

Ljubljana, december 1991

LETO XXVIII

ŠTEVILKA 10, 11, 12



Časopis poslovnega sistema Mercator

SREČNO SLOVENIJA, PA KJERKOLI ŽE BOŠ.



Prva seja upravnega odbora

Vesna Bleiweis

Reprezentant lastnine?

Ljubljana, 30. oktobra 1991 - konstitutivna seja upravnega odbora z aktualnim dnevnim redom. Vrsta zadev je bila s spremembami aktov poslovnega sistema (pogodbe o ustanovitvi PSM in statuta) prenesena v pristojnost upravnega odbora. Namesto skupščinskega odločanja se tako uveljavlja odločanje upravnega odbora o večini poslovnih in drugih potez, pomembnih za celoten Mercatorjev sistem.

Čisti računi pri interesih

Upravni odbor sestavljajo direktorji podjetij tako, da sestav odgovarja velikosti podjetij, gospodarskim dejavnostim, regionalnim merilom, po drugi strani pa tudi strokovnim in osebnostnim zahtevam. Že prva seja pa je pokazala, da upravni odbor s svojim delovanjem misli resno, da se postavlja v vlogo reprezentanta lastnine Poslovnega sistema Mercator. Sodeč po uvodnih besedah predsednika upravnega odbora Andreja Skrta, bo pri odločanju o zadevah v pristojnosti upravnega odbora prevladovala strokovna in moralna vest vseh članov upravnega odbora. Veljalo naj bi načelo čistih računov tako pri presoji koristi celotnega poslovnega sistema kot koristi posameznega podjetja, katerega direktor sedi v upravnem odboru. Vsekakor bodo odločitve upravnega odbora tisto jedro, okoli katerega se bo začela tkati kultura podjetja - njegova nova notranja in zunanja fiziognomija.

Za začetek Spar

Očitno je avstrijski Spar oziroma njegova švicarska koncernska družba Aspiag v letu in pol poslovnega sodelovanja z Mercatorjem dobil v Mercator tolikšno zaupanje, da se je odločil za ponovno sovlaganje v podjetje v mešani lastnini. Na podlagi sklepa upravnega odbora je predsednik poslovnega odbora Miran Goslar že podpisal tripartitno pogodbo o ustanovitvi podjetja BTC Shopping center. Res, da je upravni odbor dobil na mizo relevantne informacije in podatke za odločanje, vendar pa ga je poleg tega zanimala še vrsta okoliščin, na podlagi katerih bi morala temeljiti celovita predstavitev poslovne poteze. Gre namreč za tržne analize, ki naj pokažejo utemeljenost umestitve velikega trgovskega centra v Ljubljani, usmerjenost delovanja konkurence in dobičkanost ustanovljenega podjetja. Če sklepamo po odgovorih na postavljena vprašanja lahko rečemo, da so ti zadovoljili člane upravnega odbora, samo delo podjetja pa naj pokaže na strategijo, ki jo s sovlaganjem v podjetje zasleduje avstrijski Spar.

Legalno olastnjenje

Kaže, da slovenska lastninska zakonodaja še nekaj časa

ne bo zagledala belega dne. V tem času še vedno veljajo določbe zveznega zakona o podjetjih in za olastnjenje družbenega kapitala so določbe 145. člena tega zakona že bile uporabljene, vendar pa ne popolnoma izkoriščene. Upravni odbor je menil, da ni razlogov, da v Poslovnem sistemu Mercator ne bi na podlagi določb 145. b člena olastnili vsa podjetja, razen kmetijskih zadrug. Na podlagi prenosa preostalega družbenega kapitala v podjetjih (večina podjetij je 51% delež družbenega kapitala že preneslo na krovno podjetje) na krovno podjetje, bi se ta v celoti zbral na krovnem podjetju, ki tako postane (s takojšnjo vložitvijo kapitalne naložbe v članice) lastnik podjetij, obenem pa tudi nosilec vseh pravic in obveznosti, ki bodo izhajale iz lastninske zakonodaje. Odločitev upravnega odbora je povsem legalna, vendar pa smo v času od seje odbora pa do zapisa o njej, slišali mnogo očitkov pravosodnega ministra Pirnata, češ, da to pomeni divjo privatizacijo, če ne že kar hudo kriminalno dejanje. Pot, pripravljena za anuliranje 145. člena zakona o podjetjih, utegne razveljaviti dobršen del lastninskega početja tudi v našem sistemu. Toda treba je počakati na juho, ki jo kuha Pirnat. Upamo le, da bo v to juho zakuhanih tudi nekaj začimb zdrave pameti in ne zgolj ekstremno narcisoidnih potez in okusov gospoda pravosodnega ministra.

Kdo je komu dolžnik

Na prav nič spodbuden odmev pri članih upravnega odbora je naletel predlog finančne službe za konsolidiranje medsebojnih obveznosti in terjatev med krovnim podjetjem in članicami, čeprav je bil utemeljen z dejstvom, da zaradi razkoraka med pogoji za združevanje sredstev in pogoji plasmaja sredstev, ni mogoče ugotoviti donosnosti oziroma premoženja sistema kot celote. Gre namreč za enostaven predlog, da bi se krediti, ki so jih podjetja dobila za vpis obveznic, pobotali s stanjem njihovih sredstev v razvojnem in rezervnem skladu. Prvi ugovor proti predlogu je temeljil predvsem na dejstvu, da posojila za nakup obveznic niso bila nikoli vezana s kakršnimkoli pogojem, vezanim na ostala sredstva podjetja, drugi ugovor pa je temeljil na praktičnem izračunu, ki je pokazal na nezdržljivost odstopljene koristi poslovnemu sistemu s koristjo posameznega podjetja. Zato je upravni odbor razpravo o tej

zadevi odložil, finančni službi pa naložil, da pripravi izračune za oceno posledic predlagane načina konsolidacije medsebojnih obveznosti in terjatev med članicami PSM in krovnim podjetjem.

By pass za poslovanje s Hrvaško

Če bi bile zadeve urejene med vladama Slovenije in Hrvaške in če bi v teh odnosih vladali čisti računi, najbrž blagovne in finančne blokade iz naslova medrepubliškega poslovanja, ne bi bilo. Vsako podjetje rešuje svojo kožo na svoj način in tako nastaja vrsta instrumentov, ki naj omogočijo vsaj približno normalen pretok blaga in denarja. Poslovni sistem Mercator se je odločil za klirinški način poravnavanja obveznosti in terjatev do pravnih oseb iz Republike Hrvaške. S sklepom je določen način plačevanja zapadlih obveznosti, tako preko klirinškega kot tudi nerezidenčnega računa. Za izvajanje sprejetega sklepa je izdana vrsta tehničnih in organizacijskih navodil, vse pa z namenom, da bi tako blagovni kot finančni tokovi približno normalno tekli.

Opredeliti nelojalnost

Kdaj gre za primere neposlušnosti oblasti (tako lahko po Verbinčevem slovarju tujk opredelimo nelojalnost), je upravni odbor razpravljajal zgolj načelno. Vendar ne z vidika neposlušnosti oblasti temveč z vidika obnašanja posameznikov ali podjetij, ki ni v skladu oziroma je v nasprotju s filozofijo in poslovanjem podjetja. V konkretnem primeru Poslov-

nega sistema Mercator. V zadnjem času so namreč pojavi tatarske privatizacije, nepravilne in nedovoljene rabe imena firme Mercator. To so konkretni primeri v Mercator-Nebotičniku, ko je hotela pečica poslovnih delavcev privatizirati Kavarno Evropa, pri tem pa posledice investicije vanjo prenesti, na Mercator-Nebotičnik. Poskus je bil pravočasno ustavljen. Manj spotkljivo, vendar zato nič manj neprimerno dejanje, je oddajanje lokalov zasebnikom, ki v njih opravljajo konkurenčno dejavnost (dejavnost konkurenčna posameznemu podjetju iz sestava PSM) in pri tem zasebniku uporabljajo "M" ali pa drug podjetniški znak, ki je povezan s kontinuiteto, tržno vrednostjo in varnostjo, ki ga potrošniku daje znak "M" ali že samo izgovorjen "M". Gre za primer ravnanje podjetja Mercator-Grmada, ki ni ravnalo v skladu z načeli dobrih običajnih običajev, ter dovolilo zasebnikom uporabo "M" oziroma znaka, ki ga je nekdaj uporabljal TOZD Mercator-Mednarodne trgovine Contal.

Upravni odbor se je seznanil z vsemi okoliščinami navedenih primerov in menil, da je treba oblikovati kodeks "lepega vedenja", v katerem mora biti zapisano, kaj je oziroma kaj ni lojalnost.

Ker je bila razprava o podjetniški lojalnosti na upravnem odboru polna nasprotujočih si mnenj, na lojalnost pa je treba vsaj v takem sistemu kot je Mercator gledati enotno, smo zaprosili vse člane poslovnega odbora, da nam na kratko opišejo svoj pogled na ta problem. Lojalnost do našega časopisa je izkazal le gospod Franc Prvinšek, podpredsednik poslovnega odbora za trženje. Prispevek objavljamo. Prazne okvirje pa smo pustili za čas, ko jih bodo z vsebino

lahko napolnili tudi ostali člani poslovnega odbora.

Podjetniško lojalnost razumem kot obojestransko obveznost in dolžnost, in sicer delavca do podjetja in podjetja do delavca.

Pri konkretizaciji mojega razumevanja izhajam iz slovenskega prevoda besede lojalnost, ki kratko pomeni biti zvest postavam in dolžnostim ter biti pošten.

Podjetniška lojalnost zame torej pomeni, da mora delavec v vseh svojih službenih in zasebnih stikih zastopati interese podjetja in čuvati njegov ugled. Zaradi položaja, v katerem je, ko so mu dostopne določene informacije in dana določena pooblastila, ne sme tega zlorabljati v svojo korist ali korist nekoga tretjega. "Biti lojalni do podjetja, kjer si zaposlen" mora priti v zavest slehernega delavca kot sestavni del njegovih obveznosti in dolžnosti. O tem, koliko večja je ta obveznost in dolžnost za vodilne in vodstvene delavce, ne kaže izgubljeni besede.

V podjetju, kot je Poslovni sistem Mercator, v katerem so podjetja različnih dejavnosti (primerne proizvodnja, predelava, trgovina, gostinstvo, storitve), kjer se široko prepletajo poslovni interesi in medsebojni poslovni odnosi, sta lojalnost vodilnih delavcev in pripadnost letih Poslovnemu sistemu v smislu zaščite lastnih in širših interesov podjetja še posebej pomembna in zahtevna.

Lojalnost in pripadnost vodilnega delavca podjetju se kaže v kakovosti poslovnih odločitev, ki ne smejo temeljiti le na trenutnih poslovnih koristih podjetja, temveč morajo upoštevati tudi širše poslovne interese drugih podjetij Poslovnega sistema Mercator.

Ob tem pa mora obstajati tudi lojalnost podjetja do delavca. Odražati se mora predvsem v tem, da podjetje delavcu zagotavlja vse tiste pravice, ki izhajajo iz pogodbe o delu ter takšne razmere za njegovo delo, da bo lahko uporabil vse svoje moči in znanje za delo in razvoj podjetja ter tako uresničil pričakovanja.

Franc Prvinšek

Prva seja upravnega odbora Poslovnega sistema Mercator



Predsednik upravnega odbora

Vesna Bleiweis

Razum, poštenost, da o iznajdljivosti ne govorimo

*Predstaviti Andreja Skrta, diplomiranega ekonomista, direktorja Mercator-Golovca, predsednika upravnega odbora Poslovnega sistema Mercator in Andreja Skrta kar tako, je težko. Petinpetdesetletni mož tudi o hudo neprijetnih stvarih vedno govori z nekoliko nasmeška in tako, da nikoli ne veš, ali bo za resno zadevo povedal še ilustrativno šalo, ki bo omilila ali pa podkrepila trde besede. Način, kako to stori, ima fine odtenke, ki jih pozoren sogovornik zazna, razume in o njih razmišlja. Potem pa...

"Ste trgovec od vsega začetka?"

"Ne, v trgovino sem prišel leta 1977 in takrat še nisem bil ekonomist, prišel pa sem kar za direktorja Mercator-Golovca. Prav zabavno v začetku ni bilo. Trgovska žilica je pomagala, da sem se hitreje prilagodil - prestrukturiral bi temu rekli

danes. Izkušnje so prišle z leti. Če imam zgodovinski spomin na Mercator? Seveda ga imam. In ta mi je toliko bolj pred očmi, ker ga nehoti povežem s sedanjo fiziognomijo Mercatorja. To toliko bolj, ker sem kot predsednik upravnega odbora še drugače soodgovoren za njegovo pojavnost in cilje. Mercator kot sistem mi postaja bližji in tu se začne presoja interesov sistema in podjetja po vesti, poštenosti, tehtanje z vidika dolgoročnosti, vizije ali trenutnih koristi. Past, za katere nisem nikoli mislil, da so, če jih ne pogledaš od blizu, tako nevarne. Mimogrede se ujameš v precep interesov svojega podjetja in interesov skupnega. Tem precepom bi se bilo mnogo lažje izogniti ali pa jih omiliti, če bi bili strategija in cilji poslovnega sistema jasno definirani. Preteklo je že precej časa odkar smo poslovni sistem, ki temelji na kapitalistih



Andrej Skrt

in ne na samoupravnih povezavah, pa se mi zdi, da o spremembah oziroma novim povezovalnim osnovam prilagojenih ciljih, še nisem slišal jasne besede. Po drugi strani pa je res, da je vsako natančno definiranje v okoliščinah, ki ne dajejo nobenega pravnega varstva, jalov posel. Se pač z vsem ravnanjem kako v podjetjih, kot na ravni sistema, prilagajamo tekoči situaciji. In ko nam gre vsem skupaj za preživetje, posamične odločitve o tem, kako preživeti, niso vedno v skladu z določeno skupno politiko. Tu se začnajo korenine tistega, čemur rečemo nelojalnost in o čemer je tekla beseda na seji upravnega odbora. Vprašanje lojalnosti bi marsikdaj lahko izpostavili tudi že pred primeri, ki jih je obravnaval in ugotavljal upravni odbor. Sam lojalnosti ne razumem kot slepe poslušnosti oblasti, še manj kot identifikacijo z nečem ali z nekom zaradi respektiranja osebnosti ali politike. Lojalnost je zame posledica medsebojnega zaupanja, enostavno posledica moralne vzgoje in klime v podjetju, posledica razumnosti in koristnosti skupnih odločitev vseh partnerjev.

