

emond

R E V I J A

Ljubljana, nov., dec., 1991, Leto XXX, št. 193/4

GLASILO SKUPINE EMONA

III 78177



IZ EMONE NA VAŠO MIZO



■ Mag. Marko SOK

Ob vstopu v leto '92

"Z nastopom samostojne države Slovenije se v osnovi spreminjajo pogoji poslovanja.

Kaj bo z Emona v teh novih časih? Leto '92 bo določilo osnovne parametre nadaljnega razvoja Emone. Kakšne cilje si bomo v Emoni zastavili? Na žalost se nam je poleg teh potrebnih opredelitev nabralo tudi precej problemov, ki smo jih odlagali v preteklih letih. Svetla točka pri tem je, da smo se že lotili saniranja. V kolikor nam bo pri sanacijah okolje naklonjeno, potem ima Emona priložnost, da se razvije v sodobno in dinamično organizacijo.

Mislim, da smo proe preizkušnje, ko je bilo treba pokazati, da znamo Emonci združiti sredstva, znanje in drugo potrebno za reševanje posameznih družb, že opravili. To pomeni, da so v Emoni "notranje povezovalne sile", ki jih včasih kar podcenjujemo.

Prehajanje v nove ekonomske odnose prinaša vrsto osebnih težav. Te težave se kažejo tudi v izgubljanju delovnih mest in kopičenju socialnih problemov. Nedvomno se bo v prihodnjem letu nadaljevalo obdobje tehnoloških viškov. Najbrž prihaja najnižja stopnja zaposlenosti; kar bo povzročilo vrsto osebnih, pa tudi družinskih stisk.

Posebno vprašanje so zaposleni z najnižjimi osebnimi dohodki. Tema diferenciacije osebnih dohodkov za stimuliranje zaposlenih na najodgovor-

nejših delovnih mestih je v tem primeru zasenčena s problemom preživetja določenega dela zaposlenih."

Kriza je v bistvu izziv na dolgi rok. V krizi se lahko tudi dokažeš, to je obratno, kot smo mislili do zdaj?

"Dobra stran krize je v tem, da pomeni selekcijo. Selekcija je bila pravzaprav problem prejšnjih časov, ko so pogosto prevladovali kriteriji negativne selekcije. Kazali smo na tiste, ki so uspeli doseči več in se diferencirati."

Tudi konkurenca je izziv za kakovost?

"Tako je. Kako se bo Slovenija vključila v Evropo je vprašanje sposobnosti najbolj kreativnih ljudi našega prostora. Pot razprodaje je vsekakor napačna. Ekonomska kriza, pomanjkanje sredstev za preživetje - za enostavno reprodukcijo - že sama po sebi prinaša podcenjenost naših ekonomskih potencialov. Truditi se bomo morali, da bomo zaščitili naš dosedanji razvoj, ki vendarle predstavlja potencial, ki ga ne smemo podcenjevati. Ta povezava se bo hitro pokazala. Zaenkrat nas jemljejo tuji partnerji kot manjšinskega partnerja, ne pa kot partnerja, ki bi lahko imel pomembnejšo besedo pri odločanju. Ta dilema bo še posebej aktualna pri organizacijah, ki so v stečajnih krčih in ki jih rešujemo samo s trenutnimi krpanji."

Lahko kaj rečeva v letu '92 o lastnini, o lastninenju?

"Lastninski zakoni diferencirajo tako politični prostor, kot prostor med ekonomisti in drugimi strokovnjaki. Moje stališče je nekoliko specifično: želim si le nekoga, ki bi bil lastnik, ki bi vendarle postavil hotenje za racionalnim gospodarjenjem in ki bi iz zornega kota lastništva zadolžil management za uspešno poslovanje. Nelastništvo in možnost vseh partnerjev v življenju neke države in podjetij, da vplivajo na gospodarjenje, je nemogoča situacija in v nobenem primeru ne more zagotoviti racionalnega poslovanja.

(nadaljevanje na strani 7)

In memoriam Ivan Muhič



Ime Emone je doma, pa tudi širše, prisotno že nekaj desetletij. Vrste pionirjev, njenih idejnih očetov, ustanoviteljev, kot tudi "nosilnih stebrov", najsi gre za njeno poslovanje ali razvoj, se vse bolj redčijo.

Čas, trenutek, ki ga živimo, nam potrjuje minljivost življenja in nas v njem. Tempo življenja in vse, kar je treba vsak dan postoriti hote ali nehoote delajo pregrade med nami, nas "kradejo" celo samim sebi.

Dragi Ivan!

Bil si idejni oče in "nosilni steber" tega, kar danes poznamo pod imenom Emona. Vodil si nas skozi vizijo, in svoje načrte z nami potrjeval. Marsikdaj je bilo težko, veliko je bilo neznank - pa vendarle gledano v celoti: z optimizmom, poslušhom, vedno najti izhod iz že tako hudih zagat, v medsebojni pomoči in razumevanju sodelavcev, strokovnjakov, poslovnih partnerjev doma in v tujini, nenazadnje tudi prijateljev - si smelo zrl v prihodnost.

Ob hitrem in nepričakovanem slovesu je tvoja izguba za nas še toliko večja.

Dragi Ivan ... odhajaš. V naših srcih in spominu ostajaš.

Naj ti bo lahka slovenska zemlja.

MISLI

Premajhna skrb za denar pomeni, da človek, tako rekoč "mori" embrrije kapitala, in je zato zanj tudi etični madež.

Benjamin Franklin

Iz naslovnice:

Oblikovanje naslovnice:

Radmila Novak-Ciuha
"Dekle iz Maximarketa"

Foto: Adela Ačkun

Stran 2: aranžma: Adela Ačkun,
Sandra Kermelj, foto A.A.

■ Emona Maximarket:

Maksijevih dvajset

Trgovska in gostinska hiša Emona Maximarket praznuje letos dvajsetletnico svojega obstoja. V vseh teh letih so ohranjali in razvijali image dobro založene in prijetne trgovine.

O Maximarketu nekoč, danes in jutri se stekel pogovor z njegovim direktorjem, gospodom Darkom Podreberškom:

"Gradnja stavbe se je začela v letu 1963 za potrebe slovenske vlade, vendar je bila zaradi denarnih težav ustavljena. Kasneje je "skelet" odkupil takratni Agrokombinat Emona in ob združitvi s Prehrano pod novim imenom Emona, nadaljeval gradnjo. Ideja za blagovnico je prišla iz bivšega Agrokombinata Emona; dr. Potočnik z ekipo pa je prevzel projekt.

Za tiste čase je bil to izjemno hraber podvig, saj se je vse dogajanje v Ljubljani vrtilo okrog Figovca, ta lokacija pa se je ocenjevala "skoraj za vas". Odločitev za postavitev blagovnice na takratnem "obrobju mesta" se je skozi čas pokazala za dobro."

Od kod ime Maximarket? Je mogoče najti kakšno povezavo s takratnimi modnimi trendi: mini-maksi?

"Verjetno. V tistih letih so bila moderna mini krila in maxi plašči. Prvotna zamisel je bila odpreti hipermarket (v trgovski terminologiji namreč ločimo: markete, supermarkete, hipermarkete, shopping centre in blagovnice). Lahko rečem, da je bila Prehrana pionir na tem področju: imela je prvo blagovno hišo - Supermarket, na Titovi 25 prvo samopostrežbo in Sloveniji in mi smo bili prva blagovnica takšne velikosti v tem delu Evrope.

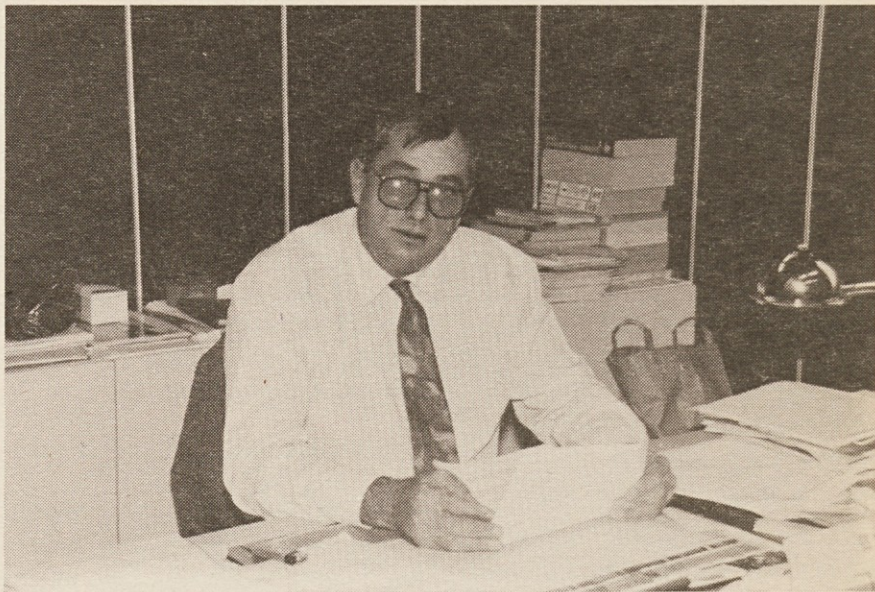
Vedno smo bili pred konkurenco. To tradicijo negujemo in vzgajamo."

Kakšna je bila prvotna podoba in ponudba Maximarketa?

"To je bila trgovska hiša s spremeljajočo gostinsko ponudbo za različne zahteve potrošnikov. Naši kuharji in ostalo osebje je poneslo sloves Maxima po Sloveniji in tudi v svet. To je bila že od začetkov protokolarna restavracija. Prav tako je bila Grill restavracija za tiste čase pojem in eno od glavnih zbirališč mladih Ljubljančanov. Maximarket je prenesel takratno življenje iz dotedanjega centra pri Figovcu k nam. Bili smo prvi v Ljubljani, ki smo poskrbeli za parkirne prostore svojih kupcev. Gledano s tega zornega kota je bil Maximarket za takratne čase med najmodernejšimi v Evropi."

So bili glede na to tudi kupci specifični?

"Maximarket ima na sploh svojo klijentelo, za katero lahko trdim, da se razlikuje od ostalih. Imamo srečo, da je v naši bližini upravni center republike, banke, včasih eminentna hiša Iskra, kar vse potencialno predstavlja ljudi z višjo kupno močjo. Zaradi tega je bila tudi



ponudba že od vseh začetkov ekskluzivna."

Kaj pa še veste o svojih kupcih?

"V lanskoletni akciji "Kdor v Maksiju kupuje si srečo kuje" smo vsakega kupca popisali z namenom, da bi ugotovili kdo sploh so naši kupci oziroma da bi zbrali njihove osnovne podatke. Izvedli smo še nekaj drugih anket. Nismo le ljubljanska trgovska hiša, pač pa k nam prihajajo kupci iz cele Slovenije. Stalnih kupcev je nekako od 40 do 50 odstotkov."

"Šestinšestdesetega leta je takrat še Agrokombinat Emona prevzel od mesta Ljubljane "betonski skelet" na Trgu revolucije (za primerjavo: dve stolpnici sta bili takrat šele na pol zgrajeni). Cilj nam je bil, da v okviru znanih blagovniških rešitev tudi v Ljubljani naredimo blagovnico. Nama je bila takrat edina večja blagovnica. Vendar so pričakovanja, perspektive za naslednjih deset, dvajset let kazale, da bo Ljubljana zrasla iz takratnih 150 tisoč na 300 tisoč prebivalcev. To nam je dalo idejo, da bi bilo dobro postaviti blagovnico za naslednjih petdeset do sto let. V Agrokombinatu nas je bilo nekaj entuziastov (štirje oziroma pet). Zadolžili so me, da nadaljujem z deli na ideji, projektu in realizaciji. Pripravil sem idejni osnutek, ki je bil tehnološki - to pomeni, kaj naj bi se tam prodajalo - in prvo ilustracijsko oceno koliko bi to stalo."

*dr. Vekoslav Potočnik,
dekan Ekonomske
fakultete v Ljubljani*

Kako ste se v Maximarketu v dvajsetih letih prilagajali zahtevam časa oziroma željam kupcev po nečem novem, jim novo prinašali tudi sami?

"Kakovost ponudbe smo vsa ta leta dopolnjevali. Po mojem mnenju je bilo najpomembnejše naslednje: odprtje pekarnice, dokončanje pasaže, deset let po odprtju Maximarketa otvoritev blagovnice v Zrečah, prenova B etaže, obnova tlakov in vitrin v A etaži in podobno. Vedno se nekaj dogaja, vse kar posodobimo je pomembno, najsi gre za naše delo ali pa v stiku s kupcem."

V želji "Biti največji, najboljši in takšen tudi ostati" si izkušnje nabirate tudi v tujini. Kako ob tem ocenjujete realne možnosti za prenos novih spoznanj, teorije in praktičnih rešitev v vašo hišo?

"Vsako stvar, ki jo prineseš iz tujine je potrebno prilagoditi našim razmeram, saj je vsak proces trgovanja specifičen. Tisto kar uspeva v Nemčiji, ni nujno, da bo pri nas. Tako smo lansko leto po vzgledu trgovin v Nemčiji začeli s podaljšanim četrtkom, vendar odziva pri kupcih ni bilo. Bolj uspešni smo bili pri drugi novosti: hostesah, ki zdaj ob praznovanjih dvajsetletnice, strežejo ob vhodih obiskovalcem kavo. Mislim, da so hostese zanimiva popestritev: za njihov izgled smo poskrbeli z oblekami, urejenimi pričeskami in ličenjem. Gledano v celoti, lahko rečem, da je bila novost dobro sprejeta. Naša želja je bila in je, da se o nas spet govori."

Kaj pa zaposleni? Kdo so tisti, ki prodajajo, kako so za to usposobljeni?

"Za image, ki ga ima Maximarket, se moramo zahvaliti prvenstveno zaposlenim, saj "gole stene" nič ne pomenijo. Prvi prodajalci Maximarketa so se že pol leta preden so sploh prišli v to hišo šolali; poslovodje tudi v tujini. Šlo je za izjemno revolucionaren pristop k poj-

movanju izobraževanja trgovcev v tistem času. V Maximarket so prišli dejansko najboljši, ki so bili mentorji mlajšim. Danes je še štirinpetdeset ljudi, ki so v Maximarketu vse od njegove odprtosti.

Emona Maximarket

"Ime Maximarket izhaja iz Migrosa. Migros v Švici ima tri tipe prodajaln: M Market, MM Market in MMM Market. Prvi so tipa naših prodajaln - marketov, MM so prodajni centri, MMM pa so pri njih blagovnice. Ko sta se leta '70 združila Agrokombinat Emona in Prehrana v skupno podjetje Emona, je nastal problem, kako imena "rangirati". Prvotno ime je bilo D objekt, potem AE center. Ker je imela Prehrana že P Markete in P Supermarket, ta pa je bila večja hiša, je prišla asociacija, da bi to bil maximarket ali hipermarket. Ker je bila ravno takrat moda mini-maxi smo potem izbrali ime Maximarket. Sicer bi lahko bil tudi Hipermarket. Osnova imena je torej v rangiranju prodajaln, vendar povezano s takratnim obdobjem mini-maxi mode. Idejo rangiranja nam je dal Migros: M (Migros Market), MM (Migros Multimarket) in MMM (Migros Maximarket). Od tu torej izhaja ideja, ki je bila potem prilagojena na našo situacijo v Emonki."

dr. Vjekoslav Potočnik,
dekan Ekonomske
fakultete v Ljubljani

psihologije prodajanja, osnove učenja tujih jezikov in podobno."

V vsakem delovnem okolju so tudi ljudje z inovativnimi idejami. Kako izkoriščate ta potencial oziroma kako prislunhnete predlogom svojih delavcev?

"Pri nas je vsaka ideja dobrodošla. Vsak predlog, idejo obravnavamo, o njej govorimo, ne glede na to od kod je prišla. Imamo nekaj ljudi, ki so pravi izvir idej in to nameravamo v prihodnje tudi negovati."

Glede na splošne trende posodabljanja in modernizacij v trgovini: kakšno je trenutno stanje na področju računalniške opreme, opreme za delo z EAN kodo ...?

"Kar se tiče poslovanja same hiše, smo z računalniki dobro opremljeni. Bili smo prva blagovnica v Sloveniji, ki je obrazce za vračilo davka tujim kupcem obdelala računalniško. Prav tako imamo optično čitanje čekov in računalniško obdelavo slipov za kartice, kar še nima nihče v Ljubljani. Čitamo tudi že magnetne zapise na kartici. Kar se tiče tehnologije smo korak naprej pred ostalimi."

Vendar so nas kljub temu nekatere trgovine prehiteli v POS sistemu iz čisto preprostega razloga: ker smo s svojim načinom poslovanja zelo specifični, določenega programa ne moremo enostavno kupiti - prevzeti od drugih. Program bo moral biti pripravljen samo za nas oziroma prilagojen našim potrebam. V ta namen smo skupaj z Emona Merkurjem ustanovili



delovno skupino, ki pripravlja podatke in usklajuje želje na tem projektu."

Kako pa sodelujete z drugimi v Emoni?

"Dogovora, ki smo ga sprejeli pred leti in ki pravi, da so naši dobavitelji prvi med enakimi, se še vedno držimo. Naši glavni dobavitelji v okviru Emone so: Blagovni center s svojo široko paleto ponudbe, Emona Mesna industrija iz Zaloga, Hortus iz Ljutomeru; sodelujemo pa tudi z našo zunanjo trgovino."

Če se ustavim pri trenutnih pogojih poslovanja pri uvozu moram reči, da največkrat sami iščemo blago; uvoznika ponavadi potrebujemo samo za to, da nam uredi "papirnato vojsko". Ocenjujem, da smo po izbiri uvoženega blaga najboljše založena blagovnica."

Kaj pa image Maximarketa v naprej?

"Sami sebe najboljše poznamo. Poznamo tudi naše slabosti, kar je velika prednost. Vemo, da je pridobljeni image zelo težko zadržati, posebno v pogojih vedno večje konkurence privatnih trgovin. Pred časom so nam predstavljale največji izziv - zaradi ugodne lokacije - trgovine na Kraigherjevi ploščadi. Mislili smo, da nam bo vzela kupce, toda strah je bil neupravičen, saj ta ploščad nikoli ni prav zaživela. Poleg tega so se kupci tudi navezali na nas in se vedno znova vračajo. Menim pa, da je vsaka konkurenca zdrava in nam je lahko le v izziv, da delamo še boljše."

V Emona Blagovnici Zreče - nasvidenje prihodnjč."

Šolanje se je nadaljevalo z emonskimi šolami za prodajalce in poslovodje. Tako imajo danes vsi prodajalci končane trgovske šole. K širitvi znanj sodi tudi tekoče izobraževanje, namenjeno vsem zaposlenim: tečajji



Ob zaključku praznovanja 20-letnice Emona Maximarketa so v Cankarjevem domu pripravili za modno revijo: Modni Bazar in izžrebali dvajset nagrad, med njimi Subaru Legacy.

Adela Ačkun
Metka Krašek

■ Emona Razvojni center:

Pitanje telet na višjo težo

Ponudba telečjega mesa, v svetu in pri nas, je glede na veliko povpraševanje razmeroma majhna. Vsa, za nadaljnjo rejo primerna teleta, se vzredijo za pleme ali spitajo za zakol na težo okrog 500 kg, ostala pa se zakolje pri nizki teži (okrog 100 kg žive teže). V svetu je tendenca, da se spitajo teleta, namenjena za prirejo teletine do čim višje teže, pri kateri pa ima meso še značilnosti teletine.

Slovenska živinoreja se vključuje v izvoz na zahtevno evropsko tržišče v največji meri s prodajo mesa ali živih mladih pitanih govedu v teži od 420 do 500 kg žive teže. Zahtevano izvozno kakovost dosegamo predvsem z živalmi kombinirane svetlolisaste pasme, ki se odlikuje z ugodnimi visokimi dnevnimi prirasti teže, z visoko klavnostjo in ugodnimi mesnimi partijami.

Svetlolisasto govedo je v slovenskem pasemskem sestavu zastopano samo v nižinskih področjih vzhodne Slovenije, zato smo bili do zdaj v veliki meri odvisni od nakupa primernih telet v sosednji republikli Hrvaški. Od tam so prihajala tudi teleta za klanje (100 kg žive teže).

Vojna v Hrvaški je tamkajšnji živinoreji naredila ogromne škode, vlada pa je iz strateških razlogov prepovedala prodajo mesa in živine izven meja republike.

Vojna v soseščini in osamosvojitvene težnje Slovenije zahtevajo čim večjo samooskrbo naše države. To pomeni, da moramo kar se da najbolje izkoristiti obstoječe potencialne v kmetijstvu, še posebej v živinoreji. Ne bomo se odrekli teletini, vendar bomo izkoristili rastni potencial mladih živali, da bodo dosegle višjo težo ob zakolu, njihovo meso pa bo še vedno kakovostna teletina.

