delikatesne jedi, kakršne pripravljamo v naši osrednji kuhinji, pa jim prihranijo čas in energijo. Pa ne velja to samo za gospodinje, velja za vse, ki morajo hitro pripraviti obrok, kosilo, malico, večerjo. Delikatesne jedi so namreč uporabne in primerne za vse vrste obrokov. Lahko so predjed, dodatek k glavni jedi, glavna jed, desert, lahko so tople ali hladne.

V Savičini kuhinji pripravljamo pet večjih skupin teh jedi: kuhana, pečena in ocvrta živila, različne namaze in delikatesne solate.

Skupina kuhanih živil obsega predvsem suhomesnate izdelke — prekajen jezik, šunko, krače, rebra. Slastne pečenke — od svinjskega kareja do piščanca in "rostbifa", sodijo v pečena živila. Sem sodijo tudi pizze, hrenovke v testu, šunka v testu, mesne rolade. Dunajski in pariški zrezki so železni repertoar pri ocvrtih jedeh. V Savici pa smo jim dodali še ocvrtega piščanca, kanelone, ocvrt sir, ohrovtove in porove zvitke in še marsikaj drugega.

Med namazi naj omenimo različne sirne in maslene namaze, najbolj pa nas potrošniki poznajo po tatarskem biftku "Savica". Ta je naša specialiteta.

Največjo skupino pripravljenih delikatesnih jedi pa predstavljajo delikatesne solate. To nista le klasični ruska in francoska, po katerih je največje povpraševanje. Pri nas naredimo odlično riževo, makaronovo, grško, švedsko, švicarsko. Tudi solate iz morskih sadežev kalamarov, škampov, školjk...

Vsa ta živila pripravljamo v osrednji kuhinji. Kuhinja je urejena tako, da omogoča hitro, zdravo in neoporečno pripravo hrane.

Temeljno vodilo pri pripravi delikatesnih jedi so kakovostne surovine. Le iz najbolj kakovostnih surovin, lahko po preiskušnih in prvobitnih receptih, naredi-

mo dobre izdelke. Delikatesna jed pa mora biti tudi sveža. Živila pripravljamo vsak dan sproti, v količinah, ki jih naročajo prodajalne.

Za naše potrošnike je marsikatera naša delikatesna jed še novost, za marsikoga pa tudi celotna ponudba iz Savičine kuhinje. Spoznavanje novosti bo prineslo tudi spremembe v prehranjevalnih navadah. In prav z obogatitvijo ponudbe, od sedanjih 66 vrst delikatesnih izdelkov, na še več, bomo lahko ustregli še več okusom, še več željam.

Odkrivajte skrivnosti Savičine kuhinje, dober tek!

Pred ljubljansko BURJO, delikatesno prodajalno, so kupcem ponudili vse, kar najboljšega premore in zmore centralna kuhinja tozda Savica.



Neupravičeno premalokrat omenjeni

Andrej Dvoršak

Vsaka uspešna akcija je večji osebni dohodek

Tozdz Gradišče Mercator — Rožnika, sodi med tiste organizacije, o katerih neupravičeno bolj malo poročamo. So nekako neopazni in odmaknjeni, čeprav dosegajo zadovoljive poslovne rezultate in v svoj program uvajajo nekatere znanilne prodaje, ki niso ravno vsakdanje.

"V devetih mesecih smo kar dobro poslovali. Opažamo pa, da nam redna prodaja pada. Nadomestiti jo skušamo z akcijskimi prodajami, ki smo jih razširili tudi v sosednje občine. Zlasti smo bili uspešni v Novem mestu, kjer smo imeli spomladi akcijsko prodajo koles in mopedov, nato tekstila in konfekcije, v jeseni pa ozimnice in smučarske opreme," nam je našteval direktor tozda Franc Jevnikar

Te akcijske prodaje organizirajo v povezavi s sindikalnimi organizacijami v posameznih večjih kolektivih. Med organizacije, s katerimi uspešno sodelujejo, sodijo Krka, Novoles, Pionir, Nuklearna elektrarna Krško, IMV.

Ta način prodaje ni naletel na odobravanje lokalnih trgovskih organizacij, toda dokler bo Gradišče nudilo kupcem boljše pogoje, bo pač bolj uspešno. Malo zdrave tržne konkurence nikomur ne škodi. V Gradišču so ugotovili, da je trebanjska občina, v kateri imajo 21 poslovnih enot, premajhna, zato so se usposobili za prodajo v različnih pogojih, za različne akcije in temu prilagodili tudi sistem nagrajevanja. Vsaka uspešna akcija se neposredno odraža v osebnih dohodkih in danes predstavlja iztržek od akcijskih prodaj že okrog 10 % celotne realizacije.

Ko smo z direktorjem Jevnikarjem spregovorili o načrtih, je



»Prilagodili smo se akcijskim prodajam. Zakaj pa ne, če je zato več v žepu?« Franc Jevnikar, direktor trebanjskega Gradišča.

najprej poudaril, da so v preteklih letih obnovili vse svoje lokale izven Trebnjega. Sedaj pa jih čaka najzahtevnejše delo — prenova trebanjske blagovnice in upravne zgradbe, ki so jo odlagali več let. S preureditvijo oziroma obnovo bodo pridobili 800 kvadratnih metrov prodajnih in 1.200 kvadratnih metrov skladiščnih površin. Načrtujejo, da bi bila v kleti prodajalna tehničnega blaga, v pritličju živilska samopostrežna trgovina z bifejem, v prvem nadstropju pa prodajalna

tekstila in obutev. V prizidku pa še skladišče in salon pohištva. Uprava tozda, v kateri dela 11 ljudi, vseh zaposlenih je 106, pa bo dobila svoje prostore na podstrešju.

V pogovoru se nismo mogli izogniti razmišljanju o novi organiziranosti. Gradišče zaenkrat vidi svoje mesto v Mercator — Rožniku, saj so tu združeni vsi interesi maloprodaje. Jevnikar je poudaril, da dokler se ne bo reorganiziral Rožnik, se tudi oni ne mislijo. Če pa se bodo morali, pa bodo svoje mesto poiskali predvsem v sistemu Mercatorja, nikakor izven njega.

So pa na reorganizacije in na pobude zanje, v Gradišču že navajeni. Vsake toliko časa se najde kdo, ki jih želi pridružiti temu ali onemu, a doslej ni to še nikomur uspelo. So bile pred časom pobude, da bi se združili z Mercator — Kmetijsko zadrugo v Trebnjem, a so v Gradišču odločno vztrajali pri tem, da je trgovina eno, kmetijstvo pa drugo, in da v tako "španovijo" ne gredo. Če že, se bodo povezovali v okviru trgovinske dejavnosti, a zaenkrat so v Rožniku kar dobro povezani. Edina pripomba, ki jo imajo leti na grosistično skladišče v Novem mestu, ki ne dohaja potreb maloprodaje. Zato se zavzemajo, da bi v okviru Mercator — Standarda čimprej zgradili novo grosistično skladišče za Dolenjsko, sicer se bodo morali tesneje povezati z Mercator — Blagovnim centrom.

Vprašanje direktorju Mlekarn

ZAKAJ NI SIRA ?

Med udeleženci zaključnega večera smo na 36. Goštinško — turističnem zboru srečali tudi profesorja Akademije za likovno umetnost, magistra Tomaža Kržišnika, avtorja nagrajenega prospekta o stiški prodajalni, avtorja njene poslikave in soustvarjalca njene celostne podobe. Pogovor je stekel...

"Ureditev trgovine v Stiški opatiji je bilo eno najlepših in najbolj pomembnih dejanj našega gospodarstva v zadnjih letih. Končno se je zgodilo nemogoče: da je trgovina vložila denar tudi v kulturni program, ki je komercialno uspešen. To je tudi edini način vlaganja sredstev v smislu kakovosti in ustvarjalnosti, o čemer sicer veliko govorimo, a zelo malo naredimo.

Trgovinica v Stični je zahtevala ogromno osebnega angažiranja vseh, ki smo sodelovali. Lahko je narediti market potrošniškega tipa, tu pa je bil cilj narediti trgovino za zahtevnega kupca, ki bo v njej spoznaval našo kulturno dediščino in tradicijo. To je prvi tovrstni lokal v Sloveniji, kjer smo dosegli, da je embalažna papirna vrečka enako pomembna kot sta poslikava in likovna ureditev.

Edino, kar v tej trgovinici pogrešam, je sir z rdečo mažo,



36. gostinsko-turistični zbor — priložnost za pogovor avtorjev stiške prodajalne (od leve): Tomaž Kržišnik, Štefan Plankar in Meta Potočnik.

sir, ki ga v Stični znajo narediti in karšnega nisem okusil nikjer na svetu, čeprav sem ga precej videl in poskusil marsikateri sir.

Tudi drugi siri iz Stične so dobri, a takega kot je ta, ne znajo narediti nikjer. Zato se mi zdi čudno, da ga v sirarni ne izdelujejo v večjih količinah, saj bi prav ta sir lahko postal prava zaščitna znamka te trgovine. Napišite, da sprašujem direktorja Mercator — Ljubljanskih mlekarn, zakaj tega sira ni v proizvodnji in v trgovini!

Če smo vsi, od oblikovalcev in snovalcev trgovine naredili vse, da bi bilo dobro, zakaj direktorji ne naredijo več kot le zgolj nujno, zakaj bolj smelo ne skrbijo za pripravo novih, kakovostnih izdelkov za specializirane trgovine, kjer cena ni najpomembnejša?