SKLEPI 1. SEJE UPRAVNEGA ODBORA PSM

Za predsednika upravnega odbora je izvoljen Andrej Skrt, direktor Mercator-Golovca, za njegovega namestnika pa Bruno Miklavc, direktor Mercator-Trgoavta.

Upravni odbor soglaša, da Poslovni sistem Mercator, d.d. vstopi kot družabnik v podjetje v mešani lasti za izgradnjo Shopping centra v Ljubljani z ustanovnim deležem 2.375.000 ATS, kar predstavlja 39,58% ustanovnega kapitala (vplačilo ustanovnega deleža do registracije). Ostale kapitalne deleže vplača krovno podjetje: 3.000.000 ATS do 15.1.1992; 10.000.000 ATS od 15.3. do 15.6.1992; 5.000.000 ATS od 15.5. do 1.8.1992; 5.000.000 ATS od 15.7. do 1.10.1992 in 6.500.000 ATS od 15.9. do 31.12.1992.

Upravni odbor soglaša z nadaljnjimi aktivnostmi vodstva krovnega podjetja, ki zadevajo ustanavljanje ostalih dveh podjetij v mešani lasti z delovnim imenom Interspar in Bauwelt. V zvezi s tem upravni odbor poziva vsa podjetja v sestavi PSM, da svoj interes v zvezi s sodelovanjem v projektu Interspar in Bauwelt, sporočijo v krovno podjetje.

Upravni odbor za podpis pogodbe o ustanovitvi podjetja v mešani lasti - Shopping centra (družbe za načrtovanje, ustanavljanje, dajanje v najem in upravljanje različnih poslovnih objektov), pooblašča predsednika poslovnega odbora Poslovnega sistema Mercator, Mirana Goslarja.

Upravni odbor sprejema poročilo o poslovanju krovnega podjetja v obdobju januar-september 1991.

Upravni odbor sprejema pobudo in pogoje za uveljavitev prenosa preostalega družbenega kapitala v vseh podjetjih - članicah PSM na krovno podjetje še pred uveljavitvijo lastninske zakonodaje.

V skladu s pobudo, upravni odbor priporoča vsem podjetjem, da na svojih skupščinah obravnavajo pobudo in sprejmejo ustrezen sklep.

Določitev podjetij v zvezi s pobudo mora biti sprejeta najkasneje do 15.11.1991.

V zvezi s sprejeto pobudo in sklepi se skliče zasedanja skupščine Poslovnega sistema Mercator.

Upravni odbor določa, da se spremeni besedilo 2. člena predloga pogodbe o pravicah delavcev, ki jo sklepata Poslovni sistem Mercator, d.d. in podjetje - članice Poslovnega sistema Mercator, in sicer:

"Poslovni sistem Mercator, d.d., se s to pogodbo zavezuje, da bo delavcem članice kot fizičnim osebam, v skladu z zakonom o lastninskem preoblikovanju podjetij, izdal in brezplačno razdelil navadne delnice Poslovnega sistema Mercator, d.d., v višini, ki jo bo določil zakon, po seznamu, ki ga bo predložila članica. Evidenca brezplačno razdeljenih delnic po posameznih delavcih se bo vodila na Poslovni sistem Mercator, d.d."

Upravni odbor sprejema aneks k pogodbi o ustanovitvi podjetja Mercator-Potrošnik, d.o.o., Lenart v Slovenskih Goricah.

Upravni odbor prelaga razpravo o ureditvi nekaterih naložbenih razmerij med Poslovnim sistemom Mercator in članicami na eno od naslednjih sej. Za to sejo mora finančna služba pripraviti dodatne izračune za oceno posledic urejanja medsebojnih razmerij na predlagani način.

Upravni odbor sprejema sklep o klirinškem načinu poravnavanja obveznosti in terjatev do pravnih oseb iz Republike Hrvaške (besedilo sklepa je priloženo zapisniku).

Upravni odbor ugotavlja, da so potrebni odločni ukrepi v vseh primerih, pri katerih bi lahko prišlo do preliivanja družbene lastnine in lastnine poslovnega sistema Mercator pod "simboličnimi" pogoji v krog vodilnih delavcev. Tako upravni odbor soglaša z ukrepi poslovnega odbora, ki so bili sprejeti v podjetju Mercator-Nebotičnik s ciljem zaščite družbene lastnine in lastnine Poslovnega sistema Mercator.

Upravni odbor ugotavlja, da pri sklepanju nekaterih pogodb o oddajanju lokalov v najem zasebnikom niso bili dovolj skrbno pretehtani celokupni interesi Poslovnega sistema Mercator. Upravni odbor meni, da je v okviru Poslovnega sistema Mercator potrebno zagotoviti dosledno informiranost o vseh namenih oddajanja lokalov zasebnikom in uveljaviti notne principe po vzoru, kot je to izdelano za franšizing pogodbe, ki se v Poslovnem sistemu Mercator sklepajo z zasebnimi podjetniki.

Podjetja Mercator-Grmada in Mercator-Mednarodna trgovina naj takoj sprejmejo vse potrebne ukrepe, da se razrešijo vprašanja oznak oziroma imena firm zasebnikov Mercator-Turist, Contal, Pravna pisarna Mercator.

Upravni odbor ugotavlja, da se že večkrat napisana pravila o prednostnem sodelovanju članic pri posameznih poslovnih aranžmajih, slabo spoštujejo. Poslovni odbor Poslovnega sistema Mercator naj tudi v bodoče evidentira posamezne primere, tekoče ukrepa s ciljem zmanjšanja takih pojavov in po potrebi predlaga ukrepe, ki bi jih lahko v okviru svojih pristojnosti sprejel upravni odbor.

Upravni odbor sprejema predlog poslovnega odbora, da se začne s sistematično obdelavo posameznih dejanj z vsebino nelojalne dejavnosti posameznih članic in se na osnovi izkušenj in tovrstne prakse pripravi kodeks dobrih poslovnih odnosov med članicami Poslovnega sistema Mercator. Ta bi moral z razliko od splošnih kodeksov biti prilagojen konkretnim razmeram v Poslovnem sistemu Mercator.

Na podlagi 52. člena statuta Poslovnega sistema Mercator, člani upravnega odbora na naslednji seji upravnega odbora podpišejo izjavo o lojalnosti.

Upravni odbor določa, da se članom upravnega odbora za udeležbo na sejah izplačuje sejnina v višini 1.000,00 SLT.

Pri nas je pogost pojav, da ponujene stvari hitro sprejmemo, jim prikramo, saj se večina posameznikov zanaša na druge, skratka gre za zelo hitro udejanjenje "drug misli namesto mene". Navadili smo se na možgansko komodnost.

Še slabše pa je, če se skupne odločitve enoglasno sprejemajo, pri tem pa je druga roka v žepu stisnjena v figo. To je zame eklatantni primer nelojalnosti. Konkretno kršitve konkurenčnih klavzul pa bi prej označil za moralno ponižljivost. Gre enostavno za to, da se tudi v križanju interesov vsak pokaže, koliko ga je v hlačah in obdrži svoj obraz ter jasno in glasno pove svoja stališča, saj je konfrontacija sredstvo za odpravljanje enostavnih odločitev, lahko pa tudi ena od poti za preprečevanje pojavov, ki jih lahko označimo z nelojalnostjo, nemoralno in nepoštenostjo.

Nisem prepričana, da sem dobro spraševala, pa tudi ne, da sem dobro zapisala. Prepričana sem le, da bi imel Skrt na svojih direktorskih vratih lahko napisano: "Prišel s svojim, odšel z mojim" (mnenjem).

Aktualna carinska problematika

Jelka Žekar

Državnost povzročila vrsto težav

Čeprav sta minila že dobra dva meseca od izteka moratorija, predpisanega z brionsko Skupno deklaracijo in od postavitve državne meje s sosednjo Republiko Hrvaško, še vedno ni v zavesti vseh, da pomeni poslovanje z republikami bivše Jugoslavije od 8. oktobra letos poslovanje s tujino. Na meji z Republiko Hrvaško je vzpostavljen režim, ki je izenačen z režimom na mejah z Italijo, Avstrijo in Madžarsko. Zato verjetno ni odveč zapisati nekaj misli s seminarja o aktualni carinski problematiki pod vodstvom g. Koširja, direktorja Carinarnice Ljubljana, ki je bil 18. novembra letos.

Republika Slovenija je sprejela in uveljavila nekaj svojih zakonov, vendar ji z ustreznostjo lastno zakonodajo ni uspelo pokriti celotnega gospodarskega področja. Zato se začasno v Republici Sloveniji še uporabljajo nekateri zvezni zakoni in podzakonski predpisi.

Pri poslovanju s tujino je treba torej poznati zakone, ki jih je Republika Slovenija sprejela 25.6.1991 in objavila v Ur. l. št. 1/25.6.1991, uporabljati pa so se začeli 8.10.1991, in sicer:

- Zakon o nadzoru državne meje;
- Zakon o carinski službi;
- Zakon o kreditnih poslih s tujino;
- Zakon o deviznem poslovanju in
- Zakon o zunanjih zadevah.

Za tekoče operativno delo so enako pomembni tudi nekateri drugi zakoni. To so carinski zakon, zakon o posebni uvozni taksi, zakon o posebni davščini za izravnavo davčne obremenitve in zakon o zunanjem trgovinskem poslovanju. V Republici Sloveniji se do nadaljnjega smiselno uporabljajo navedeni zvezni zakoni in vsi podzakonski akti, izdani na njihovi podlagi.

Republika Slovenija je sprejela na podlagi zveznih zakonov tudi tri odloke, (objavljeni so v Ur. l. Republike Slovenije št. 17/8.10.1991), s katerimi je uvoženo blago iz republik bivše Jugoslavije oprostita plačila posebne dajatve pri uvozu kmetijskih pridelkov in živil (prelevmani), posebne takse za uvoženo blago in posebne davščine za izravnavo davčne obremenitve uvoženega blaga. Prav tako je s svojim predpisom določila, da se za uvoženo blago iz drugih republik ne obračuna carina, temveč samo 1% carinskega evidentiranja.

Blago, uvoženo iz drugih republik, se tako torej zaradi prehoda državne meje podraži za navedeni odstotek carinskega evidentiranja, hkrati pa tudi za druge vzporedne stroške kot npr. stroške špediterja, carinske dokumentacije, dodatnih transportnih in morebitnih skladiščnih stroškov in podobno. Skupni stroški znašajo najmanj 5 do 8 odstotkov od nabavne vrednosti uvoženega blaga, kar pa je še

vedno občutno manj, kot če bi morali plačati tudi carino in vse pripadajoče uvozne dajatve.

Pri tem pa se moramo zavdati, da je sedanja oprostitev plačila carine samo začasna rešitev. Če bodo druge republike, zlasti Republika Hrvaška, predpisale carinske dajatve za slovensko blago, bo razumljivo tudi Slovenija ravnala po načelu reciprocitete. In še nečesa ne gre prezreti. Oprostitev plačila carine se nanaša samo na uvoženo blago, ki je po poreklu iz ene ali več jugoslovanskih republik.

Ker Republika Slovenija še nima svojega predpisa o ugotavljanju porekla blaga, se do nadaljnjega uporablja zvezna uredba. Če se ugotovi, da blago po poreklu ni iz ene ali več jugoslovanskih republik, se morajo plačati carina in vse druge dajatve, predpisane za uvoz blaga iz tretjih držav.

Dosedanja spoznanja o težavah, s katerimi se srečujejo tudi naša podjetja, se nanašajo na carinski zakon in zakon o

carinskih tarifih. V obeh primerih se uporabljata še zvezna zakona, hkrati pa se že pripravljata tudi nova slovenska zakona.

Carinski zakon bo predvidoma sprejet sredi prihodnjega leta. Spremembe bodo predvsem poenostavile carinske postopke, saj se pripravljali zakona z gledajo po rešitvah Evropske skupnosti.

V Ministrstvu za zunanje zadeve in Gospodarski zbornici Slovenije pripravljajo tudi novosti v zvezi z zakonom o carinskih tarifih, zlasti glede višine carinskih stopenj in stopenj drugih uvoznih dajatev. Poseben interes za poenostavitve izraža gospodarstvo v zvezi s carinskimi tarifami, ki so preveč podrobno razdelane, ter režimi uvoza.

Carinsko zaščito, ki se izvaja z režimi uvoza, smo v celoti prevzeli od federacije (odlok o razvrstitvi blaga v obliko uvoza in izvoza, Ur. l. SFRJ št. 48/90), čeprav je povsem neprilagojena strukturi slovenskega gospodarstva. Na tem področju zato v kratkem pri-

čakujemo spremembe, medtem ko skorajšnjih sprememb carinskih tarif ni pričakovati. Združevanje različnih carinskih tarif s ciljem zmanjšanja skupnega števila in poenostavitve tarifiranja je po mnenju pristojnih organov izredno zahtevno strokovno in tehnično dolgotrajno delo.

Podjetja, ki se ukvarjajo s trgovino, zlasti trgovino na debelo, med njimi je tudi več članic Poslovnega sistema Mercator, in so bila do zdaj vajena pošiljati v druge republike raznovrstno blago z enim kamionom na več kupcev hkrati, pritiskajo na Republiško carinsko upravo, da bi poenostavila carinsko tarifiranje blaga. Tisti, ki ste že imeli opravka s carino, veste, da tak način odpremljanja blaga pomeni toliko uvoznih deklaracij, kolikor je kupcev in toliko carinskih tarif, kolikor je različnih izdelkov v pošiljki. Odgovor carinskih organov je nedvoumen: "Ne glede na težave, ki vam jih povzroča izdelava potrebne uvožno-izvozne dokumentacije, ne pričaku-

jte nobenih poenostavitev na področju carinskih tarif. Slovenija je samostojna država in je dolžna izpolnjevati do mednarodne skupnosti vse tiste pogoje, ki jih je oziroma jih izpolnjuje tudi Jugoslavija. Tudi to je eden od pogojev za priznanje neodvisnosti naše republike".