Do takšnega spoznanja so razvite države Evrope že zdavnaj prišle in postavile temu primerne standarde, po katerih se štejejo za teletino trupi (zaklane in očiščene živali), težki do 150 kg. Ker pa je prirast žive teže predvsem pasemska lastnost, odvisna od primerne tehnologije pitanja, se ta omejitev ni pokazala kot najprimernejši kriterij, saj je treba pri hitrorastočih teletih pitanje prej zaključiti kot pri tistih z nižjimi prirasti. Zato pripravljajo v Evropski skupnosti standard, ki bo priznaval za teletino meso telet, starih do šest mesecev brez omejitve teže trupov.

Prireja teletine praktično povsod temelji na porabi velikih količin mleka ali mlečnih nadomestkov in na precej zahtevni tehnologiji pitanja, ki ni podrejena fiziološkim in etološkim potrebam

govoda prežvekovalca. Pitanje telet na višjo težo zgolj z mlekom ali mlečnim nadomestkom ni v skladu s fiziologijo njihove prebave.

Posebnosti prebave prežvekovalcev so ozko povezane z anatomsko zgradbo prebavil, ki se razlikujejo od ostalih domačih živali. To jim omogoča dobro izkoriščanje vlakninaste oziroma voluminozne krme. Dinamika rasti predželodcev postane intenzivna že nekaj tednov po rojstvu, ko mlado tele postaja prežvekovalec. Njegova prehrana v tem času prehaja z mleka na krmo. Predželodci se ne razvijajo, če tele dobiva samo mleko, oziroma tekočo krmo. Ob prehodu na nemlečno krmo pa se rast teleta začasno zmanjša. To je tudi osnovni razlog, da se pri nas teleta kolje pri nizki živi teži (100 kg), ko bi bilo treba z mleka preiti na krmiljenje s krmili. Za meso takšnih telet je značilna bela oziroma bleda barva mesa, po kateri potrošniki zaradi vaječnosti tudi prepoznavajo teletino.

Bleda barva takšne teletine je zgolj posledica prehrane z mlekom, v katerem je deficit železa (Fe), ki ima osnovni vpliv na barvo mesa. Bledo (belo) meso je torej anemično in po vrhu še manj okusno.

Zaradi navajenosti potrošnikov na blede barvo teletine kot prepoznavni element in v želji, da bi izkoristili rastni potencial mladih telet, so bile razvite tehnologije pitanja z mlekom in mlečnimi nadomestki na višjo težo. Takšne tehnologije so zelo zahtevne, da bi obdržali teleta pri zdravju kljub fiziološko neprimerni prehrani, ki je po vrhu še cenovno zelo draga.

Ti razlogi in sestav Emona so bili povod, da smo v Emona Razvojnem centru za prehrano pristopili k raziskovalnemu projektu, s katerim želimo razviti tehnologijo pitanja telet na večjo težo s suhimi koncentratii. Taka tehnologija bo zaradi veliko nižje cene krme od cene mlečnih nadomestkov, bolj gospodarna in za rejce manj zahtevna. Menimo, da bo meso na takšen način spitanih telet sprejemljivo tudi za porabnike "bio živil", ki odklanjajo meso telet, spitanih z mlečnimi nadomestki in ki sprejemajo naravno, zdravo, rožnato barvo telečjega mesa.

Gibanje "Bio" je priklicalo v življenje med drugimi "bio živilii" tudi meso. Bio meso zavzema na tržišču zahodnoevropskih držav že pomemben delež, ki še narašča.

Za Slovenijo kot živinorejsko državo, je pridelava bio mesa tržno gotovo zelo zanimiva, ker ima bio meso med

kmetijskimi in živilskimi proizvodi najbrž največje možnosti za izvoz.

Pri trženju bio mesa postane zelo pomembno, da so kakovostne zahteve tržišča po bio mesu točno definirane, da dobimo trdna izhodišča za proizvodne postopke, kontrolo kakovosti in tržni oziroma propagandni pristop. Torej, vedeti moramo, kaj bio meso je in kaj ni.

Osnovne standarde za prirejo mesa v biološkem kmetovanju je dala Mednarodna zveza gibanj za organsko kmetijstvo (IFOAM). Njene načelne smernice, ki se nanašajo tudi na živinorejo, bomo upoštevali v našem projektu.

Z raziskovalno nalogo želimo ugotoviti primerno sestavo krme za tak način pitanja in do katere klavne teže ohrani meso značilnosti teletine, ki je primerljiva z mesom telet, spitanih z mlečnimi nadomestki.

Ker je v Emoni sklenjena veriga od proizvodnje krmil, prireje mesa, prek klavnice, mesnic in gostinstva do potrošnika, imamo enkratno strokovno in organizacijsko možnost, da s tem projektom prelomimo do zdaj tradicionalno odklanjanje bolj zdravega telečjega mesa z večjo vsebnostjo mišičnih barvil.

Program raziskav je zastavljen takole:

- Poskusi pitanja telet z variantami koncentratne krme in mlečnimi nadomestki ter klanje telet pri teži 300, 250 ter 200 kg žive teže.
- Raziskava klavne kakovosti.
- Raziskava organoleptičnih lastnosti mesa.
- Trženje tovrstne teletine v verigo proizvodnje - priprava - potrošnja; povedano drugače: od njive do mize.

Prva teleta iz tega poskusa so že bila zaklana in spremljali smo reakcije vseh, ki na meso težjih telet in njegovo temnejšo barvo niso navajeni. To pa smo praktično vsi potrošniki.

Ugotovili smo klavnost in s tem tudi najvišjo težo, do katere lahko teleta pitamo, da ne presežemo standarda za težo trupov. Pokazalo se je tudi, da je potrebno zelo pazljivo ravnanje s teleti pred in po zakolu. Mesarji emonskih mesnic, ki so prevzeli v maloprodajo klavne polovice, so dali koristne pripombe in pokazali na napake pri klavniški obdelavi takih telet. Sprejem tega mesa pri potrošnikih je spodbuden, kar kaže, da ljudi vsaj pri najdragocenejših mesnih delih temnejša barva mesa ne moti, da to meso sprejemajo kot okusno teletino.

Raziskovalni projekt še ni zaključen. V nadaljevanju bomo izhajali iz dosežanih spoznanj in izkušenj, kako potrošniku ponuditi kakovostno meso na njemu primeren način.

dr. Miha Gajster

■ Mag. Marko SOK

Ob vstopu v leto '92

(nadaljevanje s strani 3)

Kot prvo si torej želim, da bi prišlo do lastnika. Razdelitev premoženja, kriteriji za razdelitev; v vsakem primeru gre za neko formulo, ključ, ki ne more biti v celoti pošten; nekdo bo izpuščen. Mislim, da je podcenjeno izhodišče preteklih dosežkov v organizacijah, da so delavci v dokajšnji meri prispevali k razvoju podjetij. Prav tako je podcenjeno mesto vodstev podjetij. Zato bi morali pri razdelitvi dati poudarek zaposlenim. Zelo dobro bo treba določiti mesto države in politike v gospodarstvu, kjer do zdaj ne eni ne drugi niso dosegali potrebne afirmacije v smislu ekonomskih rezultatov."

Če se vrneva k priznanju Slovenije, njenemu mestu v mednarodnem gospodarstvu: kakšna je vloga partnerjev, vlaganj tujcev, kot izziv za novo kakovost?

"V stikih, ki jih imamo s partnerji nimam slabega občutka glede na naše možnosti in sposobnosti. Mislim, da smo enakovreden partner, če ne po kapitalu, pa vsaj po strokovnih znanjih. Kako bo z Emono je veliko vprašanje. Optimalna bi bila povezava s partnerjem, ki bi uspel najti skupni interes s celotno Emono. Glede na heterogenost Emone bo to seveda težko. V poštev prihajajo posamezne rešitve za posamezne dejavnosti: recimo trgovina, Emona Hoteli Bernardin, predelovalna industrija in podobno. Kako vse povezati v skupen sistem je zahtevna naloga. Nova organizacija, ki jo že pripravljamo, naj bi omogočila vsaj nivo holdinške povezave, ki daje temelje za finančno koncentracijo, zmanjševanje poslovnih rizikov in zagotavlja boljše usmerjanje sredstev za razvoj.

Vsem zaposlenim v Skupini Emona in njihovim družinskim članom želim srečno in uspešno v leto 1992."

■ Iz Agroemone:

Plodovi jeseni

Na poljih Agroemone so letos pridelali v povprečju 5,2 ton pšenice na hektar. S tem so prvič prekoračili "magični pridelek" pet ton na hektar.

Kot nam je povedala vodja poljedelske proizvodnje v Agroemoni, Irena Bantan, je bila pri ostalih pridelkih letina povprečna:

"Na 186 hektarjih oljne ogrščice smo poželi v povprečju 2816 kilogramov po hektarju. Ovsa smo pospravili s 129 hektarjev po 3191 kilogramov, jarega ječmena po 3881 kilogramov, rži pa po 3399 kilogramov na hektar. Krompirja smo pobrali 30,6 tone po hektarju in buč 1758 kilogramov po hektarju. Iz zasejanih 729 hektarjev koruze smo pospravili za koruzno silažo 31 606 kilo-

gramov, za zrnje pa 17 565 kilogramov po hektarju. Vremenskih težav pri pobiranju pridelka ni bilo."

Vežano na jesensko setev nadaljuje:

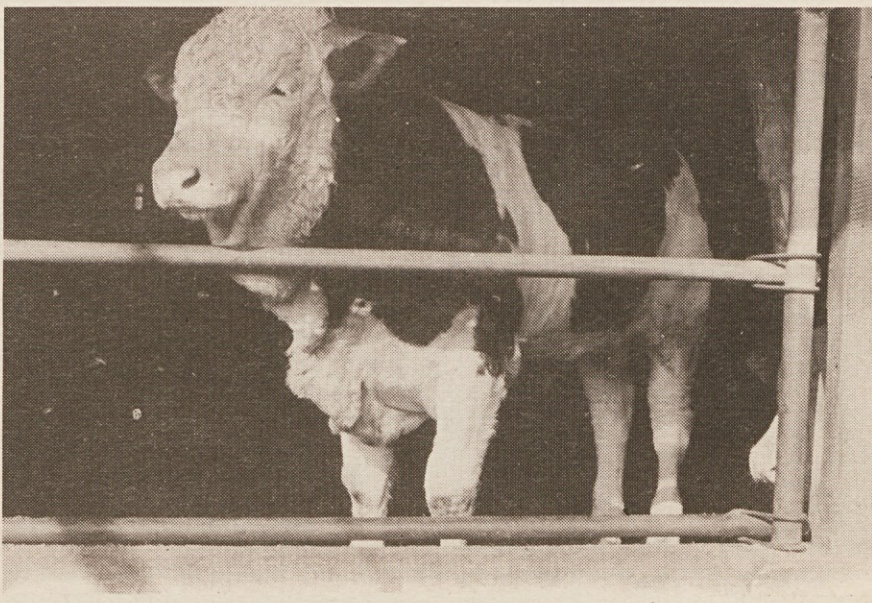
"Hkrati s spravilom pridelka je potekala setev ozimim. Oljno ogrščico smo posejali na 168 hektarjih in rž na 161 hektarjih. Pšenico smo to jesen posejali na 218 hektarjih (lani pa na 122 hektarjih).

Priprave na spomladansko setev so tudi že končane. Vsak dober gospodar ve, da je od pravilne in pravočasne priprave tal, odvisna naslednja letina: njive so zrahljane, čez zimo pa pripravimo oziroma servisiramo tudi strojni park."

Metka Krašek



Ajda spet v "modi": ajda na polju ..., ajda s polja ...



Farma Smednik: "Meso" Agroemone v zalogah v "živo".



Miklavž v Emona marketu na Jesenicah, kot ga predstavlja vodja delikatese - Anica Stopar.

Emona Merkur Market Jesenice, poslovodkinja Marija Branc: "Ponudba, izbor pri nas je, lahko rečem, pester. Še posebej se lahko pohvalim glede ponudbe v naši delikatesi. Kupci pravijo: "K vam pridemo, ker to kar iščemo pri vas tudi dobimo." Zatakne pa se pri visokih cenah, draginji. Tako določenih izdelkov že skoraj ne prodajamo več ali pa v zelo majhnih količinah. Verjetno to v Ljubljani še ni tako vidno, mi na Jesenicah pa to že zaznamo. Ljudje kupujejo skoraj samo še tisto, kar je pri določenih živilih najceneje, na primer: ni več važno, kakšen je sir, pač pa da je najcenejši. Seveda so tudi še takšni kupci, ki kupijo malo sira, ampak dobrega. Nekdo hoče ementalca, drugi ne - odvisno od okusa in iz tega zornega kota imata pač oba kupca svoj prav.

Podobno velja tudi pri prodaji salam. Koncem novembra in v prvih dneh decembra lani smo prodali 800 kilogramov madžarske ogrske salame. "Nosili so jo kot, da jo podarjamo." Res je, da je bila za tiste čase cena ugodna. To, koliko smo te salame prodali v istem času letos pa je naša skrivnost. Rečem lahko le, da je razlika velika."

■ Emona Globtour:

Budget Rent a car

"V našem voznem parku imamo 220 vozil, od tega 40 najetih. V garaži je še sto avtomobilov - zanje smo plačali davke in carine, registrirali pa jih bomo v letu '92", pravi vodja dejavnosti Rent a car Marijan Kastelic.

Trenutno situacijo na tem področju ocenjuje:

"V primerjavi z lanskim poslovanjem se nam je trg letos močno zmanjšal. Veliko svojih vozil smo prodali. Kakor kaže bomo prihodnje leto poslovali samo še v šestih poslovalnicah v Republiki Sloveniji. Podobno velja tudi za vse ostale Rent-a care, ki so prisiljeni prepeljati svoje avtomobile iz področij Jugoslavije v Slovenijo. Mislim, da bo v naslednjem letu v Sloveniji več avtomobilov kot jih narekujejo potrebe trga, zato bo kakovost v ponudbi pri izboru odločilna."

A.A

Novo v decembru: Emon

Razvojni oddelek Emona Blagovnega centra nudi v teh dneh nov proizvod: Emon. Ideja izhaja iz bivše Emone Dietetike, razvoj v Emona Blagovnem Centru pa je vodil inž. Brane Kraševac.

O Emonu pravi vodja projekta Uroš Gunčar naslednje: "Emon je fermentiran mlečni izdelek brez konzervansov, ki poleg Enemona vsebuje še jogurt iz posnetega mleka in sadno pasto. Izbiramo lahko med tremi različnimi okusi: jabolkom s cimetom in rozinami (okus, ki spominja na jabolčni zavitek), marelico in maracujo."

Z Emonom lažje vzdržujemo primerno telesno težo in uspešno hujšamo. Z njim lahko zamenjamo kakšnega od dnevnih obrokov. Posebno primeren je ob vsakodnevni naglici, saj daje osvežilen, okusen in zdrav obrok."

■ Ob zaključku redakcije:

Iz Supermarketa Osijek

Verjamemo, da so delavci Emone seznanjeni, da se trenutno v enem izmed najbolj ogroženih delov Republike Hrvaške nahaja tudi Emonin Supermarket v Osijeku.

Čeprav smo v rednih stikih z delavci Emona Supermarketa v Osijeku, smo jih poprosili, da nam povedo, kako trenutno živijo in poslujejo.

Takole javljajo: "Minili so že več kot štirje meseci, odkar sovražnik nenehno obstreljuje naše mesto. Intenzivnost vsakodnevnih napadov je različna. V zadnjem času mesto napadajo vse pogosteje predvsem z različnimi vrstami orožja: od topov, minometalcev, metalcev raket do bomb iz letal.

V teh napadih ni bilo prizanešeno niti naši blagovnici. Že v prvih dneh vojne je padlo nekaj granat tudi na naš objekt. Uničena so bila izložbena okna (steklo), vsa steklena vrata in streha.

Zaradi naštetega smo bili v Emona Supermarketu Osijek prisiljeni poskrbeti za drugačen način dela - v izrednih, vojnih razmerah.

Težave pri samih prihodih in odhodih z dela, "delovni, vojni in siceršnji vsakdan" Osijeka, Osiječanov, so narekovali drugačen delovni čas: pritličje blagovnice je vsak delovnik odprto od osme do petnajste ure; kletni prostori - kjer sta samopostrežna trgovina in bife pa od sedme ure zjutraj do dvajsetih zvečer.

Pri delu, ponudbi in sicer v stikih s kupci se trudimo biti kar najboljši. Do zdaj se s tem lahko pohvalimo.

Poseben problem predstavlja oskrba blagovnice s prodajnim asortimanom, predvsem zaradi ovir pri dostavi blaga v Osijek. Delavci Emona Supermarketa v Osijeku pričakujemo v tej smeri razumevanje in pomoč Emone.

Zaposleni si želimo, da bo vojne kmalu konec, da bodo prišli časi miru, obnove in novega življenja."

Ivo Resler



Ljubljana, 24. oktober: Slovenci smo se odzvali pomoči za sosednjo Hrvaško: pred Maximarketom so Ljubljanske mlekarne in Ljubljanci zbrali več kot 20 000 litrov vode za Dubrovnik.

■ .Emona Globtour:

Z nami na sneg in sonce

Program zimovanja, počitnic - športno-rekreativno ponudbo Emona Globtourja predstavljamo z vodjo komerciale, Jožetom Kovačem. V pogovoru smo se najprej zaustavili pri ponudbi "zime", najsi gre doma ali v tujini.

"V ponudbi so zajeti naslednji smučarski centri v Sloveniji: Kranjska gora, Bled, Rogla in drugo. Zakup je narejen na apartmajih in na hotelih, najsi gre za penzion, polpenzion ali najem. Cene se gibljejo od 2.169.- SLT za najem apartmaja pa do 18.000.- SLT za polni penzion.

Cene veljajo za osebo, za teden dni, brez smučarske karte. Odvisne so od termina počitnic in kategorije hotela.

Program je razdeljen na štiri termine: najdražji termin predstavljajo božični in novoletni prazniki; počitnice so cenejše in vezane, najsi gre za počitnice ljubljanskih ali drugih šol. Drugi termini so cenejši. Ponudba v Sloveniji je pestra, saj zajema tako najboljše hotele kot zasebne sobe."

Imate tudi ponudbo tedenskih zakupov v hotelih, ki so vezani na morebitne popuste pri smučarskih kartah?

"To je odvisno od smučišča. Nekatera smučišča dajejo popust gostom Emona Globtourja. Treba je pač pogledati od smučišča do smučišča, kar je razvidno v ceniku.

Opozoriti moram, da je pri nekaterih naših novoletnih programih silvestrska večerja vključena, pri drugih pa jo je potrebno doplačati."

Vaša ponudba v tujini: ustaviva se najprej v Avstriji:

"V Avstriji imamo aranžmaje predvsem v smučarskih centrih Koroške, Salzburške in Tirolske. V tedenskem najemu imamo zakupljene dvo, štiri in šest posteljne apartmaje. V večini primerov je v najem vključeno vse, tako, da ni posebnih doplačil, razen



turističnih taks (vključujoč porabo elektrike in čiščenja ob odhodu).

Pri smučarskih vozovnicah je podobno kot v Sloveniji - od smučišča do smučišča je različno. Ponekod so popusti za večje skupine ali za več družin skupaj. Možnosti je torej več, vse pa je odvisno od posameznega smučišča. Posebne popuste imajo gosti Emona Globtourja v Lienzu in v Mauterndorfu."

Gre vedno za prevoz v lastnem aranžmaju?

"Ja, to velja za našo celotno smučarsko ponudbo."

Kaj pa smučišča v Italiji?

"V Italiji imamo v zakupu zaokroženo ponudbo v Dolomitih: Kronplatz, Val Gardena, Madonna di Campiglio in drugod. V glavnem gre za najem različnih apartmajev, različne so cene njihovega najema - pač glede na različne termine zakupa. Gibljejo se od 299.000.- LIT do 739.000.- LIT."

Predstavlja letos Švica vašo novo ponudbo?

"Švico smo imeli v programu že lani, na primer Crans Montano. Gostje so bili s smučišči zadovoljni."

Zimske počitnice v naravnih zdraviliščih in na morju

"Nudimo predvsem penzione v vseh slovenskih zdraviliščih: od Radencev do Čateških toplic. Posebej naj omenim še novoletno ponudbo v Radencih: štiri ali sedem dnevno potovanje z avtobusnim prevozom."

Predstavlja še vašo ponudbo na morju:

"Za novo leto in božič ponujamo na morju Strunjan in Portorož. Nudimo apartmaje ali bivanje v hotelih, najsi gre za penzion ali polpenzion. Ponudba je zanimiva, saj se vsak dan nekaj dogaja.

