

Sprejem pobude naj jamči za njen uspeh

Ljubljana, 23. maja - 3. zasedanje skupščine Poslovnega sistema Mercator: kar je na prejšnjem zasedanju burilo duhove, je na tem dobilo potrditev. Vsak je malo popustil in spremembe pogodbe o ustanovitvi poslovnega sistema so zdaj po godu in članicam in poslovodstvu sistema. Konec dober - vse dobro, bi lahko dejali, če ne bi na tem zasedanju nekaj uganjanja sprožil predlog za izplačilo dela osebnih dohodkov v vrednostnih bonih. Toda soglasno sprejeta pobuda poslovodnega odbora je zanesljivo jamstvo za uspeh akcije, ki naj pokaže koliko se delavci identificiramo z Mercatorjem kot celoto in še posebej s svojim podjetjem.

Tisto, kar je na prejšnjem zasedanju burilo duhove do te mere, da so bili udeleženci zasedanja v zadregi zaradi lastnih odločitev, je na tej skupščini "šlo skozi" brez besed.

Je pa k temu nedvomno pripomoglo trdo stališče, ki ga je v zvezi s predlogom spremembe pogodbe o ustanovitvi Poslovnega sistema - konkretno določbe o odstopu in prenosu premoženja podjetij v premoženje krovne delniške družbe, oblikovala komisija, ki je pripravljala že temeljno besedilo pogodbe. Komisija je predlog za prenos premoženja članic nedvoumno zavrnila, obenem pa predlagala kompromisno rešitev, ki je prinesla predsedniku poslovnega sistema 20 in predstavniku delavcev matične delniške družbe tudi dvajset glasov. Upravljalске pravice so tako bolj ali manj pravično razdeljene, osnova za delitev dobička pa praktično nespremenjena.

Leporečnim in nekaterim vsebinsko manj pomembnim spremembam pogodbe je brez besed sledil tudi sprejem sprememb statuta poslovnega sistema.

Je revalorizacija skri- la ali požrla dobiček?

Prvič je skupščina obravnavala poročilo o poslovanju krovne delniške družbe. Trije meseci res niso ne vem kako dolga doba, da bi se kazalo rezultatom posebej posvečati. Vsaj iz tega, kar je bilo na skupščini povedanega in v gradivu zapisanega, pa kaže, da je nekaj dobička ustvarila, toda delila ga še ne bo. Simboličen znesek 1.033.818,00 din dobička

je nastal zaradi zmanjšanja prihodkov od financiranja v dobro revalorizacijske rezerve. Poučnim je sicer verjetno jasno za kaj gre, manj poučenim pa je v poročilu manjkal povedek: brez raznih "acij" je dobiček, ki ga je delniška družba ustvarila s svojim delom in upravljanjem kapitala, ki so ji ga zaupale članice toliko in toliko. K temu je njena lastna dejavnost iz naslova financ prinesla toliko, iz naslova zaračunavanja drugih storitev (glede na sprejet plan 1990) toliko in članice so ji z delnim proračunskim financiranjem prispevale toliko. Porabila je toliko za te in te namene in črta. Evo, tako smo poslovali. Tako si najbolj enostavno predstavljam poročilo. Pa, če ne gre tako, je dobro tudi tako kot je bilo, saj se tudi nihče od prisotnih ni posebej trudil spraševati kaj in kako. Bo pa dobiček zanesljivo per 30. 6., ko bodo razdeljene tudi akon-tacije na dividendo. Takrat, tako pričakujejo finančniki, ne bo nobene revalorizacije, razmere na področju obresti in cen se bodo ustalile in dobiček se bo veselo delil.

Povsem drugo vprašanje pa je vprašanje obresti, saj je kar nekaj udeležencev razprave menilo, da je razkorak med aktivno in pasivno obrestno mero prevelik in da ga kaže z ustrezno politiko popraviti. Seveda so tisti, ki so likvidni oziroma imajo še kaj pod palcem zahtevali zvišanje obresti, nelikvidni večini pa bi ustrezala nižja obrestna mera. Kaj se bo izcimilo se ne ve, poslovni odbor oziroma odbor za finance bo zadevo obravnaval.

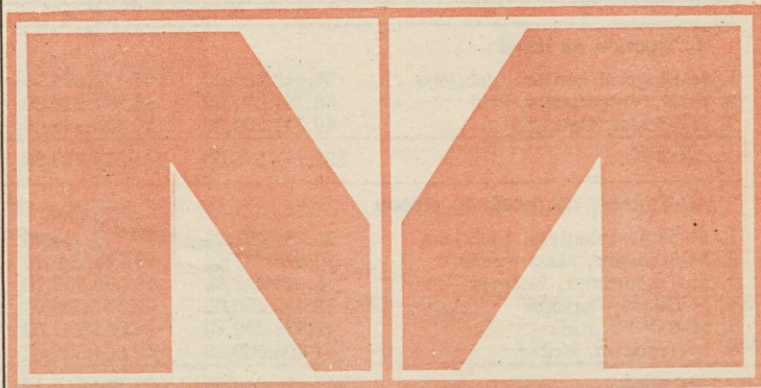
Osební dohodki v vrednostnih bonih

Zaradi občutljivosti predloga je najbolje, da navedemo besede poročevalca podpredsednika poslovnega sistema za trženje Franca Prvinška, ki je dejal: "Že tretje leto v trgovini in proizvodnji upada fizični promet. Temu je kriva zmanjšana kupna moč prebivalstva, odliv denarja z nakupi čez mejo in zasebna trgovina. Poslovodni odbor je ocenil, da je treba poiskati možnosti za zvečanje fizičnega prometa. Eno od možnosti predstavljajo komercialni zapisi, s katerimi se lahko kupuje blago, kupec pa je deležen popusta. Poslovnih učinkov te možnosti še ne moremo predstaviti. Drugi možni način pa je, da se vsem delavcem Poslovnega sistema Mercator (cca 20.000 delavcem) del osebnega dohodka izplača v vrednostnih bonih, vnovčljivih v Mercatorjevi maloprodajni mreži."

Po mnenju poročevalca bi se za ta predlog morala prva ogreti vsa maloprodaja, saj gre za njen vitalni interes, v drugi vrsti pa bi se morala za predlog ogreti tudi vsa ostala podjetja, ki zaradi razpredene mreže Mercatorjevih prodajaln, bone lahko uvedejo. Tam, kjer ta pogoj ni izpolnjen, bodo pač veljale izjeme. Seveda pa morata emiten-t bonov in njihov kupec najti tudi poslovni interes, ki naj se pokaže v različnih oblikah (sconto, odločitev plačilnih rokov in podobno). Kakšno naj bo razmerje med gotovino in boni, je po mnenju poročevalca posebno vprašanje, vendar pa naj bi se to določalo glede na višino povprečnega osebnega dohodka v podjetju. Primerno naj-nižje razmerje naj bi bilo 20 % boni in 80 % gotovina. Poročeval-c je še dodal, da gre za pobudo vsem podjetjem v poslovnem sistemu, v roku dveh mesecev naj bi vsako podjetje sprejelo svojo odločitev ter o tem obvestilo skupno strokovno službo - sektor za trženje.

Udeleženci so pobudo soglasno sprejeli, moteče je učinkovalo le pripomba o tem, da s tako odločitvijo diskreditiramo osebni dohodek, ki tako izgublja na kakovosti. Učinkovito jo je zatrla razprava predsednika skupščine, ko je dejal, da gre pri uresničevanju tega predloga za identifikacijo delavcev s podjetjem in za zavedanje dejstva, da je uspeh vsakega

Glasiló je namenjeno na naslov:



Časopis poslovnega sistema Mercator

Leto XXVII

Ljubljana, maj 1990

št.: 5

uspeh vseh. Največ teh očitkov je šlo na rovaš 200 delavcev krovnega podjetja, ki nad odločitvijo poslovodnega odbora, da bodo pionirji pri izvajanju tega predloga, niso pokazali prav nobenega navdušenja.

Ženitev na Dolenjskem

V dolenjski metropoli se je že večkrat šušljalo, da se trgovsko podjetje Dolenjka ženi. Le ženin je bil že večkrat drug. Zdaj ni nobena skrivnost več, da se ženita z Mercator-Standardom. Postala naj bi delniška družba, ki bo sklenjeno zakonsko zvezo potrdila tudi z vstopom v Poslovni sistem Mercator. Ženitovansko pismo je "gori postavljeno" in v njem stoji, da so skupni interesi očitni, da bo za doto in balo poskrbljeno. Novo mesto brez blagovnice ne more več, treba jo je postaviti do konca in botri, priče ter ostali svatje, odvežite mošnje, ako hočete pirovati. Pa šalo na stran! Delavcem obeh podjetij želimo, da bi se v novem dobro počutili, našli skupen jezik za reševanje vseh zadev, ki jih različnost prinaša.

Ne prezrite

Papirnató delo da
papirnat rezultat
2, 3

Zavihati bo treba ro-
kave - EVROPA '92
4

M-MT: O delnicah
ter izvozu stekla in
živali
5

16 in več okusov
6

»Raufnk«
v pozabo
izginja
6

Mercator - Meso-iz-
delki: Naraščata
produktivnost in
promet
7

Pri Mercatorju dobite vse!



Kako se giblje mesečni promet?

V sektorju za trženje spremljajo mesečno gibanje prometa posameznih trgovskih podjetij. Nad nekaterimi podatki se velja zaskrbljeno zamisliti, nad drugimi pa se vprašati kako, da lahko. In prav

ti bi verjetno morali recepte za naraščanje prometa malo manj varovati. Sicer pa jih verjetno tudi nihče nič ne vpraša. Škoda!

MESEČNA DINAMIKA PROMETA PRI NEKATERIH PODJETJIH V POSLOVNEM SISTEMU MERCATOR

v konv. din										
Zap. št.	Podjetje	december 1989	januar 1990	index 4:3	februar 1990	index 6:4	marec 1990	index 8:6	april 1990	index 10:8
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
I. Trgovina na debelo										
1.	M-Blagovni center, Ljubljana	95.648.485,00	103.178.696,00	108	106.242.408,00	103	107.916.020,20	102	110.319.442,93	102
2.	M-IP, Veleprodaja, Ptuj	58.761.891,00	60.593.278,00	103	74.631.067,00	123	63.841.560,00	86	55.399.816,00	87
3.	N-Grosist, Postojna	48.333.200,00	50.106.295,00	104	66.558.312,00	133	50.828.662,00	76	38.586.640,00	76
SKUPAJ		202.743.576,00	213.878.269,00	105	247.431.787,00	116	222.586.242,00	90	204.305.898,93	92
II. Trgovina na debelo in drobno										
1.	M-Sadje zelenjava, Ljubljana	26.771.001,20	34.755.333,40	130	31.478.711,30	91	40.054.168,00	129	58.112.803,40	145
2.	M-Standard, Novo mesto	27.023.273,60	29.226.220,70	108	29.834.833,00	102	35.689.469,80	120	34.734.060,00	97
3.	M-Trgopromet, Kočevje	16.603.248,80	18.590.758,20	112	20.664.613,10	111	23.158.701,90	112	22.970.454,00	99
4.	M-Degro, Portorož	42.750.200,00	42.337.000,00	99	47.207.389,50	112	58.559.123,20	124	63.670.941,00	109
5.	M-STP Hrestnik	12.974.292,70	14.843.933,00	114	16.806.753,90	113	18.143.703,70	108	16.602.572,80	92
6.	M-Trgoavto, Kočper	41.006.000,00	62.607.000,00	153	88.771.000,00	142	91.320.000,00	103	57.717.960,00	63
SKUPAJ		167.128.016,30	202.360.245,30	121	234.763.300,80	116	266.925.166,60	114	253.818.791,20	95
III. Trgovina na drobno										
1.	M-Colomiti, Ljubljana	45.619.811,00	50.240.052,50	110	60.484.465,90	120	65.783.353,60	109	67.971.581,00	103
2.	M-Golovec, Ljubljana	45.470.593,70	45.813.344,00	101	52.391.367,00	114	63.541.496,00	121	61.097.342,00	96
3.	M-Grmača, Lj. (brez PE MH)	40.793.447,00	37.111.588,00	91	42.565.805,00	115	52.563.021,00	123	53.723.620,00	102
4.	M-Savica, Ljubljana	19.085.514,00	19.933.031,00	104	22.421.291,00	112	26.223.279,00	117	26.623.556,00	102
5.	M-Freskrba, Tržič	11.045.451,00	12.141.958,10	110	12.416.159,70	102	13.510.944,00	109	13.383.676,00	99
6.	M-Jelka, Ribnica	7.839.495,30	9.914.653,50	126	10.178.221,60	103	11.624.993,60	114	11.335.573,00	98
7.	M-Izbira, Postojna	18.619.000,00	19.557.685,00	105	20.452.464,00	105	22.576.102,00	110	24.761.154,00	110
8.	N-Trgovina, Rakek	6.572.600,00	8.135.824,00	124	9.704.865,00	119	9.867.012,00	102	9.767.614,00	99
9.	M-STP Metlika	4.722.000,00	5.879.000,00	125	6.426.391,80	109	7.752.970,00	121	7.504.495,00	97
10.	M-IP, Ptuj (Maloprodaja)	42.442.651,00	48.578.635,00	114	53.738.291,00	111	62.351.319,00	116	66.176.940,00	106
11.	M-Univerzal, Lendava	15.819.800,00	18.849.000,00	119	21.192.109,00	112	22.459.849,30	106	24.000.000,00	107
12.	M-Sloga, Gornja Radgona	12.840.500,00	11.484.915,00	89	13.155.770,00	115	15.532.940,00	118	17.296.990,00	111
13.	M-Zarja, Ormož	13.666.155,00	15.726.964,00	115	22.174.844,00	141	23.587.343,00	106	20.471.274,00	87
SKUPAJ		284.537.018,00	303.366.650,10	107	347.302.045,00	114	397.371.622,50	114	404.113.815,00	102
IV. Blagovnice										
1.	M-Modna hiša, Maribor	5.112.700,00	5.063.000,00	99	4.093.930,50	81	4.748.906,50	116	5.252.760,60	111
2.	M-Gramada PE MH, Ljubljana	4.451.481,00	3.810.480,00	86	3.219.145,00	84	3.631.346,00	113	6.014.829,00	167
SKUPAJ		9.564.181,00	8.873.480,00	93	7.713.075,50	82	8.380.252,50	115	11.267.589,60	135
Mesečna stopnja inflacije			17,3		8,4		2,3		- 0,2	

Ljubljana, 14.5.1990

Fripravila: Kctnik Slavka

Trgovanje malo tako in malo drugače
Stanislav Klemenčič-Saražin

Papirnato delo da papirnat rezultat

Konkurenca nas sili, da nekatere izdelke prodajamo pod ugodnejšimi pogoji. Vse si zamislimo kot je treba, v praksi pa zaškriplje. Znamo pomesti pred tujim pragom, lastnega nam drugi. Domus je ocenjeval ljubljanske trgovine naše in druge - posebej veseli ocen ne moremo biti.