Ta odgovor naj bo iztočnica za vrnitev na začetek prispevka. V zavesti nas vseh mora biti, da poteka na meji z Republiko Hrvaško državna meja in da moramo naše poslovanje čim hitreje prilagoditi zunanjetrgovinskemu poslovanju. Vsa dosedanja odstopanja pristojnih organov od doslednega izvajanja zunanjetrgovinskih postopkov, ki sicer veljajo za poslovanje s tretjimi državami, so za gospodarstvo dobrodošla in koristna, vendar so začasna rešitev. Zato je treba takoj izvesti organizacijske in druge spremembe v načinu poslovanja, s katerimi bomo preprečili dokončno izgubo trga v drugih republikah.

Dvojna korist

Vesna Bleiweis

Franšizing je rešitev

Idrija, 20. novembra 1991 - predolgo je trajala agonija idrijskega gostinstva, ki je bilo vključeno v podjetje Mercator-Rudar. Franšiza je oblika najema, ki bo koristila tako jemalcu kot dajalcu franšize.

Pogovor z direktorico Mercator-Rudarja Ivanko Leskovec je bil kratek in jednat. Gostinstvo v Mercator-Rudarju je bilo rak rana podjetja in se zlepa, kljub različnim prizadevanjem, ni pobralo. Zato odločitev skupščine podjetja, da se vsi gostinski obrati oddajo v najem oziroma franšizing na podlagi pogodbe, ni bila težka. Načeloma se vsi gostinski obrati dajo v najem delavcem, ki so v njih zaposleni. Tako je bilo po natečaju oddanih 7 gostinskih lokalov (Blagovnica, Soča, Avtobusna postaja, Prejnuta, Likerca, Nebesa in kavarna). Za vse skupaj je bilo na licitaciji iztrženih 23.510 DEM in rešeno vprašanje 24 zaposlenih. Na podlagi javnega razpisa pa je sklenjena še pogodba o franšizi še za hotel Ydria.

Pogodbeni partnerji - Poslovni sistem Mercator, Mercator-Rudar in prejemnik franšize so se sporazumeli, da se bo od najemnine za lokale odštelo vsa vlaganja, potrebna za ureditev lokala in za ugodnejši obračunski tečaj marka - tolar. Sicer pa veljajo splošne določbe, ki urejajo vprašanja franšize.

"Skupščina Mercator-Rudarja je sprejela sklep o oddaji

gostinskih obratov zasebnikom sredi junija. Skupščina Poslovnega sistema Mercator je priporočila, da bi namesto klasične oddaje v najem razmerja raje urejali s pogodbami o franšizingu, kar zagotavlja čvrstejšo in kvalitetnejšo povezavo med najemnikom in najemodajalcem (jemalcem in dajalcem franšize). Marsikateri postopek, pa tudi sam potek dogovaranja med partnerji, bi se dalo občutno skrajšati in bi zadeva mnogo prej zaživela. Za Mercator-Rudar pa je pomembno predvsem to, da bodo iz naslova pogodb o franšizingu prišli decembra prvi prilivi, da se bo zmanjšal pritisk na sredstva za osebne dohodke, saj se je število zaposlenih v gostinstvu zmanjšalo od 53 na 5 zaposlenih, prav tako pa bodo odpadli vsi tekoči materialni stroški za gostinske obrate. Pravi učinek sanacijskih ukrepov bo viden šele v letu 1992, ko bo naše poslovanje v celoti razbremenjeno vseh stroškov poslovnih enot gostinstva, razen amortizacije in zavarovanja osnovnih sredstev, ki pa so bistveno nižji od pogodbenih zneskov za prevzem franšize. Pogodbeni zneski od prevzema franšize predstavljajo dodaten dohodek za podjetje. Učinek bo torej dvakraten: odpadle

bodo skrbi za izgubo te poslovne enote, dohodek podjetja

pa bo povečan za pogodbene zneske od prevzema franšize."

Ivanka Leskovec, direktorica Mercator-Rudarja



Kaj je franšizing?

Nevenka Nemanič

V Mercatorju se uveljavlja

Franšizing lahko na kratko označimo kot bolj zavezujočo obliko najema poslovnih prostorov, ki prinaša tako jemalcu kot dajalcu franšize določene prednosti, seveda pa tudi medsebojne obveznosti. Koliko in kako smo v sistemu Mercator na tem področju storili?

V času sprememb družbeno-ekonomskega sistema je tudi Poslovni sistem Mercator, tako kot mnogi drugi gospodarski subjekti, občutil potrebo, da razširi krog doslej uveljavljenih poslovnih in pravnih oblik nastopanja na trgu. Izkoristili smo eno od značilnosti tržnega gos-

podarstva, in sicer pestrost in gibljivost pogodbenih oblik nastopanja na trgu. Pri razvijanju teh oblik pa iniciativa praviloma ne pripada zakonodajalcu, temveč poslovni praksi, ki sama ustvarja takšne oblike, ki najbolj ustrezajo njenim poslovnim ciljem. Na Poslovnem

sistemu Mercator, d.d., smo se odločili za razvoj ene od pogodbenih oblik, ki nadgrajuje tradicionalne načine, utesnjene v člene zakonov. Poznamo jo pod imenom FRANŠIZING, katerega značilnosti obetajo možnosti postati vezni član med samostojnim podjetništvom in družbenim sektorjem.

Kdor se priključi franšizing sistemu, si prihrani čas in napake. Proti plačilu pristopnine postane del vpeljane in uspešno preizkušene prodajno-nabavne verige podjetij Poslovnega sistema Mercator. Franšizni sistemi omogočajo, da privatniki dobijo dostop do tržnih možnosti, ki jih imajo veliki sistemi, kakršni je tudi Poslovni sistem Mercator.

Poleg tega lahko v franšizingu predvsem grosisti prevzamejo novo in učinkovito vlogo glede intenzivnejšega sodelovanja s privatnim sektorjem, kar je v ostri konkurenci prodajnih poti še kako pomembno, Mercator kot sistem pa ohranja svojo trgovsko mrežo.

Pobuda za uvajanje franšizinga ter prva izhodišča za opredelitev pogodbe o franšizingu, so bila sprejeta na skupščini Poslovnega sistema Mercator, d.d., v oktobru 1990 in so opredelila naslednje elemente:

- podpisniki na strani dajalca franšize so Poslovni sistem Mercator, d.d., Ljubljana kot krovno podjetje in konkretne članice;
- prodajne enote, ki se vključujejo v franšizing, so predvsem nerentabilne prodajalne članice, enote članic, ki so trenutno uspešne, vendar je njihova perspektiva zaradi naraščajoče konkurence na določenem prostoru vprašljiva ter enote obstoječih ali potencialnih privatnih trgovcev, ki so organizirani po obrtnem zakonu ali po zakonu po podjetjih;
- obveznost jemalca franšize, da v Mercatorjevi poslovni enoti, ki se daje v franšizing, ohrani dosedanji obseg nabave blaga, v enoti privatnikov pa se dogovori najmanj 60% obseg nabave blaga s strani Mercatorjevega grosista in ostalih podjetij v Poslovnem sistemu Mercator s tem, da bi se tako opredeljen obseg poslovanja vsako leto opredeljeval v skladu s planom, katerega koordinator je sektor za trženje Poslovnega sistema Mercator, d.d.;
- obveznost prejemnika franšize, da plača dajalcu franšize ob podpisu pogodbe enkratno pavšalno nadomestilo, imenovano pristopnino, v času trajanja pogodbenega razmerja pa prejemnik franšize plačuje kontinuirano nadomestilo, imenovano licenčnino, ki temelji na koriščenju kolektivne znamke ter uslug in najemnino za prostore in opremo, katerih konkretna višina se določa v vsakem primeru posebej s pogodbo o franšizingu;
- na področju finančnega poslovanja se v konkretni pogodbi o franšizingu lahko dogovorijo tiste finančne storitve, ki jih bo dajalec franšize opravljal za

prejemnika franšize;

- prejemnik in dajalec franšize se v vsaki konkretni pogodbi o franšizingu dogovarjata za obseg storitev dajalca franšize, potrebnih za začetek poslovanja in storitev v času trajanja pogodbenega razmerja.

Strokovna služba Poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana je na podlagi zgoraj navedenih izhodišč pripravila vzorec pogodbe o franšizingu, katere osnovni principi so naslednji:

- ohranjati poslovne enote v Mercatorjevi trgovski in gostinski mreži ter pridobivati nove poslovne enote vanjo;
- za razliko od klasičnega najema, za katerega naj bi se članice odločale le v primerih, ko se lokal oddaja privatniku, ki se ne bo ukvarjal s trgovino in gostinstvom, se želi s franšizingom ohraniti vključenost enote v prodajno-nabavno tokove Mercatorja pod enakimi pogoji, kot veljajo za članice Poslovnega sistema Mercator,
- z uporabo zunanjih obeležij Mercatorja, to je kolektivne znamke Mercator, na franšizingom ohraniti in uveljavljati poslovni ugled in image Mercatorja;

- reševati kadrovske zadeve in probleme presežkov delavcev, saj se obstoječa poslovna enota ponudi v franšizing najprej tam zaposlenim delavcem in delavcem v okviru Poslovnega sistema Mercator in šele nato drugim kandidatom, poleg tega pa se vsem prejemnikom franšize postavi pogoj, da z najemom poslovne enote prevzamejo in zaposlijo dosedanje delavce enote;
- zasledovati ekonomski vidik franšizinga, in sicer čim večjo distribucijo blaga Mercatorjevih grosistov ter čim večjo prodajo blaga s strani prejemnika franšize.

Strokovna služba Poslovnega sistema Mercator je poleg osnutka pogodbe o franšizingu v dobrem letu dni pripravila celotno tehnologijo dela oziroma posamezne sklope aktivnosti za izvajanje projekta Mercator franšizing. Način dela poteka v več fazah, ki se začne s seznanitvijo interesentov s celotnim konceptom Mercator franšizinga. Na prvem razgovoru se prejemniku franšize, ki bo v franšizing vključil novo poslovno enoto, ponudi poseben vprašalnik, na podlagi katerega se pridobijo osnovni podatki za pripravo osnutka pogodbe. Vprašalnik obstaja tudi za članice, ki nameravajo oddati svoje obstoječe poslovne enote v Mercator franšizing, ki je prav tako podlaga za pripravo osnutka pogodbe, s katerim se v teh primerih začne faza animacije notranjih interesentov. Če notranjih interesentov ni, se uporabi oblika širšega razpisa, s katerim se povabi k sodelovanju zunanje interesente. Po vseh do sedaj naštetih aktivnostih pa sledi največkrat časovno najdaljša faza, in sicer usklajevanje vsebine pogodbe, njeno prilagajanje konkretnim raz-

meram in dogovorom med pogodbenimi strankami. Skratka, tehnologija dela do sklenitve pogodbe o franšizingu je že utečena, medtem ko se še vedno iščejo najoptimalnejši načini glede ustreznega nadzora in spremljanja poslovanja prejemnika franšize ter izboljšanja vsebine razmerij med prejemnikom in dajalcem franšize v času pogodbenega razmerja.

Pri uveljavljanju Mercator franšizinga se pojavlja tako pri naših članicah kot tudi pri potencialnih prejemnikih franšize občasno večji, občasno manjši interes, ki niha glede na gospodarsko situacijo. Veliko članic izkaže interes za Mercator franšizing in naredi seznam poslovnih enot, predvidenih za oddajo, pa potem ne nadaljuje aktivnosti v smeri sklenitve pogodbe. Na drugi strani se pojavlja veliko zunanjih interesentov, ki iščejo predvsem ustrezne lokale in finančno pomoč, kandidati brez izkušenj pa tudi začetno izobraževanje in inštruktažo.

V enem letu dela na projektu franšizing smo opravili številne razgovore s članicami in raznimi interesenti, pripravili 54 osnutkov pogodb o franšizingu, pri čemer je bilo podpisanih 17 pogodb, nekaj pogodb je v fazi usklajevanja, nekaj pogodb pa iz različnih razlogov sploh ne bo podpisanih. Najuspešnejše podjetje do sedaj je Mercator-Rudar Idrija, ki je celotno gostinsko dejavnost vključilo v Mercator franšizing.

Morda bi ob koncu omenila samo še problem, s katerim se srečujemo pri do sedaj podpisanih pogodbah o franšizingu. Za pogodbo o franšizingu je pomembno, da pogodbene stranke težijo k dogovoru o kar največ sestavinah, tudi takih, ki so podrobnejše narave in je pogodba zato v primerjavi z drugimi pogodbami obsežnejša, saj stranke z njo živijo relativno dolgo obdobje in jo uvrščamo med dolgoročneje pogodbe. Natančno določanje elementov pogodbe pa na drugi strani zahteva točno izpolnjevanje dogovorjenega, pogodbeno trdnost in predvidljivost ravnaj vseh udeležencev, saj delovanje prejemnika franšize ne more in ne sme biti prepuščeno stihiji in improvizaciji. Iz dosedanje prakse Mercator franšizinga pa lahko rečemo, da je včasih podpis pogodbe eno in disciplinirano podrejanje prejemnika franšize natančnim določbam, drugo.

Kot vsaki novosti tudi pogodbi o franšizingu niso prihranjene kritike. Vseobsežnost razmerij, ki jih poraja, razodeva mnoga nasprotovanja in probleme, ki jih kratka praksa pri nas na tem področju še ni do kraja razrešila, kar pa ne pomeni, da franšizing kot oblika poslovanja kljub tujemu in morda preveč učenemu imenu tudi v naši poslovni stvarnosti kmalu ne bo postal domač in predstavljal eno izmed poti, ki naj bi naše gospodarstvo vodilo iz krize.

Nebesa pod novo komando

Vesna Bleiweis

Stiska je obenem izziv

Idrija, 20. novembra 1991 - Mercator-Rudar je gostinsko dejavnost v celoti prepustilo zasebni pobudi. Vse gostinske lokale je oddal v upravljanje oziroma poslovanje svojim delavcem. Ena med njimi je Ivanka Gantar, ki se je lotila Nebesa.