Tako kot pri smučanju so tudi tukaj vključene silvestrske večerje."

Počitnice "topleje"

"Najbolj atraktivno je prav gotovo potovanje na Sejše, Reunion in na Mauritius od 25. decembra do 6. januarja. Moram poudariti, da je cena zelo ugodna: 3.959.- DEM. Potovanje traja skupaj trinajst dni. V ponudbi smo poskrbeli za ogled različnih znamenitosti, prav tako pa tudi ne bo zmanjkalo časa za kopanje.

Podobno temu je tudi novoletno potovanje na Ciper od 26. decembra do 2. januarja. Na Cipru imamo ponudbo v

šestih hotelih, od dveh do petih zvezdic kakovosti.

Devetdnevno potovanje v Egipt se začne 27. decembra. Cena je 715.- USD. Gre za potovanje na jug Egipta, s povratkom vse do Kaira. Dopolnjujejo se letalo, ladja in avtobus.

Petdnevno potovanje v Turčijo - Carigrad se začne 30. decembra. Vključuje silvestrovanje oziroma novoletno zabavo v Turčiji. Cena je prav tako zelo ugodna: 315.- USD.



Ob naštetem imamo pripravljena še avtobusna potovanja po Evropi, predvsem obiske različnih prestolnic: Dunaja, z začetkom 13. decembra do 2. januarja za 505.- DEM. Vključeni so ogledi mesta, vstopnine in slavnostna večerja na Dunaju. Podobno velja za Rim: od 30. decembra do 2. januarja za 249.000.- LIT. Zanimivo potovanje, ki ga moram omeniti vodi na Gardsko jezero in v Gardo in sicer od 31. decembra do 2. januarja za 406.- DEM.

Naše najcenejše silvestrovanje pa vam nudimo v Ormožu, od 31. decembra do 1. januarja za 3.250.- SLT."

Adela Ačkun

Kadroviki v Portorožu

Kadrovski delavci Skupine Emona so se v mesecu oktobru zbrali na dvodnevem strokovnem srečanju v Emona Hotelih Bernardin. Govorili so o tekočih problemih na področju kadrovske dejavnosti. Vodja Službe za razvoj kadrov Emona V.P.S. Alenka Klemenčič nam je v pogovoru povedala:

"Srečanje smo namenili nekaterim novostim s področij, s katerimi se kadrovski delavci ukvarjajo. Teme so bile zelo aktualne. Poudarek je bil na novostih Zakona o pokojninskem in invalidskem zavarovanju. Spremembe tega področja so za kadrovske delavce zelo pomembne, saj so oni tisti, ki morajo svojim sodelavcem dajati tovrstne informacije. Govorili smo tudi o kategoriji presežnih delavcev. Udeleženci so na konkretnem primeru reševali to vprašanje. To je bila za vse dobra izkušnja, ki jo bomo lahko koristno uporabili pri razreševanju podobnih problemov v posameznih družbah Skupine Emona. Pri reševanju študije primera (case study) so posamezni kadroviki zastopali različna mnenja o katerih smo se pogovorili in skušali skupaj najti najboljšo možno rešitev. Po odmevnosti lahko rečem, da je bila vaja za udeležence uporabna.

Poleg spremljanja vseh novosti s področja dela kadrovskih služb, na naših srečanjih dopolnjujemo že obstoječa znanja tako s področja zakonodaje kot tudi s čisto konkretnih področij: na primer sprejema novih delavcev, spremljanja razvoja kadrov, načrtovanja, planiranja kadrov in podobno. Eden izmed osnovnih namenov je tudi ta, da se kadrovski delavci srečamo in si med seboj izmenjamo izkušnje. Tako se spoznamo in ko pridemo do določene problema, ga lahko lažje in uspešneje rešujemo skupaj s kolegi iz drugih emonskih podjetij. Več izkušenj prav gotovo daje boljše rezultate pri delu.

V naša srečanja smo vpeljali še en nov namen oziroma cilj: vsi kadrovski delavci naj bi postopoma podrobneje spoznali posamezna emonska podjetja. Tokrat smo začeli z Emona Hoteli Bernardin. Njihovo delovanje nam je predstavil direktor Čedomil Vojnić, kadrovska služba in njeno strukturo pa Matej Matičetov."

Predstavljajo srečanja kakšno tradicijo?

"Srečanja potekajo že od leta 1989. Takrat je bil narejen program, ki smo ga praktično skoraj že v celoti izvedli.

Izobrazba kadrovskih delavcev je dokaj heterogena, zato smo v ta program vključili predvsem tiste teme, ki jih redni izobraževalni programi ne

vsebujejo. Tako smo določena poglavja iz psihologije osebnosti, sociologije dela že poslušali; ostalo je le nekaj odprtih vprašanj, ki jih bomo skušali obravnavati prihodnje leto."

Kdo so bili udeleženci?

"V glavnem prihajajo delavci iz kadrovskih služb. Struktura je zelo različna, odvisna pač od tega, kako so v posameznih kadrovskih službah organizirani: ponekod imamo vodje kadrovske službe, drugod le kadrovske referente. Povabljeni so bili vsi, tako, da so bili bolj ali manj tudi prisotni.

K sodelovanju smo poleg emonskih predavateljev povabili še dva predstavnika Skupnosti pokojninskega in invalidskega zavarovanja: enega iz ljubljanskega in enega iz koprškega področja."

Omenili ste, da so bili odzivi udeležencev na vsebino srečanja dobri. Kaj pa njihovi predlogi za naslednje seminarje?

"Nekateri udeleženci so predlagali, da bi radi izvedeli kaj več o novi stanovanjski zakonodaji. Predlogu smo se takoj odzvali in pripravili kratko predavanje na to temo. Hkrati so kadrovski delavci za naslednja srečanja predlagali še nekaj drugih tem, ki jih bomo obravnavali v letu 1992."

Kakšna je povezava med različnimi kadrovskimi službami v Emoni?

"V zvezi z zaposlovanjem v emonskih podjetjih smo ugotovili, da smo na tem področju še premalo povezani. Tisti kadrovski delavci, ki se med seboj nekoliko bolj poznajo se že pokličejo in vprašajo drug drugega za nasvet.

Služba za razvoj kadrov Emona V.P.S. pa je strokovna služba, ki pomaga različnim kadrovskim službam pri njihovem delu, daje metode in tehnike, ki jih pri svojem delu potrebujejo.

Ob tem smo se na srečanju dogovorili o sodelovanju med kadrovskimi službami različnih podjetij v Emoni. Izhajali smo iz programa srečanj, ki je bil začrtan in analizirali tisto, zaradi česar še ni bil v celoti opravljen.

V okviru načrtov o bodočem delu, smo se dogovorili, da se bodo srečanja vsekakor nadaljevala. Dobivali se bomo vsaj vsak drugi mesec, lahko pa tudi pogosteje, da bomo tekoče sledili vsem spremembam na področju kadrovske dejavnosti. Skušali bomo uresničiti tudi tisto, kar nam je še ostalo iz sprejetega programa. Iz pogovorov, ki jih bomo imeli s kadrovskimi delavci, bomo poiskali nove, aktualne teme za srečanja."

Metka Krašek



Ljubljana, 11. september: "Kako predstavljamo, kako predstaviti, slovensko gospodarstvo v Evropi in svetu?", je bila ena od najaktualnejših tem na letošnjih dnevih Media Marketinga.

V pokoj: "po novem"

O novostih zakonodaje s področja pokojninsko-invalidskega zavarovanja v Sloveniji je na Dnevih kadrovskih delavcev Emona v Portorožu 15. in 16. oktobra govoril direktor za izvajanje zavarovanja pri Skupnosti pokojninsko invalidskega zavarovanja Republike Slovenije, Boris Gačnik.

Slovenski parlament naj bi o novem zakonu razpravljal v sredini decembra in ga tudi sprejel. Opozorimo še enkrat na spremembe, dopolnitve in novosti, kot jih predstavlja Boris Gačnik:

- Najpomembnejša novost Zakona je dvig starostne meje za upokožitev; le-ta naj bi po novem znašala 63 let za moške in 58 let za ženske. Vendar se bo ta starostna meja dvigovala postopoma v obdobju šest let (vsako leto za pol leta).
- Prostovoljno zavarovanje za vse tiste, ki ne opravljajo dejavnosti, na podlagi katere bi bili obvezno zavarovani.
- Dodatne oblike pokojninskega in invalidskega zavarovanja, ki jih lahko organizirajo podjetja ali zavarovalnice.
- Dokup let za čas študija na visoki ali višji šoli ter za čas služenja vojaškega roka.
- Nova definicija invalidnosti.
- Odprava instituta spremenjene delovne zmožnosti.
- Nov način odmere denarnih nadomestil delovnim invalidom, razen nadomestil za delo s skrajšanim delovnim časom. Nadomestila se odmerijo v višini razlike med pokojninsko osnovo in plačo za delo na drugem, ustreznem delu.



- Definirani so vsi prejemki, ki jih pri izračunu pokojninske osnove, od katere se odmeri pokojnina, ne bo moč upoštevati (na primer: nagrade ob delovnih jubilejih; prejemki, ki pomenijo povračila materialnih stroškov in podobno).
- Zelo pomembna novost je v poglavju o zagotavljanju sredstev, saj je v zakonu dana možnost pridobivanja sredstev, pridobljenih z lastninskim preoblikovanjem podjetij, iz lastničenja in gospodarjenja s stanovanji, vrnitve premoženja skupnosti in denacionalizacije.
- Nova organizacija pokojninskega in invalidskega zavarovanja - Zavod namesto dosedanje Skupnosti.
- Med prehodnimi določbami, ki zagotavljajo kar najbolj korekten prehod zavarovancev in upokoženecv iz veljavnega sistema v nov sistem pokojninskega in invalidskega

zavarovanja, omenimo le najpomembnejše, to je tisto, ki ureja možnosti za uveljavljanje pravice do pokojnine po zdaj veljavnih predpisih. Zavarovanci, ki bodo pogoje za pokojnino po zdaj veljavnih predpisih izpolnili do 31. 12. 1991, bodo lahko uveljavili svoje pravice pod temi pogoji kadarkoli v prihodnosti, pri čemer bo edino zakonsko omejitev pomenila samo časovna možnost pridobitve pravice po zdajšnjih pogojih."

A. A.

Seminar za pripravnike

Ljubljana, 28., 29. november: Služba za razvoj kadrov Emona V.P.S. je za pripravnike Skupine Emona s končano srednjo šolo in več, organizirala dvo-dnevni seminar.

Poslovni sistem Emone, njeno mesto v slovenskem gospodarstvu in vizijo razvoja je prvi dan udeležencem orisal generalni direktor Skupine Emona mag. Marko Sok. Govoril je o nekaterih vprašanih v Emoni kot so: spremembe lastništva, položaj v Agroemoni, v Emona Hotelih Bernardin, povezave z Evropo in drugo.

Izvršni direktor za upravljanje podjetij Valter Nemeč je v svojem predavanju izpostavil kot pomembne teme: management, podjetništvo in inovativnost. Na predavanjih so nam predstavili posamezna podjetja Emone: Emona Merkur, Emona Mesno industrijo Zalog, Emona Razvojni center, Emona Elektronski center in Odvetniško pisarno Emona.

Vodja službe za razvoj kadrov Alenka Klemenčič je predstavila osnove ustvarjalnega mišljenja, pripravniki pa smo svojo ustvarjalnost preizkusili pri reševanju nekaterih konkretnih problemov. V okviru spoznavanja kadrovske politike v Emoni nam je strokovna sodelavka za organizacijo mag. Nada Zupan orisala nekatere teorije, ki se ukvarjajo z vprašanjem izboljšanja produktivnosti oziroma z ugotavljanjem različnih dejavnikov, ki vplivajo na delovno uspešnost. Na osnovi teh teorij so tudi za Emono izdelali model za razvoj in strokovno delo s kadri.

Metka Krašek



Ljubljana, 26. november: Kako se učimo tuje jezike po AVS metodi? Katerih jezikov se lahko učite? O tem je tekla beseda ob predstavitvi AVS metode učenja tujih jezikov novinarjem.

Blagovne znamke

Ni še tako dolgo od tega, ko so večino proizvodov trgovci prodajali iz vreč, sodov, zabojev..., na katerih navadno ni bilo nobene oznake proizvajalca ali dobavitelja.

Sčasoma so se stvari spremenile, ponudba izdelkov pa je šla v smeri vedno večjega razlikovanja, vse več ponudnikov je želelo svoje izdelke ločiti od konkurenčnih, ne le po kakovosti, po posameznih značilnostih, po designu, embalaži, ampak tudi z imenom oziroma z blagovno znamko.

Število izdelkov z blagovno znamko se širi, najdemo jih ne le med tistimi, ki so namenjeni široki potrošnji, pač pa tudi med raznimi polizdelki, ki se vgrajujejo v končne izdelke pa tudi med pridelki in sadjem (danes lahko kupimo že pomaranče, ki imajo nalepljene etikete z blagovno znamko ali pa so zavite v papir, na katerem je natisnjena oznaka blagovne znamke).

Kaj je blagovna znamka? Kako bi jo opredelili?

Po Kotlerju, znanem strokovnjaku s področja marketinga, je blagovna znamka ime, termin, znak, simbol, design ali kombinacija vseh teh elementov. Njen namen je identificirati blago (ali storitev) enega proizvajalca in ga ločiti od blaga oziroma storitev drugih, konkurenčnih proizvajalcev. Da bi imel lastnik blagovne znamke izključno pravico uporabe, mora blagovno znamko z vsemi svojimi sestavnimi elementi pravno zaščititi.

Za to, da je proizvodov z blagovno znamko na trgu vedno več, najdemo razloge tako pri proizvajalcih kot pri kupcih. Proizvajalec s pomočjo blagovne znamke zaščiti specifične

lastnosti svojega proizvoda, da jih ne more prevzeti konkurenca. Z blagovno znamko ima možnost, da pridobi krog znamki zvestih potrošnikov in to mu olajšuje načrtovanje cene, prodajnih poti, promocije, skratka vseh elementov marketinškega spleta za izdelek. Z blagovnimi znamkami se lažje prilagaja različnim segmentom na trgu in blagovne znamke pomagajo pri graditvi imaged podjetja. Za potrošnike so blagovne znamke koristne, saj jim pomagajo, da lažje ugotavljajo razlike med posameznimi znamkami, skratka, da so pri nakupih bolj uspešni. Določeno prednost predstavljajo tudi za trgovino: enostavnejše je naročanje, delo z dobavitelji, ponudba je kakovostnejša in bolj privlačna za kupce.

Pri nas poznamo celo primere, ko je blagovna znamka dosegla tolikšno sprejemljivost in razširjenost na trgu, da je postala sinonim ali drugo ime za izdelek. To se je zgodilo z zobno pasto Kalodont, ko so kupci, če so mislili na zobno pasto, govorili o Kalodontu.

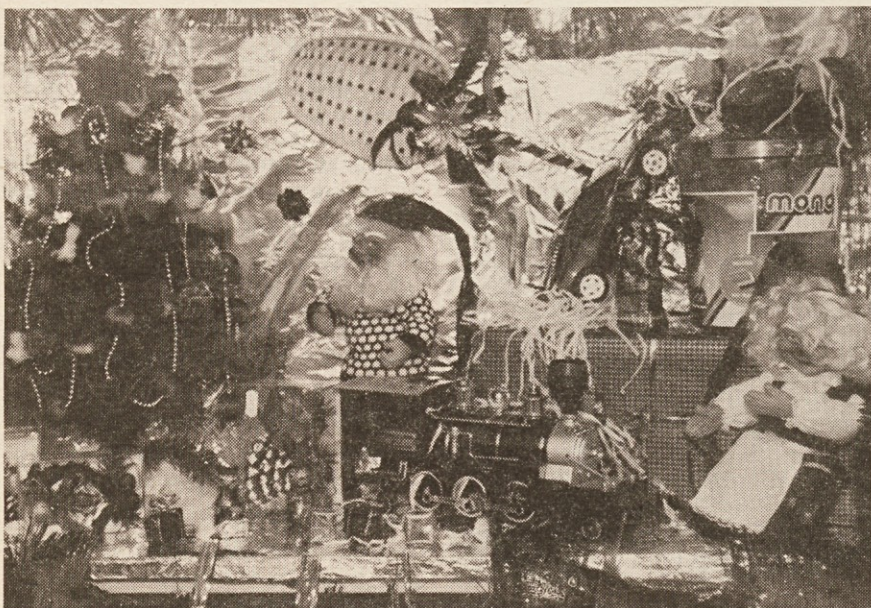
Izdelke z blagovno znamko lansirajo na trg proizvajalci ali trgovina. Izdelki z blagovno znamko na našem trgu so večinoma blagovne znamke proizvajalcev. V svetu se tudi velika trgovska podjetja odločajo za svoje lastne blagovne znamke, ki pogosto niso nič manj znane od blagovnih znamk proizvajalcev. V tem primeru gre namreč za to, da trgovina najde proizvajalca, ki je pripravljen delati proizvod določene kakovosti in ga prodati trgovini, da ga ta ponudi kot svojo blagovno znamko. Običajno je cena tega proizvoda nižja, kar pomeni celo pri nižji ceni na drobno večji profit za trgovino. Pogosto pos-

tanejo te trgovske znamke zelo močne in pritegnejo v prodajalne več kupcev. Seveda imajo za trgovino tudi negativne strani, kot na primer, da vežejo več denarja v zaloge, da so stroški za promocijo večji, vendar kljub temu nekateri napovedujejo še večji prodor trgovskih blagovnih znamk. Konkurirale jim bodo lahko le blagovne znamke največjih in najmočnejših proizvajalcev.

Možnosti poimenovanja blagovnih znamk

Ko se odločamo za to, da bi uvedli blagovno znamko, imamo več možnosti:

- svojo blagovno znamko dobi posamezen proizvod,
- vsi proizvodi podjetja dobijo skupno znamko,
- posamezne skupine proizvodov dobijo svojo znamko,
- posameznim znamkam proizvodov dodamo ime in/ali znak podjetja.
- Preden se odločimo za katero od naštetih možnosti, moramo natančno vedeti, kaj hočemo s tem doseči, kakšne prednosti in slabosti ima posamezna možnost.
- Tako so na primer prednosti prve variante - da ima posamezen proizvod svojo blagovno znamko - predvsem v tem, da podjetje ne povezuje svojega ugleda, svojega imaged s konkretnim proizvodom.
- Če namreč proizvod na trgu ne uspe, zaradi tega imaged podjetja ni prizadet. Razen tega pa ima podjetje, ki ponuja več blagovnih znamk istega proizvoda, več možnosti, da ne izgubi kupca, četudi ta z eno znamko ni bil zadovoljen. Obstaja namreč možnost, da bo kupec, ki ni bil zadovoljen z njeno blagovno znamko A, kupil njeno blagovno znamko B, ker ne bo vedel, da sta to znamki istega proizvajalca in ne bo zaradi tega negativnih lastnosti ene znamke vnaprej pripisal tudi drugi znamki.
- Uporaba ene znamke za vse proizvode, ki jih ponuja firma, ima naslednje prednosti: ob uvajanju novega proizvoda niso potrebne raziskave glede imena, odpadejo veliki stroški za propagando, s čimer bi dosegli med kupci prepoznavanje znamke ali določeno stopnjo preference. Ta odločitev pa postane za eno samo znamko vprašljiva, kadar hoče podjetje proizvajati proizvode različnih cenovnih in



Miklavž v Emoni: Koliko idej za novoletna darila. Človek se kar ne more izogniti skušnjavi. Veste čigav je ta aranžma?

kakovostnih nivojev. Kupci bodo namreč vnaprej vsem pripisovali neko povprečno kakovost, zato je boljša odločitev za več znamk, upoštevaje pri tem različne nivoje kakovosti.

- Kadar podjetje proizvaja različne blagovne skupine, se lahko odloči za uporabo ene blagovne znamke za posamezno skupino izdelkov ali za različne znamke, glede na kakovost v okviru iste skupine izdelkov (takšni primeri so številni pri naših proizvajalcih: Zlatorog Maribor ima znamko Livia za izdelke za nego las, znamko Dik za čistila; Droga Portorož ima znamko Maestro za začimbe, znamko "1001 cvet za čaje).

- Pogosto se podjetje odloči za kombinacijo znaka ali imena podjetja in blagovne znamke izdelka (na primer: Lek in znamka Amai). Takšna odločitev ni smiselna pri proizvodih, ki si direktno konkurirajo; ima pa smisel pri znamkah, ki si ne konkurirajo, vendar je tudi tu potrebno vedeti, kakšen vpliv bo imel prenos imagea iz znamke A na znamko B istega podjetja oziroma imagea podjetja na konkretno znamko in obratno.