Olje in sir po konkurenčnih cenah

Aprila smo začeli s prodajo sirov Mercator-Mlekarne Kranj in olj Mercator-Oljarice, Kranj po konkurenčnih cenah. Pri znižanju cen sta sodelovala tako proizvajalca kot Mercatorjeva trgovina z znižanjem svoje marže. Distribucija izdelkov navedenih proizvajalcev do maloprodaje je naložena grosističnim podjetjem, ki jo uresničujejo v okviru sprejetih pogodb in obveznosti. O podobnostih glede dolžnosti obeh partnerjev dogovorili na sestanku 12. 4. 1990 ter določilo obseg te prodaje.

Rezultati prodaje so dobri in manj dobri. V M-Oljarici so zadovoljivi, medtem ko so pri M-Mlekarne Kranj slabši od I. tromesečja letos.

Dogovorili smo se, da mora Mercatorjeva trgovina v celoti pri M-Mlekarne Kranj kupiti toliko sira, da bo dosežen planirani 37 % tržni delež v interni prodaji, saj je bil v I. tromesečju ta delež 33 %. Kljub vsem naprezanjem pa smo realizirali le 30 % delež.

V aprilu so se v zvezi s prodajo sira posebej potrudili posamezni grosisti kot M-Standard, M-

Nanos-Grosist Postojna, M-Izbira Kranj, drugi pa dogovorjenih obveznosti niso uresničili.

V drugem tromesečju bo to pomenilo zmanjšanje količinske stimulacije, ki se obračunava v višini 3 % pri 100 % izpolnjeni pogodbeni obveznosti. Količinske stimulacije manj kot 80 % izpolnitev pogodb ne prinaša.

Kot ocvirek naj dodamo, da je naš eksterni kupec Emona, Blagovni center d.o.o., Ljubljana v aprilu kupil 10.227 kg sirov, v štirimesečnem obdobju pa 23.367 kg. Pri tem ga niso ovirali in mu tudi pri prodaji niso bili izgovor cenejši uvoženi siri, ki jih je tudi sprotno prodajal.

Glede na odločitve Republike Slovenije, da bo proizvajalcem subvencionirala ceno sirov in surovega masla, se obstoječe cene do nadaljnjega temu primerno znižujejo. Nove cene veljajo za M-Ljubljanske mlekarne od 10. maja in za M-Mlekarne Kranj od 11. maja. Subvencija je razdeljena na vse slovenske mlekarje in zato ne prinaša velikih znižanj. M-Mlekarne Kranj bo gaudo maja prodajala po aprilski ceni (64,40 din za potrošnika), medtem ko veljajo za druge sire nove, višje cene in marže iz pravilnika.

Mercatorjevi grosisti so se obvezali, da bodo prodali 600 ton olja iz M-Oljarice Kranj pod pogoji, ki veljajo za prodajo olja iz blagovnih rezerv, le količine tega olja niso omejene, tako kot so količine iz blagovnih rezerv. Gre za vse vrste olj, ki jih izdelujejo v M-Oljarici.

Prodaja teh količin sodi v izpolnjevanje pogodbenih oziroma planskih obveznosti za letošnje leto. Pri zniževanju prodajnih cen olja sta sodelovala proizvajalec in trgovina, trgovinske ugodnosti pa naj bi veljale samo za domačega oljarja, ne pa tudi za druge dobavitelje.

V obdobju od 13. aprila do 8. maja so posamezni grosisti pri M-Oljarici kupili naslednje količine:

Menimo, da komentar k gor-njim podatkom ni potreben.

Različno razumemo papirnata navodila

V prejšnjem delu sestavka navedene številke niso nič nenavadnega. In tako bo, dokler bomo ali sprejemali nerazumljivo in v praksi neizvedljivo poslovno politiko in aktivnosti, ki jih vsi ne bodo enako razumeli ali dokler ne bomo začeli več pozornosti namenjati čisto človeškemu dejavniku. To pa pomeni na primer no mero skriti izdajanje pisnih navodil, temveč se z ljudmi, ki iz-

vajajo poslovno politiko, srečevati in se pogovoriti o težavah, ki jih nedvomno tarejo.

Obisk Mercatorjevih prodajal v aprilu in maju pove marsikaj. Še več pa smo izvedeli v pogovoru s poslovodji in prodajalci. Iz njihovih opazanj navajam nekaj takih, ki kažejo na različno razumevanje ukrepov za pospešeno prodajo sirov in konzumnega olja.

Velik obseg uvoza cenениh sirov iz vzhodne in zahodne Evrope je prisilil domače proizvajalce v precejšnje znižanje cen. Proizvajalci so znižali proizvodno ceno, trgovina pa je svoje prispevala z znižanjem marže. Sredi aprila je bila tako cena za 1 kg gaude 64,40 din. Poglejmo si usodo kranjske gaude.

Cena gaude je ostala nespremenjena tudi v maju, saj je med tem vlada Republike Slovenije našla sredstva za subvencijo proizvajalcem sira in masla, da bi nekaj mesecev lahko obdržali ceno na ravni, doseženi v aprilu. Trgovina gre seveda v kalkulacijo z normalno 12 in 25 % maržo (razpon velja za gaudo M-Mlekarne Kranj).

Pa so pota našega sira, predvsem pa njegove cene, silno zamotana. Najprej smo vse vrsta sira, za katere je veljala pospešena prodaja, v veliki meri težko našli v maloprodaji. Na vprašanja, zakaj sirov ni, pa so bili od-

govori že kar serijski in vsem znani.

Maloprodaja se izgovarja, da bi ga že zdavnaj prodala, če bi ga grosist (ki je za to nalogo zadolžen) ponudil, grosist pa trdi da ga ima na zalogi, povpraševanja pa ni. Skupen zaključek je, da "sir ne gre v prodajo". Razlog za tako izgovarjanje naj poišče vsak sam. Dogovorjene cene 64,40 din se ne drži nihče; cena se giblje od 91,50 din, 109,00 din in še kaj vmes. Kako pridejo v posameznih prodajalnah do tako različnih cen ob enotnem ceniku, mi ni jasno. Tudi za prodajo vakuumske pakirane gaude ob prvomajski praznični akciji, je bilo slišati veliko prozaičnih izgovorov. Nekateri so za zadevo komaj vedeli, drugi so trdili da je pri grosistu nimajo - tam pa zalog, da se kadi.

Še večja pestrost pa je pri prodaji konzumnega olja. Nekaj trgovin smo obiskali pred prvomajskimi prazniki in takoj po njih. Nekaj primerov: na polici vseh 6 vrst olja, tudi plakat o akcijski prodaji je bil na vidnem mestu, cene so bile prave. Le konzumno olje v plastenki so ponujali po stari, precej višji ceni. Izgovarjali so se na staro zalogo, ki jo morajo prodati po "stari ceni", ker jim razlike ne bo nihče nadomestil.

Drug primer zavaja potrošnika: na vhodnih vratih trgovine visi plakat, s svinčnikom sta prečr-

tana olje Konzum in sladkor TS Ormož. Prodaja po ugodnih cenah, ki naj bi pospešile - povečale prodajo pa je v zabojih pred blagajno. V policah za redno prodajo olja pa je ves izbor olja po starih cenah. Izbor je torej prepuščen potrošniku, ki ga strese, ko si v košarico naloži olje po "redni ceni", ki je pri litru višja za 2 do 3 din. V neki trgovini 14 dni niso smeli ponuditi potrošnikom olja po novih, nižjih cenah, ker so morali najprej prodati zaloge.

Naleteli smo na odlično založene prodajalne - toda obvestil in opozoril potrošnikom o ugodnih cenah - nikjer. Cene le na zamašku, seveda različne, medtem ko 100 m stran konkurenca - sicer tudi brez plakata - prodaja olja po enaki ceni z ustreznih obvestilnim napisom nad prodajno polico.

Srečujemo tudi primere, ko poslovodje pravijo, da so svoj kontingent (kot da gre resnično za olje iz rezerv z omejeno količino) že prodali in ga ne mislijo več naročiti. Drugi še bolj drastičen primer: kupec vzame karton olja Cekin Special, pride do blagajne in doleti ga vprašanje "Ja, kaj pa vi mislite, saj smete vzeti le 3 litre!" Komaj se dogovori s prodajalko (blagajničarko), da omejitev ni, da je olja več kot dovolj.

Nikjer, v vseh 13 obiskanih prodajalnah ni ne duha ne sluha o kakršnemkoli prizadevanju aranžerjev, da bi izložbe in prodajna mesta uredili v Cekinovih barvah, kot smo jih povabili v zadnji številki časopisa Mercator. Ali ni tudi izziv aranžerjem edinstvena prilika, da ob sočasnem znižanju cen olja pritegne mo večjo pozornost potrošnikov?

Zakaj kupujem druge?

Poslovodje tudi povedo, da ra- je kupujejo nekatere izdelke pri konkurenci, ker so cene nižje in tako blago lažje in hitreje obrnejo. Cene pa so nižje zaradi marž, ki so v Mercatorju kar na zavidli-

vi ravni ali pa zaradi režimov cen, ko proizvajalci še vedno svoje cene oblikujejo enotno na ravni maloprodajnih cen z rabatom za obe trgovinski dejavnosti.

Da so marže visoke vedo vsi, da bi pa kdo iz podjetij predlagal kakršnakoli znižanja, tega ni bilo na nedavnem komercialnem sestanku vseh trgovcev v Poslovnem sistemu Mercator.

Napisano naj ne dobi pečata kritiziranja, je pač posledica stanja, kakršno vlada v naših kolektivih, kjer je ali preveč administrativnih navodil in premalo osebnega delovnega stika, ali pa je tempo dela tak, da vsak sam gasi svoje tekoče probleme. Gre za spoznanje, da moramo več časa in naporov nameniti človeškemu pristopu in delu s sodelavci, ki skupno poslovno politiko izvajajo v vsakdanji praksi. Le tako bomo tudi lahko spreminjali odnos prodajalcev in poslovodij do potrošnikov, ki bodo postali naši kralji in ne nepotrebno zlo. Z več neposrednimi stiki in ustrezno podporo, bomo tudi naše prodajalne premaknili v višje ocenjeni razred kot so ga zasedle v februarjem in marčevskem ocenjevanju.

Ko "M" podoba na ogled postavi

Ocenjevanje 30 prodajaln v Ljubljani je izvedel Domus. Vanj je bilo zajetih 15 Mercatorjevih prodajaln, torej polovica. Ocenjevanje so opravile tri do pet članske komisije na podlagi 3 osnovnih meril.

Prvo merilo je bila založenost prodajalne. Za odlično je bilo treba zbrati 34 točk. Največ jih je dobila naša prodajalna -31,9 točke - na Riharjevi ulici, ki sodi v Mercator-Dolomite.

Drugo merilo je bila podoba prodajalne - njena funkcionalnost, estetski in higienski videz. Od 33 možnih točk je največ točk zbrala prodajalna Delikatesa (ABC Pomurka), na Cesti na Brdo, in sicer 26,5 točk. Največ točk po tem merilu je med Mercatorjevimi trgovinami dobila

prodajalna v Rožni dolini - (25,4 točk) na Cesti IX. Tudi ta prodajalna sodi k Mercator-Dolomito-

In zadnje, najbolj kritično merilo je bila kulturnost postrežbe: prijaznost, strokovnost, hitrost postrežbe, do zunanega videza prodajalcev. Kar dobro se je odrezala prodajalna na Grablovičevi z 28,7 točkami od 33 možnih. Spet Mercator-Dolomiti.

Da bi imela ocena večji učinek in bila objektivnejša, so bile prodajalne razvrščene v dve kategoriji - v markete do 500 kvadratnih metrov prodajne površine in v samopostrežne trgovine do 300 kvadratnih metrov. Vse trgovine so bile razvrščene v tri kakovostne razrede oziroma kategorije.

Ocenjenih je bilo 8 marketov, od tega le eden Mercatorjev - na Leninovem trgu 4, ki je zasedel 6. mesto v II. kategoriji. Sodi v Mercator-Golovec. Od skupno možnih 89,9 točk je prejel 77,1 točko, najnižja ocena je znašala 74,9 točk. V III. kategoriji je med 9 ocenjenimi prodajalnami sodelovalo 6 Mercatorjevih in prva tri mesta od 73,2 do 74,2 točk so zasedle naše prodajalne. Najvišja možna ocena je znašala 89,9 točk.

V skupini samopostrežnih trgovin do 300 kvadratnih metrov je v II. kategoriji, kjer je bilo možno dobiti najvišjo oceno 89,9 točk, uvrščeno skupaj 7 prodajaln, med njimi 4 Mercatorjeve. Od tega sta prej navedeni zmagovalki v posamičnem merilu (Riharjeva 26 kot prva in Grablovičeva 28 kot tretja) na drugem mestu z 79,5 točkami pa je tudi trgovina Mercator-Dolomitov v Jeranovi ulici 24.

V III. kategoriji samopostrežnih trgovin je sodelovalo 6 prodajaln, od tega 4 Mercatorjeve, ki so zasedle zadnja mesta.

V povprečju so vse sodelujoče prodajalne, ki sodijo pod Mercatorjevo marelo, dosegle najboljši rezultat pri ocenjevanju založenosti, saj se je samopostrežna trgovina na Riharjevi 26 uvrstila v I. kakovostni razred, 18 vseh ocenjenih trgovin v drugega in 12 v tretjega. Pri podobi prodaj-

PRODAJA OLJA GROSISTOM V ČASU OD 13.4.1990 DO 8.5.1990

Zap. št.	K U P E C	realizacija	mesečna dinamika po pogodbi
1.	M-Blagovni center, Ljubljana	112.200	133.300
2.	M-Standard, Novo mesto	27.648	25.000
3.	M-Degro, Portorož,	9.984	20.000
4.	M-Gradišče, trebnje	2.940	1.600
5.	M-Trgopromet, Kočevje	8.064	8.330
6.	M-IP, Ptuj	24.568	51.660
7.	M-Rudar, Idrija	16.896	6.660
8.	M-Preskrba, Krško	10.752	5.000
9.	M-KK, Sevnica	4.992	5.400
10.	M-STP Hrastnik	4.992	1.660
11.	M-Izbira, Kranj	6.772	50.000
12.	M-Mesolzelki, Škofja loka	4.680	-
13.	M-Nanos Grosist, Postojna	-	21.600
SKUPAJ		234.488	330.270

POSAMEZNI GROSISTI SO V APRILU IN SKUPAJ DOSEGLI NASLEDNJO PRODAJO SIROV KRANJSKE MLEKARNE

Zap. št.	K U P E C	Plan 1990 v kg	Realizacija I-III/90 v kg	IV/90 v kg	Skupaj v kg	Index real./plan
1	2	3	4	5	6	7/6
1.	M-Blagovni center,Ljubljana	100.000	14.130	5.431	19.561	19,6
2.	M-Standard, Novo mesto	10.000	2.730	2.007	4.737	47,4
3.	M-Nanos Grosist,Postojna	40.000	7.590	2.556	10.146	25,4
4.	M-Degro, Portorož	25.000	4.420	973	5.393	21,6
5.	M-IP, Ptuj	10.000	480	100	580	5,8
6.	M-Rudar, Idrija	40.000	3.620	986	4.606	11,5
7.	M-Trgopromet, Kočevje	5.000	220	634	854	17,1
8.	M-KK, Sevnica	-	-	504	504	-
9.	M-STP, Hrastnik	-	-	-	-	-
10.	M-Izbira, Kranj	100.000	20.220	5.087	25.307	25,3
11.	M-Ljubljanske mlekarne	100.000	10.820	2.277	13.092	13,0
12.	M-Dругi kupci	66.000	6.530	1.976	8.506	12,9
SKUPAJ		496.000	70.760	22.531	93.291	18,8

jaln je bila večina vseh ocenjenih trgovin slabo uvrščena. Kar 26 se jih je uvrstilo v III. kakovostni razred in le 4 v II. kakovostni razred. Slabosti so v nepregledni razporeditvi blaga, neučinkovito izkoriščeni prodajni površini, neustreznem skladiščenju strupenih in občutljivih izdelkov ter pomanjkanju teženj za privlačen in urejen videz prodajalne.