"Preštevanje delavcev in večno pričakovanje, kdaj se bo na spisku presežnih pojavilo tvoje ime, hromi. Obenem pa so te stiske tudi izziv za iskanje in odločitev o svoji, povsem samostojni poti. Iz tega čakanja in pa iz izziva, ki jo je ponujal najem oziroma franšiza za gostilno "Nebesa", je dozorela moja odločitev. Delala sem v računovodstvu podjetja Mercator-Rudar in ... nekaj prihrankov, nekaj poguma in odločitev za sklenitev franšizing pogodbe je dozorela. Motivirana je bila še z eno zadevo. Hči hodi v gostinsko šolo in možnost za njeno zaposlitev v družinskem podjetju. Tako so Nebesa postala družinsko podjetje, v njem delamo hči, mož in jaz in seveda podedovani prej zaposleni." Ivanka Gantar mirno sedi za gostinsko mizo v Nebesih in niza svoje predstave in zamisli o novih Nebesih, pri tem pa tudi kritično pripoveduje o težavah, s katerimi se je in se ubada. "Predvsem se mi zdi, da je pri sklepanju pogodbe o franšizingu preteklo preveč časa med prvimi pogovori oziroma od naše odločitve pa do sklenitve pogodbe. Obenem se mi zdi, vsaj v mojem primeru je tako, da bi v pripravljanih poslih potrebovali več strokovne pomoči ali pa vsaj več že pripravljenih papirjev. S tem nam bi bilo prihranjeno veliko poti in tekanj. Ker se pač na računovodstvo spoznam - obseg tega dela za gostilno lahko ocenim šele zdaj, je določba v pogodbi, da bo računovodske storitve za gostilno še naprej opravljalo podjetje Mercator-Rudar, nepotrebna. Toda pogodba je sedaj podpisana in se moram z njo sprizniti. Povsem drugo vprašanje pa je vprašanje, ki izvira iz nasledstva zaposlenih. Na ta problem sedaj gledam popolnoma drugače. V gostinstvu je pač tako, da je prav od osebja najbolj odvisen sloves in stem



promet. Z nekaterimi spremembami bom pač morala še počakati, vendar pa sem že na startu trdno odločena Nebesa pripeljati do nekdanjega slovesa."

Prisede še mož Janez, tudi nekdanj zaposlen v hotelu Ydrija. "V Nebesih bo treba najprej spremeniti prostorsko ureditev. "Vagon" kot v Nebesih imenujejo prostor pred šankom, je vse prej kot prijazno okolje, ki izzove gosta, da vstopi v jedilnico. Druga, nič manj pomembna zadeva, je izbira in kakovost hrane. Idrski žlikrofi iz Nebes so nekdanj sloveli daleč okoli, pa so si ves sloves zapravili. Naši bodo dnevno sveži in lahko si jih boste privoščili vsak dan, poleg tega pa še vrsto izbranih, s hišnimi posebnostmi zaznamovanih jedi. Vse po zmernih cenah. Da bi se dostojno predstavili gostom smo oblikovali novo celostno podobo oziroma zaščitni znak gostilne. Seveda pa se zavedamo, da bo gostilna donosna le, če bo dosežena racionalna zaposlenost s kakovostnimi kadri, če bo ponudba pestra in kakovostna in če bo ambient urejen tako, da bo prijazen za naključnega ali pa stalnega gosta."

Zagrizenima Idrijčanoma je treba pritrditi in jima zaupati. S trmo in doslednostjo bosta načrt zanesljivo izpeljala. Sebi v dobro ime in čast, ker pa bo imela gostilna še nekaj časa tudi Mercatorjev znak, tudi v njegovo dobro.

Nova mešana družba

Vesna Bleiweis

Drugo leto še en nakupovalni center

Ljubljana, 12. novembra 1991 - podpisana je bila tripartitna pogodba o ustanovitvi družbe v mešani lasti BTC Shopping centra - za ustanavljanje in upravljanje podjetij, zlasti nakupovalnih centrov. Partnerji v pogodbi so: Blagovno transportni center Ljubljana, Poslovni sistem Mercator in koncernska družba avstrijskega Spara, Aspiag. Prvi podvig družbe bo izgradnja nakupovalnega centra v eni izmed hal Blagovno transportnega centra.

Pogodbo o ustanovitvi podjetja v mešani lastni BTC Shopping center, d.o.o., so 12.11.1991 podpisali trije partnerji: Poslovni sistem Mercator, d.d. Ljubljana, BTC, d.d., Ljubljana in koncernska družba avstrijskega Spara Aspiag.

Podpis pogodbe je delno rezultat dosedanjega uspešnega sodelovanja Spara in Mercatorja, ki je motiviralo nadaljnje razvojne usmeritve in v tem okviru ustanovitev velikega nakupovalnega centra, organiziranega po tehnoloških in poslovnih vzorih zahoda. V ta namen partnerji vlagajo poslovni prostor, kapital in know-how za tehnologijo poslovanja takega centra.

BTC, d.d. iz Ljubljane v posel vstopa kot ponudnik prostora. Opremljena zemljišča in objekt ob Šmartinski je delež BTC, d.d. pri ustanovitvi tega podjetja. Lokacija območja BTC, ugodna prometna povezava z mestom in obvoznico, predviden razvoj ter infrastrukturna opremljenost so razlogi, da je to območje izbrana lokacija bodočega trgovskega centra.

Osnovni namen ustanovitve podjetja je izgradnja Shopping centra v Ljubljani ob Šmartinski cesti. Gradnja bo potekala v več fazah, prva bo zgrajena oktobra 1992 in bo predstavljala trgovski poslovni prostor v velikosti 15.000 m², ki ga bo za prodajo svojih izdelkov v

glavnem uporabljal Interspar. V shoppingu bodo poleg Interspara tudi specializirane trgovine, restavracija in bistro. Ob shoppingu bo urejeno tudi parkirišče za 700 osebnih vozil. Vrednost investicije v prvi fazi je 125 milijonov ATS.

V pogodbi je predvidena tudi opcija o razširitvi shopping centra do velikosti 35.000 m² trgovskih površin, kar predstavlja dodatno investicijsko vrednost za cca 150 milijonov ATS. V tem primeru se bo v shoppingu razširila tudi ponudba blaga na področje pohištva, tekstila, obutve, pripomočkov za vrt in prosti čas in drugih vrst blaga. Ob shoppingu se bo z izgradnjo garažne hiše ustrezno povečalo tudi število parkirnih mest.

Po letu in pol trajajočih pogajanjih je pogodba torej sklenjena. Sam podpis je bil razmeroma slovesno dejanje, saj se ga je udeležil tudi ljubljanski župan Jože Strgar. Ta je obljubil, da bo Ljubljana odprto mesto za vse, ki imajo pod konkurenčnimi pogoji kaj ponuditi. Predstavnik Aspiaga Hans Drexel pa je dejal, da je treba ob investiranju v rizično deželo poleg poguma imeti tudi jasno strategijo širitve trga, predvsem pa prepričanje v zanesljivost partnerja. Kot taka sta se torej izkazala Poslovni sistem Mercator in Blagovno transportni center.



Pred podpisom pogodbe



Po podpisu pogodbe so si segli v roke: Miran Goslar, Vlado Zlobko in Hans Drexel

Sparova trojčica

Vesna Bleiweis

Potrošnik je ogledalo trgovine

Ljubljana, 20. novembra 1991 - z nič manj slovesnimi besedami in žegnom, je bila na Vrhovcih pri Ljubljani odprta tretja Spar-Mercatorjeva trgovina. Za razliko od prejšnjih dveh je večja in tako tudi založena z večjo in pestrejšo količino izdelkov.

Zadnja rojena Sparova trojčica na Vrhovcih pri Ljubljani je zablestela 20. novembra letos. V primerjavi s trgovinama v Ulici Bratov Babnik in v Zalogu je večja in je zato tudi nekoliko (vsaj na videz) bogateje založena. Družbenik Mercator-Dolomiti je odstopil prostor in se tako pridružil Mercator-Golovcu in Mercator-Grmadi.

"Nov Supermarket pomeni osvežitev monotone in okleščene ponudbe blaga, s čemer se srečujemo zaradi zapor na jugoslovanskem trgu. Še zlasti pomembno pa je, da v te poslovne enote prenašamo Sparov poslovni koncept, njegovo or-

ganizacijo in opremo, kar je po naši oceni prepotreben konkurenčni izziv vsem, ki v tem prostoru trgujemo. Poudariti velja, da v ponudbi ne smemo zapostaviti domačega blaga, ne smemo si žagati veje, na kateri temelji naša proizvodnja. Naši izdelki morajo biti najmanj enake ali boljše kakovosti od uvoženih in naj si preko naših polic pridobijo sloves za izvoz v evropsko Sparovo mrežo. Samo enakopravna medsebojna menjava blaga je pogoj za zagotovitev pestrosti ponudbe. Poslovanje oziroma oblikovanje malopro-dajnih cen za uvoženo blago, ki je značilno za Sparovo ponudbo, je vezano



“Marjanca” na ravnem ali 40 let Mercator-Sloge

Vesna Bleiweis

“Marjance” ni prinesel Miklavž

Gornja Radgona, 4. decembra 1991 - delavci Mercator-Sloge so 40 letnico svojega podjetja zaznamovali z odprtjem nove samopostrežne trgovine “Marjance” in prenovljeno “Železnino”. V teh hudih časih so se izkazali kot investicijsko hudo podjetni.

Če bi verjeli v svetnike in njihovo poslanstvo, je “Marjanca” Radgončanom prinesel Miklavž. Nova samopostrežna trgovina, sicer zgrajena res do prve faze, je bila odprta v začetku decembra, na dan ko otroci nestrpnost pričakujejo

Miklavževe darove. Bil je mrzel in neprijazen dan. Toda Marjanca je prav prijazno vabila.

Mercator-Sloga iz Gornje Radgone je tudi eno tistih podjetij, ki letos slavi 40 let svojega dela. Iz vrste majhnih

trgovskih podjetij v Prekmurju je do leta 1962 nastajala nekdanja Sloga. Od leta 1975 Sloga posluje v okviru Mercatorja. To leto je tudi mejno v razvoju trgovske dejavnosti v radgonski občini. Značilnost tedanjega trgovskega podjetja Sloga so bili dotrajani prostori in oprema. Trdna vpetost v Mercator in njegovo poslovno politiko, predvsem na področju investicij, je v marsičem spre-

menila podobo trgovske Radgone. Vrsta urejenih trgovin v središču Radgone, obnovljenih trgovin na podeželju in pa novih v Radencih, Apačah, Kapeli, Negovi, Spodnji Ščavnici, Hrastju in v Vidmu ob Ščavnici, je rezultat razvoja. Pri tem ni nepomembno omeniti velikega deleža, ki so ga z odrekanjem osebnih dohodkov, v razvoj trgovske mreže vložili delavci Mercator-Sloge.

“Kljub zaostrenim gospodarskim razmeram nam je uspelo zgraditi prvo fazo nakupovalnega centra z mesnico, bifejem in kuhinjo. Nato sem ponosen prav tako, kot so ponosni vsi delavci Mercator-Sloge. “Marjanca” vam odpira vrata, v njej bo ponudba prilagojena tako domačim, kot tujim kupcem. Skrbeli bomo, da bo vedno urejena in da se čez leto ali dve ne bo prav nič razlikovala od današnjega dne,” je dejal Budimir Gašević, investicijsko verjetno najpodjetnejši direktor.

“Marjanca” meri nekaj več kot 1.000 m², pri čemer je približno petina prostorov še neurejenih in so namenjeni za prodajo konfekcije, galanterije in obutve. V ostalem delu pa je bogato založena trgovina z živili, nekaj galanterije in gospodinjskimi potrebščinami. Prostor za mesnico je oddan v najem Mesni industriji iz Radgone. V okrepevalnici, ki bolj spominja na slaščičarno, bodo postregli z vsemi vrstami pijač, toplimi malicami, mini kosili, pizzami in jedmi po naročilu. Vabljivo za domačine in sosednje Avstrijce. Naložba je veljala nekaj več kot 33 milijonov tolarjev, sredstva pa so zagotovili Poslovni sistem Mercator, izvajalec del Marles in dobavitelji opreme, pretežni delež pa predstavljajo lastna sredstva podjetja Mercator-Sloga.

Ne bi bilo prav, če bi ob “Marjanci” pozabili na preurejeno prodajalno “Železnina”, v samem centru mesta. Z nekaj manj kot 3 milione tolarjev vloženih sredstev, je sredi Radgone prav prijazna belo vijolična trgovina. Radgončani pravijo, da v njej dobijo prav vse, kar potrebujejo pri gradnji ali pa v gospodinjstvu.

V Mercator-Slogi je zaposlenih 206 delavcev, ki delajo v 29 poslovnih enotah in 10 bifejih. “Marjanca” jih je vzela pod krilo 25.