Ugotavljanje imagea blagovne znamke je zelo pomembno; dogaja se namreč, da imamo tekoče podatke o prodaji posamezne blagovne znamke, ne vemo pa, kako se spreminja image te znamke. To pa je lahko osnovni razlog za spremembe v obsegu prodaje.

Ko smo pred odločitvijo blagovna znamka da ali ne, moramo vedeti, da je blagovna znamka nekaj posebnega, nekaj kar naj bi izžarevalo odličnost in posebno kakovost ter sprožilo neke ugodne predstave o izdelku. Blagovne znamke ne naredimo od danes na jutri. Zahteva temeljit premislek in odgovore na vprašanja, kakšno sigurnost dajemo in katere probleme rešujemo kupcu (v čem mu pomagamo). Kaj lahko predstavimo kupcem kot poseben argument o kakovosti neke znamke in kako naj to kupcem sporočimo?

Odgovore moramo iskati v razmišljanjih o imageu znamke, kakšen naj bi bil, katere naj bi bile njegove komponente in to v okviru sprejete ter določene identitete podjetja. Rezultat tega bo jasno pozicionirana (nameščena) blagovna znamka na trgu, ki bo različna od konkurenčnih izdelkov in bo ustrezala izbranemu segmentu kupcev. Le v tem primeru bo sestavni element izvedbe načrta marketinga.

Meta Leskovic

Borze vrednostnih papirjev

Začetek borznega poslovanja sega v srednji vek ko so trgovci v okolici hiš bogatih družin prodajali in kupovali blago.

Sklenjene posle so že takrat trgovci zavarovali z vrednostnimi papirji. V dvanajstem stoletju so borzo ustanovili v Parizu, koncem šestnajstega stoletja v Frankfurtu in Benetkah, v sedemnajstem stoletju v Londonu, koncem devetnajstega stoletja v Zurichu.

Leta 1917 so v New Yorku ustanovili danes največjo borzo na svetu: New York Stock Exchange. Tako je Wall Street postal središče ameriškega poslovnega življenja, ameriškega kapitala. Ob borzah vrednostnih papirjev poznamo še blagovne borze kjer trgujejo z mesom, kovinami, kavo, sladkorjem in drugimi surovinami.

Borza je sekundarni trg vrednostnih papirjev oziroma kraj menjave vrednostnih papirjev za določeno ceno, ki se imenuje tečaj. Tečaj določata predvsem ponudba in povpraševanje po posameznem vrednostnem papirju na trgu.

Borza v Ljubljani

Trgovanje poteka v okviru borznega sestanka, ki je razdeljen v tri dele:

- na zbiranje in evidentiranje naročil za nakupe oziroma prodaje,
- na avkcijo,
- na izpolnjevanje zaključnic.

Bistveni del borznega sestanka je avkcija, saj se tu sklepajo posli. Avkcija poteka tako, da vodja borznega sestanka po vnaprej določenem zaporedju izklicuje vrednostne papirje, ki kotirajo na borzi. Ko vodja borznega sestanka izkličje določeni vrednostni papir je z njim trgovanje odprto. Ponudniki omenjenega vrednostnega papirja glasno izrazijo količino, ki jo ponujajo in ceno, po kateri so pripravljene prodati. Povpraševalci pa prav tako ceno in količino po kateri so tisti vrednostni papir pripravljene kupiti. Cena, po kateri ponudniki prodajajo in povpraševalci kupujejo, običajno ni enaka. Nižanje cene ponudbe in višanje cene povpraševanja pripeljeta do enotnega tečaja, po katerem se posel dejansko sklene.

Na ljubljanski borzi trgujejo predvsem z obveznicami: z državnimi, mestnimi in podjetniškimi. Uradno jih na ljubljanski borzi kotira šestnajst. Obveznice kotirajo v odstotkih glede na nominalno vrednost ali povedano drugače: glede na tisto vrednost, ki je napisana na obveznici. Kotacija 121 odstotkov pomeni, da je cena te obveznice na določeni dan 21 odstotkov nad nominalno vrednostjo.

Transakcije na borzi lahko opravljajo le pooblaščen borzni posredniki. Za nakup ali prodajo vrednostnih papirjev na borzi se je treba obrniti na enega od borznih posrednikov - brokerjev.

Od oktobra 1991 ima tudi Emona - VPS d.o.o. svoj sedež na ljubljanski

borzi d.d. in torej svojega pooblaščenega borznega posrednika. (Pokličete ga lahko na številko 101-044 int. 21-89.)

Pri borznem posredniku boste izpolnili nakupno ali prodajno naročilo. Izbirate lahko med več vrstami naročil:

- Limitirano naročilo: je najpogostejša vrsta naročila. Posredniku poveste najvišji tečaj po katerem ste pripravljeni kupiti vrednostni papir, ali najnižji tečaj po katerem ste pripravljeni prodati svoj vrednostni papir.
- Tržno naročilo: se izvrši po najugodnejšem tečaju po presoji borznega posrednika na borznem sestanku.
- Vse ali nič naročilo: izvršeno mora biti natanko glede na vaše instrukcije.
- Zaključno naročilo: izvršeno mora biti ob zaključku delovnega dne na borznem sestanku.
- Začetno naročilo: izvršeno mora biti ob začetku delovnega dne na borznem sestanku.
- Pogojeno naročilo: istočasno prodajate ene in kupujete druge vrednostne papirje; drugi se ne kupijo predno niso prvi prodani.

Vrednostno naročilo: izvrši se nakup oziroma prodaja določenih vrednostnih papirjev v določeni vrednosti.

Borzni posredniki za svoje storitve zaračunavajo provizije, ki se gibljejo med 1.5 in 2 odstotka od skupne vrednosti sklenjene transakcije. V posredniško provizijo je praviloma vključena tudi borzna provizija, ki znaša tri promile od vrednosti posamezne transakcije.

Če želite trgovati z vrednostnimi papirji vam svetujemo, da najprej preučite borzno tečajnico. V njej boste našli podatke o izdajatelju in donosu vrednostnega papirja ter povprečni tečaj na borznem sestanku. Pred nakupom vrednostnega papirja morate preučiti tudi boniteto vrednostnega papirja in njegovega izdajatelja. Najbolj varne so vsekakor republiške obveznice. Na borzi kotirajo obveznice Republike Slovenije 1 in obveznice Republike Slovenije 2. Denominirane so v nemških markah. Z nakupom takih obveznic pravzaprav varčujete v devizah. Devalvacija pa vam lahko prinese visoke dobičke.

Dogajanje na slovenski borzi vrednostnih papirjev v zadnjem času postaja vse bolj živahno in zanimivo. Na njej lahko podjetja in občani - investitorji - z umnim investiranjem pridejo do lepih kapitalskih dobičkov.

Elda Romac Šircelj

■ Stanovanjska razmerja po novem

Iz stanovanjskega zakona

V Sloveniji je 19. oktobra letos pričel veljati Stanovanjski zakon, ki prinaša bistvene novosti.

Najaktualnejša med njimi je možnost odkupa družbenih stanovanj, zato bomo v tem prispevku obravnavali predvsem to področje.

Pravico, da zahtevajo odkup stanovanja imajo vsi tisti državljani Republike Slovenije, ki so bili na dan uveljavitve zakona, to je 19. oktobra 1991, imetniki stanovanjske pravice na družbenem stanovanju. Lastnik stanovanja je stanovanje dolžan prodati imetniku stanovanjske pravice, oziroma po njegovem izrecnem pooblastilu, tudi ožjemu družinskemu članu pod pogoji, ki jih določa zakon.

Kot ožji družinski člani so mišljeni zakonec (oziroma z njim izenačena oseba), otroci, starši, posvojenci in posvojitelji ter tisti, ki sta jih imetnik ali njegov zakonec dolžna preživljati.

Pogoji, ki jih predpisuje zakon za vrstno prodajo stanovanj so naslednji:

Oblikovanje prodajne cene

Prodajna cena se določi tako, da se od izračunane vrednosti stanovanja odšteje vplačana ali nevrnjena lastna udeležba, in lastna vlaganja imetnika, ki povečujejo vrednost stanovanja in so bila upoštevana pri točkovanju, nato pa se obračunajo še popusti.

Vrednost stanovanja se določi tako, da se število točk pomnoži z vrednostjo točke, kvadraturu stanovanja ter posebnim korekcijskim faktorjem pri čemer je:



Isto ime - različna ponudba: Miklavž v Emona Centru Dravlje.

■ Število točk mogoče razbrati iz točkovanega zapisnika, po katerem se je določala stanarina. V poštevek pride le točkovanje, opravljeno po letu 1981, ker se je takrat spremenila metodologija, zato starejša točkovanja niso uporabna.

■ Če imetnik stanovanjske pravice meni, da je stanovanje otkovano previsoko, lahko ob soglasju lastnika zahteva od občinske službe, pristojne za stanovanjsko vprašanje preverbo ustreznosti točkovanja. Tudi brez lastnikovega sodelovanja lahko imetnik zahteva cenitev gradbene vrednosti stanovanja.

■ Vrednost točke določa Republiški izvršni svet in se spreminja praviloma mesečno v odvisnosti od porasta cen na drobno. Za izračun vrednosti stanovanja se upošteva vrednost točke, ki velja na dan sklenitve pogodbe, če je kupoprodajna pogodba sklenjena v roku 30 dni od vložitve zahteve za odkup. Če pa lastnik tega roka pri prodaji ne upošteva, se za izračun uporabi vrednost točke, ki je veljala trideseti dan po vložitvi zahteve, kar pomeni, da posledice zamude bremenijo prodajalca.

■ Stanovanjska površina je prav tako navedena na točkovanem zapisniku in predstavlja seštevek površin vseh prostorov, ki so v stanovanju, oziroma sodijo k stanovanju. To so tudi: balkon, klet, dvarnica v stavbi ter drugi pomožni prostori, kjer se površina upošteva le v določenem odstotku.

■ Korekcijski faktor predstavlja popravek končne vrednosti stanovanja glede na velikost. Tako manjša stanovanja nekoliko podraži (za garsonjero znaša 1.057), večja pa nekoliko poceni (za trisobno stanovanje znaša 0.966), za dvosobno pa znaša 1,000. Od tako izračunane vrednosti stanovanja se odštejeta zneska.

■ Plačana lastna udeležba in sicer v revalorizirani višini. Koeficienti za preračun vplačil iz posameznih preteklih let na sedanjo vrednost bodo še naslednji dve leti objavljeni v Uradnem listu. Pravice do revaloriziranega zneska lastne udeležbe pa nima tisti, ki jo je plačal s kreditom, pa je inflacija realno vrednost vrnjenega kredita zmanjšala za polovico.

■ Lastna vlaganja imetnika stanovanjske pravice, ki povečujejo vrednost stanovanja in katerih vrednosti točkovanli zapisnik upošteva. Višina lastnih vlaganj se določi na podlagi računov in ostale dokumentacije, če pa imetnik teh nima pa eventualno tudi s cenitvijo sodnega cenilca.

Način plačila kupnine in popusti

Imetnik stanovanjske pravice, oziroma ožji družinski član, ki namesto imetnika kupuje stanovanje, ima pri nakupu najmanj 30 odstotni popust od izračunane vrednosti stanovanja, zmanjšane za lastno udeležbo in vlaganja.

Stanovanje lahko plača na več načinov in sicer:

■ V celoti v roku 60 dni po podpisu pogodbe. V tem primeru ima še dodatnih 30 odstotkov popusta, kar pomeni, da plača 40 odstotkov izračunane vrednosti.

■ Na obroke, kjer je potrebno upoštevati minimalno zakonsko zahtevo, da mora 10 odstotkov pogodbene cene (izračunana vrednost stanovanja - 30 odstotkov) plačati najkasneje v roku 60 dni po podpisu pogodbe, preostalih 90 odstotkov cene pa v mesečnih obrokih v 20-ih letih, kar pomeni v največ 240 obrokih. Zakon pri tovrstnem odplačevanju zahteva, da morajo mesečni obroki vseskozi ohranjati vrednost enakega deleža stanovanja, kar pomeni mesečno usklajevanje z rastjo cen na drobno. Če želi kupec stanovanje odplačati prej kot v 20-ih letih, se mu za vsako leto skrajšanja prizna še 1,5 odstotni popust od pogodbene cene do največ 28,5 odstotkov. Krajšanje odplačilne dobe lahko kupec zahteva tudi naknadno, po že sklenjeni kupoprodajni pogodbi, ko takšno spremembo uveljavi z aneksom k pogodbi.

Če izračun mesečnega obroka preseže tretjino osebnega dohodka se odplačilna doba ustrezno podaljša, če pa je nižji, kot bi bila neprofitna najemnina pa prodajalec lahko določi tudi krajšo odplačilno dobo. Če kupec obrokov ne zmore odplačevati pride do razveze kupoprodajne pogodbe. Že plačani del kupnine, zmanjšan za neprofitno najemnino, se v takšnem primeru kupcu upošteva kot solastninski delež na stanovanju ali pa se mu revaloriziran vrne.

(nadaljevanje na strani 15)



Ljubljana, 12. november: Predaja ključa: veterani novim generacijam. V Emoni smo pretekli mesec odprli dva oddelka poslovodske šole, v katerih se je za šolanje na V. poklicni zahtevnostni stopnji odločilo več kot petdeset udeležencev.

Tako se desetletna tradicija izobraževanja trgovinskih poslovodij v Emoni nadaljuje. Štajercem in Ljubljančanom je ob začetku prvih predavanj zaželel veliko učnih uspehov in trdne volje priti do cilja tudi predsednik Skupine Emona Marko Sok. Sponzorja oddelka sta ptujski Merkur in ljubljanski Maximarket, ki sta se pridružila željam predsednika. Ravnatelja srednjih šol za trgovinsko dejavnost na Ptuj, Adolf Kokol in iz Ljubljane Jožica Metelko-Zupančič, sta vsem "šolarjem" predstavila nov izobraževalni program za poklic trgovskega in živilskega poslovodje.

Vesna Raztresen

Vodje organizacij morajo imeti ideale!

Večtedensko izobraževanje emonskih vodstvenih delavcev, organizirano v dveh semestrih, potekalo pa je v prostorih Tovarne močnih krmil, se je v tem mesecu isteklo. Rdeča nit tega funkcionalnega izobraževanja je bila vodenje in kako voditi druge.

S priznanimi slovenskimi strokovnjaki kot so dr. Vid Pečjak, dr. Mišo Jezernik, prof. Viljem Nemeč in Pavel Kogej, so emonski direktorji obravnavali teme s področja vodenja problematičnih ljudi, poznavanja človeške osebnosti ter reševanja konfliktnih situacij na različnih ravneh, dalje o oblikah komuni-

kacije: kdaj, komu in kam. Zelo velik odziv so imele teme oziroma predavanja o organizaciji dela, o učinkovitem vodenju ter razmišljanja, kako biti ustvarjalen - inovativen.

Pogovor za okroglo mizo na koncu seminarjev smo popestrili s prikazom dveh videofilmov in sicer o vodenju problematičnih ljudi ter video-brain storming metodo na temo "biti ustvarjalen".

Zanimiva filma za nadaljne razmišljanje in delo!

Vesna Raztresen

■ Stanovanjska razmerja po novem iz stanovanjskega zakona

(nadaljevanje s strani 14)

Kupec postane lastnik stanovanja s trenutkom sklenitve kupoprodajne pogodbe. Takrat prevzame vse pravice in obveznosti lastnika v zvezi s stanovanjem, vendar ga ne sme odtujiti, dokler ga v celoti ne odplača. Stanovanje lahko menja lastnika le na podlagi dedovanja.

Roki za nekatera dejanja v zvezi z odkupom

- Za odkup stanovanja pod posebnimi pogoji - 2 leti od uveljavitve zakona.
- Za sklenitev kupoprodajne pogodbe - 30 dni po vložitvi zahteve imetnika stanovanjske pravice.
- Za sprožitev sodnega postopka zoper lastnika, ki zavrne prodajo stanovanja: 15 dni po zavrnitvi.
- Za vpis novega lastnika stanovanja v zemljiško knjigo 3 leta od uveljavitve zakona.

Z vsemi imetniki stanovanjske pravice, ki stanovanja ne bodo odkupili, je lastnik v roku šestih mesecev od uveljavitve zakona, dolžan skleniti trajno najemno pogodbo, po kateri je najemnik zaščiten in mu je ni mogoče odpovedati razen iz krivdnih razlogov kot so: neplačevanje najemnine, povzročanje škode na stanovanju, hujske motenje drugih stanovalcev in podobno.

Po smrti najemnika je lastnik dolžan skleniti najemno pogodbo z zakoncem, oziroma enim od ožjih družinskih članov, ki je dotlej živel v stanovanju in je bil tudi naveden v najemni pogodbi.

Najemnik ima na stanovanju predkupno pravico, kar pomeni, da mora lastnik, če se odloči za prodajo stanovanja nakup najprej ponuditi najemniku. Seveda pa bo po preteku dveh let takšen nakup možen le pod tržnimi pogoji.

Slavi Menard

EMONA VPS Ljubljana,
SLUŽBA ZA RAZVOJ KADROV
Šmartinska cesta 130
61000 Ljubljana
in
Ekonomska fakulteta v Ljubljani -
Višješolski študij, objavljata

R A Z P I S

za vpis v emonski oddelek
poslovne šole - business school v letu
1992

Poslovna šola zajema zaključen višješolski program, ki je zlasti primeren za študij ob delu, saj omogoča kandidatom, da ob praktičnih izkušnjah pridobijo še ustrezno strokovno in teoretično znanje za uspešnejše opravljanje delovnih nalog.

Študijski program poslovne šole, ki je usklajen s študijskimi programi priznanih evropskih in ameriških poslovnih šol ter fakultet, bo slušateljem posredoval:

- temeljna makro in mikroekonomsko znanja,
- temeljna metodološka znanja z vidika uporabnosti pri poslovnih odločitvah,
- temeljna znanja o določenih poslovnih funkcijah s področja komercialne, financ, zunanje trgovine...

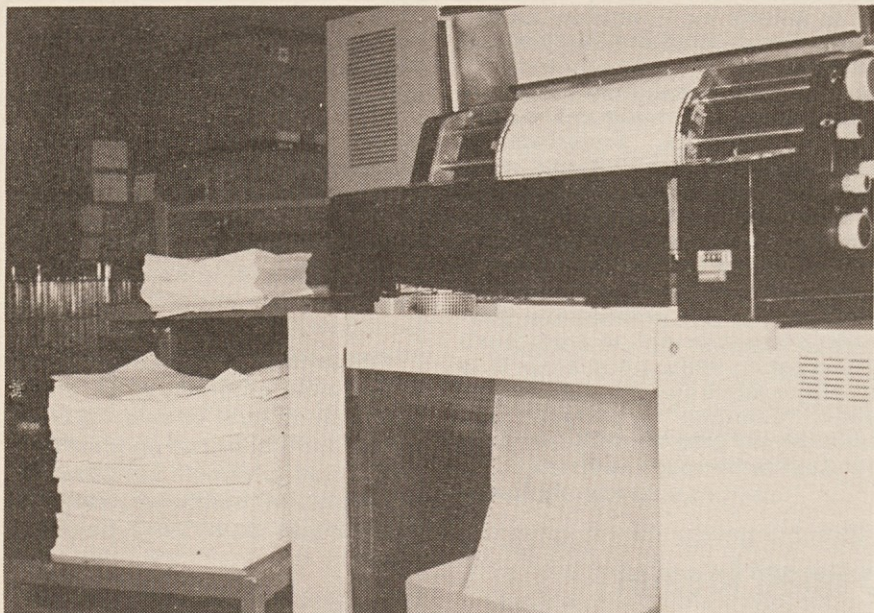
V izobraževanje po programu poslovne šole se lahko vključi vsak, ki je dokončal katerikoli štiriletni program srednje šole - V. stopnja zahtevnosti. Diplomanti poslovne šole dobijo strokovni naziv ekonomist, pri čemer se smer programa posebej navede v diplomii:

- ekonomist zunanjetrgovinsko-komercialne smeri,
- ekonomist finančno-računovodske smeri,
- ekonomist poslovno-informacijske smeri.

Vse podrobnejše informacije v zvezi s šolanjem na poslovni šoli dajemo v Službi za razvoj kadrov, Ljubljana, Šmartinska cesta 130, kontaktna oseba:
Vesna Raztresen,
telefon: 061/101-044, int. 21-16

V kolikor bo kandidatov dovolj-petdeset, bomo s šolanjem začeli v mesecu marcu.

Iz Emona Elektronskega centra



Nočni "output" za vsakodnevno nove podatke, kot je to zagotavljala avtomatska obdelava podatkov, kar vse je danes večinoma že zgodovina.

"V trdih tržnih razmerah bo uspešno tisto podjetje, ki bo znalo uporabiti možgane vsakega svojega zaposlenega!"