Po kulturnosti postrežbe je 16 prodajaln uvrščenih v II. kategorijo, med njimi je 11 Mercatorjevih in 14 v III. kategorijo, med njimi so 4 Mercatorjeve prodajalne. Tu se kaže prepičlo znanje trgovcev in pomanjkanje občutka za potrošnika, kot tudi pomanjkanje zavesti, da je potrošnika

mogoče obdržati le z višjo ravni-jo kakovosti.

Kakovostna raven - od postrežbe, videza do izbire, torej še ni takšna, da bi bili potrošniki lahko zadovoljni. O naših prodajalnah lahko rečemo , da so globalno uvrščene nekoliko višje od povprečja. Do jeseni imamo čas, da se pripravimo na trajno višjo raven kakovosti naših prodajaln. Med prizadevanja za višjo kakovostno raven sodi tudi temeljit premislek o dosednji izbiri in ponudbi blaga, ki marsikje bistveno odstopa od deklariranega prometa poslovanja. To velja zlasti za prodajalne z živili, v katerih je vse preveč neživilskih izdelkov, ki se slabo obračajo in so cenovno na visoki ravni.

SKLEPI, SPREJETI NA 3. ZASEDANJU SKUPŠČINE POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR - 23. MAJ 1990 (povzetki)

1. Skupščina sprejema spremembe in dopolnitve pogodbe o ustanovitvi Poslovnega sistema Mercator v besedilu, kot ga je določila posebna komisija.

2. Skupščina sprejema spremembe in dopolnitve statuta Poslovnega sistema Mercator v besedilu, kot ga je določila posebna komisija.

3. Skupščina nalaga strokovnim službam v delniški družbi Mercator, da izdelajo in objavijo prečiščeno besedilo obeh aktov.

4. Skupščina sprejema informacijo o poslovanju delniške družbe Mercator v prvih treh mesecih letošnjega leta.

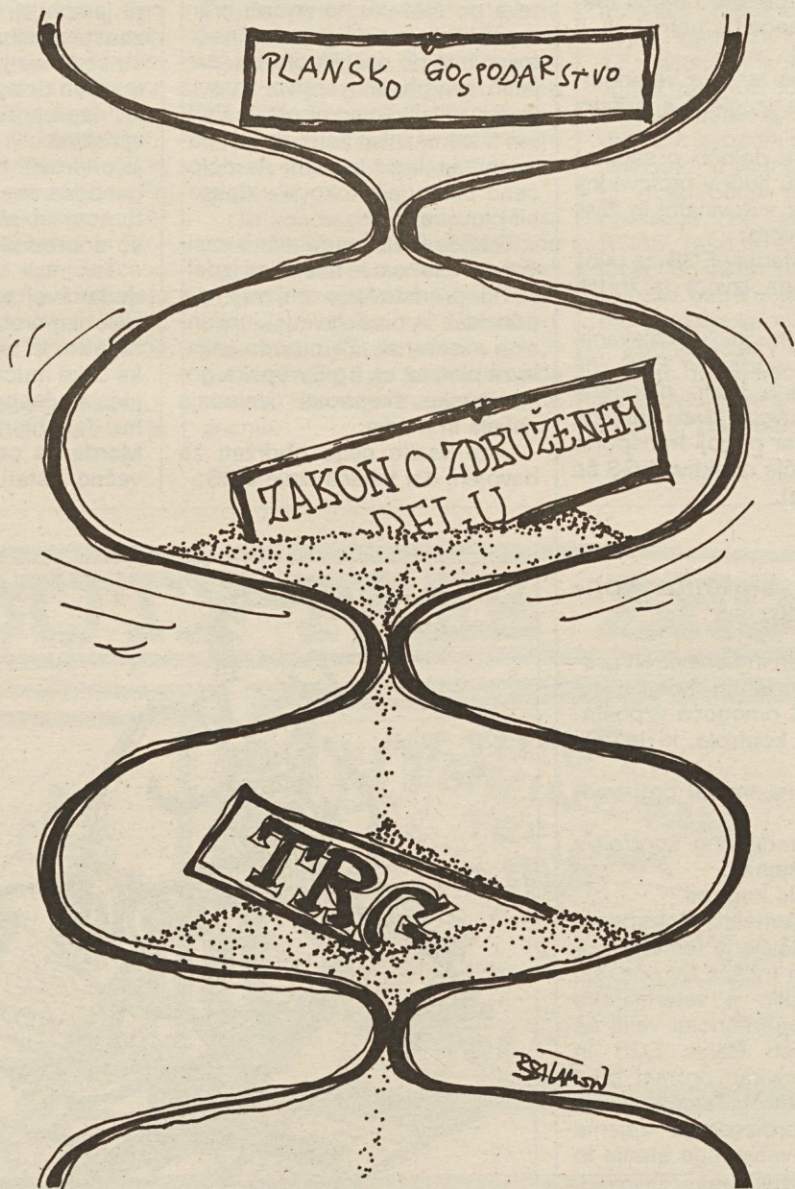
5. Poslovni sistem Mercator takoj preneha s prodajo kuponov Kluba Mercator. Podjetja lahko nadaljujejo s to prodajo, dokler jim to dopušča zaloga kuponov, vendar najdlje do 30. junija letos.

6. Skupščina sprejema pobudo poslovnega odbora poslovnega sistema, da se v vseh podjetjih Poslovnega sistema Mercator delavcem del osebnih dohodkov izplačuje v vrednostnih bonih.

7. Skupščina imenuje predstavnike Poslovnega sistema Mercator v organih delniških družb Mercator-Nanosa.

8. Skupščina sprejema informacijo o združevanju podjetij Mercator-Standard in Dolenjka iz Novega mesta.

9. Skupščina sprejema obvestilo, da Mercator-Kmetijska zadruga Bled in Poslovni sistem Mercator sklepata posebno pogodbo o predčasnem prenehanju medsebojnih pravic in obveznosti, ki izhajajo iz pogodbe o ustanovitvi poslovnega sistema Mercator in zadevajo tiste članice sozda, ki se niso odločile za vstop v poslovni sistem.



Veterinarstvo in Evropa '92

dr. Metod Kopitar

Zavihati bo treba rokave

Marca letos je bil v Zagrebu interdisciplinarni posvet "Veterinarstvo in Evropa '92". Posvet je organiziralo zagrebško društvo veterinarjev. Pokrovitelja sta bila hrvaški izvršni svet in Gospodarska zbornica SR Hrvaške. Posveta se je udeležilo več kot 600 strokovnjakov s področja veterinarstva, zdravstva in biotehnologije iz vse Jugoslavije. Kako tudi ne, saj prav tem strokam Evropa '92 nalaga skrb za zdrave ljudi in živali.

Kaj je Evropa '92?

Evropa '92 pomeni reformo Evropske gospodarske skupnosti, ki bo institucionalno končana do leta 1992 obenem pa tudi enoten evropski prostor. Evropa '92 nastaja na osnovi "Bele knjige" in Enotnega evropskega akta, ki sta bila sprejeta 1985 leta. Bela knjiga pomeni program preobrazbe skupnega notranjega tržišča v enotno tržišče Evropske gospodarske skupnosti, Enotni evropski akt pa spremembo nekaterih določb Rimskega dogovora. Rimski dogovor so sklenile države, ki so kasneje ustanovile evropsko gospodarsko skupnost.

Države, ki bodo trgovale z Evropsko gospodarsko skupnostjo, niso pa njene članice, so uvrščene v kategorijo "tretje dežele". Odnosi med EGS in tretjimi deželami, pa so še posebej dodatno razvrščeni po različnih grupacijah:

- odnosi med EGS in visoko razvitimi prekooceanskimi deželami (ZDA, Kanada, Japonska itd.);
- odnosi med EGS in EFTA (Švedska, Avstrija, Švica, Norveška, Finska in Islandija);
- odnosi med EGS in deželami v razvoju;
- odnosi med EGS in mediteranskimi deželami.

Z Rimskim dogovorom so Belgija, Francija, Nizozemska, Italija, Luxemburg in Zvezna republika Nemčija 25. marca 1957 ustanovile Evropsko gospodarsko skupnost. Namen ustanovitve je bilo postopno nastajanje enotnega medsebojnega notranjega tržišča. Januarja 1973 so se ustanoviteljicam kot enakopravne članice EGS pridružile Danska, Irska in Velika Britanija. Grčija se jim je pridružila januarja 1981, Španija in Portugalska pa januarja 1986. Enotna unija tako trenutno združuje 12 držav, v njej živi na več kot 2,2 milijona kvadratnih kilometrih nekaj čez 320 milijonov ljudi.

Leta 1984 so predstavniki držav in vlad članic EGS sprejeli odločitev o prenovi te skupnosti ter oblikovali postopke za to prenovu. Na tej osnovi je posebna komisija EGS leta 1985 Evropskemu svetu in Evropskemu parlamentu predložila Belo knjigo. Z Belo knjigo je bil sprejet in določen cilj prenove - do 1. januarja 1993 doseči in zagotoviti v enotnem notranjem evropskem tržišču noten pretok ljudi, sredstev, dobrin, storitev, kapitala, dela in informacij. Z uresničitvijo tega cilja bodo med članicami odstranjene vse fizične, tehnične in davčne bariere.

Vloga drugih ekonomskih grupacij v sodelovanju z EGS

Poleg EGS delujeta v evropskem prostoru še dve ekonomski grupaciji - EFTA in SEV. Evropsko združenje svobodne trgovine (EFTA) je nastalo leta 1960, ustanovile pa so ga Švedska, Avstrija, Švica, Norveška, Finska in Islandija. Svet za ekonomsko medsebojno pomoč (SEV) pa združuje Sovjetsko zvezo, Bolgarijo, Madžarsko,

Poljsko, Romunijo, Češkoslovaško, Albanijo in Nemško demokratično republiko.

Obe grupaciji imata z EGS močno razvite medsebojne odnose, ki temeljijo izključno na ekonomskih interesih. Ti odnosi so posebej intenzivni med EGS in EFTO, med odnosi s članicami SEV-a pa izstopajo odnosi s Poljsko, Madžarsko in Češkoslovaško. Tako EGS in EFTA oblikujeta enoten evropski prostor, navedene tri članice SEV-a pa vse bolj intenzivno posegajo v sodelovanje z EGS. Prav to v veliki meri otežkoča vstop Jugoslavije v to skupnost. Kandidaturo za vstop v EGS namreč lahko prijavi vsaka evropska država, ki izpolnjuje določene zahteve. Prijava se naslavlja Evropskemu svetu, ki po posvetovanju s komisijo (po pristanku Evropskega parlamenta, ki odloča z absolutno večino) odloča enoglasno. Podpora komisije temelji na oceni trgovinske izmenjave in oceni stanja proizvodnje in predelave v državi, ki se ji želi pridružiti.

Evropa '92 in jugoslovansko veterinarstvo

Kakršnokoli trgovanje in povezava z EGS na področju prometa z živili živalskega izvora, živimi živalmi, živalskim semenom in živalskimi embrijem, temelji na ustrezni kakovosti, asortimanu in konficioniranju, ki mora biti prilagojeno modernim zahtevam tržišča in pogojem dežele uvoznice. Ta osnovni postulat trgovanja mora biti izpolnjen ne glede na položaj - ali Jugoslavija v trgovinski izmenjavi sodeluje kot enakopravna članica EGS ali kot tretja dežela.

V Beli knjigi so navedeni že sprejeti ukrepi, ki bodo zagotovili nemoten pretok blaga in storitev. Od skupno 272 ukrepov se jih 60 nanaša na področje veterinarstva. Sprejeti so že ukrepi na področju zatiranja živalskih kužnih bolezni in za področje kontrole živil živalskega izvora.

Če hočemo vstopiti v EGS ali vsaj sodelovati kot tretja dežela, moramo na področju veterinarstva:

- uskladiti naše veterinarske predpise s predpisi EGS;
- vzpostaviti in prilagoditi mehanizme kontrole zahtevam EGS;
- organizirati in ustrezno opremiti strokovne institucije za izvajanje monitoringa v mikrobiologiji, parazitologiji, na področju varstva okolja, radiološke kontaminacije in ugotavljanja bioloških ostankov, pri pakiranju in pri deklaracijah, ki spremljajo blago pri ter na vseh drugih področjih veterinarske dejavnosti za zagotavljanje zdravja ljudi in živali;
- na proizvodno mesto prenesti celotno kontrolo reje, zdravstvenega stanja in zdravljenja živali;
- predpisom EGS prilagoditi pogoje reje in transporta živali, pregled živali pred klanjem in pregled mesa zaklanih živali, pogoje za opremo objektov za klanje in delovne postopke v teh objektih, postopke predelave, uporabo aditivov, oblike in vrsto embalaže pri konficioniranju, pogoje pakiranja, skladiščenja in nakladanja ter obliko spremljajoče dokumentacije;

- po principih modernih dosežkov znanosti in prakse stalno novelirati laboratorijsko kontrolo in diagnostiko na področju zdravstvenega varstva ljudi in živali.

Ker so na področju preprečevanja in zatiranja kužnih bolezni že sprejete direktive EGS, je treba v Jugoslaviji pripraviti ali novelirati že obstoječe ukrepe za zatiranje in izkoreninjenje klasične svinjske kuge, afriške svinjske kuge, slinavke in parkljevke, Aujeszkijske bolezni, bruceloze, tuberkuloze, enzooske leukoze ter ob sprejemanju drugih direktiv EGS na tem področju prilagajati našo zakonodajo zakonodaji EGS.