Tole bi še rad dejal: bilo bi lepo, če bi bilo veliko takšnih lokalov kot je ta v Stični. Veliko je lepih objektov, ki bi jih lahko uredili in obnovili, namesto tega pa gradimo betonske silose in garaže."

Poskus poslovnega s poslovnim

Stanislav Klemenčič — Saražin

Strokovno posvetovanje z bogato mizo

Ljubljana, 10. in 11. novembra, Cankarjev dom — Zavod za organizacijo poslovanja (ZOP) — ugledna inštitucija, ki že vrsto let gospodarskim organizacijam pomaga iz zagat, je v navedenih dneh organiziral strokovno posvetovanje "Planiranje in kontrola uspešnosti poslovanja v pogojih tržnega gospodarjenja". Seminar je bil namenjen poslovnim delavcem gospodarskih organizacij. Za Mercator — KIT pa je bil še nekaj več. Na predlog oziroma povabilo ZOP — a, so Mercatorjeve organizacije pripravile pokušino svojih izdelkov. Pokušina je bila ob družabnem srečanju udeležencev seminarja.

Stroka na prvem mestu...

Predavatelji, med njimi Wolfgang Gretz iz ZR Nemčije, svetovalec v centrali zahodnonemške Zveze svetovalnih inštitucij (RKW) in Olga Vrtačnik, naše gore list, ki je svetovalka za "controlling" na Danskem, so obravnavali aktualne teme, ki zadevajo uspešno gospodarjenje. S predavanji so vsak na svojem poznavalskem področju osvetlili elemente, ki vplivajo na notranjo

uspešnost poslovanja gospodarskih enot.

"Controlling" zadeva :

- dobro in jasno usmerjene cilje
- motiviranost za njihovo uresničitev
- prilagodljivost v izvajanju nalog, ki pomenijo uresničitev ciljev

Tako je naloga "controllinga" pospeševati, usmerjati in z inovacijami razvijati tak način gospodarjenja, ki z učinkovitim ra-

cionaliziranjem poslovnih stroškov daje in ustvarja večji dobiček. "Controlling" tako ni finančna ali računovodska kategorija v upravljalnem sistemu, temveč je posebna zvrst delovnih opravil, brez katerih v razvitem svetu ni uspešnega poslovanja. Pri nas pa se ta zvrst dela sploh še ni razvila.

"Controlling" se je razvil v Ameriki v času gospodarske krize pred drugo svetovno vojno. V Evropi je intenzivno zaživel po letu 1975.

Dela in naloge "controllinga" se lahko opravljajo in organizirajo različno. Lahko jih opravlja en sam delavec, lahko jih opravlja skupina, lahko so postavljena v sam vrh poslovodnega štaba ali pa kot samostojna naloga. Naloge pa so : poslovodne delavce v podjetju sproti seznanjati z vsemi odstopanji od načrtovanih ci-

ljev ter predlagati ukrepe za zmanjšanje negativnih vplivov na uresničevanje ciljev. Podlago za to črpa v posebej prirejenih finančno — računovodskih podatkih. Je inovator, krmar v podjetju, ni pa njegov kapitan.

Politika slajša od stroke

Z uvodom ne želimo reklamirati ZOP — a, želimo le opozoriti poslovodne delavce na obliko funkcionalnega izobraževanja, ki bi jo morali intenzivneje vzeti za svojo. Deset naših delavcev bi se lahko brezplačno udeležilo seminarja, pa jih je bila le polovica. Bo že veliko resnice na tem, da se jugoslovanski poslovodni delavci veliko bolj ukvarjajo s politiko in svojim okoljem kot pa z neposrednimi strokovnimi nalogami vodenja poslov.

hotelsko hrano. Vse to je delo teh deklet.

Velikokrat se izgovarjamo na objektivne vzroke za slabo poslovanje. Pri nas je objektivna okoliščina prav gotovo stanje hotela, ki ga še nekaj časa ne bomo mogli obnoviti, tudi razlike med vhodnimi in izhodnimi cenami, so eno od objektivnih dejstev. Vse prevečkrat pa spregledamo vpliv subjektivnega dejavnika — kadra. Z več prizadevnosti, razgledanosti in pripravljenosti bi lahko gostinci za svojo dejavnost storili več. Tudi naši. Prijeten sprejem v recepciji, okusno pripravljena jed, lepo servirana in postrežena, bi lahko po vsej verjetnosti tudi premagala neudobnost našega hotela.

Ključ do boljšega poslovanja smo torej predvsem ljudje.

Zavedajo se pomanjklivosti...

Mira Malbašič

...pa tudi, kako jih nadomestiti

Poslovanje hotela Mantova na Vrhniki, ki je toz v sestavu Mercator — Hoteli gostinstvo, ni sezonske narave. Pa se v poletnih mesecih le opazi premik ali sprememba v sestavu gostov. Kljub temu, da je hotel odmaknjen od glavne prometnice — avtoceste, se tuji na popotovanju proti morju radi ustavijo na Vrhniki. Morje je že tako blizu, da tistih nekaj kilometrov več, ni pomembnih.

Letos ugotavljamo, da se je število nočitev domačih gostov v primerjavi z lanskim letom, zmanjšalo za 10 odstotkov. Za 10 odstotkov pa se je povečalo število nočitev tujih gostov.

Naš največji problem je, kako prehodnega gosta zadržati, ga navdušiti za podaljšanje bivanja pri nas. Glede na stanje hotela je to zelo težko. Že samo dejstvo, da so sobe brez kopalnic, še ta-

ko povprečnemu gostu, ne ustreza. Če bi imeli urejen vsaj ta del problemov, bi mnogi gostje, predvsem tuji, na poti proti Postojni radi prespali v Mantovi. Upam si trditi, da bi bile hotelske zmožljivosti skoraj 100 odstotno zasedene predvsem s tuji.

Toda kljub temu smo z zasedenostjo hotela zadovoljni. Nalogo je bistveno vplival odnos do gostov in prizadevnost deklet, ki delajo v recepciji — Brede, Jane in Duške. Ljubezniv sprejem, svetovanje in namig za ogled te ali one vrhniške ali okoliške znamenitosti, povabilo na izvrstno

Staro kot novo

Andrej Dvoršak

Trgovina v Kovorju

Kovor pri Trziču, 14. novembra. Te dni je minilo trideset let, odkar je bila v Kovorju pri Trziču odprta klasična prodajalna. Za krajane je postala nepogrešljiva. Nova samopostrežna trgovina naj bi jim bila prav tako ljuba, je želel direktor Mercator — Rožnika, tozda Preskrba Marjan Gradišar.

Od stare trgovine je ostalo le nekaj sten in hišna številka. Prvi kupci njene prenovljene notranjštine niso mogli prepoznati. M — Rožnikova tehnična oziroma investicijska skupina je racionalno uredila 90 kvadratnih metrov prodajalne in 66 metrov skladišča. Trgovina je bil prenovljena v nekaj več kot dveh mesecih. Največ zaslug za hitro in učinkovito delo pri prenovi imata Franc Škof in Ludvik Čampa, ki sta uspešno vodila in usklajevala obnovitvena dela. Sredstva za prenavo trgovine — 120 milijonov dinarjev je v celoti zagotovila sama temeljna organizacija.

Prenova trgovine je bila načrtovana v tem srednjeročnem obdobju. V prihodnjem letu pa v Preskrbi načrtujejo gradnjo po-

trošniškega centra na Visokem in v Besnici. Če bo dovolj denar-

ja bodo prenovili še diskontno prodajalno, tržiško poslovalnico

na Trgu svobode in bife na Deteljici.

Nespoznavna notranjština stare, toda povsem prenovljene prodajalne.



...tako j za njo Mercator

Bolj kot razpravljati o vsebini in namenu seminarja, je pomembno zapisati dogajanje ob predstavitvi in pokušini izdelkov Mercatorjevih organizacij. Vse organizacije, ki smo jih povabili k sodelovanju, so se odzvale. S ponosom lahko zapišemo, da se je organizator obrnil na pravi naslov. Zato, da ne bi izpustili kakšnega od predstavljenih izdelkov in s tem zagrešili nevljudnost, izdelkov ne bomo naštevali. Pokazali smo železni repertoar, redke pa tudi niso bile novosti iz proizvodnih programov.

Sredi restavracije v Cankarjevem domu je stala bogata miza, urejena na način švedskega hladnega bifeja. Mile Bitenc je udeležencem večera profesionalno predstavil izdelke, poudaril novitete. Aplavz po končani predstavitvi ni veljal samo njemu, veljal je tudi celoviti Mercatorjevi ponudbi. Učinkovito in dekorativno sta jo poleg Mileta predstavila še Zdene Potočnik in Maja Hočevar. "Paša za oči," so izjavljali mnogi. "Take mize še nisem videl. K vam se lahko pridemo učiti, kako se taki stvari streže," je dejal predavatelj profesor Gretz.

Nedvomno je bil to pravi način, in vedno bolj tudi bo, kako, kdaj in komu predstaviti celovitost in zaokroženost kulinarične ponudbe. Gre za širjenje kroga potrošnikov in zato nam ne sme biti žal sredstev, vloženih v take predstavitve. Sestav udeležencev je bil tak, da le redki med njimi lahko nesredno vplivajo na poslovna razmerja z Mercatorjem, vendar so vsi udeleženci tudi potrošniki, ki imajo velik krog poslovnih partnerjev in prijateljev. Pri roki so bili tudi prospekti vseh izdelovalcev. In, ker gre dober glas v deveto vas... Za dober glas govorijo izjave, izrečene ob pokušini. Poglejmo jih!