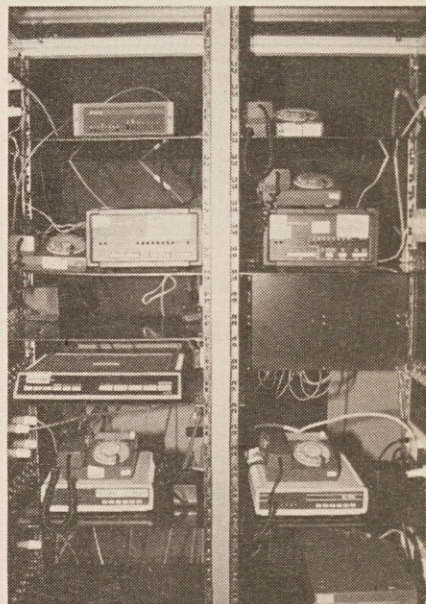
Najgloblje resnice so vselej zelo preproste - tudi ekonomske. Najpreprostejše resnice pa so vselej take, da jih je neverjetno težko uporabiti v svojo korist. Najtežje takrat, kadar gre za vodenje podjetja, iz katerega bi bilo treba iztisniti več, kot je bilo mogoče iztisniti do zdaj. Računalniški strokovnjaki obljublajo, da bodo lahko pomagali. A ne z zdajšnjimi programi, ampak potem, ko se bo začela tretja računalniška revolucija.

Lepa tolažba, ko pa še prve ne obvladam. Druga je že tako zapletena,

da sem pri njej povsem neboljen. Znam uporabiti sem in tja kakšen računalniški program in z njim si pomagam za svojo pisalno mizo pri vsakdanjem delu. Kako pa naj bi z računalnikom začel uporabljati možgane drugih, ki delajo z menoj v podjetju, si seveda ne znam predstavljati in si s tem tudi ne želim razbijati glave, ker nimam časa, da bi ga daroval za dolgotrajno računalniško izobraževanje, ki mi bo morebiti omogočilo "komunikacijo z drugimi možgani".

Danes je močno razširjeno mnenje, da je PC rešitev zelo cenena. To drži za majhna podjetja, ki se zadovoljijo z nekaj PC in na njih delajo tisto, za kar bi pred leti potrebovali mini sisteme.

Čim pa se pomaknemo na več-uporabniško raven, je treba videti PC v novi vlogi, kot dopolnilo k celotnemu sistemu, s specifično vlogo enouporabniškega sistema ali enega od uporabnikov mini sistema. Tedaj je cena na uporabniku enaka ali višja kot enako preračunana cena na uporabniku za mini sistem.



Od avtomatske obdelave podatkov proti informacijskemu sistemu: "povezovalne omara" za zunanje uporabnike.

V prihodnosti se bo strojna oprema še vedno cenila, zmogljivost pa bo rastla. S tem bo še pospešen razvoj prijaznejših programskih orodij. Kupovali bomo kompleksnejši in dražji sistemski in razvojni software na račun cenejšega hardwara. Zaradi boljšega učinka naložbe bomo profesionalizirali pristop h gradnji informacijskih sistemov (standardne aplikativne rešitve, svetovalna podpora) in še dodali k stroškom, ki niso stroški za nekaj fizičnega, ampak za znanje, svetovanje.

Po Managerju
november 1991



Nadzorna miza: vodenje in nadzor računalniškega sistema za potrebe naročnika.

MISLI

Pravijo, da se morajo mladi učiti, odrasli truditi in pridno delati, starci pa se umakniti iz vseh civilnih in vojaških obveznosti ter živeti po svoji volji brez skrbi za kakršnokoli dolžnost.

Sokrat

■ Za hitrejše poslovanje:

EAN oznaka

Označevanje izdelkov široke porabe z oznako EAN (standardiziranim zapisom za edinstveno označevanje izdelkov po svetu) se vse bolj uveljavlja tudi pri nas.

Evropska skupnost priporoča, naj bi bili vsi izdelki, ki se tržijo na tem prostoru do leta 1992 označeni enotno, skladno s standardi EAN. Le-ti predstavljajo edinstveni mednarodni sistem številčnega označevanja izdelkov in predstavitev teh šifer v obliki črtna kode.

Cilji označevanja

Osnovne funkcije in načela EAN so:

- Poenostavlja in pospešuje zaje-manje podatkov s pomočjo elektronske opreme in daje pravočasne ter zanesljive podatke o stanju zaloga, cen in imenih izdelkov kar vse zagotavlja smotrno poslovanje.
- Sistem je neodvisen od potreb uporabnika, kar pomeni, da mora biti oznaka od proizvajalca sprejeta pri drugih uporabnikih kot dokončna oznaka.
- Uporabljata se samo številčni simbol in črna koda. Številčni simbol je čitljiv tudi za ljudi, črna koda pa samo za elektronske naprave; možnost napačne brane kode je 1:1000000 (najbrž ni dvoma, da je možnost napačnega branja, odtipkovanja cene pri posamezniku za blagajno veliko večja).
- Vsak končni porabnik (trgovina) lahko samostojno označuje izdelke po svojih potrebah (sadje, zelenjava, delikatese).
- K smotnemu poslovanju prispeva tudi prihranek pri času ob lepljenju dodatnih nalepk in hitrejši pretok kupcev skozi blagajne.

Sestava

EAN oznaka je šifra, ki je sestavljena iz trinajstih znakov, razdeljenih v štiri skupine. Pri primeru: 860 PPPP AAAAAC pomeni prva skupina treh znakov državo oziroma nacionalno zvezo, ki se je vključila v sporazum EAN. Jugoslaviji je bila podeljena številka 860. Druga

skupina štirih znakov je šifra proizvajalca ali prodajalca izdelka. Podeljuje jo JANA (Jugoslovanska asociacija za numeriranje izdelkov). Tretja skupina petih znakov je šifra izdelkov, ki jo določi vsak proizvajalec ali prodajalec sam. Znotraj enega podjetja imamo možnost označiti do 99.999 različnih izdelkov. Četrta skupina vsebuje en sam - kontrolni znak, ki je namenjen kontroli vnosa navedenih dvanajstih znakov.

Na splošno velja, da smemo številko, ki smo jo že uporabili, ponoviti na vsake tri leta (ali takrat, ko smo se prepričali, da ni več v obtoku).

Nastale razmere, kot sta razglasitev samostojnosti, ki še ni mednarodno priznana in neurejeni odnosi z ostalimi republikami bivše Jugoslavije, zahtevajo spremembe. Kot so nam povedali v Sekciji za trgovino pri Gospodarski zbornici zaenkrat stvari še niso zakonsko urejene, kljub temu pa poslovanje z EAN oznako teče nemoteno. Za mednarodno šifro (do zdaj 860) bomo morali zaprositi, vendar to lahko storimo šele po uradnem priznanju samostojne Slovenije.

Tudi glede šifre proizvajalca, ki jo podeljuje Gospodarska zbornica Jugoslavije do zdaj (tudi v času vojne) ni bilo nobenih zapletov. Vprašanje pa je, kakšen bo njihov odnos do novih proizvajalcev in novih izdelkov. To vprašanje (in tudi problem jugoslovanskih standardov) bo morala reševati Gospodarska zbornica Slovenije.

Način tiskanja

Standard predpisuje izredno zahtevne pogoje za tiskanje črtna kode, kjer se tolerance merijo v mikrometrih. Slabo natisnjena koda se v Evropi zavrača skupaj s pošiljko. Za izdelke, ki se prodajajo množično v isti obliki več let zaporedoma se tako priporoča tiskanje oznake EAN na embalažo že v tiskarni (kozmetika, čistila, pijače, živila), za izdelke, ki se jim lastnosti spreminjajo z modo ali pa so cele serije

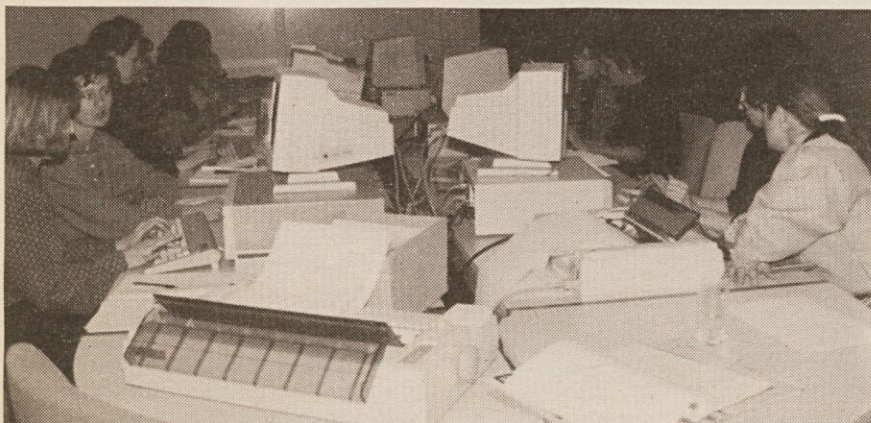
majhne (tekstil, obutev) pa je primerna izdelava etikete s črtno kodo.

Najpogostejša je predstavitev EAN šifre s kombinacijo ozkih in širokih črt.

Oprema

Zaradi široke uporabe EAN oznake širom po svetu in vedno večjega števila tudi naših proizvajalcev, ki označujejo svoje izdelke po sistemu EAN, bo vedno bolj smotrno uvajati v trgovine opremo zanjo. Izbira opreme v trgovini oziroma v sistemu trgovin je odvisna predvsem od naših potreb v cilju poenostavitve dela, ki jo posamična oprema omogoča. Izbiramo lahko med:

- Integriranim prodajnim sistemom (POS), ki je urejena celota vsebin, metod in tehničnih pripomočkov za neposredno opravljanje dejavnosti prodaje s sočasnim pridobivanjem podatkov za informacijski prodajni sistem. Glavni sestavni deli so: kontrolna enota (mikroračunalnik), elektronske blagajne vezane na kontrolno enoto kot terminali, čitalniki črtna kode, elektronske tehtnice, tiskalniki nalepk in terminali za vnos podatkov o prihodih blaga. Značilna za POS je modularnost in prožnost, zanj pa se odločajo predvsem večje trgovine.
 - Samostojne elektronske blagajne rešujejo dva problema: ločeno obračunavajo prodajni in prometni davek (specifično za ZDA). Hkrati zbirajo in statistično urejajo vse informacije, ki so potrebne za dobro vodenje. Ne morejo pa delovati v omrežju blagajn povezanih med seboj ali z osrednjim računalniškim sistemom, zato so njihov največji kupec manjše trgovine z mešanim blagom, ki potrebujejo eno do pet takih blagajn.
 - Tretje so elektronske blagajne z lastnostmi prodajnega sistema. Vgrajen imajo pomnilnik in opravljajo bistveno več funkcij: zajemajo podatke na magnetni medij, združujejo podatke v več uporabniških datotek, dajejo vpogled v vsako ceno s pomočjo vpisane šifre izdelka, vključujejo čitalnike in podobno.
- Razlike med predstavljenimi skupinami opreme so velike, zato moramo pred odločitvijo za nakup dobro vedeti, kaj sploh potrebujemo: samo obračun posameznega nakupa ali pa še kaj več, kot na primer spremljanje stanja zaloga. Ne smemo pozabiti še na stroškovni vidik.
- Nakup opreme za delo z EAN sistemom mora biti tako teamsko delo: sodelovati morajo tisti, ki delajo z računalniki kot tudi poslovodja trgovine, kjer bo oprema vgrajena.



Računalniška abeceda: eden od tečajev, ki jih v Emona Elektronskem centru pripravljajo za samostojno delo vseh nas.

■ Vidno - nevidno v Emonki

“Vsak dan med nami”

Dober gospodar ve, da je potrebno skrbeti za “streho nad glavo”, jo redno vzdrževati, popravljati in obnavljati. Prav tako je (še posebej zdaj) treba, da hiša - prostor, kjer smo, ustrezno zavarujemo pred vsiljivci, nepridipravi, tatovi; skratka pred nepovabljenimi gosti. Samo tako nam bo “hiša” še vrsto let nudila varno zavetje in topel dom.

“Vzdrževanje in zavarovanje je še posebej pomembno pri velikih objektih. Poslovna stavba Emone na Šmartinski 130 ima za to organizirano varnostno in vzdrževalno službo”, pravi direktor Poslovne stavbe Emona Nikolaj Longo.



Janez Puš: “Še eno od naših opravil po 15.30 uri”.

Receptorsko-varnostna služba

Za varovanje “Emonke” skrbi enota receptorsko-varnostne službe, ki jo sestavljajo vodja in šest receptorjev varnostnikov. Le-ti varujejo poslovno stavbo kot tudi lastnino njenih uporabnikov. Varovanje je organizirano neprekinjeno - štiriindvajset ur na dan - in sicer:

- pri vstopu v poslovno stavbo skozi glavni vhod s Šmartinske ulice v

času od 6.00 do 17.00 ure z receptorjem;

- pri vstopu skozi službeni vhod v K-I neprekinjeno štiriindvajset ur, od šeste do osemnajste ure z receptorjem, v preostalem času pa z receptorjem varnostnikom.

Naloge receptorja varnostnika ob vходу v K-I so: nadzor zaposlenih ob vходу v poslovno stavbo in nadzor delovnih izkaznic delavcev pri prihajanju in odhajanju z dela.

O svojem delu pravi Anton Brčan naslednje: “Varnostna služba pri nas je organizirana neprekinjeno, torej brez izjeme tudi ob nedeljah in praznikih. Službeni vhod je namenjen predvsem tovornemu prometu, skladiščem in Emona Tiskarni. Varujemo vhod in skrbimo, da v stavbo ne pridejo tisti, ki nimajo službenih izkaznic. Po deseti uri zvečer evidentiramo vse, ki se zadržujejo v stavbi. V večernih in nočnih urah z obhodi nadzorujemo stavbo kot tudi njejo oziroma našo okolico.”

K delu varnostnikov sodijo še druga opravila:

- evidentiranje oseb, ki vstopajo v poslovno stavbo ob sobotah, nedeljah in ob praznikih;
- preprečevanje različnih nasilnih dejanj nad objektom, inventarjem in ljudmi;
- hranjenje in izdajanje ključev uporabnikom poslovne stavbe;
- pregledovanje sejnih sob pred in po sestankih (predvsem iz požarnovarnostnih razlogov);
- prevzemanje in usmerjanje telefonskih pozivov po 15.30 uri in še druga tekoča opravila.”

Iz tehnično-vzdrževalne službe

Ko so pozimi radiatorji mrzli, ko okna ne tesnijo dovolj in nam piha, ko nam ob dežju teče voda v pisarno,... ko to traja pa smo povsem “nemočni”, pridejo oni: vzdrževalci. Pravijo, da skrbijo za vzdrževanje in popravilo toplovodnih in vodovodnih naprav, električnega omrežja vseh napetosti ter za splošna ključavničarska opravila.



Jože Virant

Sicer pa ključavničar Jože Virant pravi: “V delavnicah vzdrževalnih služb nas je skupaj sedem. Eden skrbi za centralne in klimo naprave, eden za vodovod, dva za električne naprave šibkega toka, dva za električne naprave visoke napetosti, jaz pa sem ključavničar. Popravljam vrata, okna, rolete, mize, stole, sem pa sodijo tudi manjša mizarska dela.

Po telefonu 22-22 ali 22-25 sprejemam “klice na pomoč”, včasih jih je tudi več kot deset na dan.

Poleg naštetega vzdrževalci prisokočimo na pomoč tudi pri selitvah, košenju trave, barvanju ograj, pozimi pa odmetujemo tudi sneg oziroma poskrbimo za soljenje potencialno ledenih površin.

Dežurstva potekajo vsak dan do 16.30 ure oziroma dokler je odprt glavni vhod. Zdag - v zimskem času so organizirana tudi nedeljska dežurstva, da gretje normalno deluje.”

Marjan Tavčar ob tem dodaja: “Moja osnovna naloga je vzdrževanje sanitarij. S kolegom, ki skrbi za centralno ogrevanje in klima naprave se izmenjujeva, tako da poleg vodovodnega omrežja skrbim še za ogrevanje in prezračevanje.”

Mogoče smo pri predstavljanju kaj pozabili. Opravičujemo se tako, da vas prosimo - pokličite nas: 21-67 in “popravili se bomo”, kolikor je to v naši moči.



Miklavž, Miklavžev sejem v Emona Diskontu Črnuče, vsak popoldne od 2. do 6. decembra: “V veselje otrok, pa tudi staršev, ki so po diskontnih cenah izbirali darila za svoje najmlajše.”



Iz podelitve v zimskem vrtu v Hotelu Ilirija.

Merkurjevi prodajalci

Ljubljana, 6. december: Generalni direktor Emona Merkurja mag. Franc Rutar je v Hotelu Ilirija podelil diplome petindvajsetim svojim delavcem - slušateljem Emonskega oddelka šole za prodajalce. S temi diplomami so formalno postali prodajalci.

Iz obrazov navzočih je bila razvidna sreča, ki jo lahko opazimo le pri maturantih. Na teh morda še večja, ker so do formalne izobrazbe prišli mnogo težje kot redni dijaki, kajti izobraževali so se ob delu.

Predavanja so bila organizirana v Emonki, potekala so vsak ponedeljek in sredo v njihovem prostem času. Celotno izobraževanje je trajalo več kot dve leti.

Na začetku smo se bali, da bo akcija propadla. Dolgo časa je precej udeležencev spremljal občutek da ne bo šlo, kajti kar nekaj jih je imelo že za sabo slabo izkušnjo z izobraževanjem. Marsikdaj sem se jim smejala, ko so se branili redkih predavanj in vaj, ki jih iz različnih vzrokov nismo mogli organizirati v Emonki, temveč so morala biti na Srednji šoli za trgovinsko dejavnost. V drugi polovici se je vzdušje v letniku spremenilo. Postali so samozavestnejši, dobri prijatelji, začeli so redneje obiskovati predavanja in se prijavljali na prve roke izpitov. Skratka letnik, ki bi ga bil vesel vsak razrednik. Niso pridobili le formalne izobrazbe, ki jim je bila "trn v peti", temveč so spoznali tudi marsikaj novega, za nekatere pa lahko rečem, da so se spremenili kot ljudje.

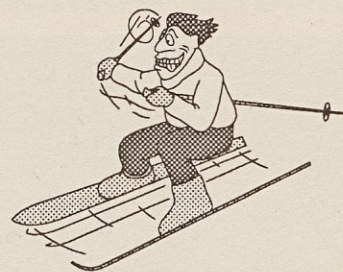
Uspeh tega oddelka je spodbuda za izobraževanje vsem tistim, ki še nimajo zahtevane formalne izobrazbe. Verjetno bomo v prihodnjem letu odprli nov oddelek, kamor se bodo lahko vpisali.

Marija Kokalj

XVII. zimske športne igre Emona

Športniki pripravite se!

Zimske igre bodo predvidoma 1. marca 1992, zato pričnite s pripravami. V mesecu marcu bomo pripravili tudi tečaj za smučarski tek na Pokljuki.



Organizacijski odbor

* * * * *
* * * * *
*Organiziramo
smučarski tečaj
za Vaše otroke!*
* * * * *

* *V času L dela zimskih počitnic organiziramo tečaj smučarjenja za vaše otroke in sicer od 27. ~ 31.1. '92*

~ ODHOD ~

* *vsak dan ob 7³⁰ pred P.S. Emona Tečaj bo organiziran na smučišču v Kranjski gori. Otroci bodo glede na smučarsko znanje razporejeni v različne skupine (do 10 tečajnikov), katere bodo vodili vrhunski učitelji smučarjenja. Cena tečaja je 4.600,- slr. V to ceno so vključeni stroški prevoza, smučarske karte, obroček tople malice, ter šola smučarjenja.*

*Prijave sprejemna do petka 20.12. '91
MIRA TEŠČAK tel. 101-044 inl. 21-10, kjer
dobite tudi vse ostale informacije!*

Plačilo v treh obrokih - prvi ob prijavi 2.000,- slr.

Možnost smučarjenja tudi od 23.12. ~ 27.12. '91



Gozd Martuljek, 28. - 30. november: Pozdrav ministra za informiranje Jelka Kacina ob začetku 14. študijskih dnevov novinarjev.

P.S.: Vozili smo Emona Globtour Budget Rent-a-car: Renault Campus 5 GT. Bili smo več kot zadovoljni.

Emona Center Dravljje: 10 let



Emona Center Dravljje: iz prodajnega asortimana kot ideja, kaj še kupiti.

V teh dneh "praznuje" Emona Center v Dravljah svoj jubilej.

Izkušnje tistih časov, kupna moč in prodajalne v mestu, širitev stanovaljskih naselij iz Šiške proti Šentvidu, so takratnim arhitektom in trgovcem ponudile nov izziv: prostor za veliko, pa tudi specializirano ponudbo na enem mestu, zaokroženo v Emona Centru Dravljje.