Sprejete so tudi že direktive na področju kontrole živil živalskega porekla. Na tem področju pa nas čaka:

- usklajevanje normativov z normativi EGS za objekte za klanje živali, za predelavo in obdelavo ter skladiščenje živil živalskega izvora ter za gradnjo, tehnično ureditev, opremo, tehnologijo, higieno, razporejanje dela, načinov veterinarske inšpekcije oziroma oblik veterinarske sanitarnega pregleda ter usposobljenost diagnostičnih laboratorijev;
- usklajevanje oblik in obsega del pri opravljanju veterinarske sanitarnih pregledov živali za klanje in pregledov izdelkov živalskega izvora glede primernosti za ljudsko prehrano;
- celovita kontrola živalske krme in komponent za njeno proizvodnjo, kontrola drugih uporabljenih dodatkov, kontrola vzrejalšč in pitališč, kontrola zdravil in zdravljenja, kontrola na podlagi vzorčenja v predpisanem obsegu ter ocena primernosti na podlagi objektivne ocene rezultatov analize ter druge določene dokumentacije;
- prepoved uporabe rastnih hormonov v fazi pitanja in kontrola izvajanja te prepovedi;
- prepoved uporabe ribjega mesa, invadiranega z nematodi v prehrani ljudi;
- usklajevanje tarif za veterinarsko sanitarne preglede s tarifami EGS;
- usklajevanje določb o sanitarnem pregledu ljudi v proizvodnji in prometu s surovinami in živili živalskega izvora;
- sprejem kriterijev EGS za uvoz živil živalskega izvora iz tretjih dežel;
- spremljanje in usklajevanje predpisov z normativi EGS, na podlagi katerih bodo določene direktive pri uvozu živali, semena in embrijev ter pogoji transporta (za to področje direktive EGS še niso sprejete).

Principi sistema kontrole v EGS

Neoporečen in nenevaren promet brez dodatnih kontrol na ozemlju EGS omogoča vzpostavljen sistem kontrole, ki temelji na:

- kontroli na mestu proizvodnje ali reje;
- redni ali monitoring kontroli v deželi prevzemnici;
- laboratorijski kontroli.

Kontrola na mestu proizvodnje ali reje zagotavlja je temeljni pogoj enotnega tržišča Evrope, saj izdano potrdilo o veterinarsko sanitarni neoporečnosti velja na območju vseh članic EGS in omogoča neoviran promet brez obmejnih kontrol. Tako kontrola na mestu proizvodnje zajema pregled zdravstvenega stanja in zdravljenja živali v reji, prevoz živali, pregled pred klanjem, pre-

gled mesa, pregled urejenosti prostorov in opreme, tehnologije, predelave, uporabe aditivov in začimb, gotovih izdelkov in pakiranja, skladiščenja in odprave izdelkov ter kontrolo spremljajoče dokumentacije.

Redna ali monitoring kontrola v deželi prevzemnici pomeni kontrolo po prispetju pošiljke. Tu se, razen v primeru očitne in lahko dokazljive napake, promet naprej odvija nemoteno. Če pa se z laboratorijsko analizo ugotovi, da pošiljka ne ustreza zahtevanim pogojem, odgovorni organi dobavitelja opozorijo, zahtevajo pojasnila in predlagajo ukrepe. Spor rešuje arbitražna komisija, sestavljena iz članic, ki v sporu niso prizadete. Odločitev arbitražne komisije je dokončna. Posledice so lahko v tem, da dobavitelj izgubi pravico do nadaljnje dobave na enotni evropski trg, lahko pa se takšna prepoved razširi in se državi, iz katere je dobavitelj, prepove nadaljnja dobava.

Laboratorijska kontrola po predpisih EGS pomeni predvsem dolžnost proizvajalca, da opravi potrebno število mikrobioloških in drugih analiz tako surovin kot gotovih izdelkov v teku in na kraju proizvodnje. Obenem pa pomeni dolžnost veterinarske inšpekcije, da te rezultate ovrednoti in nadzoruje. Posebej je tu pomemben program sistematične kontrole ostankov zdravju škodljivih substanc.

Evropa '92 in proizvodnja v ljubljanskih mlekarnah

Vedno je veljalo, da so poti boga Mercurja nepredvidljive. V Evropi '92 ta trditve izgublja svojo težo. Na veljavi pridobiva zahteva po za človeka in tudi za žival prijaznem okolju in življenju, zahteva po človeku nenevarni hrani ter zahteva po dolgoročno načrtovanih in po načelih stroke izvajanih programih varstva zdravja ljudi in živali. To so direktive EGS - in ti zakoni niso zato, da jih "pametni" krši, so le zato, da določeno usmerjajo tokove v dobrobit človeka.

Tržišče EGS je praktično zasičeno z mlekom in mlečnimi izdelki, ki predstavljajo največji del pridelave in predelave v ljubljanskih mlekarnah. Zato bodo veljala za plasma na trg Evropske gospodarske skupnosti naslednja načela in merila:

- za vsako ceno obdržati že osvojeni del tržišča unije EGS;

- usmerjanje in zagotavljanje proizvodnje mleka na še ne ali na nizkokontaminiranih območjih;
- vpeljevanje vseh zahtev EGS v tehnologije proizvodnje in predelave mleka, v kontrolo reje živali, v proizvodnjo, predelavo in transport;
- v lastni proizvodnji zagotoviti proizvodnjo neoporečnega mleka in mesa po merilih EGS;
- zagotoviti takšno zdravje osnovne črede goved, da bo mogoč plasma živih živali in živalskih embrijev.

Uresničevanje teh principov v praksi pa bo poleg upoštevanja vseh zahtev EGS pri vsakodnevem delu, načrtovanju in kontroli, zahtevalo še:

- posodobitev in okrepitev lastnega bakteriološkega laboratorija;
- formiranje lastne črede črnobelih krav in telic, pri katerih je bil opravljen program eradikacije IBR/IPV za proizvodnjo in pridobivanje govejih embrijev;
- izvedbo takojšnjih meritev kontaminacije zemljišč in pašnikov za proizvodnjo krme in pašo, določitev osnovne stopnje kontaminacije, oceno te stopnje in glede na to primernost za proizvodnjo krme in planiranje agrotehničnih ukrepov na teh zemljiščih;
- spremljanje stopnje kontaminacije zemljišč ter ugotavljanje zdravju škodljivih ostankov v mesu in mleku;
- spodbuditi delo v razvoju in pri raziskavah na področju agroživilstva ter prenos novih dosežkov v prakso;
- prilagajati ukrepe možnemu izvozu na tržišče EGS.

Zaključek

Namesto zaključka bi navedel misel E. Rheina: "Vlak k enotnemu zahodnoevropskemu prostoru je speljal. Nihče več ga ne bo zaustavil. Ni pa še prepozno, da se sede vanj. Ti, ki so že v njem, marljivo delajo, da se vlak premika naprej. Ti pa, ki soglašajo s sprejtimi cilji in načeli ter se želijo pridružiti hotenjem po večjem gospodarskem, družbenem, kulturnem in političnem napredku, so dobrodošli."

Tej misli bi v naših razmerah dodal svoj pomislek - kaj, če ta vlak ni morebiti vzenjača, ki pelje na strm in visok vrh in zamudnika čaka mučno in na smrt utrujajoče počasno vzpenjanje v strahu, da vrha ne bo nikoli dosegel. Morda pa celo, da bo moral za večno ostati na začetni postaji.



Mercator-Mednarodna trgovina - delniška družba

Andrej Dvoršak

Delnice: za šefe obvezne - za delavce po želji

Da se v Mercator-Mednarodni trgovini dogajajo resne reči, je lahko opazil vsak, ki je zadnje čase prišel na poslovni obisk. V velikem Poslovnem centru Mercatorja je moral iskati partnerja, ki ga ni bilo več v sobi, v kateri ga je obiskal še pred novim letom. Sektorji Mercator-Mednarodne trgovine so doživeli bolj ali manj velike selitve, posledico nove organizacijske sheme.

"Tozde smo ukinili, jih združili v družbeno podjetje, ki je skupaj s poslovnim sistemom Mercator ustanovilo delniško družbo Mercator-Mednarodna trgovina. Organizacijsko je razdeljeno na 6 področij: trženje prehrane, trženje neprehrane, zunanjetrgovinski inženiring, proizvodnja in storitve, ekonomsko-finančno področje in splošno področje.

Delniško družbo vodi poslovodni odbor na čelu s predsednikom. Vsak od šestih podpred-

sednikov, članov poslovodnega odbora operativno vodi eno od šestih področij," nam je dejal **Mitja Marinšek**, prvi mož Mercator-Mednarodne trgovine.

Nova dejavnost Mercator-Mednarodne trgovine je zunanjetrgovinski inženiring, nakakšna "valilnica" za preverjanje posameznih dejavnosti, kot so catering, zastopstva in turizem. V tem "inkubatorju" bodo preverjali ali so dobičkonosne in ali je možno iz njih razviti nova po-

dročja. Zunanjetrgovinski inženiring pa se bo ukvarjal tudi z raznimi projekti skupnih vlaganj doma in v tujini, skratka z vsem, kar bo novega v poslovanju Mercator-Mednarodne trgovine.

Toliko o reorganizaciji. O njenih rezultatih Marinšek ne pove nič, pravi, da je še prezgodaj, da so rezultati poslovanja prvih treh mesecev sicer zadovoljivi, da bo potrebno počakati do konca leta na pravo sliko.

Zaradi reorganizacije ni nihče v Mercator-Mednarodni trgovini izgubil dela. "Že pred reorganizacijo je bilo sklenjeno, da morajo ostati vsi delavci. Če bi morali ljudi odpuščati, bi to pomenilo, da imamo slabo vodstvo, ki ljudem ni sposobno zagotoviti pri-

mernega dela in dohodkov," pravi Marinšek.

Ker je bilo v času, ko smo se pogovarjali, zelo aktualno vprašanje izplačila dela plač v bonih (zamisel predsednika PO PSM), smo vprašali tudi Marinška kot enega vodilnih in vplivnih mož Poslovnega sistema Mercator, kaj si o tem misli in ali bodo tudi pri njih ljudem del plač izplačevali v kakšnih bonih?

Odločno je odklonil zamisel o bonih, ker meni, da s tem prav nič ne rešujemo, le med delavci dvigamo revolt in odpor do vodstva. V Mercator-Mednarodni trgovini so pripravili drug projekt, ki naj bi precej bolj učinkovito zagotovil pripadnost sistemu. Gre za delavske delnice, ki bi jih

lahko kupili delavci Mercator-Mednarodne trgovine in ki bi jim prinašale dividende, če bo poslovanje uspešno. Jasno je, da se bo potem vsak delničar trudil za čim uspešnejše poslovanje. Celoten menedžment, od predsednika poslovodnega odbora do izvršilnih direktorjev in šefov, se pravi kakšnih 50 ljudi, bo delnice moralo kupiti. To bo pogoj, brez katerega ne bo nihče v Mednarodni trgovini mogel opravljati vodilnega ali vodstvenega dela. Za ostale pa bo nakup delnic neobvezen. Celotni projekt bo domišljen in realiziran v prihodnjih mesecih, kako pa se bo obnesel bo pokazal čas, kot za vse novice, ki jih zadnje čase uvajamo kar po tekočem traku.

Tiha reka izvoza stekla...

Andrej Dvoršak

Pri njih bi se lahko učili

Sektor izvoza stekla, porcelana in keramike Mercator-Mednarodne trgovine je eden tistih, o katerih se redkokdaj sliši v javnosti. So tiho in delajo, "kot zamorci", pravi direktor Nande Bizjak.

Rezultat je viden v bilancah. Lani so izvozili za 24 milijonov dolarjev blaga, od tega za 9 v S. Ameriko, za 8 v Italijo in Španijo, ostalo pa v druge Evropske države. V primerjavi z letom 1988 je bil izvoz večji za 3 milijone dolarjev, ki so jih prinesle steklenice, kristal in keramika. Poudariti je treba, da se cene tega blaga na svetovnem trgu ne spreminjajo in da torej ti trije milijoni dolarjev pomenijo toliko več blaga in dela.

"Povečan izvoz je deloma rezultat padca prodaje doma. Res pa je, da naši proizvajalci na svetovnem trgu dosegajo dobre cene in je za to izvoz za njih zanimiv. Še posebej velja to za tiste, ki lahko ponudijo visokokakovostne izdelke, predvsem kristal in pa steklovino za razsvetljavo. Pri tem prednačijo steklarne iz Rogaske Slatine, Hrastrnika in Slovenske Bistrice, v zadnjem času pa se jim uspešno pridružujejo še steklarne iz Titovega Velesa, Kozine in Zaječarja," pravi Nande Bizjak.

Dokaz o kakovosti izdelkov jugoslovanskih proizvajalcev je

verjetno tudi to, da v njihove steklenice polnijo Schweppes. Ta referenca je pomembna, ker ima Schweppes izredno stroga merila glede kakovosti in tistega, ki jih ne izpolnjuje, takoj izloči, še prej pa mu povzroči veliko izgubo. Pogodba je pač pogodba, in če jo nekdo podpiše, v svetu pričakujejo, da se je bo držal!

"V zadnjem času uspešno prodiramo v Španijo. To je zelo zanimivo tržišče, kjer bi se dalo prodati marsikaj, ne le steklo in kjer bi se našel kruh še za koga. Škoda, da tega v Mercatorju ne znamo bolje izkoristiti. Ni pomembno, da nas Španci obravnavajo kot pridruženega člana Evropski skupnosti, kar pomeni nižje uvozne carine in zato večjo konkurenčnost," pojasnjuje sogovornik.

Ob koncu pogovora me je zanimalo, koliko ljudi je angažirano oziroma zaposleno za tolikšen dolarski promet. 14 jih je, 10 jih ima višjo ali visoko izobrazbo, vsak med njimi pa tekoče govori najmanj dva tuja jezika, seveda pa ima tudi vse drugo potrebno znanje.

Če bi imeli bolj jasne zakone

Andrej Dvoršak

Izvažamo bike, konje... pa tudi medvede

Domače in tuje cene niso usklajene in zato tudi niso preveč optimistični glede naših izvoznih možnosti. Poleg tega so jugoslovanske stimulacije za izvoznike na tako imenovana tretja tržišča zelo nizke in nespodbudne in zato na teh trgih zelo težko konkuriramo zahodnim izvoznikom, katerih države so bolj razumevajoče in jim dajejo več ugodnosti," pojasnjuje izvozno problematiko Drago Vratarič, direktor sektorja Trženje prehrane - izvoz meso, Mercator-Mednarodne trgovine.

V tem sektorju se ukvarjajo z izvozom izdelkov iz celotnega živalskega programa. Od bikov do konjev in medvedov. Vmes pa so še različni mesni izdelki, perutnina in jajca.

Letno izvozijo za okoli 8 milijonov ameriških dolarjev. Največ izvozijo v Italijo - kar 90 %. Samo živih goved in konjev so Italijanom lani prodali za 4 milijone dolarjev, samo za konje so iztržili 1,7 milijona dolarjev. Divjačine izvozijo za okoli 800.000 dolarjev.

Nekaj zelenega denarja ustvarijo še z izvozom perutnine in valilnih jajc, ki jih izvažajo na podlagi dolgoročne proizvodne kooperacije za angleško firmo ROSS. Tako so z našimi jajci založeni po vsem svetu in glede na izvozne uspehe lahko sklepamo, da so nadpovprečno dobra.