Začudenje... pohvale...

"Kje vendar pečete in prodajate ta dober kruh? Kje se kupijo te kokteji klobase in hrenovke? Je to mortadela iz MIP — a, ravno taka je? Ja fantje, kje ste bili? Sedaj, ko so naši žepi plitvejši in smo se delikatesam odrekli, prihajate s kakovostjo! Sladoled delate tudi pri vas? Lastne vinske kleti imate?"

Še bi lahko naštevali vprašanja, izraze hvale in zadovoljstva. Tudi naše odgovore nanje bi lahko naštevali. Toda bolj kot to, je treba povedati naslednje : predstavitev izdelkov Mercatorjevih živilsko — predelovalnih organizacij je bila enotna demonstracija celovite ponudbe, ki je v sistemu verjetno še nismo doživeli. Zato smo ji tudi namenili pozornost.

Pa še zaradi nečesa drugega : iz vprašanj lahko sklepamo, da je Mercator kot proizvajalec kakovostnih izdelkov hudo malo znan. In prav v spreminjanje potrošnikovega mišljenja, v več obveščenosti, bo treba vlagati sredstva in delo. V programe bo treba zapisati več skupnih in zaokroženih akcij, več podobnih "mizic pogrnite se" bo odpiralo vrata k novim potrošnikom.

Zahvaliti se moramo vsem organizacijam, ki so sodelovale na ZOP — ovem in Mercatorjevem večeru :

Mercator — Pekarna Grosuplje, Mercator — Mesna industrija Ljubljana, Mercator — Nanos, Tovarna mesnih izdelkov Postojna, Mercator — Konditor, Mercator — Ljubljanske mlekarne, Mercator — Eta, Mercator — Emba, Mercator — Kmetijska zadruga Metlika, TOZD Vinska klet, Mercator — Agrokombinat Krško, TOZD Vinogradništvo kleti, Mercator — KŽK Gorenjske, TOZD Mesoizdelki, Mercator — KŽK Gorenjske, TOZD Mlekarna, Mercator — KŽK Gorenjske, TOZD Oljarica, Mercator — Sadje zelenjava in Mercator — ZKZ Mozirje.

Mednarodni program v Suhi krajini

Andrej Dvoršak

Člani zadruga — zanesljivi pridelovalci hrane

V Mercator — Kmetijski zadrugi Trebnje menijo, da je treba združeno politiko krojiti na članih zadruga. Zato želijo med vsoje članke vključiti čimveč kmetov. Le člani zadruga so lahko osnova za zanesljivo planiranje proizvodnje in njeno uresničevanje.

Cena kmečkega zavarovanja je prehuda

Dejstvo je, da so le člani zadruga vključeni v zadrugo z vso svojo tržno proizvodnjo. S kooperanti pa je...večkrat zadrugo pustijo na cedilu oziroma skušajo izsiliti različne ugodnosti.

Najbolj se to kaže pri proizvodnji krompirja. Kooperant ga zadrugi proda toliko kot misli, da ga mora, drugi del pa proda na prostem trgu. Kadar pa je krompirja na trgu dovolj, skuša ves svoj pridelek vsiliti zadrugi. Zato prihaja do precejšnjih nihanj in težav pri planiranju. Zadruga ima zato le še okoli 150 kooperantov, članov pa ima 1.180. Od teh je 585 čistih kmetov, ki so tudi kmečki zavarovanci.

V zadrugi opažajo, da precej kmetov zadnje čase prekinja zavarovanje. Prekinitev utemeljujejo z visokimi prispevki. Precej pa je tudi primerov, ko zavarovanje obdrži samo žena, ker ima lažje pokojninske pogoje. Stroški za zavarovanje pa se gibljejo — najnižji prispevek je 411.840 dinarjev letno, najvišji razred pa velja kar 3.904.320 dinarjev.

To problematiko zadruga in kmetov mi je opisal **Drago Kotar, dipl.ing.agr., direktor trebanjske zadruga**, še preden sva se lotila pogovora o programu FAO.

S FAO do boljšega življenja

Programu, ki ga je za razvoj nerazvitih kmetijskih območij ponudila Organizacija združenih narodov za prehrano in kmetijstvo — FAO. Program se uveljavlja v več deželah, konkreten program za Suho krajino pa je bil pripravljen v sodelovanju z našimi strokovnjaki.

Konkreten program za razvoj manj razvitega območja dela Suhe krajine z delovnim naslovom "Trebnje", vključuje štiri krajevne skupnosti: Sela Šumberk, Knežja vas, Dobrnič in Svetinje. Projekt načrtuje modernizacijo in posodobitev kmetijske proizvodnje na petdesetih različno velikih kmetijah: srednjih, majhnih in velikih.

Na večji in srednji kmetiji naj bi se družine preživljale izključno s kmetijstvom, del srednjih in majhnih kmetij pa še z dopolnilnimi dejavnostmi. Te dejavnosti naj bi bile čebelarstvo, gojitev zdravilnih zelišč, delo na domu, domača obrt in kmečki turizem. Vendar za uvajanje vseh teh dejavnosti ni povsod dovolj zanimanja in pripravljenosti.

Čebelarstvo pospešujejo tam, kjer že ima tradicijo, skušajo pa ga uvajati tudi povsem na novo. Dvajset čebelarjev je bistveno povečalo pridelek medu. Zadruga daje regres za povečanje števila panjev, Medexova pospeševalna služba pa skrbi za zdravstveno in drugo zaščito čebel.

Vse bolj pa postaja zanimivo tudi pridelovanje zdravilnih zeli. Z Biotehniško fakulteto v Ljubljani in tovarno zdravil Krka so začeli poiskuse, na podlagi katerih bodo ugotovili katera zelišča so primerna za Suho krajino.

Delo na domu in domačo obrt organizirajo v sodelovanju z Domom. V zadnjih dveh letih so na osnovnih šolah organizirali pletarske krožke. Pletarstva otroke učijo stari mojstri, ki to tradicionalno domačo obrt še obvladajo. Razen pri dveh hišah, ta obrt še ni zaživela, kajti za pletenje ko-

šar in košev je potrebno kar precej znanja in prakse.

V Suhi krajini so v zadnjem času izboljšali 1.400 hektarov kmetijskih površin, s pašnikov in njiv pa odstranili 40.000 kubičnih metrov kamenja. S polovico tega kamenja so uredili bregove hidromelioracijskih jarkov v dolini Mirne.

Pa tudi sicer se je v zadnjih petih letih območje, ki ga zajema program FAO, dodobra spremenilo. V vaseh Suhe krajine je vodovod, opravljena so mnoga potrebna in nujna komunalna dela. Zanje so sredstva prispevali krajanji s samoprispevkom. V krajevni skupnosti Dobrnič so v treh namesto v petih letih opravili vsa načrtovana dela.

Značilnost projekta FAO pa je, da je organizacija zagotovila le sredstva za strokovnjake, ki so sodelovali pri načrtovanju ter za izobraževanje in šolanje domačih pospeševalcev. Večina sredstev za uresničevanje programa pa prihaja oziroma je prišla iz republiškega žepa.

Program FAO so prebivalci Suhe krajine vzeli za svojega, kar je pravzaprav osnovni pogoj, da ni oziroma bo ostal le črka na papirju.

»Kmečka pokojnina: za veliko denarja — grenka skorja.« Drago Kotar, direktor M-KZ Trebnje.



Na Prevojah stavili na enico

Andrej Dvoršak

Grmada osvaja domžalski prostor

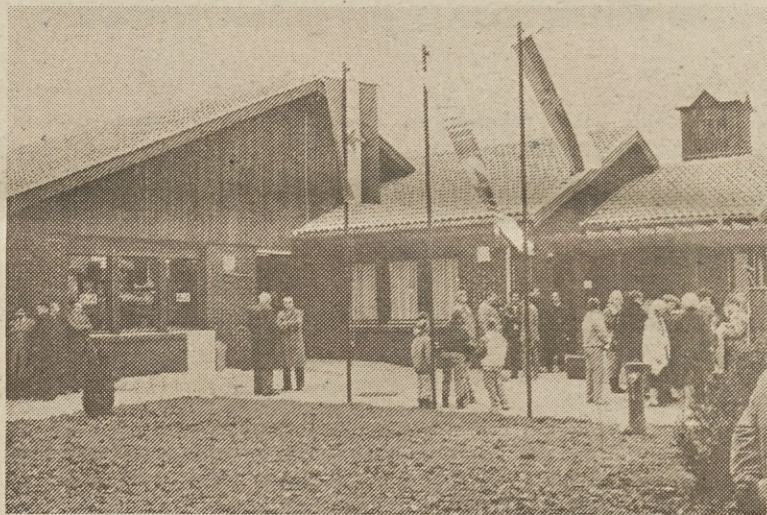
V krajevni skupnosti Prevoje pri Domžalah je 11. november minil v znaku samih enic: 1. nove trgovine, ki so jo odprli ob 11. uri in ki so jo gradili 111 dni. Le priznanj, ki so jih podelili ob svojem krajevnem prazniku so podelili 30. Nekaj med njimi so jih namenili sozdu Mercator — KIT in njegovim članicam ter posameznim njegovim delavcem. Viktor Avbelj — Rudi pa je postal častni krajan Prevoj.