Prenovljena Železnina v Gornji Radgoni



Marjančin interior



Marjančina zunanost



Marjančin kader



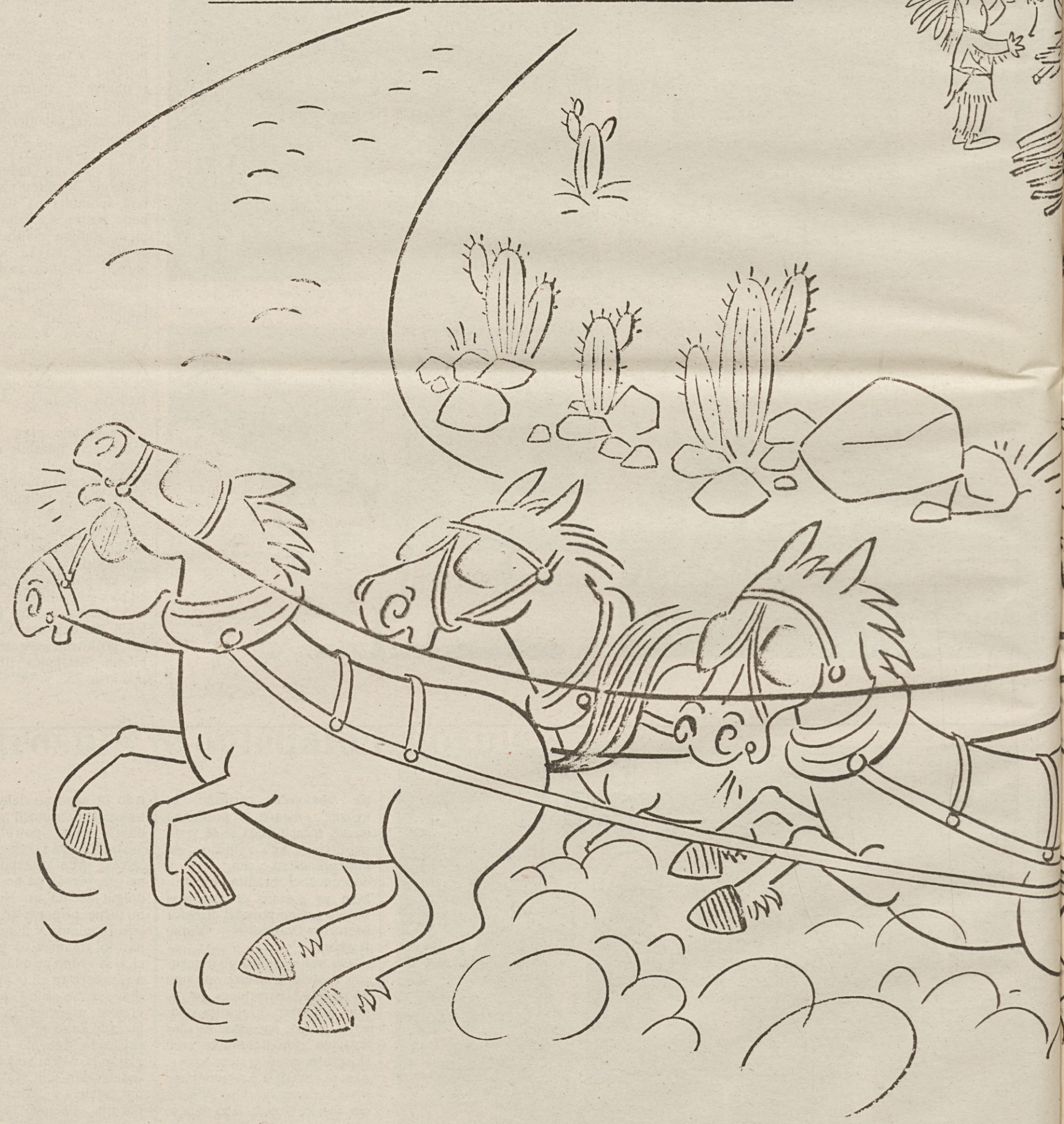
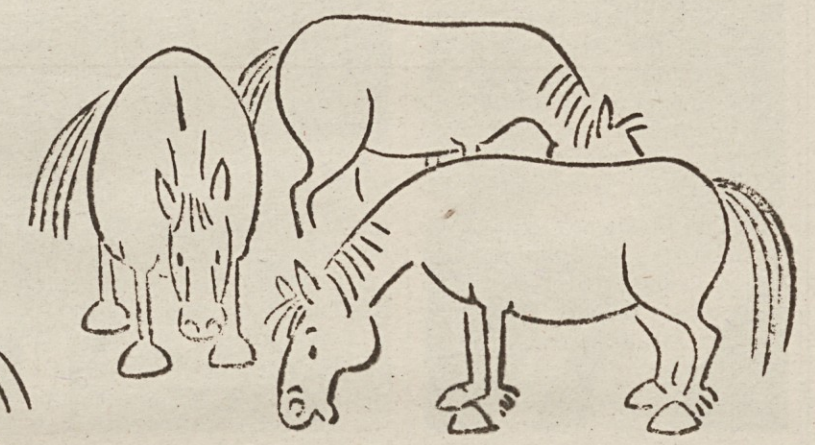
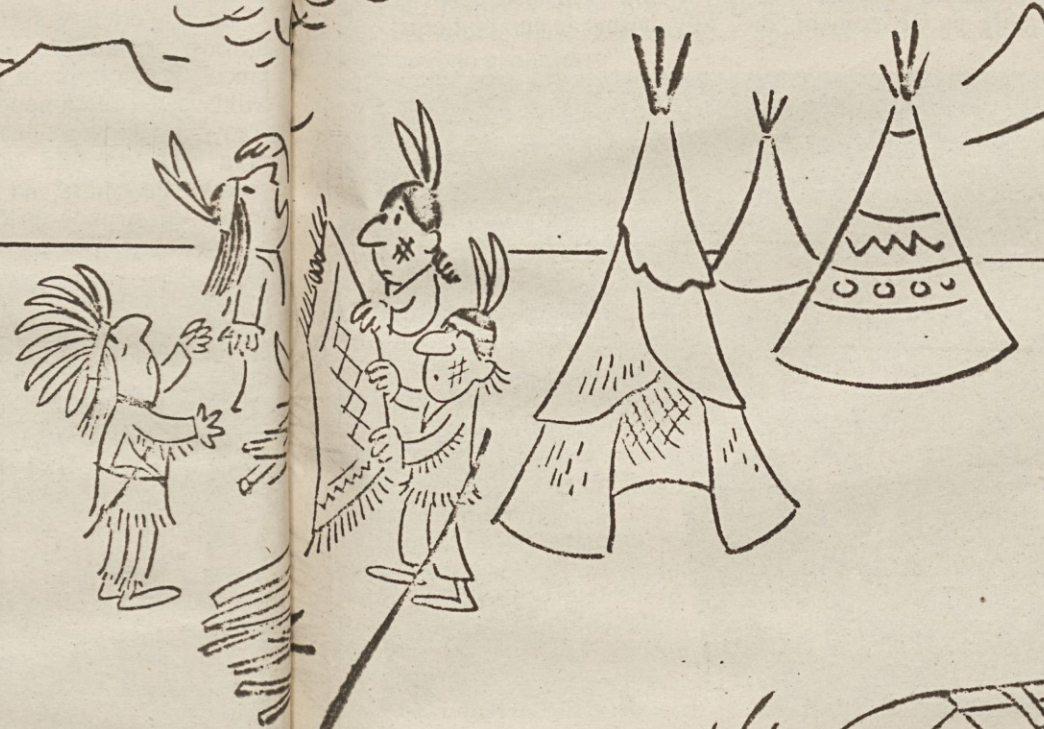
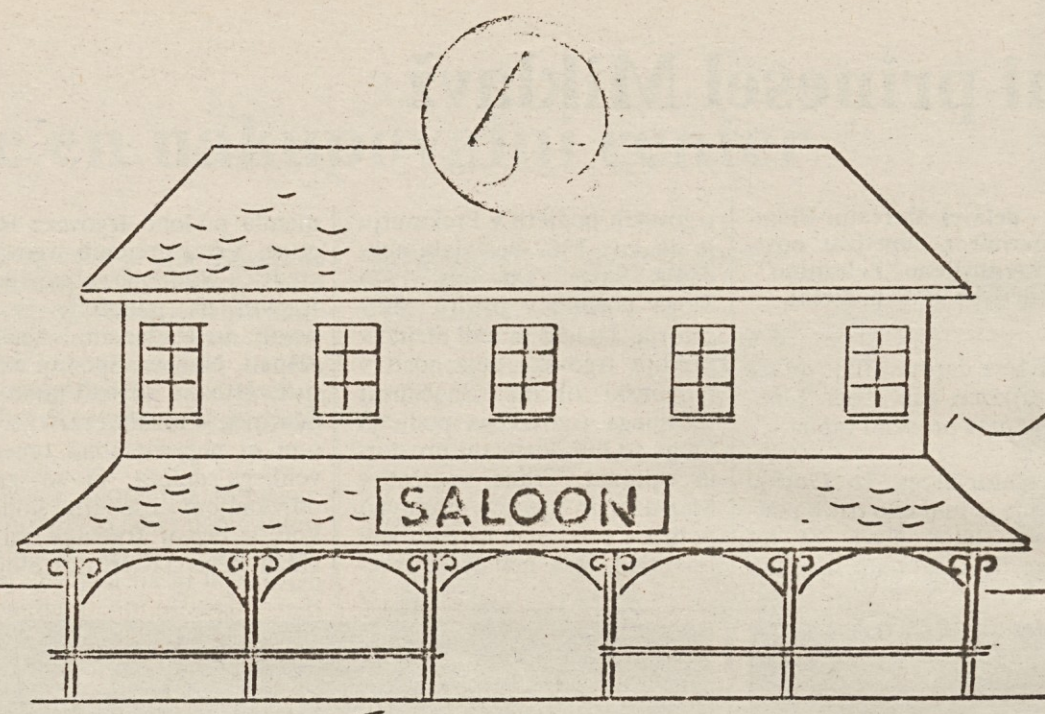
Blagoslov je opravil viški pater

na obstoječe carinske in uvozne dajatve, prometne davke, tečaj tolarja in še vrsto okoliščin, ki vplivajo na konkurenčnost cen,” je v dobrodošlici zbranim potrošnikom in gostom ob otvoritvi nove trgovine povedal direktor Mercator-Dolomitov Vinko Ravbar.

Ob naših zapisih ob otvoritvah trgovin se vselej opiramo na besede slavnostnega govornika, običajno direktorja podjetja. Kako pa diha in živi trgovina zadnje trenutke pred slovesnim prerezanjem vrvice, nam je povedala poslovodkinja Spar-Supermarketa na Vrhovcih, Slavka Novak. “Vsa dela še niso bila prav končana, ko so se že začele priprave na polnitev prodajnih polic. To je

trdo in naporno delo, ki zahteva poleg zbranosti tudi veliko dobre volje, potrpljenja in medsebojnega razumevanja delavcev. Brez komande seveda ne gre, seveda pa ne tudi brez dolgih nočnih ur. Nervoza in mrzlične priprave se stopnjujejo iz minute v minuto in ko nastopi trenutek tik pred zdajci, si še vedno ne oddahneš, ker nisi prepričan ali je postorjeno prav vse. Še zadnji prehod po urejeni trgovini in priznati moram, da so se mi pred otvoritvijo te trgovine ulile solze olajšanja. Vsem sodelavcem in sodelavkam sem segla v roko, jim zaželela v trgovini dobrega počutja, obenem pa seveda zahtevala, da storijo vse v zadovoljstvo potrošnikov. Zadovoljen potrošnik postane stalen kupec, tak potrošnik je ogledalo trgovine.”

Western



Pera
dec. 91

Rdeče beli nadstreški

Vesna Bleiweis

Nova prodajalna, novega podjetja pa še ne

Ljubljana, sredi novembra 1991 - značilnim rdeče belim nadstreškom nad prodajalnami Mercator-Mesoizdelkov iz Škofje Loke se je pridružil še eden. Na Brillejevi ulici v Ljubljani.

Značilni rdeče beli nadstreški nad vhodi v prodajalne Mercator-Meso izdelkov iz Škofje Loke so v začetku novembra dobili še eno sestrico. Odrpta je bila trgovinica - pol klasična pol samopostrežna v Brillejevi ulici v Ljubljani. Prijazno urejena trgovina je v veliki stanovanjski soseški in v njej ne manjka ničesar, kar gospodinje sproti potrebujejo. Od mesnih izdelkov, svežega mesa (že pripravljene za takojšnjo rabo), kruha, vložene zelenjave ... Okras trgovini pa je tudi njeno osebje. Poslovodkinja Marija Draksler in prodajalka Ivica Berčič sta s svojim nastopom in odnosom do prvih kupcev takoj pokazali, da želita v trgovini "tisto nekaj več". To je oseben, prijazen stik s kupcem. Brez zadrege sta se predstavili vsakemu kupcu, ga k nakupu povabili tako, kot da bi vabili na kavo stare prijatelje. Poteza, ki se bo najbrž obrestovala.

V Mercator-Mesoizdelkih ob otvoritvah novih poslovnih enot ne delajo posebnega pompa. Stisnjena v kot prodajalne, sva se z direktorjem Mercator-Mesoizdelkov, Miro Duičem pogovarjala o bolj usodnih zadevah. "Na podlagi dolgih priprav in temeljitih analiz smo trasirali pot za združitev Mercator-Mesoizdelkov in Mercator-Mesne industrije iz Ljubljane. Vse formalnosti v zvezi z ustanovitvijo enovitega podjetja so za nami. Zadržna zakonodaja bo for-

malno dejanje - vpis novega podjetja v register zavrila, saj so

Mercator-Mesoizdelki med tistimi živilsko predelovalnimi podjetji, v katerih morajo imeti svoj delež tudi kmetijske zadruge. Ker še ne vemo, kakšne

bodo posledice izvedbe tega zakona na združitev obeh podjetij, smo se odločili, da registracijo odložimo. Odložitev tega dejanja pa ne pomeni, da

bomo ostali na pol poti, temveč bomo na področju proizvodnje in drugih skupno dogovorjenih aktivnosti delali tako, kot da smo že eno podjetje".



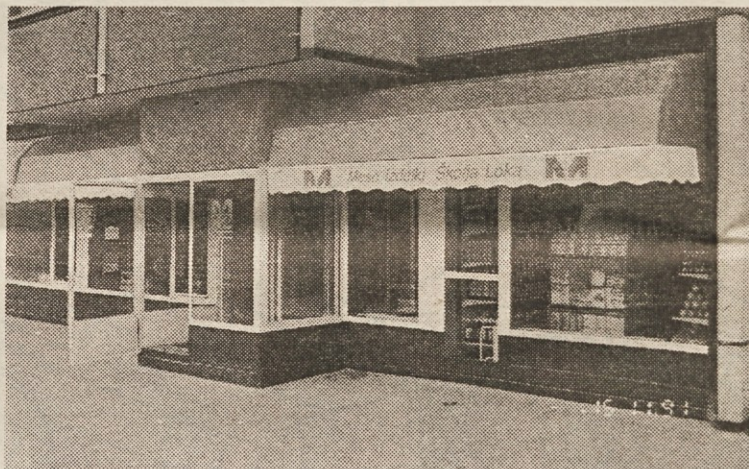
Miro Duič



Marija Draksler in Ivica Berčič, okras trgovine



Notranjost trgovine na Brillejevi



Rdečebeli nadstreški

Hrastniške muke

Vesna Bleiweis

Mrtvi kapitali

Hrastnik, 13. novembra 1991 - če je 13. nesrečna številka, potem smo si za pogovor v hrastniški Mercator-Jelki izbrali pravi datum. Gostinsko podjetje se otepa z vrsto težav ki, če ne bodo presekanke s temeljitim rezom, bodo povzročile žalosten konec.