Zadnje čase v tem sektorju iščejo še druge načine in možnosti za sodelovanje s tujimi partnerji. Skušajo pridobiti tujce, ki bi bili

pripravljeni vlagati v rejo govedi. Nekatera italijanska podjetja za tako sodelovanje kažejo veliko zanimanja, vendar ne več kot zgolj to. Ovira za sklenitev poslova je spet naša jugo zakonodaja, ki ni dodelana in je na večih mestih tako nejasna, da se zdi tujcem vlaganje pri nas preveč

rizikantno in zato svoje denarje usmerjajo drugam. Prehiteli so nas Madžari, ki so sprejeli zelo jasne in precizne zakone, mamljivke za tuje vlagatelje.

Izvoz in iskanje tujega kapitala pa nista edini zadevi, s katerima se ukvarjajo. Veliko pozornosti namenjajo tudi proizvodnji goveda na podlagi kooperacijskih pogodb z zadrugami. Prav od tega sodelovanja je v veliki meri odvisen končen izvozni rezultat, kajti poleg cene se naše blago prodaja tudi zaradi kakovosti.

V sektorju je zaposlenih 17 delavcev, 6 jih ima višjo ali visoko izobrazbo.

SALON POHIŠTVA

- pohištvo
- talne obloge in preproge
- svetila
- prodaja na obroke
- konkurenčne cene
- brezplačna dostava na dom

ŽELEZNINA

- gradbeni material
- barve, laki
- vodovodno instal. material
- vse za centralno ogrevanje
- orodje in okovje

BLAGOVNICA

odd. OPREMA:

- gospodinjski aparati
 - akustika
 - gospodinjske potrebščine
 - elektro instalacijski material
- odd. TEKSTIL-KOZMETIKA
- odd. SAMOPOSTREŽBA
- Z BIFEJEM

DOBRODOŠLI
V TRŽIČU!

PREHRAMBENI
DISKONT
V KRIŽAH
IN CERKLJAH

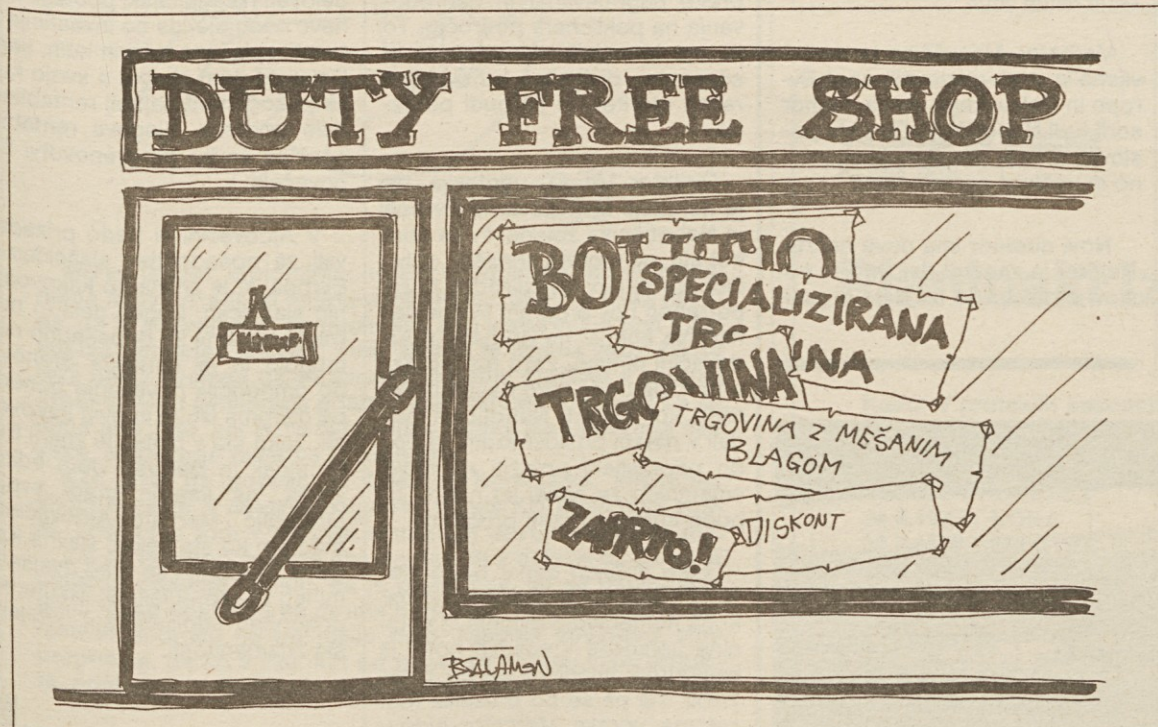
SAMOPOSTREŽNA
TRGOVINA NA DETELJICI

- velika ponudba delicatese
- in dobro založena vinoteka

TEKSTILNE TRGOVINE

- prodajalna z
- otroško konfekcijo in oblačili
- trgovina z ženskim perilom in oblačili
- »GALA« — usnjena galanterija
- foto material

Priporočamo se tudi za obisk v prehrambenih prodajalnah



Jogurti Mercator-Ljubljanskih mlekar

Andrej Dvoršak

16 in več okusov

V Ljubljanskih mlekarnah pripravijo dnevno 40 do 50.000 litrov jogurta različnih okusov in v različnih embalažah. Samo sadnega jogurta je stalno v proizvodnji 16 vrst... Poznavalci pa pravijo, da so jogurti Ljubljanski mlekar eni najboljših pri nas, tudi zato, ker za njihovo proizvodnjo uporabljajo le najboljše sveže mleko, nikoli mleko v prahu kot to počnejo nekateri drugi proizvajalci.

"Jogurt je fermentiran mlečni izdelek, ki ima dolgo in bogato tradicijo. Njegova domovina se razteza od Mediterana preko vzhodne Evrope v Azijo," je začela pripovedovati o jogurtu Anica Jankovič, tehnologinja za fermentirane izdelke in maslo v Mercator-Ljubljanskih mlekarnah.

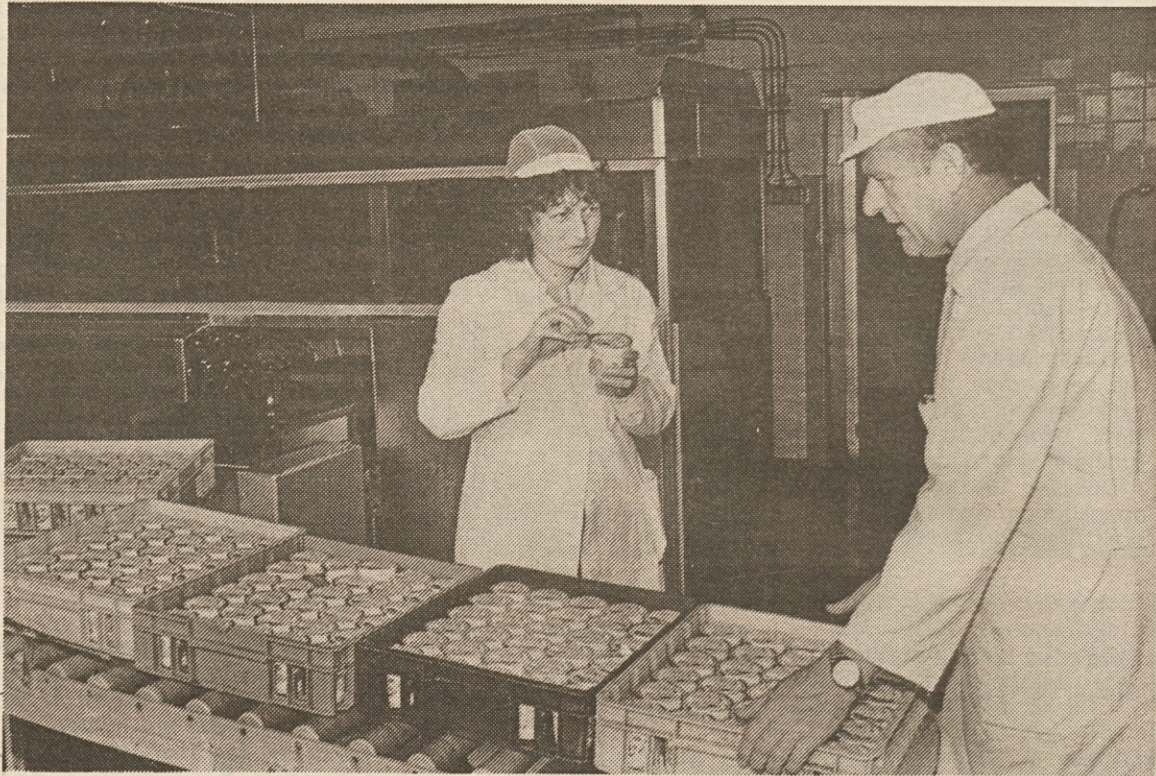
Zvedeli smo, kako so nekoč kisali mleko, da je bil kmetom prijeten okus kislega mleka vseh, vendar so ga skušali še izboljševati. Tako se je počasi razvil jogurt. Danes za njegovo pripravo uporabljajo dve bakteriji *Streptococcus Thermophilus* in *Lactobacillus Vulgaricus*. Obe bakteriji pridobivajo iz mleka največ v Turčiji, Bolgariji in v azijskih državah, nakar jih izvažajo po svetu, da lahko prav v vsaki državi izdelajo dobre jogurte, če znajo. *Lactobacillus Vulgaricus* morajo zahodne države v celoti uvažati, ker ga v njihovem mleku, pa tudi v našem, ni.

Tehnologinja Jankovičeva nam je povedala, da je bila poleg prijetnega osvežilnega okusa jogurta vedno vodilna tudi želja po podaljšanju trajnosti tega izdelka. Danes so jogurti obstojni 7, 20 in celo 30 dni, odvisno od načina in tehnologije proizvodnje.

Šele kasneje so ugotovili, da ima jogurt tudi visoko terapev-

sko vrednost. Mlečnokislinski organizmi in laktoza, ki jih vsebuje jogurt, ustvarjajo neugodne pogoje za razvoj gnilobnih bakterij v prebavnem traktu. Poleg tega pa vsebuje najpopolnejše in najlažje prebavljive beljakovine, delno razkrojen mlečni sladkor, ki pospešuje prebavne procese in ureja prebavo. V jogurtu je tudi precej kalcija, ki pospešuje gradnjo kosti in zob. Zato je jogurt izredno koristna hrana tako za otroke kot za odrasle, še posebej za bolnike in rekonvalescente. V Mercator-Ljubljanskih mlekarnah ugotavljajo, da so njihovi najbolj zvesti odjemalci jogurtov otroci in upokoenci, študentje in dijaki, ki si z njim popestrijo obroke. Največja poraba je spomladi in jeseni.

Značilno za naše tržišče je, da stalno zahteva nove okuse. Temu se v Mlekarnah sorazmerno hitro prilagajajo. Uporabljajo štiri različne tehnološke postopke, s katerimi pridobivajo različne vrste jogurtov: navadnega - čvrstega in tekočega, sadne in aromatizirane jogutre. Navadni jogurt vsebuje 3,2 % mlečne maščobe, medtem ko jo imata sadni in aromatizirani jogurt 2,5 %. Med novjšimi okusi, ki so jih začeli uvajati letos, je široka paleta sadnih jogurtov s posebnimi, eksotičnimi okusi marakuja, man-



Za kakovost in izbiro različnih okusov jogurtov v Mercator - Ljubljanskih mlekarnah skrbita Anica Jankovič in Jože Breznikar.

darine in tropik. Prav tako so letos uvedli proizvodnjo aromatiziranih jogurtov. Zaenkrat jih izdelujejo v treh okusih: kave, čokolade in vanilija.

Anica Jankovič pa ima pripravljene že nove recepte, ki bodo ponudbo jogurtov še bolj popestrili. Torej lahko po prenovitvi jogurtarne iz Mercator-Ljubljanskih mlekar pričakujemo še in še novih okusov.

Ob pripravljanju novosti v Mlekarnah prenavljajo tudi jogurtarno. Gradijo nove skladiščne cisterne, v katerih bo dogajanje računalniško vodeno in spremljano.

Spremenil se bo celoten tehnološki proces proizvodnje jogurtov, ki bodo poslej še bolj kakovostni in trajnejši. Ne nazadnje pa bodo v Mlekarnah imeli tudi možnost odbire mleka za jogurt,

ki mora biti popolnoma sveže in najvišje kakovosti.

Vodja jogurtarne Jože Breznikar, desna roka tehnologinje Anice Jankovič, se prenovljene proizvodnje linije že močno veseli. Pravi, da bo delavcem olajšana dela, pa tudi kakovost bo boljša. In prav na kakovostnih izdelkih v Mlekarnah gradijo.

V našem hotelu Bor

Mile Bitenc

Gostinsko - turistični zbor na severu Primorske

Že nekaj let zapored organizirajo gostinsko turistični delavci severnoprimorske regije svoje srečanje. Predstavijo kulinarčne izdelke, pogrinjke, mešajo pijače, pripravijo tudi kakšno strokovno predavanje in celo športno srečanje.

Nekaj takega naj bi bilo tudi letos. Pravzaprav bilo je v našem hotelu Bor na Črnem vrhu nad Idrijo. Hotel Bor je skupaj z Medobčinsko gospodarsko zbornico organiziral Severnoprimorski gostinski zbor.

Želja in načrtov je bilo več kot tega, kar se je potem dogajalo. Malo udeležencev, odpovedana športna tekmovanja, nezainteresiranost udeležencev, je dalo kaj klaveren vtis.

Prireditve se je začela z razstavo izdelkov Mlinotesta, MIP-Mesne industrije Primorske, Fructala, Bayer Pharne, Žita-Pekarne Vrhnika, Delamarisa, KK Vipava, KZ Goriška Brda, Pivovarne Union, Celjske mlekarne. Mercatorjevih proizvajalcev na razstavi ni bilo. Direktor hotela Rok Strojko, je povedal, da med našimi proizvodnimi podjetji za predstavitev ni bilo nobenega zanimanja in navdušenja.

Nekoliko je vtis popravila kulinarčna razstava. Tone Strajnar, predsednik ocenjevalne komisije je dejal, da vse kar so pripravili gostinci, ne sodi na takšno predstavitev oziroma da je predstavljeno še daleč od tistega, kar naj bi gostinci ponudili. Kljub vsemu pa so med sodelujoče vseeno razdelili priznanja, kjer je največ uspeha požela Neda Čer-

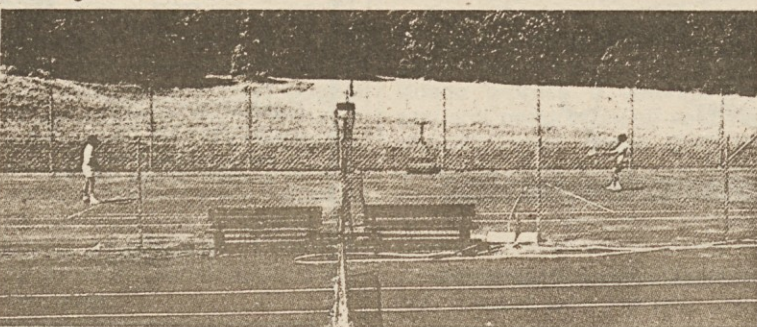
ne, HIT Nova Gorica, mi - Hotel Bor pa je ostal praznih rok.