"Ponudba, založenost in poslovanje so se v teh letih pač glede na želje kupcev spreminjale in prilagajale. Pestrost ponudbe, različni proizvajalci v ponudbi enakega blaga zagotavljajo kakovost in konkurenčnost temu prodajnemu centru," pravi poslovodja Bojan Matko.

Ob tem nadaljuje: "Uigran orkester, ki ne bere le želja in potreb tekočega dela med zaposlenimi, pač pa predvsem v očeh kupcev, so tisto zagotovilo, da bomo uspešni jutri."

A. A.

■ Aktualno v Sloveniji

Razseljevanje prašičjih farm

(nadaljevanje in konec)

Sanacijo odpadnih voda so tudi naše farme že pred leti sprejele kot obvezo in njihov prispevek k zdravemu okolju, niso pa bile pripravljene sprejeti polovičnih rešitev čiščenja odpadnih voda - kot zavožene naložbe.

Kljub odlašanju reševanja tega problema na svojih dvoriščih, so farme reševale naše širše okolje, saj so s plačevanjem vedno višjih penalov za onesnaževanje vodnemu gospodarstvu, sodelovale pri reševanju ekoloških problemov na drugih, bolj kritičnih področjih.

Samo Farma Ihan s stoštridesetimi zaposlenimi bo v dvanajstih mesecih plačala penale, kot dodatni proizvodni strošek pri nespremenjeni prodajni ceni prašičev v višini enega milijona DEM za onesnaževanje.

Zato nepovratna sredstva, ki jih dobijo farme pri izgradnji čistilnih naprav, niso družbena sredstva, ki siromajšijo gospodarstvo in bi jih lahko uporabili v druge namene, pač pa so to naša lastna sredstva, ki se po dvajsetih letih samo delno in brez obresti vračajo nazaj.

Variantno zmanjševanje farme po predlogu pobudnikov, zaradi kompleksne tehnološko-proizvodne celote in ekonomskih zakonitosti - konstantnih stroškov v skupnih stroških proizvodnje, realizacije ter konkurenčne sposobnosti prašičereje, v sedanjih in bodočih tržnih pogojih tudi ne pride v poštev.

Razseljevanje farm na nove kmečke mini farme, zaradi spornega "smradu" je največji absurd, saj bi istega prenesli iz osmih farm po nemških normativih na 300, po naših smernicah pa na 600 lokacij in od tu še na okoliška naselja. Pri kmečkih mini farmah je treba upoštevati še "dodatni" smrad, ki se bo pojavil zaradi polivanja gnojevke na poljedelske površine.

Ob razseljevanju farme v Ihanu je treba opozoriti:

Farma Ihan v dvaintridesetih letih poslovanja ni bila nikoli v izgubi, pač pa je bila ena redkih - tistih v slovenski živinoreji, ki so vseskozi poslovale uspešno.

Če bo farma še naprej uspešno poslovala, jo po obstoječi zakonodaji nihče ne bo razseljeval.

Če bo farma likvidirana po pravni poti, je prav tako nihče ne bo razseljeval, saj bodo v tem slučaju na brezposelnost obsojeni delavci prenehali s proizvodnjo pujskov, skušali prodati mlade plemenske svinje. Nezrele prašiče bodo spitali do konca in jih skupaj s starimi svinjami zaklali.

Likvidacijo bomo opravili z domačo in tujo publiciteto, saj bomo likvidirali farmo in ihansko tehnologijo, za katero je avtor na predlog kuratorija evropskih fakultet za agronomijo dobil evropsko kmetijsko nagrado Justus von Liebig Preis, ki jo podobno kot je Pasteur-jeva nagrada za zdravniške, najvišje evropsko priznanje.

Tako bomo likvidirali najsodobnejšo proizvodnjo mesa, ki dobavlja za vsake tri mestne prebivalce Ljubljane, Domžal in Kamnika po enega pitanca letno.

Za kmetijsko stroko, kjer najvišji predstavniki na strokovnih inštitucijah, v obstoječi politični klimi molčijo, bo likvidacija selekcijskih farm največja sramota, saj pomeni likvidacija selekcije povratek kakovosti prašičev na izhodišče, v našem primeru za 20 let nazaj.

Za škodo milijardne vrednosti, upostošenih farm in za bodoča milijardna naložbena sredstva za obnovo tri četrtine likvidirane slovenske tržne prašičereje (iz bivših farm), na novih kmečkih mini farmah ter za škodo dosežene in uničene genetske vrednosti prašičev kot narodno bogastvo, v katero smo dvajset let investirali in za potrebno finančna sredstva za ponovno vzpostavitev selekcije v novih razmerah za obnovo porušenega in zamujenega, pa tudi naši novi politiki tako ali tako ne odgovarjajo.

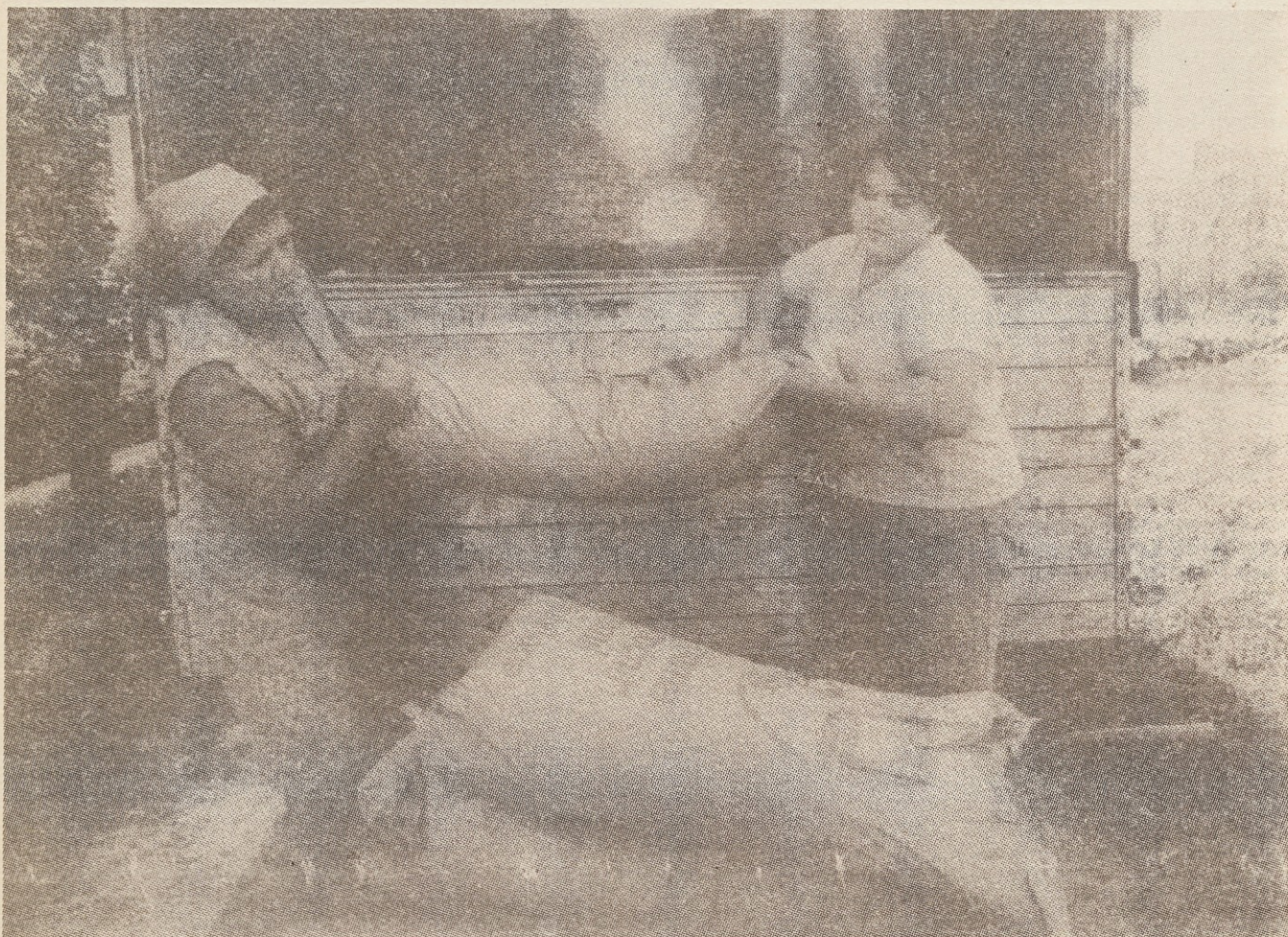
Nov izum o "Renti na smrad", ki jo predlagajo nasprotniki farm, plačevale pa naj bi jo farme za širjenje vonjav v okolje, bi se splačalo patentirati v zahodni Evropi, kjer imajo veliko prašičev.

dr. Lucijan KRIVEC

Drugi o nas:

Kmečki glas

11. september 1991 – št. 37 – XLVIII. leto – cena 34 din



Pomoč Tovarne močnih krmil in Kmečkega glasa

Emona Tovarna močnih krmil iz Zaloga in Kmečki glas v KS Tomaž

V občini Ormož, kjer so škodo na kmetijskih površinah, ki jo je povzročilo avgustovsko neurje, ocenili na 236 milijonov din, so bile najbolj poškodovane kmetije iz krajevne skupnosti Tomaž. Grozljiv vihar in kot jajce debela zrna toče so poškodovale veliko sadovnjakov in vinogradov, uničila koruzna polja in razkrila gospodarska poslopja, v katerih so kmetje že imeli spravljeno zimsko krmo in steljo. Ko smo se pogovarjali s temi kmeti, smo dobili vtis, da so se lažje sprijaznili s poškodovano stanovanjsko hišo kakor s tem, da bodo morali zaradi pomankanja krme marsikje zmanjšati število glav v hlevu. Zato smo s Tovarno močnih krmil iz Zaloga sklenili, da pomagamo po svojih skromnih močeh. Tako smo 4. septembra pripeljali 15 vreč močnih krmil na deset kmetij, ki so jih na ormoškem izvršnem svetu določili kot najbolj prizadete v vsej občini. Na fotografiji sta Lizika Goričan in njena hči iz Savcev pri razkladanju gnojil.

Naši upokojenci

Leto '91 je bilo za upokojence v Emoni zelo delovno. Saj veste: "Dvakrat se seliti, je kakor enkrat pogoreti". Sto vprašanj je bilo, pa nihče ni znal odgovoriti kam in kdaj se bomo preselili. Od 17. januarja do 25. oktobra smo živeli brez odgovorov.

V času, ko smo "začasno" živeli na Šmartinski, smo sklicevali sestanke, pisarili pisma in predlagali vodilnim v SISTEMU EMONE, razne rešitve kam naj bi se preselili. Pisali smo in dokazovali, da lokacija na Šmartinski 130 ni primerna za Klub upokojencev Emone, saj so za en sam obisk včasih potrebni celo štirje žetoni. Večji del smo bili tako v pisarni sami, obupovali smo, obupali pa nismo.

Uspeli smo in dobili dve sobi ter pevsko sobo v Supermarketu v Kersnikovi 2 - v hiši bivše Prehrane, kjer so mnogi med nami nekoč delali. Tako bo naše klubske življenje teklo naprej; ne recite pa tudi, da malo nostalgije človeku dobro dé.

Znancem in prijateljem, ki jih srečujemo v mestu, govorimo o novici in že prvi torek so bili prostori polni. Opravek v mestu - pol upokojencev stanuje v predmestjih - nato pa še obisk v Klubu upokojencev Emone in ob kozarcu ali skodelici kave še pogovor obudi spomine in zopet smo eno, enaki-isti...Emonci.

V dolgem odmoru na Šmartinski nismo počivali.

Pevci so peli in vadili, čeprav zelo okrnjeni (zaradi oddaljenosti). Dozorela je tudi misel, da moramo zbor "ojačati" z moškimi glasovi. Uspeli smo: na pomoč nam bodo prišli upokojenci - pevci iz Ljubljanske banke - tako, da bomo lahko peli vse vrste pesmi. Ko bomo to znali, bodo prišli še škranjčki na vaje.

Lahko se bomo odzvali vabilu različnih društev, klubov, domov, kamor nas vabijo že zdaj. Hočemo biti med najboljšimi zbori v Ljubljani!



Cvetka in Edo v novih prostorih Kluba upokojencev Emone na Kersnikovi 2, vsak torek in petek od 10 do 12 ure, ali po telefonu 316-650. Dobrodošli!

Vsakoletne izlete in piknik smo načrtovali - vse skupaj z Emona Globtouri. Vse je uspelo, le prvi izlet 27. junija nam je vzela "vojna".

Piknik v Zajčji dobri je povsem uspel in prišlo je celo več gostov, kot se jih je prijavilo in prireditelj je bil v zadregi. Saj vemo: lepo vreme, pa pivo in dva krepka obroka s kruhom za 100,00 din.

Emona Mesni industriji Zalog, Emona Maximarketu in pivovarni Union - prav lepa hvala in ne pozabite na nas naslednje leto!

Izlet preko Vršiča in v Trento ter jesenski obisk Bele krajine je ponovno obudil spomine na ta del naše lepe domovine. Slika upokojencev pred spomenikom J. Kugyija nam bo ostala dragocen spomin. Presenetila nas je predvsem "nova - druga" Belokrajina: polna novih vinskih nasadov, ki že

dajejo kakovostna vina. Metliška vinska klet in njeni enologi so ponosni na svoje delo, okorelim politikom pa so pokazali, kako je treba pomagati svojim krajem - z delom.

Še dve tri besede o naših prostorih - res so manjši od prejšnjih v Kidričevi (po novpo Stefanovi) - toda po ureditvi so NAŠ NOVI DOM SREDI MESTA.

Našli smo rešitev - če pisarniški ljudje dvakrat tedensko - zaradi velike udeležbe gostov - ne morejo opraviti tekočih poslov, naj pridejo v pisarno večkrat, saj ima teden šest delovnih dni, naši prostori pa so polni tudi sicer.

Ob sredah popoldne bodo tako naši šahisti in kvartopirci v dveh sobah zopet merili svoje moči in uživali ob uspehih, pa tudi obratno. Pevci prav tako ob sredah vadijo v sejni sobi v Emona Supermarketu. Veseli smo, da se je v Klub upokojencev Emone vpisalo skoraj sto novih članov, večji del teh pa tudi v Blagajno vzajemne pomoči. Ob nesreči je vsaka denarna pomoč dobrodošla.

V naše vrste se je vrinila žalost - upokojenci iz Osijeka, s katerimi smo imeli redne in tesne stike, trpijo, zgubljajo družine in domove. Bili smo njihovi gosti, bili na trgatvi, poklonili so nam dragocene knjige, iz katerih še danes črpamo spomine na lepe dni. Ne razumemo pa človeške zlobe in sovraštva.

Da bi bili poštene, se moramo javno zahvaliti vsem tistim v hiši, ki so nam odstopili nove prostore, jih v najkrajšem času lepo preuredili in nam še sedaj pomagajo. Ne bomo jih poimenovali, da ne bi koga pozabili ali preskočili v hierarhični lestvici. Vsi so nam - upokojencem pomagali ustvariti novi dom: dodali življenju še življenje in obogatili tretji del naše življenjske dobe.



Dolina Trente, 19. september: Vršič in 1611 metrov je že "za nami". Po dolini Trente naš naslednji cilj: Trentarski muzej.

Tajnik Kluba upokojencev Emone
Edo Uratnik

Elektronska tehtnica

Izpopolnjen, predvsem pa natančen sistem merjenja in tehtanja je sestavni del vsake trgovine.

Zadnji trendi posodabljanja poslovanja in sploh storitev trženja, v odnosu do kupca in prodajalca, segajo tudi na to področje. Vse večja konkurenca na trgu in želja, da bi bil nakup za potrošnike čim bolj prijeten, spodbujata vse več trgovin k nakupu elektronskih tehtnic.

Tovrstne tehtnice omogočajo hitro in zanesljivo tehtanje. V njih se pritisk oziroma sila teže spremeni v električni signal, ki je sorazmeren sili teže. Majhen računalnik signal ustrezno obdela in ga spremeni v težo, ki jo potem preberemo na zaslonu. Elektronske tehtnice omogočajo neposredno pridobivanje informacij o teži blaga. V spominu imajo lahko tudi cene izdelkov, tako, da se glede na težo takoj pojavi tista cena, ki jo je treba plačati.

Elektronske avtomatične tehtnice lahko opravijo več nalog hkrati: točno in hitro tehtajo bremena, izračunavajo vrednosti tehtanega blaga, vpisujejo cene, jih seštevajo, nadzorujejo sprejem ali zavrnitev predmetov in podobno. Omenjene zmogljivosti so dosežene z uporabo najsodobnejše mikroprocesorske in senzorske tehnologije.

Proizvajalcev teh tehtnic je danes na trgu veliko, med našimi pa je znana Libela - industrija tehtnic in finomehanike iz Celja. Izdeluje več različnih tipov elektronskih računskih tehtnic.



Ljubljana, 12., 14. november: V delikatesi na Stritarjevi so se potrudili dvojno - pršut, ki so ga ponujali, so vzeli "dobesedno" - ročno so ga narzali.



Pomoč pri prodaji: kupcu in prodajalcu.

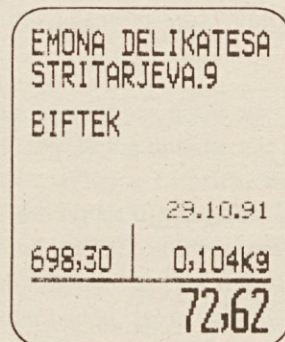
V nekaterih naših trgovinah tovrstne tehtnice že uporabljajo.

O njeni praktični uporabnosti in prednostih v primerjavi z običajnimi tehtnicami smo se pogovarjali s poslovodkinjo Emona Merkurjeve delikatese na Stritarjevi, Sandro Kermelj:

"Od odtvoritve prenovljene delikatese, 20. aprila, imamo tri elektronske tehtnice uvožene iz Italije, tipa BIZERBA PRO 9000: eno za sire, drugo za delikatese: salame, razne solate; obe pa imata spomin. Tretja služi prodaji drugih živil.

Kako tehtamo? Izdelek položimo na tehtnico, pritisnemo na določeno številko, kjer je označeno ime izdelka (v primeru, da cene izdelka ni v spominu, odtipkamo še ceno) ter v trenutku dobimo na samolepilni nalepki izpis. Na nalepki je označeno ime trgovine, naslov, ime izdelka, datum, cena za kilogram, stehtana masa torej količina ter cena za to količino. Nove cene vnašamo hkrati z dobavo in za vsak izdelek posebej po navodilih, ki smo jih dobili od Težmera v Ljubljani in ki je tudi naš servis.

Elektronske tehtnice so veliko hitrejša od običajnih, saj imajo veliko cen v spominu. Kupci so hitreje postreženi, povečala se je točnost prodaje. Očitno ljudje elektroniki zaupajo, tako, da tudi ni nobenih pritožb več, glede nepravilnega tehtanja."



Prodajalka Ana Klemenc ob tem dodaja: "Vsi prodajalci, mislim pa, da tudi kupci, smo z novo tehtnico zelo zadovoljni. Prodaja je veliko hitrejša, cene so točno izračunane, pritožb ni. Najbrž bi se v naši trgovini težko spet navadili na staro, običajno tehtnico."

Metka Krašek



Za izvornost predstavitve Jutranjinega programa so na Modnem Bazarju, pod pokroviteljstvom Emona Maximarketa, poskrbeli najmlajši .

■ Mag. Marko SOK

Na prelazu u novu 1992.

"Nastupom samostalnosti države Slovenije mijenjaju se osnovni uvjeti poslovanja. Što će biti s Emonom u tim novim vremenima?"

Godina 1992 donijeti će osnovne parametre daljeg razvoja Emona. Kakve ćemo si ciljeve postaviti? Pored svih potrebnih definicija, nažalost se je u proteklim godinama jednostavno odlagalo. Mogli bi reći da je svijetla točka to što smo se već latili saniranja. Ukoliko nam u sanacijama okolina bude sklona Emona ima mogućnost da se razvije u suvremenu, dinamičnu organizaciju.

Mislim da smo već prve provjere, kad je trebalo dokazati da mi u Emoni znamo udružiti sredstva, znanje i drugo potrebno, to smo već napravili. Znači da u Emoni postoje neke unutrašnje vezne snage koje ponekad potcjenjujemo.

Prelaz na nove ekonomske odnose donosi i niz osobnih poteškoća. Ove se poteškoće očituju i u gubitku radnih mjesta i nakupljanju socijalnih problema. Nema sumnje da će i u narednoj godini trajati period tehnoloških viškova. Vjerojatno dolazi period najnižeg stupnja zaposlenosti, a to će imati za posljedicu niz i osobnih i porodičnih nedaća.