Skrit v nedrih zasavskih hribov, iz katerih je nekoč prihajalo črno zlato, ima Hrastnik podobo tipičnega proletarskega mesta, ki ga je poleg rudnika, zaznamoval še tipični socialrealistični razvoj. In s posledicami takega razvojnega pristopa se danes, pa tudi že nekaj let prej, otepa Mercatorjeva Jelka. Niso se še dobro posušile besede slavnostnega govornika ob otvoritvi megalomanskega obrata družbene prehrane, ni se še obrnilo dobro desetletje, ko z gostinstvom v Hrastniku nihče prav ne ve kaj početi. Hotel, centralna pripravljalnica toplih obrokov za cel Hrastnik, nekaj bifejev in gostiln. Vse naravnano na potrebe in mentaliteto hrast-

niškega gosta, hrastniške, med hribe ujete občine.

Po svoje je potuho hrastniškemu gostinstvu oziroma centralni pripravljalnici toplih obrokov delal že sporazum o tem, da bodo vsa podjetja v Hrastniku pokrivala stroške njegove režije, ne glede na to, ali bodo deležne prehrane iz tega obrata ali ne.

Hrastnik ima 11.000 prebivalcev, od tega jih je bilo še dve leti nazaj dobra polovica zaposlenih znotraj hrastniške občine. Ideji o megalomanski pripravljalnici toplih obrokov je verjetno botroval prav ta podatek. Tako je pripravljalnica toplih obrokov preračunana na zmogljivost 54.000 malic, kosil ali drugih serijskih obrokov

mesečno. Danes je teh malic, pa zelo veseli so, če jih skuhajo 2.500 mesečno. Ne bi bilo čisto pošteno, če bi vso krivdo za stanje v Mercator-Jelki pripisali zgolj pripravljalnici druž-

Direktor Mercator-Jelke, Stane Laznik



bene prehrane. Del posledic je treba pripisati tudi socialnim prilikam, saj se že 3 leta številno zaposlenih v hrastniški občini zmanjšuje in temu primerna je tudi potrošnikova kupna moč.

Obenem del krivde za stanje tiči tudi v nedorečeni usodi obratov družbene prehrane v tovarnah. Najmanj, kar je tam ostalo, so razdeljevalnice hrane z nespremenjenim številom za-

Megalomanski obrat - pripravljalnica toplih obrokov - mrtve kapital



Komerzialna samostojnost

Vesna Bleiweis

Teško je prodati

Kidričevo, 3. decembra 1991 - proizvodnja, ki teče v profitnem centru Mercator-Izbire Panonije, Zaščiti v Kidričevem, je povsem neznačilna za sistem Mercator. Izdelujejo usnjeno in tekstilno zaščitno konfekcijo, poleg tega pa storitveno šivajo konfekcijo za tuje partnerje. Zaprtost jugoslovanskega trga je potegnila ta profitni center v vrtnice nelikvidnosti, vendar so trdoživi in s povsem samostojno komercialno (predvsem potniško) službo zagotavljajo prodajo.

V Mercator-Izbiri Panoniji so se iz nekdanjih tozdov oblikovali profitni centri in tako je TOZD Zaščita v Kidričevem postal profitni center s tremi proizvodnimi obrati: obrat usnjene zaščitne konfekcije, obrat tekstilne zaščitne konfekcije in obrat modne konfekcije. Usnjena in tekstilna zaščitna sredstva so ena značilnost proizvodnje, druga pa so tako imenovani "lohn posli" - storitveno šivanje konfekcije za tujega partnerja.

Z direktorjem oziroma vodjem profitnega centra Romanom Tementom smo se pogovarjali o pisani problematiki za Mercator prav nič značilne proizvodnje. "Začel bom z zadevo, ki nas najbolj pesti. Gre za izgubo jugoslovanskega

trga, nekaj pa nas prizadanejo tudi sklepi Evropske skupnosti, ki sankcionirajo izvoz tekstila. Hitra preusmeritev na slovenski trg je praktično nemogoča, saj tolikšne količine in tolikšnega števila proizvajalcev slovenski trg ne more požreti. Drugi razlog pa je, da z varčevalnimi ukrepi v podjetjih najprej začnejo varčevati pri zaščitni opremi. Če temu pridamo še vprašanje plačljivosti našega blaga, potem mirno lahko ugotovimo, da nas dolžniki vedno dajejo na zadnje mesto. Naše terjatve bistveno presegajo naše dolgove. Skoraj navadili smo se že na blagovne kompenzacije in se potem sami ukvarjamo s prodajo blaga. Trenutno imamo približno 70% neplačanih zapadlih raču-



Roman Tement

nov in prava sreča je, da lahko za nekatere terjatve iščemo zapiranje s partnerji v Mercatorju. Dodatno dimenzijo problematiki dajejo težave z blagom oziroma surovinami, potrebnimi za redno proizvodnjo. Vendar pa je treba po drugi strani tudi povedati, da

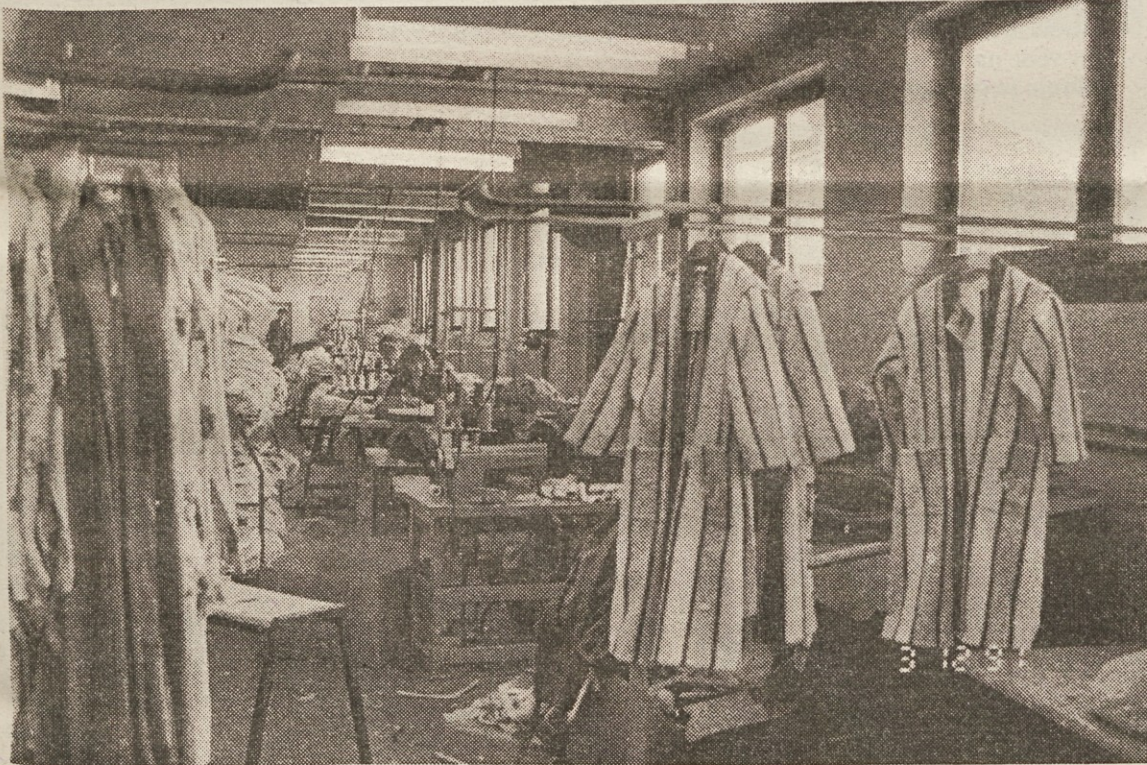
nam pravi kupci ostajajo zvesti, prav tako pa tudi nekateri partnerji izven Slovenije. Značilen je primer našega partnerja Metalservisa v Beogradu, ki je prevzel vse delavce našega predstavništva v Beogradu z zalogami vred, pri čemer poudarjam, da ne gre za odtujitev. Na podlagi dobrega poslovnega sodelovanja, lahko rečem tudi tradicije, nam prav ta partner po najrazličnejših transportnih poteh omogoča dobavo nekaterih surovin. Prav po zaslugi tega partnerja pridemo do vseh izvozno uvoznih papirjev, ki jih potrebujemo za sodelovanje s tujimi partnerji. Dejstvo je, da samostojna republika Slovenija tega področja še ni prenesla na svoja tla."

Gospod Tement je po poklicu diplomirani ekonomist, vendar pa se pri svojem poslu ukvarja z vsem, kar sodi v podjetje oziroma profitni center. Njegova skrb je organizacija samostojne komercialne službe, organizacija proizvodnje ... Skratka je deklica za vse, pri

čemer pa največ pozornosti namenja razvoju potniške službe in komercialnim predstavništvom. Meni namreč, da je treba prodajni teren v celoti pokriti z osebnimi nastopi in predstavitvami. "Tu moram biti nekoliko gorak komercialni službi v krovnem podjetju, kot osrednji strokovni službi. Dejstvo je namreč, da se za prodajo ali pa vsaj za predstavitev našega specifičnega proizvodnega programa, v tej službi nihče ne zanima. V okviru Mercatorja Zaščita proda 10% svoje proizvodnje, predvsem tekstilne zaščitne konfekcije. Menim, da bi morali gledati na število prodajnih mest in na njih potrebne zaščitne opreme, prodati precej več. Tako ne bi bilo prav nič narobe, če bi se tudi Zaščitini izdelki našli v prodajnih planih poslovnega sistema. Nastopamo povsem sami in Mercator (uporabljen z imenom Zaščita) je samo velika garancija za zagotovljeno plačilo ter tako resno obravnavanje s strani naših poslovnih partnerjev. Zato me včasih razjezijo različni bremepisi iz naslova skupnega komercialnega poslovanja."

"V primerjavi z ostalimi proizvajalci tekstila in konfekcije smo v Zaščiti v nekoliko boljšem položaju, saj ni naša celotna proizvodnja vezana na poslovanje s tujino. Storitveno šivamo za več tujih partnerjev, pri čemer bi omenil firmi Vossen in Marc Ananni, občasno pa tudi še za koga drugega. V tem delu naše dejavnosti je pomembno sodelovanje s Vossnom, za katerega šivamo predvsem kopalne plašče iz frotirja. Sodelovanje traja že več let, s posebnim dobičkom se ne moremo hvaliti, gre pa za to, da smo deviznega priliva veseli vsi." Dobička pri poslu, pri katerem je delovna minuta plačana 20 penigov, izdelava plašča pa v povprečju traja 30 minut, res ni pričakovati. Pa so

nadaljevanje na 12. strani



Storitveno šivanje za tujega partnerja v obratu konfekcije na Ptuju



poslenih, z večno prisotnimi težnjami, da se spet vrnejo v to, kar so bili. Že pred leti se je s problemom hrastniškega gostinskega podjetja ukvarjalo podjetje Mercator-Hoteli gostinstvo, ko je bila Mercator-Jelka še njegov TOZD, ukvarjal se je SOZD oziroma Poslovni sistem Mercator, ukvarjala se je občina. Z ukrepi družbenega varstva se zadeve niso nikoli vremenjale na bolje, kajti nobeden od začasnih upraviteljev ni do konca izpeljal programa za prestrukturiranje. Zadnji načrt za spreminjanje stanja je temeljil na ideji, da se neizkoriščena prostor in oprema v pripravljalnici obrokov namenita dejavnosti, ki bo popestrila trgovsko in drugo ponudbo z delikatesnimi izdelki po vzorcu ljubljanske Mercator-Savice. Iz delikatesne kuhinje naj bi prihajale različne solate, kruh-

ki, slaščice...vse za trgovske in gostinske police. Gostinski obrati, posejani po hrastniški občini naj bi se po projektih oddali v najem zasebnikom, del hotelskih prostorov pa naj bi po preureditvi postal trgovski centrček, v katerem bi živela zasebna pobuda. Dlje od ponesrečenega poskusa stvar ni prišla. Nov varstveni ukrep, podaljševanje agonije. Zdaj se z njo ubada direktor Mercator-Jelke, Stane Laznik. Gradi v bistvu na prej navedenem projektu, le da je v njegovem uresničevanju majhen korak naprej: v najem je oddan gostinski lokal, hotelska pralnica...Ostaja pa še stotine neizkoriščenih kvadratnih metrov površin, opreme in kar je najbolj hudo, tudi delovne sile je preveč. Sami mrtvi kapitali. "Ravno pripravljam program in poročilo za skupščino. Če bo sprejet in podprt, prav, če pa

ne... potem res ne vem. Program temelji na oddaji vseh gostinskih lokalov v najem oziroma franšizo, preureditev in prilagoditev dela hotelskih prostorov potrebam najemnikov, oddaji ali prodaji obrata za pripravo hrane takim podjetjem, ki opravljajo živilskopredelovalno dejavnost, saj so pogoji za te namene zagotovljeni. Gostinstvo je dejavnost, v kateri je individualen odnos do dejavnosti usodnega pomena in v kateri vlada prepričanje, da je bolje delati zase kot za firmo. Na to miselnost je oprta tudi zamisel, da vse gostinske obrate oddamo v najem ali franšizing zaposlenim, pa tudi vsem drugim zainteresiranim. S tem bi rešili problem predimenzioniranih prostorskih zmogljivosti v samem hotelu in problem dela zaposlenih. Z najemnimi oziroma pogodbami o franšizi

bi rešili zaposlenost 20 delavcev. Trenutno je zanesljiva le ena taka pogodba. Interes za oddajo preurejenih prostorov v samem hotelu je, manj pa je interesov za ostale gostinske lokale. Imamo torej obilico mrtvega kapitala, ki ga je treba spremeniti v dinamičnega. Najbolj zaskrbljujoče je dejstvo, da je trenutno v M-Jelki cca 35 delavcev preveč. Kaj to pomeni za podjetje s 74 zaposlenimi in v merilu hrastniške občine, kjer stopnja zaposlenosti prebivalstva strmo pada, je jasno. Načrt za sanacijo oziroma prestrukturiranje predvideva, da bi se iz jedra sedanjih takomenovanih skupnih služb oblikoval poslovno informacijski center, ki bi opravljal storitve za najemnike prostorov (finančne, informacijske). Tudi s tem bi bil rešen problem dela zaposlenih." Poleg teh, človek bi

dejal podedovanih zadev, pa M-Jelko pesti še nelikvidnost, ki v posledici prinaša tudi odpovedovanje dobav in s tem ustavitve možnosti za kolikor-toliko spodobno obratovanje. Navezovanje stikov s partnerji, predvsem znotraj sistema, ki bi lahko v neizkoriščeni pripravljalnici hrane opravljali del svoje dejavnosti in tako prišli tudi na zasavsko tržišče, je bolj jalov posel. Nekaj obljublja Mercator-Konditor, z Mercator-Mesno industrijo je vse padlo v vodo. Ostajajo nepravilni dolgovi, preveliko število zaposlenih, dnevno naraščanje izgube, agonija. "Do kdaj," se sprašuje Laznik.