Zablesteli pa smo v mešanju pijač, kjer je Božo Kozlovič iz ljubljanskega Hotela Ilirija osvojil prvo mesto za odličen koktajl "Bor".

Priznanja je prejelo osem posameznikov, dobrih gostincev, med njimi tudi Rok Strojko. V obrazilu pa je pisalo takole: "Rok Strojko, direktor Hotela Bor, ki je s sodelavci danes naš gostitelj, je dolgoletni uspešni gostinski delavec. Zadnjih 7 let se trudi popestriti gostinsko turistično dejavnost črnorške planote. Želimo mu uspeha."

Po podelitvi priznanj se je pravzaprav šele začelo. Gostinci so pograbili razstavljene jedi, jedli, pili in peli in temu se menda reče gostinsko turistični zbor.

Teniška igrišča ob hotelu Bor.



"Raufnk" izginja v pozabo

Andrej Dvoršak

Prenovili bodo Delavski dom

Mercator-Ajdovščina d.o.o. sodi med tiste nesrečne organizacije, ki jih je čas krepko povozil. Imela pa je še to smolo, da je bilo njeno vodstvo v zadnjih desetih letih v rokah neambicioznih ljudi, ki so skrbeli zgolj za preživetje, niso pa vlagali v razvoj in kadre. Tako ugotavlja novi direktor Andrej Mihevc, diplomirani jurist, ki je v Mercator-Ajdovščino prišel iz Tehniške knjižnice Slovenije.

Gostinstvo v Mercatorju pa ima še to dodatno smolo, da je odrinjeno na povsem stranski tir in da v poslovnem sistemu ni pravega strokovnjaka, ki bi se ukvarjal z njihovo problematiko in razvojem. Tako so gostinske organizacije bolj ali manj prepuščene same sebi.

Mercator-Ajdovščina je sestavljena iz dveh poslovnih enot Evropa in Delavskega doma, kamor sodi tudi Nebotičnik. Obe sta poslovali skoraj povsem samostojno in večkrat neracionalno.

Novi direktor ima nove načrte. Najprej je zaostril delovno in poslovno disciplino ter delo organi-

ziral tako, da bo omogočalo učinkovito in racionalno poslovanje. Ker je kadrovska struktura zelo slaba, od 107 delavcev ima le eden visoko izobrazbo in 12 srednjo, bodo v podjetju spodbujali delavce za različne načine izobraževanja in šolanja, tudi preko nagrajevanja in napredovanja na poklicnem področju. To je ena temeljnih nalog, ki naj bi sčasoma divgnila kakovostno raven storitev, ki jih nudi podjetje.

Direktor Mihevc ugotavlja, da je nekdanji lesk Kavarne Evropa in Nebotičnika zbledel in da taka kot sta, ne moreta prinašati dobička. Za njuno revitalizacijo bi bil potreben nov program in nov denar. Ne enega, ne drugega v Ajdovščini nimajo. Zato razmišljajo o tem, da bodo tako Kavarno Evropo kot celotni Nebotičnik oddali v najem poslovnem, ki bodo pripravljeni položiti na mizo najemnino za nekaj let naprej in bodo imeli ustrezne programe.

Tako dobljen denar bodo vložili v prenovu Delavskega doma, ki ga nemeravajo dvigniti iz socialne ustanove v soliden hotel B kategorije. Imenoval se bo hotel Tivoli. Tja pa se bo preselila tudi celotna uprava Mercator-Ajdov-

ščine. Pravzaprav bo Hotel Tivoli nekakšna dvoživka. Polovico hotela naj bi bilo namenjeno stalnim stanovalcem, druga polovica pa tujim gostom. Različna bo tudi ponudba.

S prenovitvenimi deli v Delavskem domu nameravajo pričeti že septembra. Tretjino naj bi prispeval Mercator, nekaj denarja bo dala Ajdovščina, precejšen delež pa tudi Inženiring organizacija iz Ljubljane, ki bo pripravila projekte in ki je pripravljena sodelovati na kapitalski podlagi. Mihevc ocenjuje, da bo investicija v celoti izplačana v štirih letih, kajti Delavski dom skupaj s svojo kuhinjo sodi med najbolj rentabilne dele podjetja, njegova rentabilnost pa se bo po prenovitvi še povečala.

V Ajdovščini si bodo prizadevali za posodobitev slaščičarne Evropa, ki je znana po kakovostnih slaščicah. Pogoji dela in notranja oprema so dobesedno nemogoči in le temeljita prenova bo omogočila povečanje ponudbe oziroma izbire in dvig kakovosti. Tako sta v bistvu le znani Evropejček in Delavski dom edina aduta, na katerih gradi svojo strategijo Mercator-Ajdovščina, medtem ko sta nekoč slavna Kavarna Evropa in še pred dvajsetimi leti dobro obiskani "Raufenk" dokončno odpisana kot ljubljanski znamenitosti.

Pogovor z ministrom
Andrej Dvoršak

Mercator-Blagovni center se razvija vsem navkljub

Ko smo pred časom vzeli v Mercator v službo ministra za trg in cene, si najbrž nihče ni mogel zamišljati, da bo Mercator dal novo izvoljeni slovenski vladi novega ministra. Tudi, ko smo se 14. maja pogovarjali z Izidorjem Rejcem, direktorjem Mercator-Blagovnega centra, še nismo vedeli, da se pogovarjamo z bodočim predsednikom Komiteja za industrijo in gradbeništvo. Pogovor je tekel o poslovanju Mercator-Blagovnega centra in novostih, ki jih v njem pripravljajo.

Izidor Rejc je povedal, da so bili prvi meseci še v znaku inflacijskega obdobja iz prejšnjega leta. Nihče od proizvajalcev ni resno vzel Markovičevih obljub in ni pokazal prav nobene pripravljenosti, da bi znižal cene. Vsi so se držali starih kalkulacij, ki pa so se izkazale v novih pogojih gospodarjenja za neustrezne. Z drastično omejitvijo plač je hitro skopnela kupna moč, istočasno pa je konvertibilnost dinarja in cenejše blago za mejo povzročilo še dodaten udarec trgovini.

Fizični obseg prodaje je v Mercator-Blagovnem centru manjši za okoli 25 odstotkov glede na enako obdobje lanskega leta. Brž ko so se tega zavedli, so v Blagovnem centru poiskali možnosti za razširitev trga. Postali so eden glavnih dobaviteljev zasebnih trgovcev in danes redno oskrbujejo z različnim blagom že preko sto zasebnih trgovin. Da se toliko zasebnikov oskrbuje v Blagovnem centru pomeni, da je konkurenčen v primerjavi z drugimi grosisti ter da ima dovolj

veliko in ustrezno izbiro blaga. Kot je poudaril Rejc, bo konkurenčni boj med grosisti vedno hujši, kajti pojavljajo se že zasebniki, ki brez večjih težav dokaj uspešno konkurirajo družbenemu sektorju. Po drugi strani komercialne službe velikih sistemov pri proizvajalcih niso uspele doseči ugodnejših pogojev za svoje grosiste kot jih denimo izvrta prav vsak zasebnik. Drugje v svetu je namreč v navadi, da veliki sistemi od proizvajalcev iztisnejo mnogo ugodnejše pogoje zaradi dobave velikih količin, tako da manjši grosisti kupujejo pri večjih. Sicer pa tudi mi kupujemo čokolado Milka pri Sparu in ne pri proizvajalcu, a tega ni povedal Rejc.

Vsekakor so dodatne težave večjih grosistov v splošni neli kvidnosti, ki vlada na področju

gospodarstva in tudi v prepočasnem cenovnem prilagajanju proizvajalcev. Posledica je, da jim blago ostaja v skladiščih.

Med novostmi, ki jih uvaja Mercator-Blagovni center je tudi uvedba sodobnejše računalniške obdelave podatkov z novim programom, ki ga bodo začeli uporabljati prihodnji mesec. Ta program bo zagotavljal uporabnikom sprotne podatke na vseh ravneh o vseh poslovnih dogodkih. Obdelava podatkov bo približana vsakodnevni praksi. Med drugim bo to zagotavljalo tudi 30 novih osebnih računalnikov velike zmogljivosti, povezanih v celoto. Vse to je plod usmeritev in zahtev Mercator-Blagovnega centra.

Zvedeli smo še, da se dogovarjajo z Blagovno transportnim

Centrom - Javnimi skladišči o novi diskontni prodajalni, ki bo po izračunih precej vplivala na povečanje prometa. Še največ pozornosti pa zadnje čase namenjajo reorganizaciji podjetja - delniške družbe. Nova organiziranost naj bi zagotovila bolj neposredno in enostavno izvajanje poslovanaja. Zmanjšali bodo število sektorjev, vendar zaradi tega nihče ne bo ostal na cesti, saj bodo za delavce poskrbeli z uvajanjem novih dodatnih programov, kot je denimo diskont v Javnih skladiščih.

Načrti Mercator-Meso-izdelkov
Andrej Dvoršak

Naraščata produktivnost in promet

V sivini, ki vlada v Mercatorju, ko vsi samo jamrajo, kako hudič jemlje štacuno, kako pada promet in kako prekleto nepripravljeni smo na vseh ravneh na nove tržne pogoje, so bile besede Mira Duića pravi balzam za ušesa in dušo. Povečujejo proizvodnjo, vedo za program in veliko volje do dela jim ne manjka. V teh časih spodbudna zadeva!

"Fizična rast proizvodnje je ugodna. Indeks je 106. Naložba v Stični, kjer smo preuredili naš

obrat, se bogato obrestuje, saj je proizvodnja trajnih izdelkov večja kar za 60 odstotkov. Tudi

prodaja mesa je nekoliko večja kot lani, pri tem pa je število zaposlenih ostalo nespremenjeno, skratka povečali smo produktivnost," je začel razpredati pogovor Duić.

Da pa le ne bi preveč poskakovali od veselja, je takoj dolil malce pelina, ki se mu reče li-

kvidnost. Z izterjavo dolgov imajo v M-Meso-izdelkih nepopisne težave. Kupci jim dolgujejo stalno med 8 do 10 milijonov dinarjev, kar je izredno breme za tako majhno podjetje. Neporavnani dolgovi vplivajo na likvidnost Meso-izdelkov, ki imajo za to pri bivši Interni banki stalno negativen saldo. Začeli so za nekaj dni

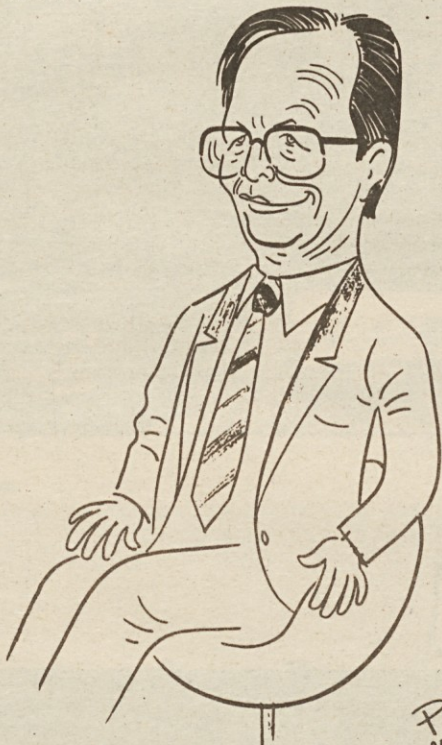
zamujati pri plačilih, česar prej niso bili vajeni.

Za prebroditev likvidnostnih težav, so vpregli vse sile, da bi pridobili denar. Komerčialisti Meso-izdelkov si pri tem izredno prizadevajo. Prehajajo celo v naturalno poslovanje. Kako to izgleda? Kranjska "gumica" dolguje velike denarje Meso-izdelkom, njej pa dolguje prav toliko Mesna industrija Vrbovec, ki je pri Savi nabavila avtomobilske plašče. Vrbovec pa je istočasno dobavitelj Meso-izdelkom in tako po bo po ovinkih poravnal dolg Vrbasa "gumici" in "gumice" M-Meso-izdelkom. V Tekstilindusu jim bodo plačali z blagom, iz katerega bodo v Meso-izdelkih sešili delovne obleke, za nameček pa jim bo primaknil še nekaj svojih počitniških zmogljivosti...

Na srečo pa imajo Meso-izdelki tudi močno maloprodajno mrežo, ki mesečno ustvari okoli 20 milijonov dinarjev prometa, od tega približno polovico v gotovini.

V Meso-izdelkih so se zato odločili, da bodo maloprodajno mrežo še povečali, predvsem z diskontnimi prodajalnami, za katere se je izkazalo, da so najbolj rentabilne. Nove lokale bodo odprli v Ljubljani - v Šiški in Šentvidu, na tržnici v Kamniku, na Primskovem pri Kranju, v Radovljici in na Jesenicah. Obenem pa nameravajo dati v najem vse nerentabilne podeželske prodajalne. Med večjimi načrti, ki jih bodo pričeli letos uresničevati, je tudi prenova klavnice v Loki, za katero pripravlja dokumentacijo Investa. Brez nove klavnice Meso-izdelki ne morejo več normalno poslovati, zato bodo temu cilju podredili vse druge. Kot pravi Duić, bodo vse te in še druge, denimo, kadrovske probleme uspešno rešili, saj imajo dobro strategijo. Zaživeli bodo kot podjetje, če le ne bo prej vsega gospodarstva vzel hudič. Do takrat pa se bodo trudili in pošteno delali.

UPOKOJITEV



Marko Glažar, diplomirani inženir agronomije, bo od letošnjega dneva mladosti naprej upokojenec. Sicer ni naša naveda, da bi sodelavcem ob upokojitvi peli slavo in jim tudi v časopisu odmerjali prostor. Toda Marko je izjema zato, ker je levji delež svojega ustvarjalnega obdobja preživel v pravnih predhodnikih sedanjega poslovnega sistema. Obenem pa izjema tudi zato, ker je za njim vedno ostala sled dobrega človeka, delovnega tovariša in prijatelja.

KŽK-jevci ga poznajo iz Oljarice, Kmetijstva, Mlekarne, skupnih služb, v delovni skupnosti sozda KIT je bil njen vodja, prav tako tudi v delovni skupnosti sozda Mercator-KIT.

Vsi se moramo nekega dne sprijazniti z dejstvom, da se je delovno obdobje izteklo, da je prišel čas, ko se ustvarjalne moči lahko pokažejo na drugih področjih. Marku novih in zanimivih področij ne bo težko najti. Njegovi sodelavci smo prepričani, da bo v vse, kar bo počel še naprej, vtikal dobroto, poštenost in iskričnega duha. Mnogo tega bomo pogrešali.