Posebno su pitanje zaposleni s najnižim osobnim dohodcima. Tema diferencijacije osobnih dohodaka kao stimuliranje zaposlenih na najodogornijim radnim mjestima u ovom je slučaju u sjeni radi egzistencijalnih problema određenog dijela zaposlenih".

Kriza je zapravo izazov na dugi rok. U krizi se može i dokazati, a to je zapravo suprotno od do sada uobičajenog razmišljanja...?

"Dobra strana krize je to da predstavlja i selekciju. Selekcija je zapravo bila i problem prošlih vremena kad su dominirali kriteriji negativne selekcije. Pokazivalo se je na one koji su uspjeti postići više i diferencirati se."

I konkurencija predstavlja izazov kvaliteti ?

"Da. Kako će se Slovenija uključiti u Europu pitanje je sposobnosti najkreativnijih ljudi našeg prostora. Put rasprodaje je pogrešan. Ekonomska kriza, nedostatak sredstava da se preživi - za jednostavnu reprodukciju, sama po sebi donosi potcjenjivanje ekonomskih potencijala. Morat ćemo se potruditi da zaštitimo naš dosadašnji razvoj koji predstavlja potencijal kojeg ne možemo potcjenjivati. Ova će se povezanost vrlo brzo pokazati. Zasada nas strani partneri smatraju manjinskim partnerom, ne partnerom koji bi imao važniju riječ u donošenju odluka. Ova će dilema biti naročito aktualna u organizacijama koje su sada u stečajnim grčevima, a nekako ih spašavamo priremenim krpanjima."

Što bi mogli reći o problemu vlasništva u devedesetdrugoj godini ?

"Zakoni o vlasništvu izrazito diferenciraju kako politički prostor, tako prostor među ekonomistima a i drugim stručnjacima. Moje je stanovište ponešto specifično - želim vlasnika, nekoga tko bi kao vlasnik postavio htijenja racionalnog gospodarenja, koji bi sa stanovišta vlasništva zadužio management za uspješno poslovanje. Nevlasništvo i mogućnost svih partnera da u životu neke države i poduzeća utiču na privređivanje predstavlja nemoguću situaciju, a ni u kojem slučaju ne može obezbjediti racionalno poslovanje. Dakle, kao prvo želim vlasnika. Razdijeliti imovinu, kriteriji diobe, u svakom slučaju radi se o nekoj formuli, ključu koji ne može biti u potpunosti pošten, netko će morati biti ispušten. Mislim da je premalo cijenjeno ishodište do sada ostvarenoga u organizacijama, to da su radnici u priličnoj mjeri doprinijeli razvoju poduzeća. Isto tako je potcjenjeno mjesto vodstva poduzeća. Zato bi morao u razdiobi akcentat biti na zaposlenima. Mjesto države i politike u gospodarstvu trebati će jako dobro odrediti, obzirom da do sada ni jedni, ni drugi nisu postigli potreb-

nu afirmaciju u smislu ekonomskih rezultata."

Ako se vratimo priznanju Slovenije, njenom mjestu u međunarodnoj privredi - kakva je uloga partnera, ulaganja stranih osoba, kao izazov novoj kvaliteti?

"U kontaktima sa stranim partnerima nemam loš osjećaj u vezi naših mogućnosti i sposobnosti. Mislim da smo ravnopravan partner, ako ne po kapitalu, to jesmo znanjem. Kako će biti s Emonom veliko je pitanje. Optimalno bi se bilo povezati s partnerom koji bi uspio naći zajednički interes s Emonom u cjelini. Obzirom na heterogenost Emona, to će jasno biti teško. Dolaze u obzir pojedina rješenja za pojedine djelatnosti, recimo: trgovina, Emona Hoteli Bernardin, prerađivačka industrija i slično. Kako to povezati u cjelokupan sistem, to je složen zadatak. Nova organizacija koju već pripremamo omogućila bi barem nivo holdinškog povezivanja koje daje temelje financijske koncentracije, smanjenje poslovnih rizika i obezbjeđuje bolje usmjeravanje sredstava za razvoj.

Svim zaposlenima u Grupi Emona i njihovim porodicama želim da im 1992. godina donese sreću i zadovoljstvo."

Misli

Šta je praznik?

Praznik je kad su zatvorene sve radnje.

Praznik je kad se priča kako su se nekad slavili praznici.

Praznik je ono što se u školi uči da je praznik.

Praznik je kad ne znamo koliko je sati.

Uvek mislimo da je više, a nije više nego manje.

Praznik je kad prvo čekamo da dode a onda sedimo i čekamo da prođe.

D.Radović

■ Naš gost: Franc Žle "Ja, trgovac"

Uspješan trgovac je stručnjak trgovačke djelatnosti koji umije svaku posjetu kupca napraviti pouzdanom kupovinom, odnosno prodajom. Istovremeno zna u najvećoj mogućoj mjeri zadovoljiti potrebe kupca, ili drukčije rečeno, zna identificirati kupčev problem, osvjestiti ga da se odluči na decidan potez, nesposrednu, svrsishodnu kupovinu.

Metode takve prodaje, odnosno takvog odnosa prema kupcima u razvijenoj svijetu, koji je više poslovan, već odavno poznate pod nazivom *counselor selling*, mi bi rekli savjetnik-prodavač. Suština ovih metoda je u tome da se trgovac osposobi, te pomoću metode poslovne psihologije vodi prodajni proces potpuno pouzdanim putem, koji ide po pojedinim fazama, sve do uspješnog zaključka, odluke o nabavi, kad je kupac potpuno uvjeren o ispravnosti kupovine, a to ga ujedno napravi našom stalnom stranom.

Na zapadu se pomoću ovih metoda povećava pouzdanost prodajnog dijaloga. Svaka faza vodi se pouzdano i uz suglasnost kupca, tako da se ovaj na kraju razgovora osposobljava i odlučuje na kupovinu. Praktički se trgovcu ni u kojem slučaju ne može dogoditi da na kraju prodajnog razgovora kupac reče: "Hvala, još ću drugdje pogledati!" - nego čak kupac konstatira da ga je trgovac tako informirao, pokazao mu korist konkretnog rješenja njegovog problema na takav način da je upravo tu, na tom mjestu, baš taj prodavač najbolji sugovornik za rješenje njegovog problema".

Koliko ima na to upliva specijalizacija po trgovinama u usporedbi s prodajom po marketima?

"Metode savjetovanja upotrebljive su na svim područjima, to je odnos prodavač - kupac."

Jedinstven i osoban?

"Da. Bilo da se radi o supermarketu ili robnoj kući, ili individualnoj trgovini to je relativno nevažno. U svim tipovima trgovina nadzor i kontrola moraju biti osigurani, da kupac u bilo kojem trenutku, ako mu zatreba, to dobije od osposobljenog prodavača, koji mu pomaže naći najbolje rješenje njegovog problema. No, tu se pretpostavlja da trgovac do potankosti pozna robu, njena fizička, upotrebna, ergonomska svojstva, način održavanja i način eventualnog dopunskog rješavanja problema dodatnim nabavama, odnosno dodacima osnovnoj kupovini.

Stručnost podrazumijeva poznavanje proizvoda u tehničkom smislu i u korištenju. Trgovac mora znati demonstrirati upotrebljivost proizvoda do stupnja da je sama demonstracija perfektna, ležerna, dinamična, uvjerljiva,

te da prikaže svojstva i sposobnosti proizvoda, bez obzira dali govorimo o televizoru, videokameri, motoru, automobilu, ili kruhu, odnosno siru. U srazmjeri s cijenom mora raspolagati određenim brojem kroz prethodna iskustva oblikovanih informacija, kao što su informacije o proizvodu, prikaz kvalitete i sreće koja proizlazi iz upotrebe tog proizvoda. Tako, obzirom na cijenu, recimo da televizor prodajemo tri četvrt sata, auto dvije do tri posjete, kilogram kruha u deset sekundi. No, za svaki proizvod moramo znati upravo u prikladnom trenutku iznijeti svu potrebnu količinu informacija, podsticaja, a i sreće koja proizlazi iz korištenja, tako da čovjek sa zadovoljstvom i uvjerenjem da je dobro kupio, da dobrovoljno i samostalno prihvati odluku o kupovini.

Franc Žle, diplomirani ekonomist i pravnik, sekretar Sekcije za consulting, inženjering, informatiku, projektiranje i razvoj pri Privrednoj komori Slovenije. Stručnjak je kojemu se obraćaju poduzeća pitanjima kako razvijati dobre poslovne odnose, kako lojalno nastupati na tržištu, kako razvijati kodeks pojedinih djelatnosti, do organizacije obrazovanja i izvođenja aktivnosti za afirmaciju intelektualnih usluga u slovenskom prostoru, kao temelju razvoja drugih grana privrede.

Govoreći o ovim metodama rado bi istakao činjenicu da je savjetodavni jedini i pošten proces i odnos između trgovca i kupca. Poznajemo tehnike kao što su manipulacija, primoravanje, odnos monopola - kupi inače nećeš moći drugdje kupiti, ili drugi put ti neće prodati. Samo savjetodavna prodaja je odnos u kojem se kupca osposobljava da kroz definiranje svojeg problema uz pomoć trgovca prouči sve mogućnosti najboljeg rješenja za zadovoljavanje osnovnih potreba, luksuza ili investicije. Rješenje bi moralo biti prikladno u ekonomskom smislu, kao i funkcionalnošću i brzinom donošenja odluke, jer je važno da čovjek donese odluku brzo i ispravno. Serija ispravnih odluka napravi čovjeka prednosno sposobnim i jačim od onih koji se u seriji pogrešnih odluka uvijek loše odlučuju. Pomoći u donošenju ispravne odluke najveća je zadaća svakog trgovca.

U prodajnom odnosu trgovac - kupac moramo stvarati uvjete da se proces s većinom kupaca odvija u pravcu odluke o kupovini.

Ovi su uslovi slijedeći:

- uređena vanjšina trgovine: između ostalog čista i uredna fasada,

Vijest iz Osijeka

Sigurni smo da je najvećem broju radnika Emone poznato da se u ratom najugroženijem dijelu Hrvatske nalazi Emonin Supermarket u Osijeku.

U kontaktima s radnicima Supermarketa obratili smo im se molbom da nam jave u kakvim uvjetima sada žive i rade.

Evo njihova kratka izvještaja :

Osijek, 9. prosinca - "Već više od četiri mjeseca naš se grad nalazi pod stalnim neprijateljskim djelovanjem. Intenzitet svakodnevnih napada se smjenjuje. No, u posljednje vrijeme grad se strahovito razara svim vrstama oružja - od topova, bacača, raketnih bacača, do aviona.

U tim napadima nije pošteđena ni robna kuća Supermarket. Već prvih dana rata nekoliko granata palo je i na sam objekat, tako da su uništena stakla na izlozima, sva staklena vrata, krov, a oštećenja su očigledna i na samoj konstrukciji objekta.

Usljed takvih oštećenja i stalne prijetnje životima bili smo prisiljeni uvesti novu privremenu organizaciju rada.

U otežanim uvjetima dolaska na posao i odlaska prizemlje robne kuće radi od 8 do 15 sati, a podrumске prostorije u kojima je smještena samoposluga i bife rade od 7 do 20 sati.

Neprestana životna ugroženost iziskuje dodatne napore zaposlenih zahvaljujući kojima do sada, na sreću ljudskih žrtava nije bilo. Sve veći postaje problem snabdijevanje robne kuće potrebnom robom, obzirom na otežane uvjete dostave. Radnici Supermarketa računaju na razumijevanje Emone u tom smislu.

Usprkos svemu, nas radnike Supermarketa u Osijeku ne napušta optimizam i nada da će se ovaj rat uskoro završiti i da će nastupiti vrijeme mira, obnove i novog života."

I. Resler

- lijepi i primamljivi izlozi u kojima su zanimljiviji proizvodi, informacije o prigodnim prodajama, o specijalnim prodajama, vansezonskim mogućnostima kupovine, koje čovjeka privlače, tako da radi znatizelje zaključiti da bi moglo biti interesantno i ugodno ako uđe u određenu trgovinu.

Proces kupovine je i nije ozbiljna stvar. Ako u nekoj trgovini ima mnogo ljudi, dokaz je to da joj oni vjeruju, da su se oni prije mene uvjerali, te da i ja mogu s optimizmom ući u tu trgovinu."

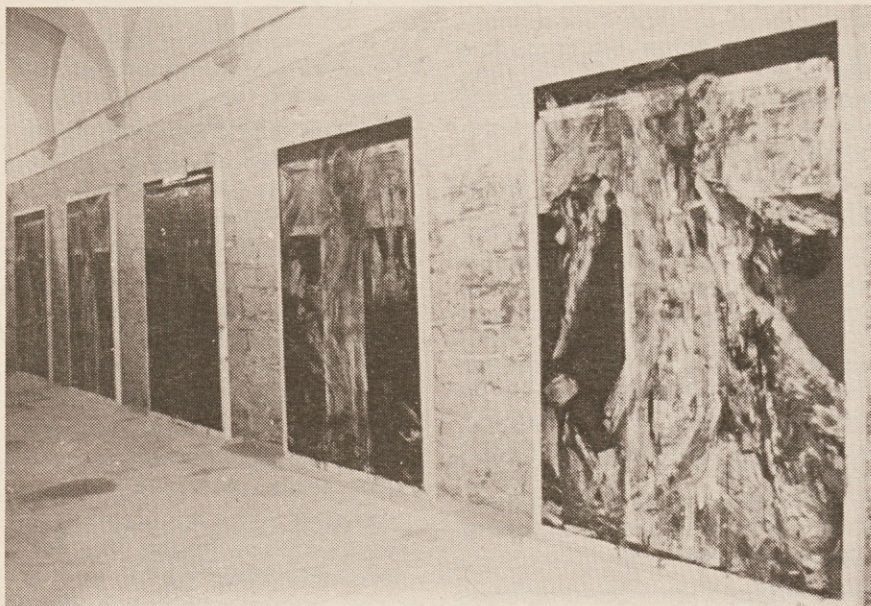
A. A.

■ Kultura v sponzorstvu z Emono

Iz kataloga:

IV. Celjski mednarodni slikarski tedni

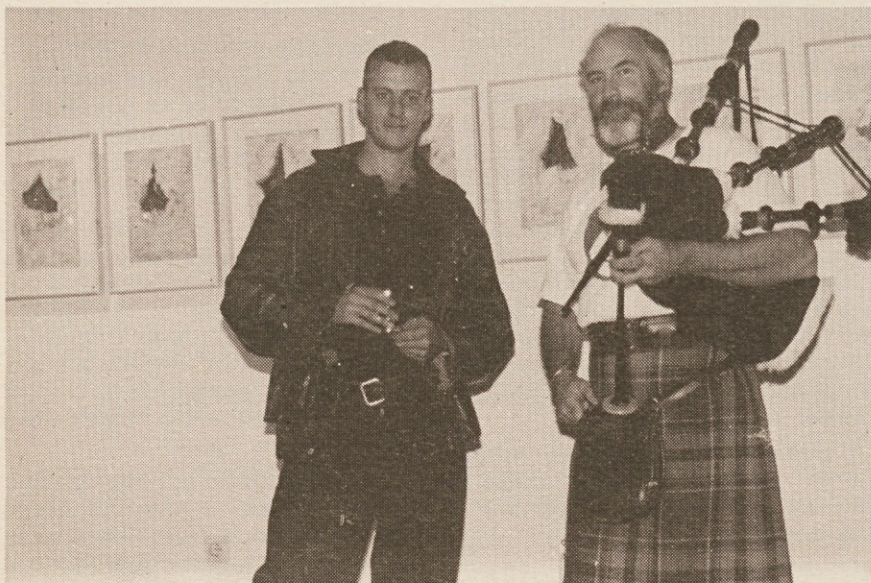
Sledovi Homo sapiensa



Piran, 14. oktober: Valentin Oman (Križev pot - detajl).



Piran, 14. oktober: Maria Cecilia Garcia (iz razstave v Križnem hodniku).



Ljubljana, 5. november: Galerija ARS, Donald Urquhart (iz odtvoritve samostojne razstave v sponzorstvu z Emona Obalo Koper - Balantine's).

Sledi, ki jih nosimo v sebi, ki so v nas od vseh preteklih časov, sledi, ki bi jih radi zapustili. Da se o njih menimo, je potrebna zavest, je potrebno vedenje o času, o minljivosti in o absurdnem upanju na prihodnost, na trajanje.

Kaj pomeni želja po nesmrtnosti lastnega imena spričo grozečega uničenja sveta? Najti homo sapiensa kot sled v pesku po splošni kataklizmi, kot fosil v otrdeli lavi po svetovnem požaru - kaj ima to še opraviti z upanjem na prihodnost tega homo sapiensa? Je upodobitev takšne vizije prihodnjih dni umetnikovo svarilo, ki predstavlja zadnji siloviti vzpon človeštva, ki se ima za cilj vsega stvarstva? Je upanje mogoče tudi v tem, da se homo sapiens otrese odgovornosti in ne mara več biti cilj stvarstva, skratka, da človeštvo prepusti prednost življenju kot takšnemu? Življenje zapušča sledove, ne da bi o tem razmišljalo, rešuje se samo v vseh zvrsteh živega.

Irmgard Bohunovsky - Bärnthaler

"... Na prvi pogled je Cecilia Garcia očarljiva, živahna in izžareva navdušenje nad življenjem. Strastno ljubi svoje otroke in življenje samo. Njena močna čustva jo vodijo skozi življenje in jo pri tem včasih pustijo ranljivo, kar se odraža v njenih slikah. V resnici ji je platno ogledalo duše, kar ji omogoča, da slika svobodno in pošteno. Njena slika "Concerto" te prenese na deželo in zrak zaživi z vonjem tega cvetja. Slika, ki jo je navdihnila ljubezen.

"Na sredi poti" pa po drugi strani kaže bolečino in razočaranje. Barve so glasne in kričeče, viharo nebo odslikava njeno najglobljo notranjost in vendar namig oblaka, ki se nakazuje na zatemnjenem obzorju, kaže moč njenega značaja, njeno upanje in odločnost.

Njene slike ne govorijo samo o njej, ampak tudi o nas samih. Moč njenega dela najlepše opišejo besede moje dvetletne hčerke, ki me je poznega poletnega večera odvela na vrt in pokazala na prelepi sončni zahod, rekoč: "Mami, pogledj, Cecilijina slika!!!"

Joy Mellins

Akademski slikar Marijan Tršar

O letošnjih, že četrth "Celjskih" poletno-jesenskih popotovanjih slikarjev vzdolž naše obale, idejah in sicer: akademski slikar Marijan Tršar:

"Že prej sem nekajkrat opazil bodisi na televiziji bodisi v časopisu neke novice, reprodukcije s te kolonije in se mi je zazdelo, da mora biti to neka resna kolonija. Že samo dejstvo, da so kolonije ponavadi teden do dva, tukaj pa je en mesec, in ker vsak resen slikar ve, da v enem tednu težko kaj napraviš, razen če imaš že prej doma pripravljeno - me je pritegnilo in bil sem zelo vesel, da so me povabili kot najstarejšega: drugo leto bom star sedemdeset let. Organizatorji so videli moje slike: organizator Gruden in slikarka Jana, na vsakoletni razstavi, ki jo imamo viški slikarji v šoli Novaka-Jovota. Bilo jim je všeč in so rekli, da me bodo povabili.

Moram reči, da je to res najboljša kolonija, bil pa sem že na kakih šestih do sedmih. Ne samo po tem, da lahko delaš en mesec in tako prideš do nekih rezultatov - lahko rečem, da najdeš samega sebe, saj delaš ves dan brez nekih vznemirjenj (ni telefonov, obiskov), pa tudi po izboru sodelujočih je čisto drugačen: Oman s svojo strukturo "palipseskostjo" kjer vsebina vedno samo proseva skozi sliko, na drugi strani Georg Held iz Avstrije s svojim minimalizmom, na tretji Donald Urquhart iz Škotske s svojim subtilnim, lahko bi rekli zastrtim naturalizmom ker najprej nekaj naturalistično nariše in potem to "uniči": spravi v neko tančico. In podobno.

Vsak je nekaj posebnega. To je čudovit "incitans" za človeka, da začne delati, da začne tekrovati in da začne do skrajnosti luščiti iz sebe svoj svet - da se pokaže kot samostojno in ustvarjalno bitje."

Kako zbirate motive, kako se odločate kaj boste naslikali?

"V tem pogledu sem od vseh kolegov malo drugačen. Motive izbiram, iščem v kraju kamor pridem - večinoma rišem pokrajino. Vendar ta pokrajina še malo ni kopija tistega, čeprav začnem čisto realistično. Na primer: začel sem čisto realistično skicirati, potem pa je to dozorelo v meni, prek mnogih skic greš naprej in naprej, dokler ne prideš do tega, za kar lahko rečeš: to je pa moje, nekaj več kot videna narava. Le-ta je še vidna, vendar je to že moja narava."