Stroji drdrajo

nadaljevanje z 11. strani

v Zaščiti zadovoljni tudi s tem, saj mnogo večjim tekstilnim

proizvajalcem tujci plačujejo tudi samo 15 pfenigov za minuto. Tujci zaradi naših razmer izsiljujejo nizke cene

storitev in Zaščita se je lahko obdržala na tem cenovnem nivoju predvsem zaradi svoje kakovosti in pa zaradi spoš-

tovanja dobavnih rokov. Obenem pa ji trdno mesto zagotavljajo tudi nizki transportni stroški. So pa izkušnje, ki jih

dobijo s šivanjem za tujca, dobrodošle tudi doma. Tako ne malokateri izdelek dobi slovensko kopijo v kroju in blagu. Sicer pa se v Zaščiti trudijo, da bi prodrli tudi s svojo zaščitno znamko za modno konfekcijo Euroline. Pripravljajo se na oblikovanje lastnih modnih kolekcij.

Mercator-Izbira Panonija je eno tistih podjetij, ki razmeroma dobro skrbi za svoje delavce. Če odmislimo družbeni standard, so tudi osebni dohodki razmeroma dobri. Tako v merilu okolja kot tudi v absolutnem znesku. Povprečni osebni dohodek 216 zaposlenih v profitnem centru Zaščita je v oktobru znašal netto 14.400,00 SLT. Pri tem pa je zanimiva kadrovska struktura: 190 kvalificiranih delavcev, ostalo pa so delavci s srednjo, višjo in visoko izobrazbo. Zato se v Zaščiti prav nič ne pritožujejo, saj so v primerjavi z ostalimi tekstilci skoraj kraljevsko plačani. Osebnih dohodkov si izplačujejo na osnovi trgovske kolektivne pogodbe, podpisnik te je Mercator-Izbira Panonija.

Je pa še ena posebnost v statusu direktorja oziroma vodje profitnega centra Zaščita. Njegovo delo temelji na specialnih pooblastilih generalnega direktorja. Verjetno je to posebnost, ki mnogim, predvsem mladim menedžerjem, ne bi hodila prav. Tementa pa to ne moti, saj pravi, da se morajo z globalnimi problemi ukvarjati v vrhu podjetja, njegova naloga pa je ustvariti in zagotoviti pogoje za proizvodnjo in njeno prodajo. Individualna pogodba o zaposlitvi mu pomeni le naloge in dolžnosti, ničesar pa mu ne pomeni v smislu s to pogodbo zagotovljenih pravic. Tudi do problema lojalnosti oziroma konkurenčne klavzule je mladi plavalasec kritičen. Trdi, da je precej napak, da se konkurenčna klavzula uporablja samo za rang "špice" vodstva podjetja, medtem ko ostali lahko počno kar hočejo in odpirajo podjetja ter se ukvarjajo z dejavnostmi, ki so neposredno konkurenčne delodajalcu.

Zaščita ima v starem mestnem ptujskem jedru tudi svojo prodajalno, v kateri prodajajo predvsem blago, ki ga dobijo z blagovnimi kompenzacijami in izdelke svoje modne konfekcije. Včasih se jim pridruži tudi kakšen izdelek namenjen za izvoz. Zanimiva trgovina, ugodne cene in če imate srečo tudi izredno lep izdelki.

INDIVIDUALNA ZAVAROVANJA

Požarno zavarovanje (stavbe, stanovanja)

krije poškodbo zavarovanih stvari zaradi naslednjih nevarnosti: požara, strele, viharja, toče, padca letala, udara motornega vozila in premičnega delovnega stroja, manifestacije in demonstracije.

Z doplačilom premije so krite dodatne nevarnosti: poplave, izliva vode, zemeljskega plazju, snežnega plazju, izteka (lekaže) in samovžig zalog.

Stanovanjsko zavarovanje (stanovanjski predmeti - inventar, oblačila

krije uničenje ali poškodbo zavarovanih stvari zaradi naslednjih nevarnosti:

požara, strele, eksplozije, viharja, toče, padca letala, manifestacije in demonstracije, izliva vode, poplave, snežnega ali zemeljskega plazju, vlomске tatvine in ropa ter odgovornosti.

Z doplačilom premije so krite dodatne nevarnosti:

- razbitje ali lom stekla
- plesk, slikarije, tapete, stenske in stropne obloge
- vlomska tatvina preko 2,5% zavarovalne vsote
- škoda na zgradbi zaradi vloma preko 2% zavarovalne vsote.

S stanovanjskim zavarovanjem je zajeto delno tudi vlomsko zavarovanje do določene vrednosti, nad to vrednostjo pa je mogoče doplačati premijo.

Primer izračuna za stanovanje (velikost 50m²) v večnadstropni zgradbi.

	Vrednost stanovanja	Premijski stavek	Premija
POŽARNO ZAVAROVANJE			
- stanovanje	1.600.000,00	0,50	800,00
- izliv vode na 1. riziko	100.000,00	7,50	750,00
STANOVANJSKO ZAVAROVANJE			
- stanovanjski in osebni predmeti	400.000,00	1,5	616,00
- razbitje in lom stekla v oknih in vratih v stan. prostorih	10.000,00	56,25	562,00
- plesk, slikarija, lesene obloge v stan. prostorih	40.000,00	1,65	66,00
VLOMSKO ZAVAROVANJE			
- premičnine v stan. prostorih nad 2% (8.000,00)	100.000,00	7,50	750,00
PREMIJA SKUPAJ			3.544,00
10% popusta za 10-letno trajanje zavarovanja			354,00
			3.190,00
+5% TPD			159,00
			3.349,00
			=====

Obročno odplačilo v 12 obrokih od OD; vključno z obrestmi znaša mesečni obrok 374,00 SLT.

Primer izračuna za stanovanjsko hišo - masivne gradnje

	Vrednost hiše	Premijski stavek	Premij
POŽARNO ZAVAROVANJE			
- stanovanjska hiša	5.000.000,00		603.000,00
- izliv vode na 1. riziko za gradnjo in opremo	200.000,00	7,50	1.500,00

STANOVANJSKO ZAVAROVANJE

- stanovanjski in osebni predmeti	1.000.000,00	1,54	1.540,00
- razbitje in lom stekla v oknih in vratih:			
v stan. prostorih	20.000,00	56,25	1.125,00
v kletnih prostorih	5.000,00	87,50	437,00
- plesk, slikarija, lesene obloge v stanovanju	200.000,00	1,65	330,00
- plesk, slikarija v kletnih prostorih	50.000,00	2,75	137,00

VLOMSKO ZAVAROVANJE

- plemičnine v stan. prostorih nad 2% (100.000,00)	100.000,00	7,50	750,00
--	------------	------	--------

PREMIJA SKUPAJ

8.189,00
10% popusta za 10-letno trajanje zavarovanja
882,00
7.937,00
+5% TPD
397,00

8.334,00

Obročno odplačilo v 12 obrokih od OD; vključno z obrestmi znaša mesečni obrok 931,00 SLT.

Zavarovalnica Mercator, d.d., Ljubljana

IZZIVAMO VAŠ POSLOVNI INTERES
SMO KONKURENČNI
POSLUŠAMO VAŠE ŽELJE

ZAVARUJEMO PROTI:

požaru, vromu, tatvinam, ropu, razbojništvu, strojelomu, razbitju stekla...

ZAVARUJEMO:

stanovanje in gospodinjstve predmete, blago v hladilnicah in zamrzovalnih skrinjah, elektronske računalnike, materialne rezerve, odgovornost proizvajalcev za izdelke, motorna vozila, posevke, plodove in živali...

Prijatelj v hudem - Zavarovalnica Mercator, d.d. Ljubljana

Informacije: Zavarovalnica Mercator, d.d., Ljubljana, Titova 137, telefon (061) 183-292

40 let Mercator-STP Metlika

Vesna Bleiweis

Trdoživost metliške trgovine

Metlika, 19. novembra 1991 - metliška trgovina se na vse načine prilagaja okolju, katerega značilnosti sta kriza tekstilne in kovinske industrije in bližina vojne. Toda vse te okoliščine na razvoj trgovine ne vplivajo toliko, da v Mercator-STP Metlika, ne bi odpirali prenovljenih ali povsem novih trgovin.

Mercator-STP Metlika pokriva trgovski prostor prijazne Beke krajine oziroma dveh občin Metlike in Črnomlja. Odkar ve zase, to pa je 40 let, je podjetje nosilec razvoja

trgovine v občini Metlika.

Iz historijata podjetja je razvidno, da je podjetje nastalo iz različnih razdeljevalnih magazinov in trgovin, ki so bili do časa po vojni v zasebni lasti. Leta 1951 pa je bila izdana prva odločba o ustanovitvi me-

tiškega Splošnega trgovskega podjetja z dvema prodajalnama. Dodeljena so mu bila tudi osnovna sredstva: pisalni stroj, poltonski tovarnjaček in tri pisalne mize. Zaposleno je bilo 10 delavcev, vključno s šoferjem in direktorjem. Sedež uprave je bil prvih šest let kar v skladiščnih prostorih ene od poslovalnic. In še en zanimiv podatek - verjetno je M-STP Metlika edino podjetje v Mercatorju, ki je kdajkoli trgovalo z naftnimi derivati in zgradilo lastno bencinsko črpalko. Ta črpalka je nemalokrat z obratnimi sredstvi zalagala trgovanje z živilskim in drugim neživilskim blagom. Razvoj okolja je seveda vplival tudi na razvoj trgovine, čeprav je bila v gospodarskih načrtih (ne samo občinski) ta mnogokrat obravnavana kot pastorka. Leta 1964 se je takratno vodstvo odločilo, pri odločitvi pa so prevladovali predvsem razvojni elementi, za združitev s takrat že uveljavljenim Mercatorjem. Od takrat je šel razvoj trgovine v Metliki navzgor in tako je danes Mercator-STP Metlika podjetje z 20 trgovinami, v katerih pretežno prevladuje trgovina z živili.

Ob 40 letnici so v Metliki z odprtjem preurejenih trgovin v središču mesta spet dokazali svojo podjetnost. V nekdanji blagovnici so uredili trgovino s pohištvom, v odkupljenem prostoru kranjske Kokre pa uredili trgovino s tekstilom. Lični pre-ureditvi pomenita tudi prijetno spremembo v osrednji metliški ulici. Prav tej ulicij bi lahko rekli tudi Mercatorjeva cesta, saj praktično ni trgovine brez oranžnega "M".

"Bela krajina je v tem trenutku v specifičnem položaju. Stebra tako metliškega kot črnomaljskega gospodarstva - tekstilna in kovinska industrija sta zašla v krizo in vse to vpliva na kupno moč prebivalstva. Obenem pa le nekaj kilometrov stran divja vojna in vse to se pozna tudi v metliški trgovini. Svoje k položaju trgovine prispeva tudi razdrobljenost trgovine in konkurenca zasebnikov, predvsem v živilski stroki. Vsem tem vplivom se je moč upirati z organizacijskimi ukrepi in s tehnološko drugače naravnano trgovino. Kljub majhnosti je treba stremeti za specializiranimi trgovinami, spremembi strukture zaposlenih in predvsem problem zaposlenosti reševati s pripravniki in z začasnim delom. Jadicovanje v taki situaciji ne pomaga nič, treba se je s težavami spoprijeti in se prilagajati položaju," je povedal direktor Mercator-STP Metlike Janez Videtič.

"Trdno smo vpeti v Poslovni sistem Mercator in šest največjih dobaviteljev (vseh skupaj je okrog 150) je iz Mercatorjevega sestava. Odkar na Hrvaškem divja vojna in odkar je Slovenija tudi formalno začela uveljavljati svojo državnost, so v poslovanju s Hrvaško precejšnje težave. Upadla je tako nabava kot prodaja raz-

ličnih dobrin trajnejšega pomena, kar se pozna tudi v ponudbi. Seveda so v zvezi s tem povezane tudi težave v plačilnem prometu. Kljub temu pa imajo hrvaški kupci še vedno zaupanje v kakovost blaga, kupljenega na slovenski strani. V Metliki je mednarodni mejni prehod za vse vrste blaga. Iz tega statusa državnega prehoda bo morala Metlika potegniti tudi svoje koristi. Zaenkrat so pretok blaga, ljudi in kapitala omejeni, vendar pa je treba zadevo gledati dolgoročno in se pripravljati na to, da bodo priprave obrodile tudi pozitivne posledice. Koliko bomo seveda te koristi Belokranjci deležni, je odvisno predvsem od tega, kakšno globalno in strateško usmeritev si bo Slovenija s svojo državnostjo postavila.