CELOSTNA PODOBA CIGANSKE SORTE

Mercator-Turist je pred časom hotel obvestiti javnost o svoji dejavnosti in programih ter v ta namen pripravil ustrezne plakate. Poprosil je poslovodje Mercatorjevih trgovin, če jih sme obesiti v izložbe njihovih prodajaln.

"To pa ne! Ne pustijo aranžerji, sploh pa vaš plakat ni v skladu s celostno podobo", so ga zavrnil.

Pa je preteklo nekaj vode in v Ljubljani se je pojavil silno slaven mednarodni cirkus. Zasvinjal je Tivoli in Ljubljano s svojo kičasto reklamo. In ne boste verjeli, tudi v izložbah Mercatorjevih trgovin se je naselil.

Poleg plakatov je predstavnik cirkusa poslovodji stisnil v roko še dve brezplačni vstopnici za ogled predstave...in plakati so zablesteli na častnih mestih, celostni podobi Mercatorja navkljub.

Pa naj še kdo reče, da naši ljudje niso tržno naravnani. Jih bo moral Mercator-Turist peljati v Lurd, da se ga bodo usmilili?

Andrej Dvoršak

Od junija do avgusta
KORŠ vabi

Planinski izleti

Kakor v preteklih sezonah tudi v letošnji poletni planinski sezoni Koordinacijski odbor za rekreacijo in šport organizira naslednje planinske izlete:

- 2.6.1990 - POREZEN
- 24.6.1990 - KONJ
- 28.7.1990 - JALOVEC
- 12.8.1990 - KOČNA
- 25. in 26.8.1990 - TRIGLAV

Vsi planinski izleti, razen zadnjega (Triglav) so vezani na redne avtobusne linije. Za vse planinske izlete sledijo samostojni razpisi. Planinske izlete bo vodil Matjaž Kandus.

Od kali do plodu

Cvetka Debelak

V dobro ribniške trgovine

Trgovanje je stara ribniška obrt in vsak, ki se je loti, se je loti temeljito. Tudi naš nekdanji direktor Jože Mohar je trgovec od glave do pete. Sodelavci mu želimo s tem zapisom izraziti svoje spoštovanje in hvaležnost.

Javni zapisi in druge zgodovinske listine potrjujejo ribniško trgovsko tradicijo: Iz 14. stoletja izhaja Loška sejemska listina, ki omenja trgovanje v Ribniški dolini z žitom, platnom in lesenimi izdelki. Sredi 15. stoletja so turški vpadi za nekaj časa pretrgali živahnost trgovanja in v tem času večkrat požgana Ribnica si brez pomoči nemškega cesarja Friderika, ne bi opomogla. Leta 1492 je cesar Friderik Ribniški dolini izdal posebno dovoljenje za prosto in neobdavčeno trgovanje. Friderikov edikt je podaljšal tudi njegov naslednik Maksimilijan, kar štirikrat pa se je pod isto odločitev podpisala tudi Marija

Terezija. Dovoljena je bila prodaja živine, platna, žit, suhe robe in to na vsem ozemlju avstroogrškega cesarstva. Od tod tudi pesem "Sem Ribn'čan Urban, po caji'm svajt' znan." Takrat si je Ribničan omislil tudi krošnjo.

Tako se je v ribniškem človeku skozi stoletja razvijal čut za trgovanje in samo od njegove spretosti in podjetnosti je bilo odvisno, kaj, koliko in po čem je prodal.

Med ribniške trgovce se je zapisal tudi naš direktor Jože Mohar. Od leta 1946 pa do letošnjega marca je živel z ribniško trgovino. Začel je kot trgovski vajenec v rodnem Loškem potoku,

leta 1975 pa je postal direktor Mercator-Jelke v Ribnici. V vzpon ribniškega gospodarstva je spretno vtkal trgovske niti in začel se je razvoj ribniške trgovine, ki je bil podrejen načelu, da je treba trgovino čim bolj približati potrebam kupcev. Razvejanost ribniške trgovine oziroma njena razpredenost po občini, je ena od potez, ki kaže, da smo se tega načela v razvoju ribniške trgovine tudi držali.

Od leta 1975 pa do letos, smo v Ribnici obnovili ali na novo postavili 12 trgovin, v vsaki od njih je nekaj Moharjevega znoja.

Jože Mohar se je marca upokojil, sodelavci se mu za sodelovanje zahvalujemo in mu želimo prijetno uživanje zaslužene pokojnine.

RIBNIŠKE TRGOVINE 1975 -1989

1975 - obnova skladišča "Pri Cenetu"

1976 - nova samopostrežna trgovina v Sodražici

1978 - odkup stavb, v katerih sta trgovini v Jurejvici in Travniku v Loškem potoku

1980 - nova blagovnica v Ribnici

1982 - obnova prodajalne Obrtni material v Ribnici in prodajalne Lončar v Dolenji vasi

1983 - nova samopostrežba v Dolenji vasi

1985 - nova trgovina v Podpreski

1987 - nova trgovina v Grčaricah in obnovljena samopostrežba v Ribnici

1988 - obnova skladišča pri Radoniču

1989 - obnovljena trgovina v Hribu v Loškem potoku - iz klasične trgovine preurejena v samopostrežbo, oddelek s tekstilom, železnino in drugim tehničnim blagom, obnovljena poslovalnica Lončar v Dolenji vasi in nova trgovina Železnina v Ribnici

Mercator-KGZ Sora Žiri se širi

Andrej Dvoršak

Trgovina v Rovtah

Tik pred prvomajskimi prazniki je bila v Rovtah nad Logatcem velika slovesnost. Mercator-KGZ Sora Žiri je odprla novo veliko trgovino, v kateri bodo krajani lahko kupili prav vse, od šivanke do traktorja in klobas.

"Trgovina je zamišljena kot nekakšen trgovski center za Rovte z okolico in temu primerno je bila izbrana tudi lokacija. Trgovina je velika in možnosti za prodajo različnega blaga ima tudi dovolj. Delavci v njej se bodo potrudili, da bo vedno dobro založena, da bodo v njej konkurenčne cene in tak odnos do kupcev, kot v trgovini mora biti," je poudaril v otvoritvenem govoru direktor Mercator-KGZ Sore.

Dejal je še, da je zamisel, naj bi kmetijska zadruga Mercator-KGZ Sora gradila trgovino v Rovtah, stara že več kot deset let, a vedno je bilo premalo denarja, da bi jo uresničili. Končno so jo le vnesli v srednjeročni plan zadruge in z velikimi napori so jo spravili letos pod streho. Kot smo zvedeli, je bila cena trgo-

ne, ki ima 200 kvadratnih metrov prodajnega prostora, 250 kvadratnih metrov skladiščno prodajnega in še asfaltirano dvorišče za gradbeni material, približno tako visoka, kot je bila cena Blagovnice Astra v Ljubljani, ki jo je Mercatorju izpred nosa speljala Emona.

Že ob otvoritvi, ki je bila takšna kot se za kraj spodobi so se začeli pojavljati prvi dvomi v upravičenost tako velike naložbe v tako majhnem kraju, v katerem je ali pa bo tudi več zasebnih trgovin. Poslovodja Janez Jereb se bo moral skupaj s svojimi sodelavci resnično temeljito potruditi, da bo pritegnil kupce ne le iz Rovt, ampak tudi iz širše okolice. Če bo imel vedno takšen promet kot je bil prvi dan, potem je strah pred izgubami neupravičen.

Trgovina v Rovtah bo potrebovala zaledje.



Nova trgovinica

Andrej Dvoršak

V Odrancih je bil praznik

Ob dveh državnih praznikih - 27. aprilu in 1. maju je Mercator-Univerzal iz Lendave v Odrancih odprl prenovljeno samopostrežno trgovino. Otvoritev je bila za krajane pravi mali praznik, saj se je zbralo vse - od pionirčkov do upokoencev.

Trgovina je že sama zase zgovorna. Stoji na odlični lokaciji ob avtobusni postaji, ima skupno okoli 600 kvadratnih metrov površine, od tega 340 kvadratnih metrov namenjenih prodaji, 80 kvadratnih metrov gostinski dejavnosti - bifeju, 180 kvadratnih metrov pa je pomožnih prostorov in skladišč. V prvem nadstropju pa je še dodatnih 140 kvadratnih metrov. Tu naj bi prodajali različno neprehrambeno blago.

Direktor M-Univerzala, Vendel Ostrič je povedal, da ocenjujejo vrednost investicije na okoli 2.100.000 dinarjev. Kar 80 odstotkov od tega je šlo iz njihovih

lastnih sredstev. To je bilo mnogo več kot so načrtovali, saj je bilo dogovorjeno, da bo več kot dve tretjini denarja prišlo iz sklada za nerazvite, a iz tega ni bilo praktično nič. Zato tudi niso dokončali objekta v celoti, ampak so do Dneva vstaje uspeli urediti in opremiti le samopostrežno trgovino.

Nova trgovina naj bi po predvidevanjih vodstva M-Univerzala poslovala rentabilno, saj sodijo Odranci z 2.500 prebivalci med večje krajevne skupnosti v občini Lendava. Krajevna skupnost, ki se zaveda pomena konkurence na področju trgovine (v Odrancih je bil prej poleg Merca-

torja še Potrošnik Murska Sobota in zasebniki), je pri prenovi trgovine precej pomagala. Brezplačno je porušila staro zgradbo in sofinancirala del gradnje nove. Z novo trgovino bodo imeli krajani tudi bogatejšo izbiro blaga, ki bo moralo biti konkurenčno. Biti pa bo morala tudi konkurenčna tako po cenah kot po kakovosti storitev.

Za začetek je Univerzal pokazal, da mu domiselnosti pri pridobivanju kupcev ne manjka. Pritegnil jih je z bogato in pestro pokušino svojih dobaviteljev, ki je krajani niso bili nič manj veseli kot trgovine same.

Kolektiv nove trgovine.



Bogovi, letos prizanesite...

Vesna Bleiweis

... in nas obvarujte vsake, tudi Mercatorjeve solidarnosti

V sili spoznaš prijatelja...kdor hitro da, dvakrat da...sta znana ljudska reka. Lani je bilo ob haloških nezgodah toliko lepih besed o pomoči, da smo se z dejanjem hoteli izkazati tudi Mercatorjevc. Pa smo se res!

Lansko divjanje vetra, vode in zemeljskih plazov v severovzhodni Sloveniji je bolj ali manj pozabljeno. Toda spet prihaja čas, ko se vse hude ure lahko ponovijo. Želimo si jih sicer ne, bi pa bilo zanimivo videti ponovitev Mercatorjeve solidarnostne evforije, kako cel sistem prisega na pomoč. Ko pa je treba odvezati mošnjo, se vse neha.

Tako se je vsaj pokazalo pri lanskoletnem zbiranju pomoči. Zagotovili smo, da bomo s solidarnostnim zbiranjem sredstev pomagali na noge uničeni kmetiji. Zbrali naj bi 100.000,00 din, bili smo še tozdi in delovne organizacije in delež vsakega je bil komaj omembe vreden. Leto je okrog in naša izkaznica znaša 61.505,20din. Pod ta znesek so

se podpisali: M-Blagovni center, M-Emba, M-Ajdovščina, M-Izbira Panonija, M-KZ Medvode, M-KZ Metlika, M-KZ Stična, M-KZ Trebnje, M-KŽK, Agromehanika, M-Ljubljanske mlekarne, M-Farma Stična, M-Mednarodna trgovina, M-Mesna industrija Ljubljana, M-Nanos, Delovna skupnost sozda, M-Pekarna Grosuplje, M-Potrošnik Lenart, M-Rožnik, M-Rudar, M-Sloga, M-Standard, M-STP Hrastnik, M-Cibes, M-Investa, M-Trgoavto, M-Univerzal, M-Zarja, M-Interna banka. Imena so stara, tozdi, ki

so sodili v posamezne navedene delovne organizacije so obljubljeni solidarnostno pomoč nakazali.

O tej zadevi smo v našem časopisu že pisali in se je sramovali v imenu vseh tistih, ki so na solidarnostno pomoč pozabili iz nemarnosti pa tudi tistih, ki so se sodelovanju zavestno izognili.

Še najmanj prijetno se v svoji solidarnostni koži verjetno počuti Mercator-Izbira Panonija, ki je prevzela skrb, da bo sredstva zbrala na posebnem računu in jih

kot posebna namenska sredstva nakazala v občinski sklad pomoči. Najbrž ni prijetno na račun nemarnosti drugih, prenašati, če ne že drugačnih, pa vsaj pomenljivih pogledov na račun Mercatorjevega širokoustenja.

In še prošnja ob koncu: naj Bog letos varje Štajerce pred ujami, še ene Mercatorjeve solidarnosti najbrž ne bi preživel, če bi že po njegovi previdnosti živi ostali.



Idria nekoč...

...in danes.



Gostilna Nebesa.



Priprava žlikrofov.



Idria

Slovenska dežela je polna lepih kotičkov, znamenitosti ... Idrija je med njimi. Ni znamenita samo zaradi živega srebra, velik del slovenske kulture in znanosti je izšel iz majhnega mesteca v nedrih idrijskih hribov.

Kulturne znamenitosti: prvo slovensko gledališče iz časov Marije Terezije, cerkve iz 16. in 18. stoletja, graščina iz 16. stoletja.

Dokazi slovenske pameti - tehniški pomniki: rudniški magazin, vodna črpalka »kamšt«, Antonijev rov, vodne zapornice »klavže« na Idriji, Belci in Kanomljici, prve slovenske geološke karte, rudnik živega srebra.

Etnografske posebnosti: čipkarstvo, značilna idrijska hiša.

Kulinarika: idrijski žlikrofi, bakalca, geruš, ocvirkovka.

Spomeniki NOB: bolnica Franja pri Cerknem, partizanska tiskarna Slovenija na Vojskem, spomenik bolnici Pavla na Vojskem.

Sport in rekreacija: lov, ribolov, smučanje, planinarjenje, plavanje, tenis.

In Nebesa - najbolj znamenita idrijska restavracija, včasih gostilna, kjer vam bodo vsak dan postregli z najbolj znamenito idrijsko jedjo: žlikrofi.

V hotelu Idria vas bodo zanesljivo prenočili in vam pripravili izvrsten prigrizek. Nič slabše ne bo v gostišču s prenočišči na Vojskem, v gostilni »Na vas« v Spodnji Idriji se tudi potrudijo. V Idrijo vas vabijo tudi vaši sodelavci iz Mercator-Rudarja.

Predstavljamo vam poslovnega partnerja

Ilirija-Vedrog

Že priprave na temeljito čiščenje stanovanja in opreme so za vsakega, ki se jih loti, hudo naporen posel. Toda, če se za dve lotite z učinkovitimi pomočniki - čistilnimi sredstvi ILIRIJE - VEDROG iz kolekcije ČISTO, je pol dela že za vami. POSKUSITE - BLEŠČEČE STANOVANJE S ČISTILI ILIRIJE - VEDROG!