Med mnogimi komunalnimi objekti, zgrajenimi v zadnjih letih, je predsednik Skupščine krajevnih skupnosti Prevoje Anton Žurej, posebej poudaril pomembnost nove trgovine. Investitor je bila M — Rožnikova temeljna organizacija Grmada, ki vedno bolj prodira v domžalsko občino.

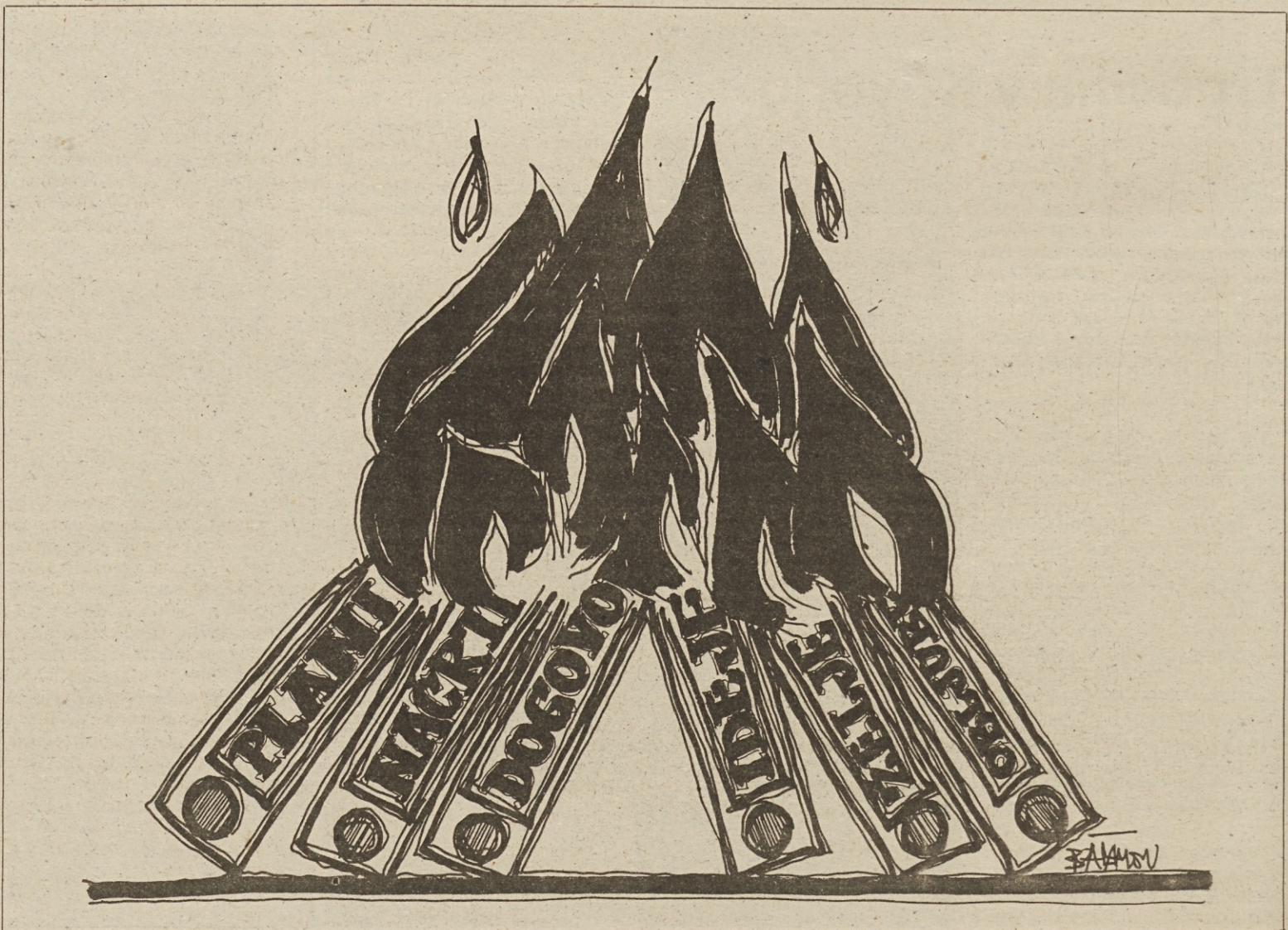
Trgovina, ki so jo krajanji že dolgo želeli, je zgrajena na zemljišču, ki ga je krajevni skupnosti pred leti podaril Alojz Škofic. Trgovina je bila zgrajena v 111 dneh, je sodobna montažna

zgradba, ki jo je postavil Marles. Tako kot vse Marlesove trgovine, ima tudi ta vhod prilagojen invalidom. Sicer pa je od 400 kvadratnih metrov prodaji namenjeno 130 metrov. V sestavu trgovine je tudi bife. Objekt je veljal 800 milijonov dinarjev, gradnja pa je povsem upravičena, saj daleč naokoli ni nobene trgovine.

Trgovina na Prevojah je 63. poslovna enota tozda Grmada, ki se s hitrimi koraki bliža 70. poslovni enoti. Morda bo ravno 70. spet v domžalski občini.



Trgovina na Prevojah: še malo, pa se bodo prvi kupci že »vsuli«.



Nadaljevanje iz prejšnje številke

Alenka Por

Mamljiva Azija

Sam sadež je velik kot srednje velika lubenica, ki ga je potrebno s posebnim rezom razdeliti na dvoje. V sredini pa je za dve manjši banani sadeža. Zelo okusni so tudi sokovi iz navadnega sadja. Banan imajo ogromno vrst. Na poti smo kupovali razne vrste, predvsem manjše, ki so izredno sladke.

Da bi si ogledali čim večji del mesta, smo se vozili tudi z metrom. Posebnost dežel na Daljnem vzhodu je tudi vožnja po levi strani ceste. Pri prvih vožnjah čakaš kdaj bo počilo, vendar se potem hitro navadiš, seveda, če si samo potnik v avtobusu in opazuješ dogajanje okoli sebe.

Zelo veliko sem fotografirala. Slike sem dobila po dveh urah, lepo urejene v majhnem albumu in bistveno ceneje kot pri nas.

Potepanje po Singapuru je hitro minilo in tretji dan zvečer smo se odpeljali na singapurško letališče Čangi. V ogromni letališki stavbi z veliko cvetja, smo po opravljenih carinskih formalnostih čakali na polet v Bangkok, glavno mesto Tajske. Letala so drug za drugim poletala. Na ekranih so bile najave za Peking, Tokio, Hong Kong, Sidney, Kalkuto, Džakarto. Zdelo se nam je, da smo tako blizu svetovnim pre-

stolnicam, pa kljub temu nedosegljivo daleč. Z letalom tajlandske družbe smo poleteli proti Bangkoku.

V pričakovanju novih doživetij je skoraj tri ure trajajoč let do Bangkoka hitro minil. Prikupne tajlandske stevardese so nam postregle z okusnim obrokom njihove tipične hrane in v poznih večernih urah smo pristali na velikem bangkoškem letališču. Carinske formalnosti so vzele več časa in živcev tistim članom skupine, ki so v Singapuru nakupovali tehnično blago, sicer pa smo hitro prešli carino in se z avtobusom odpeljali v hotel. Naše potovanje se je prevesilo v drugo polovico in za večino, po pripovedovanju, najzanimivejši del.

Tajska je kraljevina in ena od redkih dežel Daljnega vzhoda, ki ni bila kolonialna posest evropskih držav. Ima okrog 80 milijonov prebivalcev. Več kot 85 % jih je kitajskega porekla. Večina prebivalcev je budistov, manjši del pa ostale vere. Njihov denar se imenuje bat. Stalno menjavanje denarja in spreminjanje v nam znane dolarje ali marke, pa potem spet v naše dinarje, je bilo prav zabavno. Skoraj vsi smo imeli pomagala, saj smo v Singa-

puru poceni kupili žepne računalnike.

Bangkok ima 6 milijonov prebivalcev. Je ogromno mesto, leži ob reki Čao Paj. Tu smo bili 2 dni. Vsak trenutek bivanja v tem skrivnostnem mestu smo skušali kar najbolje izkoristiti. Prvi dan smo si ogledali največji budistični hram v mestu, imenuje se Wat Po z značilnimi spomeniki Bude. Posebej znani in zanimivi so štirje. Smaragdni buda, v njegov hram lahko stopi samo kralj 3 krat letno, da mu zamenja obleko. Narejen je iz žada, ima smaragdno glavo. Mi smo seveda stali pred vhomom v ta hram in slikali kar se je dalo. Menda preveč vsiljivim turistom vzamejo fotoaparate in uničijo film. Ležeči buda je dolg 46 metrov in visok 15 metrov ter pokrit z zlatimi folijami. V času našega ogleda so na njem opravljali vzdrževalna dela, tako, da njegove celotne podobe nismo videli. Ko sem stala ob njegovih podplatih, mu nisem segala do polovice mezinca na nogi.