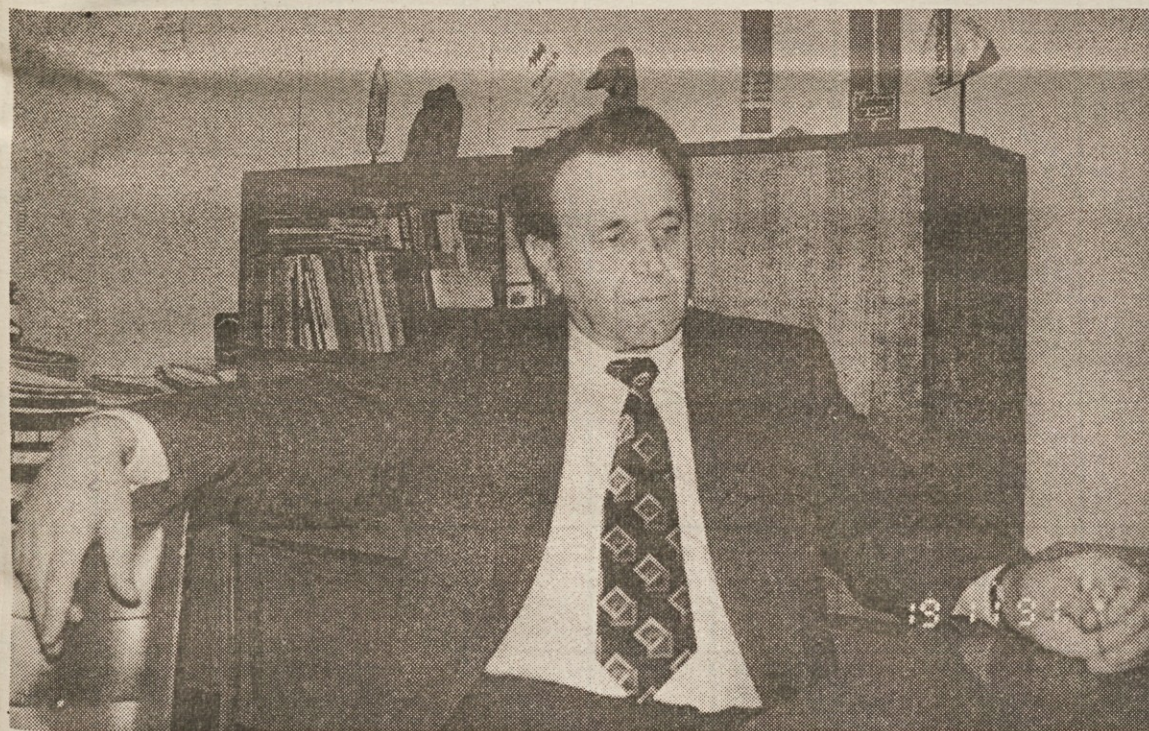
Sprašujete me, kako se kot delavci počutimo v Mercatorju. Najprej je treba povedati, kako se delavci počutijo v svojem podjetju. Dejal bi, da se njihov odnos do podjetja spreminja tako, kot se gibljejo osebni dohodki. Če so ti dobri, je počutje delavcev dobro in pripadnost k podjetju večja. Zadevo sem razložil na zelo banalen način in marsikdo mi to razlago utegne očitati. Ob tem pa je treba dodati, da je celoten razvoj našega podjetja temeljil na velikem odrekanju vseh zaposlenih prav pri osebnih dohodkih. Z osebnimi dohodki (za oktober 1991 je znašal povprečni bruto osebni dohodek na zaposlenega 16.069,00 SLT) v občini nismo niti pri vrhu, niti na dnu, smo pa med tistimi podjetji, kjer so osebni dohodki redni in stalni in med tistimi podjetji, ki ne odpuščajo delavcev. Kakšen je naš odnos do Mercatorja kot sistema? Mislim, da se naš odnos najbolje kaže v spoštovanju vseh dogovorov (komercialnih, finančnih in drugih), sprejetih v okviru sistema. V tem smislu imajo vedno prednost Mercatorjeve članice in Mercatorjeva skupna politika. Od spoštovanja tega je na vse zadnje odvisen tudi naš razvoj. Z zaupanjem gledamo na Mercator tudi v sedanjih razmerah, ko se iz samoupravljalске povezanosti levi v delniško družbo, na osnovi kapitalskih povezav. Prepričani smo, da se bo kot sistem, čeprav hiterogen po dejavnostih, prilagodil tudi vsem novostim."

"Govorim kot poslovodni delavec, verjetno pa ne bi dosti drugače o Mercatorju govorili tudi moji sodelavci. Treba pa je reči, da bi morali s permanentnim izobraževanjem specifičnih kategorij delavcev, poudaril bom prodajalce, storiti več za vraščanje Mercatorjevega duha in imidža. Gre za tako velik sistem, ki bi lahko prav z izobraževanjem prodajalcev, kot tistim neposrednim stikom s potrošnikom, brez težav vspostavljal in vzdrževal odnose z javnostjo, ki jo predstavljajo potrošniki," je na naša vprašanja odgovarjal direktor.

Detajl z Mercatorjeve ulice



Direktor Mercator-STP Metlika Janez Videtič



V novi prodajalni tekstila



Najboljša trgovina

Vesna Bleiweis

Bohinjski primat

Ribčev Laz, 7. novembra 1991 - na podlagi glasovanja bralcev Nedeljskega dnevnika je bila razglašena najboljša Mercatorjeva trgovina. Bralci so največ glasov dali samopostrežni trgovini Mercator-Savice v Ribčevem Lazu.

Spokojnost vlada v teh jesenskih dneh v Bohinjskem kotu. Krave so že zdavnaj pozabile na svoj bal, turistični delavci so zaprli vse kar se zapreti da, ob cerkvi Sv. Janeza in na znamenitem mostu ni nobe-

nega vrveža. Sem pa tja zmoti jesensko tišino kakšen traktor, avtobus. In v tej jesenski in mrzli bohinjski tihoti je Klub Nedeljskega razglasil najboljšo Mercatorjevo trgovino. Za najboljšo med Mercatorjevimi trgovinami je bila razglašena samopostrežna trgovina Mercator-Savice v Ribčevem laz. Za najboljšo so jo razglasili 7. novembra in v mrzli ter opusteli Bohinjski kot se je naselilo nekaj živahnosti.

Čez poletje je porota potrošnikov Kluba Nedeljskega je ocenjevala 13 Mercatorjevih trgovin, na podlagi glasovanj potrošnikov pa je prvo mesto pripadlo trgovini v Bohinju.

"Hura", zmagali smo!" je že od daleč opozarjalo domačine in naključne obiskovalce Bohinjskega jezera, da se pred trgovino nekaj dogaja. Dogajalo pa se je tole: znani Mile Bitenc je nadvse očarljivo vodil razdelitev nagrad izžrebanim potrošnikom ter poskrbel za del tistega vzdušja, ki ga je množica pričakovala ob napovedanem Moped showu. Izžreban potrošniki so komaj dvignili težke košare, ki so bile napolnjene z izdelki Mercatorjevih podjetij. V njih je bilo za

okrog 3.000 tolarjev blaga. Kar prav jim je prišlo. Bralci Nedeljskega, ki jih je določil žreb, so prišli z vseh koncev Slovenije. Primorci, Korošci, Štajerci, Gorenjci, Ljubljani. Pa sta bila najbolj prisrčna deklica in deček, ki sta za Mercatorjevo trgovino v Prevojah glasovala zato, "ker tam dela mamica". Še posebej pa sta se dodatne nagrade razveselili dve izmed že nagrajenih bralk, ki sta smeli 30 sekund tekati po najboljši trgovini in vse, kar sta v teh sekundah nabrali, jima je Mercator-Savica podarila.

Lani je Porota Nedeljskega ocenjevala Emonine trgovine. Priznanje za najboljšo tako izbrano trgovino, je skulptura "Kalček" in letos jo je Emona izročila Mercatorju. Odslej bo,

do prihodnje odločitve potrošnikov, v Bohinjskem kotu pri Mercator-Savici.

Rdečica na licih, nekaj zadrege in treme so kazale delavke najboljših trgovin. Ob razglasitvi so se za urejenost in založenost trgovine še posebej potrudile. Pokazati, da so res najboljša trgovina, je bilo treba predstavnikom konkurence, gostom, vsakodnevnim obiskovalcem in predvsem poslovojem cele Mercator-Savice, ki so zbrali ob razglasitvi. Dobro so jim dele pohvale, pohvalimo jih še mi, čeprav je treba zapisati tudi nekaj objektivnega:

- merila za izbiro najboljših trgovin so zgolj glasovi potrošnikov in tu navijaškega odnosa ni mogoče izključiti;
- izbira je potekala med

trgovinami, ki med seboj tako glede krajevnosti, velikosti, števila zaposlenih, izbire blaga, niso primerljive.

To so stvari, ki izbiro relativizirajo in ji zmanjšajo pomen. Vendar s tem nočemo nič zmanjšati pomena dejstva, da je bohinjska trgovina dobra. Gre le za to, da bi morda v Mercatorju, ki ma 1200 trgovin, v svojem imenu in po objektivnih merilih, ki bi jih potrdila tudi nevtralna institucija, ki skbri za interese potrošnikov, iskali dobro trgovino, jo tako tudi označili in ji v primerih, ko ne bi več izpolnjevala meril, "dobro trgovino" tudi odvzeli. Menim, da bi z uresničevanjem te zamisli motivirali veliko večje število trgovcev in potrošnikov.



Osebe najboljših trgovin



Takole je očarljivi Mile Bitenc nasmejalo Lojzko iz Vodice

Časopis poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana, Titova 137. Izdaja Center za obveščanje PSM. ● Uredništvo: Titova 137, 61113 Ljubljana. ☎ 061/183-254. ● Ureja uredniški odbor: Franc Božič, Franci Dovč, Ivan Drozdek, Marija Fajfar, Alenka Por, Nada Rihitar, Lojze Šterk, Matija Trstenjak in Franc Zdravec. ● Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis. ● Tehnični urednik: Matjaž Marinček. ● Tiska DP Delo - Tiska časopisov in revij, p. o. ● Glasilo prejemajo delavci, združeni kmetje, učenci in upokoenci PSM ● Izhaja zadnje sredo v mesecu. Naklada 14.000 izvodov. Po mnenju pristojnega republiškega organa je časopis opravičen temeljnega davka od prometa proizvodov.

Šport v Mercator-Sadje zelenjavi

Miro Vaupotič

Dober sponzor - dobri rezultati

Pod tem naslovom je bil pred dnevi v športnem časopisu "SPORTSKE NOVOSTI" objavljen krajši članek o kegljačih ekipe Mercator-Sadje zelenjava. V najbolj branem športnem časniku je bil članek zelo odmeven. Namen zapisa za bralce glasila "Mercator" pa je predvsem predstaviti ekipo, ki že vrsto let uspešno tekmuje, tako na športnih igrah Poslovnega sistema Mercator kot v ligaškem tekmovanju, po drugi strani pa še posebej poudariti uspešno sodelovanje med športniki in podjetjem, katerega ime nosi ekipa. Vsi, ki vsaj bežno spremljajo tekmovanja na vsakoletnih športnih igrah vedo, da so športniki podjetja vedno uspešno tekmovali ter bili še posebej uspešni pri svojem deležu pri organiziranju športnih iger. Veliko zaslug je pri tem šteti takratnemu predsedniku KORŠ-a kot tudi razumevanju in vsestranski podpori, ki jo imajo športniki pri direktorju podjetja gospodu Antonu Kolencu.

Ob vsestranskem športnem udejstvovanju v podjetju se je glavnina delavcev opredelila za kegljanje kot disciplino, ki jim je najbližja. Rezultat tega je bilo vedno večje zanimanje in vključitev v ligaško tekmovan-

je. Začeti je bilo treba v najnižji to je 3. ljubljanski ligi. Po prvi sezoni, ki ni bila uspešna, smo v drugi sezoni zasedli drugo mesto in se uvrstili v višjo - drugo ligo. V tej ligi smo želeli ostati, kar smo v pretekli sezoni z zasedbo devetega mesta tudi uspeli.

Stalna vadba in predvsem navdušenje kegljačev so pripeljali do tega, da so se dobri rezultati začeli kar vrstiti. Letos je na občinskih tekmovanjih v Ljubljani moški del ekipe zasedel dve četrti mesti (Bežigrad, Moste), dekleta pa so četrtemu mestu (Bežigrad) dodale še naslov občinskih prvakinj občine Ljubljana-Moste Polje. Tudi med posamezniki bodo člani ekipe prejeli medalje, in sicer Ida Golčman za drugo mesto za Bežigradom, Dušan Pusin pa srebrno za Bežigradom in bronasto za 3. mesto v Šiški. Poleg tega smo dosegli še vrsto uvrstitev med finaliste, kar tudi ni tako slabo, saj je na vsakem občinskem tekmovanju sodelovalo čez 20 ekip z več kot 150 posamezniki. Na finalnem mestnem tekmovanju, ki še bo, imamo zagotovljeno že najmanj eno 5. mesto, saj je ženska ekipa kot občinski prvak tudi finalist mestnega prvenstva.

Pa še nekaj besed o sestavi

ekipe. Ekipa, na vadbenih urah se pojavlja tudi do 30 članov tedensko, ima moški in ženski del. Celotna ženska ekipa Slavka Brzin, Ančka Sever, Ida Golčman, Marija Florjančič, Milena Pozdrec, Barbara Jantol je zaposlena v podjetju Mercator-Sadje zelenjava, fantje iz podjetja so se za uspešnejšo novo sezono v drugi ligi okrepili z nekaterimi tekmovalci, predvsem iz Mercatorjevih podjetij. Ekipo tako sestavljajo Boris Gostič, Niko Kranjc, Sead Muhalič, Suad Dizdarevič, Slavko Nikolič, Ivan Osenjak, Jure Gradišar, Zdravko Humek, Miro Vaupotič, Dušan Cušin, Medo Duraković, Miha Smrečnik, Ignac Blatnik, Pavle Gril, Zoran Kolenc,

Drago Pakozdi, vodi pa jo Jože Osojnik.

Še besedica o že začeti sezoni 1991/92. Ekipa, ki tekmuje v drugi ligi je zaenkrat dokaj uspešna, saj ima po šestih kolih same zmage. Da pa bi tekmovalo čim več tekmovalcev smo se odločili, da za tekmovalce v 3. ligi pripravimo drugo ekipo. Stroškovno to ne pomeni dodatne obremenitve, je pa za ekipo velika pridobitev, saj ima tako večje število tekmovalcev redno tekme, v ekipo pa so vključena tudi dekleta tako, da je na vsaki tekmi vsaj en ženski par. Rezultati te ekipe so slabši, a niso tako pomembni kot dejstvo, da se tekmovalci "kalijo" za konkurenco v prvi ekipi.

Kot zelo pomemben razlog za uspešnost ekipe je potrebno posebej poudariti delež podjetja - sponzorja ekipe. V podjetju je za športno udejstvovanje delavcev veliko razumevanja, tako je bila podpisana pogodba o sponzorstvu. Sponzor pokriva stroške za kegljišče, ki niso majhni. Prav tako je podjetje obleklo ekipo, ki nosi ime sponzorja tako, da je učinkovito razvidno, za katero ekipo gre. Seveda se člani ekipe zavedajo svoje obveznosti do sponzorja in upajo, da bodo z dobrimi rezultati tudi in še bolj poudarili uspešnost sodelovanja in potrdili naslov, ki ga nosi ta članek.



Gasilski posnetek po naporni tekmi - ekipa Mercator Sadje zelenjava (foto: Veli Zidar)