UNI-LUX

Z njim boste očistili okenske okvire in vinaz ploščice, topli pod, teraco in vse ostale emajlirane in lakirane površine v stanovanju. Z nerazredčenim Uni-Luxom boste temeljito očistili tudi trdovratno umazanijo na štedilniku. To univerzalno čistilo tudi deodorira in dezinficira.

VITRO-AS

Je odlično čistilo za okna, ogledala in druge steklene površine v stanovanju. Učinkovito in hitro boste z njim odstranili vso umazanijo. Vsebuje tudi antistatik, ki preprečuje hitro ponovno nabiranje prahu na steklenih površinah in je primerno tudi za čiščenje TV ekranov.

TAP-AS

S tem čistilom boste očistili tekstilne obloge, oblazinjeno pohištvo in preproge. Čiščenje je enostavno - v obliki pene, ki jo boste naredili s penjenjem razredčenega Tap-Asa. Trdovratno umazanijo boste z uspehom očistili z manj razredčenim čistilom. Vsebuje antistatik in sredstvo, ki preprečuje hitro ponovno onesnaževanje.

POLITURA

Pohištvo oziroma površine iz lesa, ultrapasa in laka boste s tem loščilom lepo očistili. Nič drugega ni potrebno, kot da ga z bombažno krpo nanesete na površino in jo nato zbršete. Politura čisti in neguje, dodatno polira nje ni potrebno.

SANI-LUX

je čistilo, s katerim boste čistili glazirane keramične ploščice, umivalnike, bideje, pipe... Čistilo nanesite na gobo, zdrgnite površino in izperite z vodo. Če želite odstraniti vodni kamen ali rjaste madeže, pustite Sani-Lux delovati okrog 10 min.



Časopis poslovnega sistema Mercator

Časopis poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana, Titova 137. Izdaja Center za obveščanje PSM. ● Uredništvo: Titova 137, 61113 Ljubljana. ☎ 061/373-047. ● Ureja uredniški odbor: Franc Božič, Franci Dovč, Ivan Drozdek, Marija Fajfar, Alenka Por, Nada Rihtar, Lojze Šterk, Matija Trstenjak in Franc Zadravec. ● Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis. ● Novinar: Andrej Dvoršak, tudi avtor vseh nepodpisanih fotografij ● Tehnični urednik: Matjaž Marinček. ● Tiska ČGP Delo ● Glasilo prejema delavci, združeni kmetje, učenci in upokojenci PSM ● Izhaja zadnjo sredo v mesecu. Naklada 16.500 izvodov. Po mnenju pristojnega republiškega organa je časopis opravičen temeljnega davka od prometa proizvodov.

WC-LUX

To posebno čistilo za WC školjke čisti, dezinficira in deodorira hkrati. Učinkovito odstranjuje vodni kamen, kamen urina, vse apnene obloge in uničuje tudi bakterije. Čiščenje je učinkovito in hitro.

TOTAL PLASTIK

To čistilo boste uporabili za odstranjevanje talnih premazov in čiščenje zelo umazanih tal. Čistilo razredčite z dvema deloma tople vode in omočite tla. Po 15 minutah tla obrišete s krpo in sperite z vodo.

ALFA

Koncentriran detergent za ročno pomivanje posode z vonjem limone bo odlično odstranil vso umazanijo. Blago deluje na roke in je zelo izdaten - 1 kavna žlička zadostuje za 5 litrov vode.

INOX

Nerjavečo posodo in ostale nerjaveče in emajlirane površine (kopalne kadi) boste očistili s tem čistilom. Inox vsebuje abra-



zivno sredstvo in ostale dodatke, s katerimi boste zelo dobro očistili in spolirali površine.

Sodobna čistila iz kolekcije ČISTO vam bodo v pomoč pri skrbi za čisto in negovano stanovanje.

Benquick, sweet bar, rice crispies...

Andrej Dvoršak

Sweet bar - od Zgornjega Kašlja do Everesta

Sweet bar ploščice so v Embi začeli izdelovati v treh okusih jeseni 1989. Od takrat naprej proizvodnja iz meseca v mesec narašča, kljub temu, da trgovci nakaj časa novemu izdelku niso namenili prav nobene pozornosti. Pa so jih kupci prisilili, da so ga začeli naročati in danes je nepogrešljiv v vsaki trgovini. Trem okusom pa se je pridružil še četrti - sport bar.

V Embi planirajo, da bodo letos naredili okoli 150 ton teh izdelkov, in da bodo del proizvodnje izvozili tudi v ZDA. Ker je bilo ime že spočetka dobor izbrano, bodo v Ameriki lahko nastopali z lastno blagovno znamko, spremeniti bodo morali le embalažo.

Sport bar ploščice pa so si hitro utrdele pot tudi med vrhunske športnike. Naši Himalajci so jih uporabljali pri vzponu nad 7.000 metrov kot edino hrano. Z njimi so bili tako zadovoljni, da so postale nepogrešljive pri vseh nadaljnjih odpravah. Tudi kolesarski klub Rog reklamira te ploščice kot zelo primerno hrano za kolesarje, v Minsk na svetovno prvenstvo v diatlonu pa jih je ponesla tudi jugoslovanska reperezantanca. Krog vrhunskih športnikov se tako stalno širi.

V Embi smo zvedeli, da pripravljajo že nove okuse - arašide, za diabetike pa dietetični izdelek diet bar, ki bo na trg prišel že to jesen.

EMBi

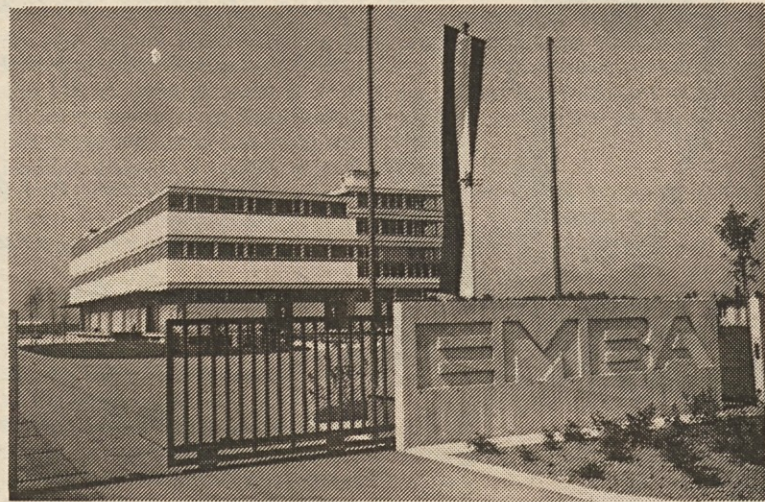


NAGRAJENCI NAGRADNE KRIŽANKE MERCATOR-OLJARICE

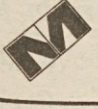
Očitno se zanimanje za naše križanke povečuje, saj smo to pot prejeli več kot 1000 rešitev. Žreb je določil naslednje reševalce:

1. Olga Matejka, Kočevje, Tesarska 3/c
2. Nada Alič, M-Blagovni center, Ljubljana
3. Alenka Klembas, Ljubljana, Dravska 15
4. Julijana Godler, Sevnica, Trg svobode 13a
5. Anica Kranjc, Ljubljana, Tomažičeva 98

Ljubljancane vabimo, da nagrade prevzamejo v Centru za obveščanje v Ljubljani, Titova 137, drugim bomo nagrado poslali po pošti. Rešitve križanke Mercator-Embe pošljite do 20. junija na naslov: Poslovni sistem Mercator, Ljubljana, Titova 137 - Center za obveščanje. Mercator-Emba je pripravila pet nagrad.



NAGRADNA KRIŽANKA MERCATOR-EMBE

Sestavljen: SIMON BIZJAK	NAPAKA PRI OPTIČNEM PREMEŠČANJU SLIKE	PODJETJE V METROBORNU	AMERIŠKI TEMELJSKI KORALEC (JUNIO)	MARIBORSKA AVT. TOVARNA	6. IN 7. ČRKA ABECEDE	TEHNIŠKI POKLIC	SPISEK IMEN	PR. NAT. PISATELJ (EMILE)	LJUBE. Ž. IJE	DELITEV DELIČNEGA JEDRA			MAN CANČKA	VULKANSKO OTOKJE V VED. OCEANU	STARA ENOTA ZA DELO
NASPROTJE PROFESIO-MALIZMA		▼									ČETRTI DEL CELOTE	NAZIV			
RUSKI PISATELJ (ALEKSANDR)												PREKADANJE RUSKI VLADARJE VRANJE			
REKREACIJA					SPREMEMBA BIVALIŠČA MOGOMETNI STADION V MILANU								SIMON GREGORČIČ KRATKA PREDSTAVITEV		
KRAVICA				OL. MESTO AA. PER. JORDAN						NEODRASEL ČLOVEK					PERZEJEVA MATI V GR. MIT.
SL. REALIST. SLIKAR (MAKSIM)								VRHUNJSKI ŠPORTNIK	GRKONIJ BRAZILSKO VELEMEŠTO			NAJDALEŽJA ITALIJANSKA REKA			
MITO TREFALT			BADON PREDSTAVNIK, ZASTOPNIK, ODPOSLANEC			UTEŽNA ENOTA ZA ZLATO TONE KUNTNER						SIM. BOGOMJA JEZE SLOVENEC (JUBERT)			
PRETEKLI ČAS V SLOVNICI							SILJCI OL. MESTO JORDANIJE			NORV. DEAM. (HENRIK) EMBINA HRANILJIVA PLOŠČICA					
VRSTA RASTLINE								DEL STATEV OSEBNI ZANIMEK					MATRIJ EMBINA ZACIMBA		
MESTO V BELGIJI (YPRES)						MEŠTAR ALB. IJE VALONE				ROKRAJINA NA SV. POKLJE JOSEPH MATHON					
IZRAŽANJE NEZADONLJIVOSTI V SPACENEM OBLAZU												GRUJ BOMBAŽNA TEKANINA ZA BRISAČE		KAJUKASTI KRIŽ	TANTAL
TROPSKI ČRNI HRAST					LON NOL LOŠČILO			GRŠKI BOG OBNUJA							
KREMA, MAŽA							IVAN LEVAR	OSEBNI ZANIMEK	STARO MESTO NA SLOVAŠKEM						
	JUDOVSKE UČENJAK IN RABIN (SEB)	ACETATNA CELULOZA KRAJ PRI POSTOJNI								ZASTOPNIKA OTROKA PRI KASTU ENOTA ZA GLASNEŠT					
REKA V JUŽNI FRANCIJI				UPRAVNA ENOTA POD OBLAGO KALIFA								OSMIJ SPREMLJEV. BOGA EROSA			
ARABSKO BRAZILSKO MASLADNO					MOKRELAND. PLAZILEC, PRAKUSČAR	TURIST. IN ZG. MESTO V SV. KANTONU TIRINO	CARLO COESUTA	EMBINA KANA ZAMKOVANJE TRAVS							POKLON, DARILLO
LETOVIŠČE PRI OPATJI				MASELJE NA ROBU LUB. PR. ZG. PR. IN PR. IZ 45. ST. (EDGAR)							ROBERT REDFORD		IMO DANBU RICHARD BURTON		
NOVO IJE ZA BENKO	▶									EMBINA ZACIMBA	OGRAJA ZA SVINJE	ROPARSKI DELFIN SL. SOCIOLOG (ZDROKO)			
PREKADANJE SODNI PISAR							EMBIM IZDELEK ZA ŠPORTNIKE								
	OROŠO DOMAČE SUKNO	VLASA, MOKROTA	JARPOLEK (MURDOCH) OLIVER (LJUBEK)				TOVARNA USNJE NE GALANTERIE					GLAVNI ŠTEVNIK	KOŽA MLADIH KOZLI ČEV	NEKADANJI BOKSAR RUSKISKI	NEVARNA BOLEZEN
VRSTA RAZSTRENI							LEKARNAR								
RAVNOLOVO DELO							TRAVNATA POVRŠINA V MESTU								
JAP. PRIST. NA OTOKU KONŠU							POVRŠINSKA MERA			GRŠKI IN SOV. POLITIK (KARL)					

Pobuda, da se del osebnih dohodkov vsem delavcem Poslovnega sistema Mercator izplača v bonih, vnovčljivih v Mercatorjevi maloprodajni mreži, je bila obravnavana in sprejeta na 3. zasedanju skupščine poslovnega sistema. Pobuda temelji na dejstvu, da imamo možnost in dolžnost k povečanju obsega prodaje prispevati tudi sami s tem, da izkoristimo del kupne moči, ki jo predstavljajo osebni dohodki približno 20.000 zaposlenih v poslovnem sistemu. Za to, kot eno od možnih oblik povečanja prodaje, se je na pobudo poslovodnega odbora poslovnega sistema odločila tudi skupščina in jo opredelila v naslednjem priporočilu oziroma sklepu (sklep je naveden v povzetku):

Vsa podjetja v Mercatorju, predvsem maloprodajna, so dolžna proučiti svoj in medsebojni interes za izplačilo dela osebnih dohodkov v vrednostnih bonih. Prva morajo pobudo uresničiti maloprodajna podjetja, saj gre za njihov vitalni interes, njim pa naj se na podlagi medsebojnega interesa pridružijo tudi ostala podjetja v sestavu Mercatorja, predvsem tista, ki imajo optimalne možnosti glede na razširjenost Mercatorjeve maloprodajne mreže v krajih, kjer živi pretežna večina njihovih delavcev. Do 30. junija letos mora vsako podjetje sprejeti svojo odločitev in jo sporočiti sektorju za trženje v Poslovnem sistemu Mercator.

To je jedro skupščinskega sklepa in ko vsak zase iščemo najboljše možnosti za boljše življenje, pogosto pozabljamo, da je usoda podjetja v dobrem in slabem, tudi usoda vsakega delavca, ki v podjetju dela.

Potrošnja dela osebnega dohodka Mercatorjevih delavcev v Mercatorju je cilj skupščinske pobude, ki je namenjena v skupno dobro. Uresničitev te pobude pomeni, da se bo vsak kolektiv zavestno odločal za svoje in skupno dobro, saj je boljše gospodarjenje s sredstvi vsakega podjetja uspeh vsakega in vseh skupaj.

Ob zavestni odločitvi za izplačilo dela osebnega dohodka v vrednostnih bonih pa pričakujemo, da bo poslovna politika v vsakem podjetju in v celotnem poslovnem sistemu usmerjena tako, da bodo rezultati njenega vodenja otipljivi v osebni dohodku delavcev.

Možnost, da pomagamo sami sebi, je ponujena. Ne kaže se ji odreči iz sebičnih razlogov - izkaznica vsakega podjetja je tudi pripadnost delavcev podjetju. Zato naj pobuda skupščine oziroma njena uresničitev ne izzveni kot neka prisila, temveč naj bo razumljena in uresničena z zavestjo, da gre za dobro vsakega delavca, vsakega podjetja in celotnega poslovnega sistema Mercator, ki mu pripadamo.