Zlati Buda je res zlat, saj je narejen iz 5,5 tone zlata. Marmornati Buda je najlepši primer tajlandske arhitekture in je narejen iz belega marmorja, obdan s kolekcijo Bud vseh obdobij. Vse te

spomenike in hrame čuvajo budistični menihi, imenovani lame, oblečeni v oranžne halje, obratih glav, vseh starosti. Zelo dostojanstveno se gibljejo med turisti in so seveda zanimivost posebne vrste. V vseh hramih smo se morali sezuti, sicer vstop ni bil dovoljen. Ves čas je potovanja bilo strašno vroče zato smo kupovali značilne kitajske dežnike, da bi vsaj malo ublažili pripeko. Živobarvni hrami in Bude so naredili na nas močan vtis in žal nam je bilo, da nismo imeli več časa za ogled. Morali bi imeti vsaj še en dan, da bi dojeli vso prostranost in lepoto teh hramov. Njihove fasade, notranje stene in strehe, skratka vse, je sestavljeno iz milijonov kamenčkov in pozlačenih delčkov. Prosto popoldne smo izkoristili za potep po mestu, kupovali spominke, se vozili s tako imenovanimi »tuk-tuki«. To so trikolesna motorna vozila z voznikom in sedežem za turiste. Njihova spretost v dolgih kolonah vozil je neverjetna in za nas zanimiva, saj ves čas trobijo in vijugajo med ovirami.

Cena prevoza je za turiste zelo dostopna, saj smo se za en dolar trije vozili več kot debelo uro. Zvečer smo šli na tajlandsko večerjo. Tipičen ambient z nastopom plesalk je naredil poseben vtis na moški del skupine. Večerja, ki so nam jo postregli, je bila sestavljena iz nešteti jedi (juha, riž, ribe, raki, zelenjava, sadje), vse pa v majhnih skodelicah. Sedeli smo ob dolgih mizah z neormalno kratkimi nogami. Pod mizo so bila pogobljena tla, tako da so nam noge visele v prazno. Naslednjega dne smo se odpeljali na znameniti plavajoči trg v Bangkoku. Z motornimi čolni smo se po kanalih odpeljali proti osrednjemu delu, kjer so domačinke na čolnih prodajalcah sadje, zelenjavo, različno cvetje, predvsem prelepe orhideje in druge stvari. Prodajalke se s čolnom pripeljejo do turistov in kupuješ s čolna na čoln. Banane in drugo sadje dobiš po smešno nizkih cenah. Domačini živijo ob kana-

lih, v lesenih kolibah na kolih z enim prostorom. V kanalih se umivajo, perejo, otroci se igrajo, skratka živijo na vodi. Bujna vegetacija ob kanalih in turisti prebivalcem omogočajo skromno življenje. Ljubki otroci, ki so se naučili že nakj angleških besed, se uspešno vključujejo v prodajo. Ko smo se vračali v mesto, smo se ustavili v kompleksu imenovanem Rose Garden. Sestavlja ga jezero, prelepi parki s cvetočim cvetjem in grmovjem in tipične tajlandske hiše. Cvetočih banan in orhidej, grmovja hibiskusa in različnih palm, se kar nismo mogli nagledati. V posebi predstavi so nam pokazali njihov način življenja, njihovo glasbo in ples, borilne veščine in druge značilnosti. Ena od atrakcij je tudi jahanje slonov in slikanje s kačo okrog vratu. Če se sedaj spomnim na kačo, ki se je ovila okrog mene, me kar stresa. Zagotavljajo sicer, da kača ni strupena, vendar ti moč, ki jo čutiš v hladni živali, težki najmanj 5 kilogramov in dolgi več kot meter, vzbuja strah.

Ostalo nam je le še malo časa za Bangkok. S pohajkovanjem po mestu smo spoznali povsem drugega načina življenja. Dobili smo občutek, da nekateri živijo na ulici, ob majhnih stojnicah, kjer prodajajo razno razne stvari. Ko zvečer zaprejo trgovine, pokrijejo stojnice, še naprej sedijo na ulici. Trgovine ostanejo odprte samo v četrti, kjer je središče nočnega življenja v Bangkoku. Glasba, svetlobni efekti in reke turistov, ki se valijo proti tej četrti, že od daleč označujejo dejavnost tega dela mesta. Zanimiva je samo za turiste, za domačine pa pogosto predstavlja edini vir za preživljanje.

Intenzivnost zadnjih dni nas je utrudila in naslednji dan smo se odpeljali v Padažo, znano letoviško mesto južno od Bangkoka ob južnem Kitajskem morju. Tam smo ostali pet dni.

(nadaljevanje prihodnjič)



Plavajoča tržnica v Bangkoku.

Lame v značilnih oblačilih in obratih glav: skromno preživljanje in duhovno bogastvo. Foto: Alenka Por



Plačo je prinesel Miklavž

Zgodba je lahko izmišljena, lahko tudi ne. Če je izmišljena, nastopajo v njej čudežna bitja, dobri in hudbni škrtatje, vile rojenice in sojenice, čudežna jabolka, oslički, ki kakajo cekine. Če je resnična, nastopajo v njej pravi, resnični ljudje, z obrazom, trebuhom, komolci in dolgimi prsti. Zgodba o resničnem in izmišljenem, je fantastika.

Nokoč so v neki delovni organizaciji imeli pravilnik o osebnih dohodkih. Spisal ga je prvi bradati pisar, ki se je spoznal na paragafe. Marsikatero pipo je pregriznil, ko je glodal in premišljeval. Toda pravilnik je spisal tako, da malo takih. Pravilnik po meri in delu ljudi.

Pa je delovno organizacijo zajel silen vihar inflacije. Zvijala se je in upirala toda zmagoslavno izplavala. Obračala je dinarčke, služila. Obračali pa so pravilnik o plačah tudi njeni delavci. Malo po svoje, po svoji meri, po domače. Pametni trgovčič Janezek Parkelj je pogruntal, da ga obresti za tisto, česar že eno leto in več ni prodal, že ne bodo teple po žepu. Pa je v list o plači zapisal, da je prodal vse. Janezkovemu zgledu je sledil Lipe, njemu Rezika, njej Zalika, liste sta s podpisom kronala še šef Štefan in nadšef Miklavž. Plačke so tekle, dlan je umivala dlan...dokler se ni neki hudobni babnica zmešalo. Na tistem se je vražja babnica že dolgo ukvarjala s črno magijo. Sedela je pred nekakšnim zabojem, na njem so se prižigale čudne zelene lučke in ure in ure boljčala vanje. Ko je nekega dne sedela pri zaboju, je nenadoma zarjula "Eureca, našla sem!" "Moj Bog," so dejali zaskrbljeni sodelavci "zdaj se ji je resnično zmešalo. Misli, da je Arhimed!" "Ne, fantje, zdaj vem od kod Miklavževe plače!" Vsi pa so še kar naprej trdili, da se ji meša, saj so v Miklavža trdno verjeli. Babnica pa se ni dala ugnati, vreščala je in vreščala, dokler...dokler ni dokazala plač po Miklavževi meri. Od besed k dejanjem, od šušljanja do afere. Miklavževa in njegovih resnična delovna (ne)uspešnost je prišla na svetlo. Pa so nastopile dobre vile sojenice in zavarovale Miklavžka in njegovo družino. Miklavžek in njegovi so trdno obljubili, da tega ne bodo več počeli, za kazen pa so lahko obdržali vseh 82 % preveč izplačanih plačk. "Saj ne bo kaj prodajati, če trgovčiči ne bodo dobro plačani," so dejali.

Marsikdo te zgodbe ne bo vzal resno, saj je lahko izmišljena, lahko tudi ne. V njej ne nastopa Morala. Nje nihče več ne jemlje resno. Parkelj in Miklavž pa sta že od nekdaj dražila samo otroke.