Kaj pa tehnika, ki jo uporabljate?

"Dosti slikam z oljem, precej pa sem delal tudi z akrili. Tukaj, kjer smo imeli akrile sem se posvetil prav njim. Moram reči, da nisem razočaran, nasprotno: akrili so zelo kompatibilna tehnika za vse motive, vse stilne različice."

Če pogledava eno od vaših slik. Pravite, da slikate naravo, idejo dobite v naravi, v okolju - posnamete jo, če tako rečeva. Pa vendar v sliki nato preidete v abstraktnost, barve so močne, so temne - slika se mi zdi agresivna. Ali je mogoče to odraz krutega trenutka v katerem živimo?

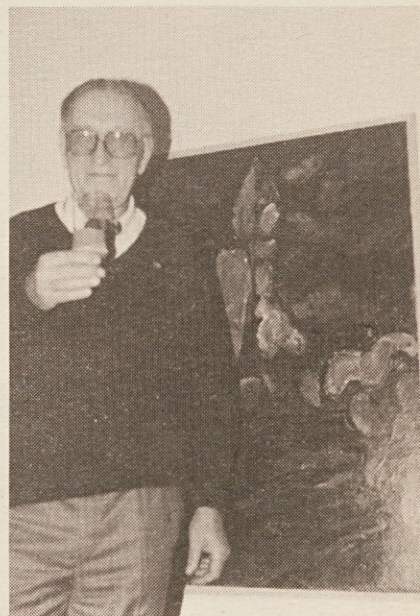
"Mislite na vojno. Če bi poznali mojo prejšno zgodovino, sem že imel eno podobno obdobje: močne, temne barve, obkrožene s črnino; zavoljo nje, ki je absolutna negacija vsake barve, dobi vsaka barva močnejše žarenje. No, prav gotovo pa to, kar nas zadeva in notranje vznemirja (novice o pobojih, mučenjih, dezastrih ljudi in kulturnih dobrin) vpliva na nas: zavestno ali podzavestno smo pod temi vtisi. Takšno aktualnost zna Oman zares zelo pretanjeno povedati, umetniško ne samo ilustrativno. Sam pa te aktualnost ne predstavljam na ta način, da bi kakorkoli evociral vojno ali protivojno razpoloženje.

Moram pa povedati, da slikarji nismo bili neprizadeti; napisali smo dolgo poslanico na UNESCO, da bi oni vendarle malo bolje razumeli položaj Slovenije in Hrvaške. Poslanico smo poslali prek naše Čileanke, Marie Garcie, ki živi v Londonu in ima prijatelja v Združenih narodih."

Vaši prostori, vaši začasni ateljeji so bili v prostorih Viba-filma: na obali, ob morju, od Bernardina proti Piranu. Vaši gostitelji pa so bili Emona Hoteli Bernardin. Kaj bi rekli o njih?

"Mislim, da take pozornosti kot smo jo uživali tukaj, že dolgo nismo bili deležni: niti v drugih kolonijah niti v drugih hotelih. Tukaj so nas sprejeli s simpatijami, kar s spoštovanjem, ki se mi zdi, da ga včasih kar nismo zaslužili, šli so nam zelo "na roko" kjer se je le dalo. Mislim, da so bili delovni pogoji malone idealni. Ti naši sponzorji so bili zaslužni tudi za to, da smo imeli dovolj materiala.

Enostavno se cel mesec lahko posvetiš svojemu delu. Take kolonije smatram za - če se izrazim z izrazom, kot se je uporabljal pred vojno - duhovne vaje, skorajda slikarske duhovne vaje: kjer greš sam vase, kjer



se sprašuješ in kjer se ob kompariranju (primerjanju) s kolegi nenadoma vidiš v drugi luči kot pa če delaš sam. To je krasna vzpodbuda, to je nekaj, kar človeka vsak dan znova izziva, dela borbenegega. V bistvu je slikarstvo borba, neke vrste notranja koncentracija, ki pogojuje umetniško radiacijo. Potrebna je močna notranja napetost, da svojo ustvarjalno energijo preliješ v sliko. V bistvu je vsaka slika investicija ustvarjalčeve energije, ki potem žarči v gledalca. Če je slika dobra, močna, bo tudi gledalec od tega nekaj imel; brez te energije pa bo to le lepa podoba brez umetniške vsebine."

Je takšnih kolonij, ki trajajo mesec dni - v Sloveniji več ali je to prva, čeprav že četrtič po vrsti?

"Mislim, da do zdaj edina. Ne vem; Forme vive so sigurno tudi daljše, ker tudi kiparji potrebujejo več časa za obdelavo. Za slikarsko enomesečno pa ne vem. Do zdaj sem bil že na sedmih kolonijah, ki so trajale od sedem do štirinajst dni.

Na takšnih kolonijah je potem takole: prvi dan te sprejmejo, pogostijo, drugi dan greš malo pogledat prostore, se pripraviš, tretji dan začneš skicirati, četrta in peti dan šele zares delaš, šesti dan pa so že priprave na razstavo, pridejo novinarji; vse kar spada k publiciteti. Dejansko le dva do tri dni delaš nemoteno, zavzeto, sam s seboj; s tistim kar si se nameril s sliko povedati."

Adela Ačkun

V sliki in besedi skozi čas



Ljubljana, 11. julij: Ob otvoritvi nove diskontne trgovine Emona Blagovnega centra v Črnučah.



Gornja Radgona, 17-25. avgust: Skupni nastop Emona Farne Ihan in Emone Ipko na kmetijsko-živilskem sejmu.



Ljubljana, 14.-17. oktober: Veliki, manjši in še manjši medvedi iz vsakoletnega sejma igrač Emona Blagovnega Centra v veliki sejni sobi poslovne stavbe na Šmartinski 130.



Ljubljana, 21.- 25. oktober: V Emona Blagovnici Bežigrad so v teh dneh predstavili novost pri nas: polaganje Dekizol - tekstilnega premaza, obloge za notranje zidove v različnih barvah. Sestavljen je iz bombažnih vlaken pomešanih z lepilom na bazi celuloze.



Ljubljana, 23.-27. oktober: 23. sejem Narava-zdravje: predstavitev knjige dr. Eda Kobala, Ekologija zate. Tisk: Emona Tiskarna.



Ajda spet "v modi"
Slavko Adamlja, Emona Maxim: "Ajdova torta
Za testo potrebujemo pet jajc, pet žlic sladkorja, nastrgano limonino lupino, sol, 15 dkg ajdove moko in maslo za model. Rumenjake in sladkor penasto umešamo, dodamo limonino lupino, trd, soljen sneg, moko in narahlo zmešamo. Damo v pomaščen pekač ali model za torte in spečemo. Preliv pripravimo iz pol litra belega vina, osmih žlic sladkorja, malo cimeta in klinčkov. Vse sestavine zavremo in nato ohladimo. Hladno torto prerežemo, prelijemo s prelivom in sestavimo. Na plasti lahko dodamo še različno sadje, smetano in podobno."

NAGRADNA KRIŽANKA:

Emona Maximarket nagrajuje

Zahvale

Ob smrti moje drage mame, se iskreno zahvaljujem vsem sodelavkam in sodelavcem Emona Inženiringa za izraženo sožalje, podarjeno cvetje in denarno pomoč.

Marija Čuk

Ob boleči izgubi mojega dragega moža Bogdana Milanka, se iskreno zahvaljujem kolektivu Emona Marketa Vojkova 3, Emona Merkurju - sindikatu in Blagajni vzajemne pomoči za izrečeno sožalje ter denarno pomoč.

Rosanda Milanko

Ob boleči izgubi moje drage mame Ane Hočevar se iskreno zahvaljujem sodelavcem in prijateljem Emona Tiskarne za izrečena sožalja in darovano cvetje.

Hvala vsem, ki ste jo pospremili na njeni zadnji poti.

Marjan Hočevar

EMONA	SL. KNJIŽEVNI ZGODOVINAR	NAŠA BLAGOVNICA	GESLO, KI PRIVABLJA KUPCE	VEZNIK	NAŠA TAJNICA OD VSEGA ZAČETKA	AVTOR ALEKSANDER ŠUDOMČ	VEČJA VODNA PTICA	LANI UMRLA AM. FILM IGRALKA	RIBIŠKA MREŽA	VISOKA IGRALNA KARTA	VAS PRI BRASLOVCAH	ZLUTINA NOVO SREBRNO
NEKDANJI EGIPTOVSKI VLADAR						NAŠPODZE PREHOD JANEŽ ERŽEN						
SPOJINA IZ AMONIJA												
ZAGB TKANINE				SL. REŽISER (FERDO) DEL TENIS IGRE						VIKTOR PARMA DENAR ZA UČENJE		
ŽENSKA OBLIKA IMENA ENIS						IGO GRUDEN			PEKA V BIHAČU LAKET (REDKO)			
BLAGO ZA ŽEN VEČERNE OBLEKE					TEKMA PRI GRIBH (NOGA NAZAJ)	PRIZNANJE ZA NAŠO BLAGOVNICO						
MASA BREZ DOLOCENE OBLIKE						MADŽ. Ž. IME ENOTA ZA OBC. FILMA						
IZRASTEK NA GLAVI				INDUSKI POUČNIK (RADŽIV) Ž. IME							DELEŽ DRUŽABNIKA	PREBI - VALKA DANSKE
FR. - GRŠ. FILOZOF (KOSTAS)							ATLET STEKIC					
SIVA BARVA							DEUKOLES DIERKE NAŠ JUBILEJ					
TUJA OBLIKA IMENA EMA					VSI JO RADI PUJEMO	DOKTOR OSEBNI ZAJMEK			VOĐJA NAŠE PRIHRAETAŽE	OSKAR NEOBAL ANTON KOLAR		
EGIPČ. BOG SONCA (AMON)				KOVAŠKO DELO				NAŠA SLAŠČI - ČARNA ZDRAVILLO				
ZREČE KRAJ Z NAŠO BLAGOVNICO	NAŠA IN TUJA ČRKA DALMAT Ž. IME			IZBRANI SPISI PISCA								
GORSKI REŠEVALNI ČOLN				JETIMEN ZA KONJA DERIVATI KINONA						PRAVICA DO UPORABE IZUMA	ŠEF KUHNJE ADAMLJE	PREBI - VALEC AONJE
JERNEJA (LJUBKOVALNO)						DVOM ŠELIGO RUDI						
ŠKATLICA ZA OČALA					PONOVNO SKLADAT HACA - TUFUAN			MAJHEN PLUG				
ČESTITAMO OB JUBILEJU	TOVARNA AVTOMO - BILOV V MARIBORU	GRŠKA ČRKA	ZG. DEL STOPALA FILM IGR. HARRISON					EDVARD (LJUBKOV.)	KITAJ UT. MERA ZNAČILNA OBLIKA			
NASILJE												ANTON POHLJN
GRŠKA BOGINJA MODROSTI								EDINA HČI				
NAŠA KLASIČNA RESTAV. RAČJA								UVOŽENE KRPIČE ZA KOLESA				

Rešitev pošljite do 20. januarja 1992

Pravilna rešitev nagradne križanke

Vodoravno: Severni tečaj, umetna vlakna, kosa, UO, kaos, anemik, Lun, Lalić, špajka, ogon, opora, LP, stara, ZP, koral, NT, Ami, abota, Sotlar, PTT, krupje, Loire, Oona, Jusufi, Žika, erotika, Sali, namera, UT, koc, Tosama, obutev, Emil, MR, Umag, mini, Avari, iridij, Ciper, Grčija.

Nagrade:

1. nagrado - darilni bon v vrednosti 300 tolarjev prejme Mija Renar, Emona Commerce, Ljubljana;
2. nagrado - darilni bon v vrednosti 250 tolarjev prejme Marta Žagar, Emona Globtour, Ljubljana;
3. nagrado - darilni bon v vrednosti 200 tolarjev prejme Mari Činkole, Emona Commerce, Ljubljana;
4. nagrado - darilni bon v vrednosti 150 tolarjev prejme Darja Movrin, Škofjeloška 21, Medvode;
5. nagrado - darilni bon v vrednosti 100 tolarjev prejme Bojana Mandelj, Emona Commerce, Ljubljana.

Čestitamo!

MISLI

"Če bi mi nekdo ponudil modrost, pod pogojem, da jo zadržim zase, bi se ji odrekel."

Seneka

Ta revija je tiskana na "naravi prijaznem papirju Frenki" v Emona Tiskarni v sodelovanju z Videmtrade

■ Naš gost: Franc Žle "Jaz, trgovec"

Uspešen trgovec: je strokovnjak v trgovski dejavnosti, ki zna vsak obisk kupca spremeniti v zanesljivo prodajo. Ob tem pa v največji meri zadovoljiti kupčeve potrebe ali rečeno drugače: da zna ugotoviti kupčev problem, ga osvetliti, da se odloči za pogumno rešitev in smiseln, takojšen nakup.

Metode za tako prodajanje, takšen odnos do kupcev so v razvitem svetu, ki je bolj posloven že zdavnaj poznane in jih imenujemo pod skupnim nazivom "counselor selling" ali po slovensko - svetovalec trgovec. Bistvo teh metod je v tem, da se trgovec usposobi in vodi prodajni proces s pomočjo metod poslovne psihologije po popolnoma zanesljivi poti, ki poteka po posameznih fazah, vse do uspešnega zaključka, odločitve za nakup, ki kupca prepriča o pravilnosti nakupa in ga spremeni v našo stalno stranko.

Na zahodu se s pomočjo teh metod povečuje zanesljivost prodajnega razgovora. Vsako fazo v razgovoru se vodi zanesljivo in s takim soglasjem kupca, da se kupec do konca razgovora usposobi in odloči za nakup. Praktično se trgovcu v nobenem primeru ne dogodi, kot se dogaja nekvalificiranemu trgovcu, da na koncu prodajnega razgovora obiskovalec reče: "Hvala, se bom še drugod pozanimal", pač pa kupec ugotovi, da ga je ta trgovec tako informiral, mu prikazal koristnost te konkretne rešitve njegovega problema na takšen način, da je tu, na tem mestu in ta prodajalec najboljši sogovornik za rešitev njegovega problema."

Koliko ima specializacija po trgovinah na to vpliv v primerjavi s prodajo v marketih?

"Metode svetovanja so uporabne na vseh področjih in je to odnos prodajalec - kupec.

"Pri tem je to, ali gre za supermarket ali blagovnico ali individualno trgovino relativno nepomembno. V vseh tipih trgovin naj bo nadzor in pomoč kupcem zagotovljena, da v vsakem trenutku, ko jo rabi, jo tudi dobi od usposobljenega trgovca, ki mu pomaga kar najhitreje najti rešitev za njegov problem. Pri tem se predpostavlja, da trgovec v celoti obvlada blagoznanstvo: lastnosti izdelka - fizikalne, uporabniške, ergonomske, način vzdrževanja in način eventualnega dodatnega reševanja problemov z dodatnimi nakupi oziroma z dodatki k osnovnemu nakupu.

Strokovnost predpostavlja tehnično obvladovanje izdelka in uporabniško obvladovanje izdelka. Trgovec zna demonstrirati uporabnost izdelka do

tiste stopnje, da je demonstracija perfektna, lahkotna, dinamična, prepričljiva in v celoti prikaže lastnosti ter sposobnosti izdelka ne glede, če govorimo o televizorju, videokameri, o motorju, o avtomobilu ali pa o prodaji sira oziroma kruha. Vsak trgovec mora pri prodajanju gledati na ceno. V sorazmerju s ceno mora imeti določeno število že v naprej izkustveno oblikovanih informacij, ki so informacije o izdelku in prikaz kakovosti ter sreče od uporabe tega izdelka, da glede na ceno - na primer televizor prodajaš tri četrt ure, avto v dveh, treh obiskih, kilogram kruha pa prodaj v desetih sekundah. Vendar je za vsak izdelek treba znati v tistem trenutku povedati vso potrebno količino informacij, vspodbud in sreče od uporabe tega izdelka, da človek z zadovoljstvom in prepričanjem, da je dobro kupil prostovoljno in samostojno sprejme odločitev o nakupu.

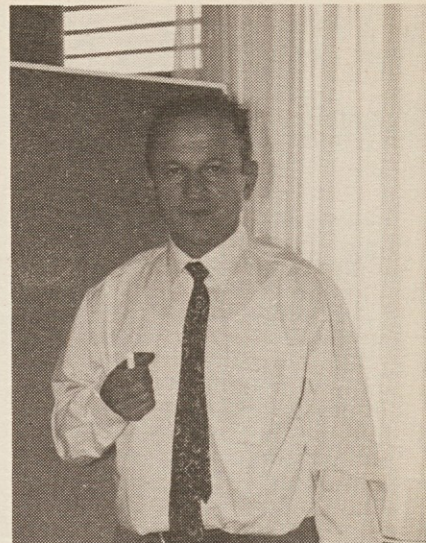
Pri teh metodah bi rad opozoril na dejstvo, da je svetovalni proces edini in pošten proces in odnos med trgovcem ter kupcem. Imamo tehnike, kot so manipulacija, prisila, odnos monopola - kupi, sicer ne boš mogel kupiti še drugod, ali ti drugič ne bom prodajal. Samo svetovalno prodajanje je tisti odnos, v katerem se kupca usposobi, da skozi definiranje svojega problema s pomočjo trgovca prouči vse možnosti, najbolj primerne rešitve: za zadovoljevanje osnovnih potreb, luksuza ali za investicijo. Rešitev naj bo primerna po ekonomski strani, po funkcionalni in po hitrosti odločitve, ker je pomembno, da se človek hitro in pravilno odloča. Serija pravih odločitev dela človeka prednostno sposobnega in močnejšega od tistih, ki se v seriji napačnih odločitev vedno odločajo narobe. Pomagati k pravih odločitvam je največje poslanstvo vsakega trgovca.

V prodajnem odnosu trgovec - kupec je potrebno ustvariti pogoje, da poteka proces z večino kupcev zanesljivo v odločitev za nakup.

Ti pogoji so naslednji:

- urejena zunanost trgovine: med drugim čista in urejena fasada,
- lepa in vabljava izložbena okna z zanimivimi izdelki, informacijami o ugodnih nakupih, o specialnih nakupih, posezonskih možnostih prodaj, ki človeka privabijo, da se iz radovednosti odloči, da utegne biti tukaj zanimivo in prijetno, če gre v to trgovino.

Nakupovalni proces je in ni resna zadeva. Če je v eni trgovini veliko ljudi je to dokaz, da ti ljudje zaupajo, da so se že tudi pred "menoj" prepričali, da



Franc Žle, dipl. oec., dipl. prav.: sekretar Sekcije za konzulting, inženiring, informatiko, projektiranje in razvoj pri Gospodarski zbornici Slovenije.

tudi jaz lahko z optimizmom vstopim v ta lokal."

Kateri so pogoji, da je ta lokal resnično dober?

"Vstopili smo skozi vrata. Sam izgled, notranja atmosfera mora delovati kulturno, sveže, čisto in vladati mora optimistična, sproščena klima. To klimo pa ustvarjajo na prvem mestu prijazni trgovci in razpoloženi kupci. Ti se v sproščnem pogovoru optimistično odločajo za - če govorimo teoretično - odprto izmenjavo informacij o svojih problemih z voljo za skupno iskanje najboljših rešitev.

Trgovci postanejo prijazni šele skozi dolg izobraževalni proces, ko teoretično in praktično razumejo in spoznajo, da je prijaznost naraven način dela in odnos do kupca. Gre za prijateljsko, pošteno razmerje do kupca, ko se trgovci veselijo, da se ponovno srečujejo s svojimi najboljšimi prijatelji in bodo zanje naredili vse, da se jim bodo tu izpolnila vsa njihova pričakovanja. "Biti prijazen trgovec" ni posledica treninga ampak spoznanje in notranje prepričanje o resnični sreči nad ponovnim srečanjem s svojim prijateljem. Če sem naredil vse, da je naš lokal lep in imam dobro blago, je bil kupec zadnjikrat zadovoljen, se ponovno vrne, je to potrditev moje trgovske sposobnosti. Najprej moram biti namreč primeren, šele nato lahko postanem uspešen. Če se tega zavedam, potem obisk kupca ni negotovo dejstvo, negotovo naključje, pač pa je popolnoma zanesljivo, tvorno srečanje, ki se bo zaključilo z odločitvijo za nakup in plačilo."

Adela Ačkun

A

M

I

Z



 emona globtour

S O N C E

I N

S N E G

N A

N A M I

Z

ROGAŠKA - ZDRAVILIŠČE SVETOVNEGA SLOVESA



- SVEČANI BOŽIČNI IN NOVOLETNI PAKETI
- ZIMSKE POČITNICE:
smučanje, tenis hala, Beauty center, jahanje
- VSE INFORMACIJE PO TELEFONU 063 814 603