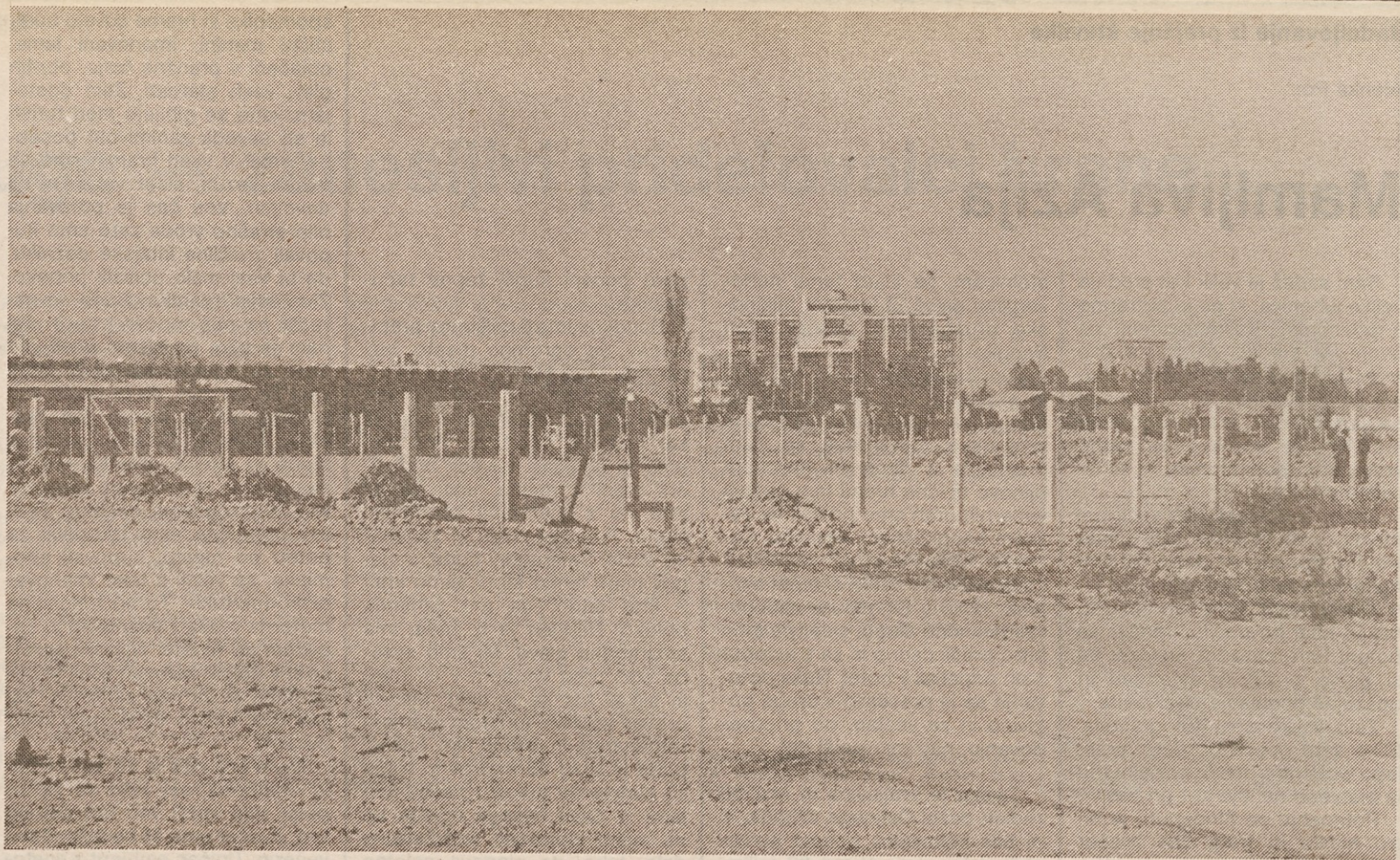
Suzana Modrijan

Novo iz Mercator – Nanosa

Sergej Paternost

V koprskem Indusu imajo ob poslovalnici Železnina tudi prodajo gradbenega materiala. Prodaja blaga na tej lokaciji je bila le začasna. Nova prodajalna bo stala v industrijski coni ob cesti, ki pelje proti koprski avtobusni postaji.

Čez že zgrajen asfaltni plato bo postavljena streha iz montažnih elementov. Tako bo pokritih kar 350 kvadratnih metrov prodajnega prostora. Poleg gradbenega materiala bodo prodajali tudi gospodinjski plin. Nova prodajalna bo na nasutem terenu, kjer je bilo pred leti še morje.



V tozdu Izbira so se odločili povečati prodajne zmogljivosti poslovalnice Železnina v Postojni. V ta namen so v maloprodaj-

no trgovini pruredili nekdanje prehrabeno skladišče na Tržaški cesti 59. Trgovina ima 480 kvadratnih metrov. Dosedanja tr-

govina je postala premajhna in odločitev za povečanje je na mestu. Večja izbira, več prostora...več kupcev, več denarja.



Leta 1985 se je Jože Požar, vodja prevzema blaga v Nanosovem Grosistu iz Melbourn vrnil s srebrno kolajno. Takrat je bil Jože državni reprezentant v balinarski ekipi. Srebro je dobil za izbijanje. Letos se je z balinarskega svetovnega prvenstva v čilskem mestu Vina del Mare vrnil s petim mestom v tekmovanju dvojic. Jožetu in njegovemu kolegu v paru iskreno čestitamo.

Takole pa smo Jožeta sprejeli sodelavci, ko se je s srebrno medaljo svetovnega prvenstva leta 1985 vrnil med nas.



V neposredni bližini prenovljene Železnine bo kmalu odprta diskontna prodajalna, prva na postojnskem. Dobrodošla bo predvsem kupcem z nižjimi dohodki in vsem, ki jim je nakup »na debelo« enostavnejši.



Pravnik svetuje

Sergej Paternost

Pravica do izrednega plačanega dopusta

V vsakem samoupravnem aktu o delovnih razmerjih zasledimo tudi določbe o izrednem plačanem dopustu, ki traja do sedem delovnih dni v letu. Za koriščenje tega dopusta mora biti podan eden od razlogov, kot so : sklenitev zakonske zveze, rojstvo, smrt v družini, selitev, elementarna nesreča in podobno.

V teh primerih, ki imajo podlago v republiškem zakonu o delovnih razmerjih, delavec lahko s privoljenjem nadrejenega, izostane z dela toliko časa, kot je to določeno v pravilniku in ima zato pravico do osebnega dohodka.

Postavlja se vprašanje, ali je delavec upravičen do izrednega plačanega dopusta tudi v primeru, če je za določen dogodek, na primer smrt v družini, zvedel prepozno in v določenem času ni mogel biti na pogrebu.

Mnenja smo, da izrednega plačanega dopusta ni mogoče koristiti "post festum", to je po dogodku ali po prenehanju okoliščin, za katere je dopust namenjen.

Gre za strogo namenski dopust, ki se izkoristi v času, ko so zanj nastopili razlogi oziroma okoliščine. Tako ne more zahtevati plačane odsotnosti z dela tisti delavec, ki je za okoliščine zvedel prepozno ali pa tisti, ki te odsotnosti več ne potrebuje za namen, za katerega se taka pravica priznava.

Janko Blas

Projekt »Zelena knjiga« nekadilcev na Slovenskem

Skladno z družbenimi interesi in potrebami na področju varstva okolja, varstva človekovih pravic, zdravstvenega varstva in odslej tudi neizogibnega upoštevanja ekonomskih zakonitosti pri premagovanju zaostrenih kriznih razmer, je ZVEZA DRUŠTEV NEKADILCEV SLOVENIJE pripravila družbeni projekt Zelena knjiga nekadilcev.

Nosilna misel projekta je predvsem v predstavitvi tistih sredin



in primerov, kjer so v delovnem okolju ali drugje, že uveljavili nekadilski stil življenja in dela. Pri nastajanju Zelene knjige nekadilstva naj bi sodelovala tudi sredstva javnega in internega obveščanja. Članstvo v Zeleni knjigi je častno in javno. Za včlanjenje je potrebno izpolnjevati določena strokovna merila, ki jih je oblikovala Zveza društev nekadilcev.

Ustvarjalci Zelene knjige želijo doseči, da bi boj proti kajenju postal družbeno gibanje, ki bi moralo doseči tako stopnjo razmaha, razvoja in mesta, ki mu v družbi objektivno gre. Kajenje povzroča družbenogospodarsko škodo, saj zaradi te zasvojenosti letno izgublamo do 10 % družbenega proizvoda. Prav ta podatek je številne družbene stratege v svetu prepričal, da so vztrajali pri racionalizaciji, omejevanju in

prepovedi kajenja. Doseženi rezultati niso zanemarljivi. To je tudi eden od razlogov, poleg zdravstvenih in humanih, ki so Zvezo društev napeljali k zamisli o Zeleni knjigi.

Prizadevanja za zmanjšanje, predvsem pa za prenehanje kajenja, morajo zaživeti povsod — na delovnem mestu, javnih prostorih, doma. Pri tem je sodelovanje obveščevalnih medijev nepogrešljivo. Brez vztrajnega in stalnega delovanja, otipljivejših rezultatov boja proti kajenju ne moremo pričakovati. Nujen je tudi realizem — rešitve, ki nosijo v sebi prepoved, ne naletijo na dober odmev. Zato mora biti projekt tak, da bo v okolju deloval spodbudno, nevsiljivo, vztrajno, dosledno in prepričljivo. Nekadilsko gibanje mora torej postati sestavni del družbenega gibanja za varstvo okolja. Makroklimo ne bomo zavarovali, če ne bomo na ustrezen način razvijali varovanja mikroklimo, to je neposrednega življenjskega in delovnega okolja.

Nagradna križanka VINA-KRAS

Žreb je med reševalce nagradne križanke VINAKRAS razdelil nagrade :

1. nagrado prejme : SONJA POŽAR, Belsko 11, 66230 Postojna
2. nagrado prejme DRAGO MRŠOL, Dolenjska 62, 61000 Ljubljana
3. nagrado prejme :MATJAŽ VRTOVŠEK, Dol. Boštanj 17, 68294 Boštanj

Nagrajencem čestitamo, nagrade pa jim bomo poslali po pošti.

Zaradi pomanjkanja prostora v tej številki ni križanke ali druge uganke. Vse reševalce pa vabimo k reševanju VELIKE NAGRADNE NOVOLETNE KRIŽANKE, ki bo objavljena v decembrski številki Mercatorja. Pričakujte križanko in srečo pri žrebu!



Predstavljamo poslovnega partnerja

MIRNA — zdrava in okusna hrana iz morja

Mirna iz Rovinja je naša največja proizvajalka zdrave in okusne hrane iz morja. Napoleonovo ime bi bolj sodilo k ribji konzervi kot k konjaku. Morje je zibelka življenja pa tudi izdaten vir zdrave in okusne hrane, potrebne za njegovo ohranjanje.

MIRNA iz Rovinja je največja jugoslovanska proizvajalka hrane, ki izvira iz morja. Izvoz v 50 držav potrjuje tudi vrhunsko kakovost morskih sadežev, ki nosijo zaščitni znak MIRNE.

Ustanovitev MIRNE je posledno povezana z Napoleonovim imenom. Ta veliki francoski vojskovodja se je zavedal usodne odvisnosti uspeha vojaških enot od zdrave in trajne hrane. Leta 1810 je Napoleon z 12.000 franki nagradil Nicolasa Apperta za izum nove metode konzerviranja rib s toplo sterilizacijo. Prav Francozi, pionirji na področju konzerviranja rib, so v Rovinju ustanovili današnjo MIRNO. Na njihovo odločitev je verjetno vplivala izjemna kakovost jadranskih sardel.

MIRNA je del zgodovine svetovne industrije sardin. Na območju Jugoslavije je MIRNA prva konzervirala ribe s toplo sterilizacijo. To dela še danes. Začetna proizvodnja — 232.000 konzerv sardin, je bila poslana v francoski Nantes.

Ta zgodovinska dejstva so že pred 111 leti opredelila tudi današnje temeljne značilnosti MIRNE : njeno velikost, tehnološko vodenje oziroma tehnološke osnove in kakovost, ki jo priznava in potrjuje svet.

Vsaka četrta konzerva, izdelana v Jugoslaviji, je izdelana v Rovinju. Vsaka druga, izdelana v MIRNI, pa gre v izvoz. Vsak tretji paket zamrznjenih rib ima zaščitni znak MIRNE. Vsaka tretja ostriga ali dagnja, vzgojena v Jadranskem morju, je iz čistega morja v Limskem kanalu...Samo MIRNA iz-

mrznjeno meso dagenj, konzervirani ribji zrezki, ki jih poznamo pod imenom "tuna steak" ali "skuša steak".

Če želite obogatiti in oplemeniti vsakdanji jedilnik z zdravimi

in delikatesnimi morskimi sadeži, vam bo pri izbiri najbolj zanesljiv vodnik zaščitni znak MIRNE. Zaščitni znak MIRNE združuje 111 letne izkušnje z najsodobnejšo tehnologijo pripravljanja morskih rib in školjk.

ZDRAVJE IN UŽITEK MORJA — MIRNA, ROVINJ'



**MERCATORJEVA
PRAZNIČNA
PRODAJA**

ugoden nakup

od 21. XI. do 31. XII. '88

		redna cena	akcijska cena
MINI KUHANA ŠUNKA (v ovitku, 400 gr)	Mercator-	30.187	25.760
DOMAČA SALAMA 1 kg	Mesna industrija, Ljubljana	27.637	23.590
MORTADELA, 1,5 kg	Mercator-Nanos/TMI, Postojna	21.124	17.050
ŠUNKA V DOZI, 450 gr	Neoplanta-Novi Sad	9.865	7.920
HRENOVKE V KONZERVU, 500 gr	Mitros-Srem. Mitrovica	5.498	4.170
TUNA FILET, 125 gr	Adria-Zadar	6.601	4.890
SARDINA IZOLA BRAND, 125 gr	Droga-Portorož	2.451	1.960
SIR GAUDA	Mercator-KŽK Mlekarna Kranj	16.954	14.500
VINO BRENTAR 1/1 belo	Mercator-Agrokombinat		ugodno
VINO KOPRČAN 1/1 rdeče	Timav-Vina Koper		ugodno
RUM ALKO 1/1	Fructal-Ajdovščina		ugodno
CLUB LIKER MANDARINA 0,75 l			ugodno
BONBONI KANDIT (mešanica 400 gr)	IPK Kandit-Osijek	6.240	5.000
BONBONI KANDIT cheri, 100 gr		1.560	1.250
KEKSI PIKNIK, 1 kg	Koestlin-Bjelovar	5.500	4.660
NAPOLITANKE NOUGAT, 500 gr		4.700	3.980
KEKSI PARIS čokoladni, 500 gr		6.000	5.090
BUČNO OLJE 0,5 l	Oljarna Fram	10.869	7.970

Reklamna praznična prodaja
kakovostnih izdelkov v vseh prodajalnah
Mercatorja po Sloveniji

PRIJETNE PRAZNIKE



Jubilej poslovnega partnerja

Franc Suhadolnik

ILIRIJA – VEDROG – 80 let razvoja

Predstavljamo vam dobavitelja, katerega izdelki so že vrsto let pojavljajo v maloprodajni mreži Mercatorja. Z ILIRIJO – VEDROG sodelujemo tudi pri uvozu in izvozu, za skupno zanimive programe pa združujemo tudi sredstva. V celotnem Mercatorjevem prometu z blagovno skupino pralnih in čistilnih sredstev ter kozmetike je ILIRIJA – VEDROG udeležena z 10 odstotki, s samo kozmetičnimi sredstvi pa z okrog 20 odstotki, kar jo uvršča med največje Mercatorjeve dobavitelje.

Iz kronike

Letopis o nastanku in razvoju sedanje delovne organizacije ILIRIJA – VEDROG v Ljubljani nam pove, da prvi začetki tovarne segajo v leto 1908, ko je na Viču, nedaleč od današnje tovarne, nastalo zasebno obrtno podjetje, ki sta ga ustanovila zavedna Slovenca Franc Golob in Avgust Vovk. Firmi je bilo ime GOLOB Co. Komaj nekaj delavcev je iz-

delovalo kremo za čevlje, znano pod imenom "Ilirija", loščila za tla, maže za usnje, kolomaz, itd. Že leta 1915 se je podjetje preselilo na Tržaško 52, kjer je danes sedež delovne organizacije ILIRIJA – VEDROG. Skromno podjetje je tiho in vztrajno napredovalo ter brez prekinitve obratovalo med prvo in drugo vojno, seveda pa tudi v času med njima.

Po osvoboditvi je bila leta 1946 ustanovljena nova gospo-

darska organizacija z imenom "ILIRIJA", ki je imela na začetku 18 delavcev. Med prvimi v Jugoslaviji je začela izdelovati tudi frizersko kozmetiko. V letih od 1946 do 1960 se je podjetje prebijalo le z velikimi težavami. Proizvajalna sredstva so bila skromna in izrabljena, tedanje gospodarske razmere pa večjih vlaganj v tovarno niso dopuščale. Vidnejši razmah se je začel po letu 1961, ko so s sprejetim desetletnim investicijskim programom začrtali svoj razvoj v treh etapah. Med ostalim, je program predvideval gradnjo novih, dovolj velikih in funkcionalnih proizvodnih prostorov, novo upravno zgradbo, razvojno raziskovalne laboratorije, skladišče, itd. Leta 1968 je bil zgrajen velik industrijski ob-

jekt, ki je postal temelj za nadaljnji razvoj tovarne in za sodobno proizvodnjo. Proizvodni program tovarne se je znatno dopolnil in razširil, tako da je ILIRIJA kmalu postala vodilna jugoslovanska tovarna na področju lasne kozmetike in sredstev za gospodinjstvo.

Leta 1954 je bila na Lavrici pri Ljubljani ustanovljena delovna organizacija VEDROG, ki se je kljub začetnim težavam uveljavila na tržišču kot kakovostna izdelovalka kozmetike za nego kože z imenom TOKALON in zobne paste GIBSS.

Skupna pot obeh tovarn

Januarja 1975 sta se delovni organizaciji ILIRIJA in VEDROG združili v skupno delovno organizacijo ILIRIJA – VEDROG. Izdelan in sprejet je bil enoten proizvodni program, ki ga danes predstavljajo tri skupine izdelkov: sredstva za nego telesa (lasna kozmetika, negovalna in dekorativna kozmetika, deodoransi, zobne paste itd.), sredstva za gospodinjstvo (za nego doma: loščila in čistila, različni drugi gospodinjski pripomočki, sredstva za nego obutve, sveče, itd.) in zdravilna zelišča.

Danes je v tovarni zaposlenih preko 800 delavcev, s svojimi izdelki pa je tovarna zastopana na celotnem jugoslovanskem tržišču, uspešno pa tudi izvažata tako v zahodnoevropske kot vzhodnoevropske države.

Oktober letos so delavci praznovali 80 letnico obstoja tovarne. Štirim poslovnim partnerjem iz Jugoslavije, med njimi tudi sozdu MERCATOR – KIT, so bile

podeljene PLAKETE DELA ILIRIJE – VEDROG. Plakete so bile podeljene kot zahvala za dosežke pri uspešnem dolgoletnem skupnem delu na področju razvoja, zunanjetrgovinskem poslovanju ter za poslovanje na domačem trgu. To je spodbuda in priznanje za naše dosedanje delo, obenem pa tudi obveznost, da se medsebojno poslovno sodelovanje krepi in razširja tudi v prihodnje.



Glasilo delavcev in združenih kmetov sozd Mercator – Kmetijstvo Industrija Trgovina

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

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

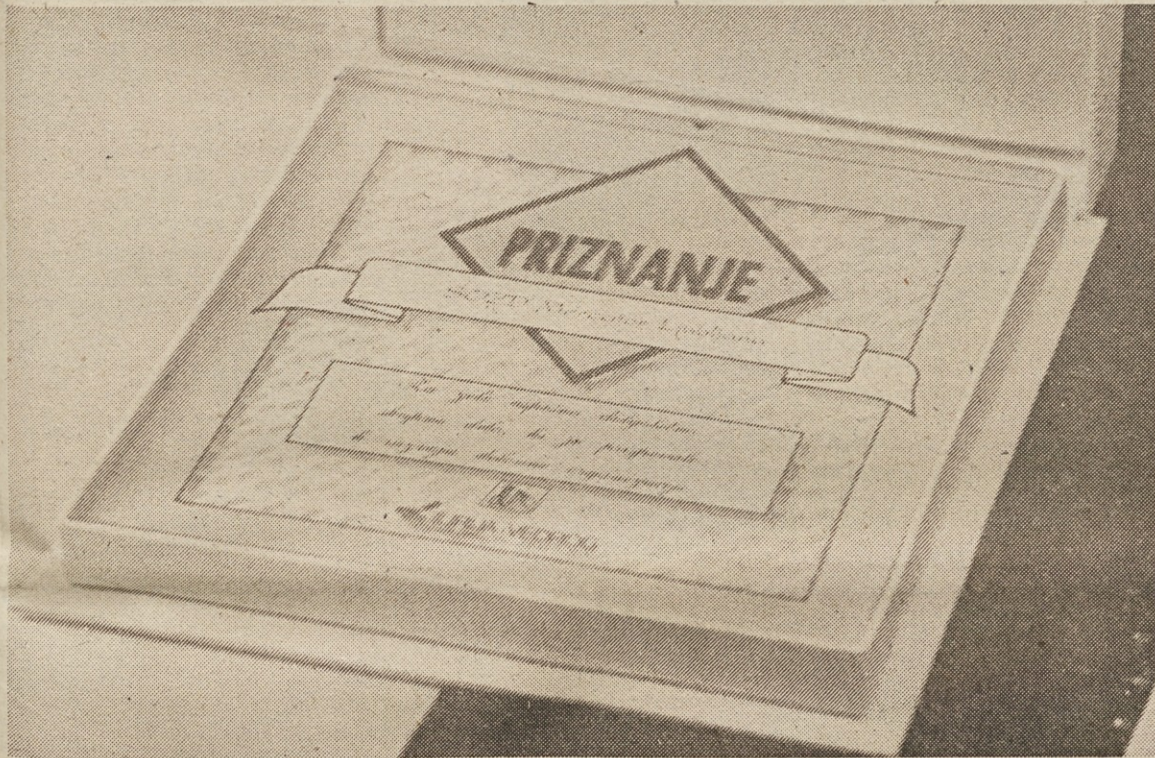
Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis.

Novinar: Andrej Dvoršak.

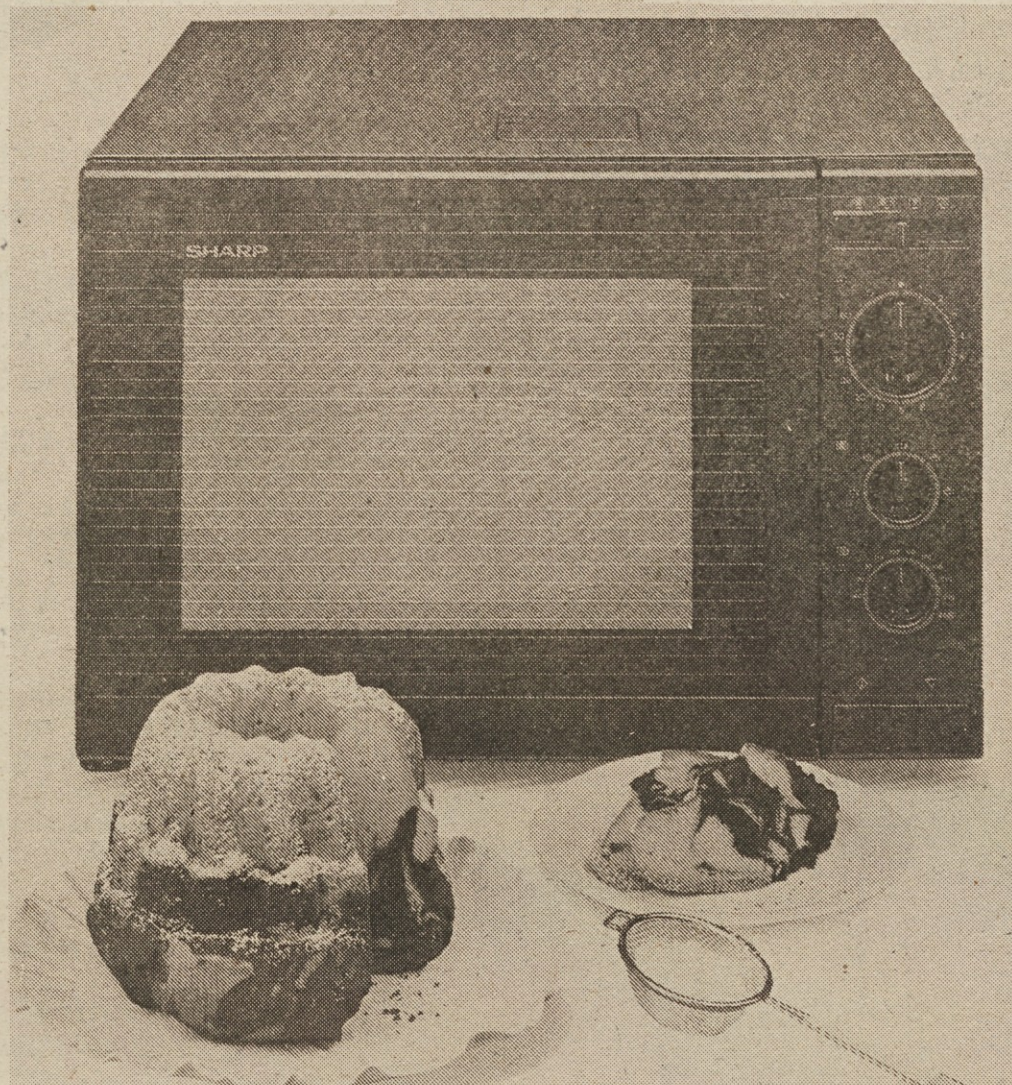
Vse fotografije – nepodpisane – Andrej Dvoršak.

Tehnični urednik: Matjaž Marinček. Tiska ČGP Delo Ljubljana.

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



R 8480



IZ CONTALOVE KONSIGNACIJE

Že v prejšnji številki Mercatorja smo vam predstavili prodajni program, ki ga v konsignaciji prodaja Mercator – Mednarodna trgovina, TOZD CONTAL – STEKLO.

Mikrovalovne pečice SHARP, trezor vitaminov, vam bodo v Contalu radi prodali, obenem pa vas seznanili z vsem potrebnim tako, da vam bo služila kot najboljša gospodinjska pomočnica.

Modeli gospodinjskih pečic :

R 5885 – mikrovalovna moč 500 W, "timer" do 45 minut, vrtljiv podstavek premera 280 mm, 5 temperaturnih nastavitvev od 100 – 10 %, barva : rjava, bela, cena : DEM 450

R 6280 – mikrovalovna moč 650W, "timer" do 60 minut, vrtljiv podstavek premera 325 mm, 5 temperaturnih nastavitvev od 100 – 10 %, barva : rjava, cena : DEM 590

R 8480 – mikrovalovna moč 650 W, "timer" do 60 minut, vrtljiv podstavek premera 365 mm, 5 temperaturnih nastavitvev od 100 – 10 %, kvarčni grelec z močjo 1000 W. Možnost istočasne uporabe mikrovalov in toplega zraka, kar skrajšuje čas pečenja. Barva : rjava, cena : DEM 1.090.

Še ostali pogoji :

CENE : fco skladišče v Ljubljani, vklj. embalaža

DINARSKE DAJATVE : cca 70 %

GARANCIJA : 12 mesecev, servisna služba zagotovljena

DEVIZNI KONSIGNACIJSKI RAČUN : 50100 – 620 – 107 – 73100 – 280 – 52011/0 pri Ljubljanski banki, GB, Ljubljana (dostavite obrazec 746)

Informacije :

M – Mednarodna trgovina, TOZD Contal – Steklo, Ljubljana, Titova 137, tel. (061) 372 – 55, 372 – 436.

Če ste zamudili Martinovo gos, pečeno v SHARPOVI MIKROVALOVNI PEČICI, ne zamudite noveletnega purana!



SWEET BAR so okusne zrnate ploščice, izdelane iz žitaric z dodatkom čokolade, lešnikov, jabolk. So nov kakovostni izdelek MERCATOR-EMBE. V razigranem otroškem dnevu so nepogrešljiv grizljaj, dodatni vir moči za športnike.

KJE PRODAJATI SWEET BAR: v vseh MERCATORJEVIH PRODAJALNAH
ZAKAJ: ker je SWEET BAR nov izdelek Mercatorjeve organizacije in MORA biti na prodajnih policah vsake MERCATORJEVE PRODAJALNE.

KAKO GA PREDSTAVITI IN PRODAJATI:
 SWEET BAR je nov izdelek, zato MORA imeti v vseh MERCATORJEVIH prodajalnah vsaj posebno polico. SWEET BAR ni sladkorna ploščica, ni čokolada, zato NE SME BITI med njimi. Kupcem ga ponudite v originalnih kartonskih zavitkih, odprtih tako, da JE VIDNA VSEBINA IN OKUSI: čokolada, lešnik, jabolka.

Spoštovani MERCATORJEVI PRODAJALCI:
 BREZ VAS POTROŠNIK NE BO SPOZNAL EMBINIH SWEET BAR PLOŠČIC!

SWEET bar
 Hranljiva zrnata ploščica