



Časopis Poslovnega sistema Mercator

LETNIK: XXXII

št. 6, junij 1995

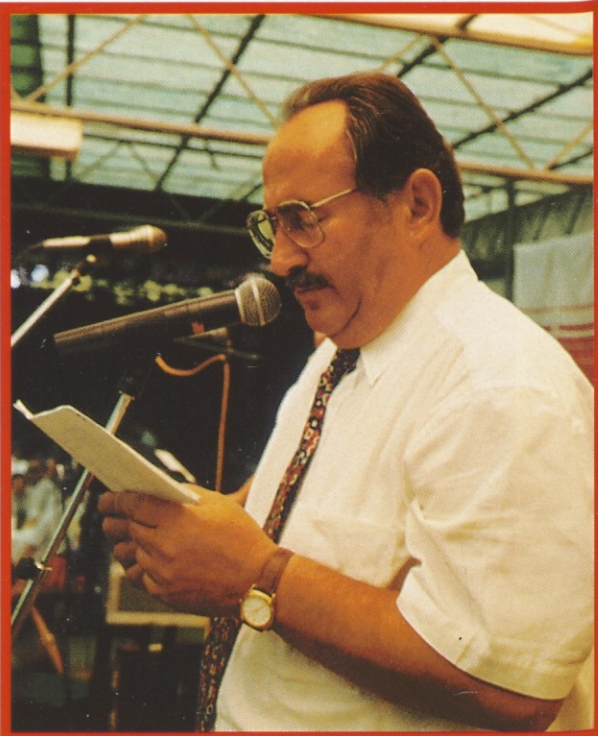


DAN MERCATORJA V GORNJI RADGONI, 17. JUNIJA 1995





ZVEZDE SLOVENSKE KOŠARKE: MARKO MILIČ, VALTER JEKLIN, JURE ZDOVC, DAN MERCATORJA 95



ZA GOSTITELJE DNEVA MERCATORJA - ODLIČNO. BUDIMIR GAŠEVIČ - POZDRAV UDELEŽENCEM



ZA ZDRAVJE ZMAGOVALCEV, POSKRBLJENO

AKTUALNO:

Mercatorjeva trgovina po novem,
stran 4

Mercatorjevi nagrajenci
stran 6-8

Nova M kartica
stran 10

Letno poročilo M banke
stran 14-19



V.Bleiweis

RAZISKAVE:

Izsledki o Mercatorju
stran 20

Znanost v Mercatorju
stran 21

17. MERCATORIADA

Rezultati - stran 25-30

Ko konja loviš, mu ovsa moliš!

Letošnji počitniški čas za mnoge v Poslovnem sistemu Mercator ne bo zaznamovan z lenobnim pretegovanjem in razkuštranimi mislimi.

Odločeno je, kako bo organizirana Mercatorjeva trgovina, odločeno je, da bo v novi organizaciji zaživela 1. januarja 1996. Do takrat je treba opraviti natančno 111 aktivnosti.

Določenih je vseh 111 opravil po namenu in času. Na delo se bo, poleg projektne sveta pod taktirko predsednika poslovnega odbora, vrgla še cela vrsta timov, ki jih bodo sestavljali vodilni ljudje in strokovnjaki iz Mercatorjevih in zunanjih logov. Cilj vseh je jasen in enak: sedanjo Mercatorjevo trgovino povezati v tri, prehodno regijsko organizirane koncernske družbe, ki bodo učinkovito, z več dobička obvladovale Mercatorjev tržni prostor, ga širile in napolnjevale z Mercatorjevim produktom - kakovostno storitvijo na področju prehrabene trgovine.

Lupina organizacije je torej jasna. Znotraj nje pa so vsebine, ki jih bodo morali jasno, natančno, predvsem pa ekonomsko, organizacijsko in kadrovsko utemeljeno, dokončno definirati in na vseh ravneh uskladiti delovni timi.

Na njihovo delo bo pritiskalo več pomembnih zahtev, med njimi gotovo najpomembnejše: optimalna in racionalna postavitev kadrovske konfiguracije za normalno delovanje vsake od treh koncernskih družb oziroma vsakega od profitnih centrov.

V povabilu v koalicijo za spremembe, je predsednik poslovnega odbora zagotovil, da Mercator ne gre v spremembe zato, ker bi jih zahtevala kriza, temveč zaradi povsem gospodarskih razlogov, ki jih narekujejo tržno gospodarstvo in lastništvo kapitala. Ker krize torej ni, bo torej posledice prestrukturiranja, ki bodo zadele zaposlene, moč reševati na human način, je še dejal predsednik Živko Pregl.

V Mercatorju kot sistemu, smo se s problemom presežnih delavcev doslej srečevali bolj posamično in jih reševali znotraj posameznih delovnih sredin. Predsednik pa je napovedal, da se bomo to pot morali sprijazniti "z nekaj odstotki manj zaposlenih". Koliko, v pretežno katerih kadrovskih strukturah in sredinah, jasnega odgovora še ni. Pripravljena je le skupna in enotna strategija humanega reševanja presežnih delavcev. Tudi cena tega še ni znana.

Prav zaradi okoliščin, v katerih se Mercator podaja na prvo etapo poti do radikalnih sprememb, zagotovilo Mercatorjevega prvega moža o humanem reševanju problemov presežnih delavcev, jemljem kot zavezo k popolnemu dejanju.

Vesna Bleiweis

Časopis Poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana, Dunajska 107. Izdaja Center za obveščanje, Urednišтво, Ljubljana, Dunajska 107, telefon 061/1683-205.

Glavna in odgovorna urednica Vesna Bleiweis.

Priprava za tisk: Cortec Ljubljana

Tisk: Tiskarna Ljubljana

Časopis prejemajo delavci, kmetje, učenci in upokoenci Poslovnega sistema Mercator.

Naklada: 11.300 izvodov.

Po mnenju pristojnega republiškega organa se od časopisa plačuje 5% prometni davek.

MERCATORJEVA TRGOVINA PO NOVEM

O tem, kako bo organizirana Mercatorjeva trgovina po novem, je tekla beseda na drugi seji nadzornega sveta (30.6.1995), seji poslovnega odbora (26.6.1995) in seji kolegija direktorjev (4.7.1995). Nejasnosti ni več.

V prejšnji številki časopisa smo objavili pogovor s predsednikom poslovnega odbora Živkom Preglom o zasnovanih spremembah v organiziranosti Mercatorjeve trgovine. Njegovo povabilo v koalicijo za spremembe še velja, le da tokrat lahko že povsem jasno zapišemo, kako se bodo organizirala oziroma preoblikovala sedanja trgovska podjetja.

Osnova za oblikovanje novih trgovskih družb je regijsko povezovanje sedanjih podjetij, merilo za njihovo povezovanje pa so predvsem blagovni oziroma nakupni tokovi. Gre za postopnost, ki naj v nekaj letih pripelje v združeno trgovsko podjetje Mercator na prehranbenem področju

V eno koncernsko družbo se bodo povezala trgovska podjetja:

a) "Osrednjo skupino" koncernske družbe in hkrati t.i. obvladujočo družbo bodo sestavljala naslednja podjetja: Mercator-Blagovni center, Mercator-Contal, Mercator-Dolomiti, Mercator-Golovec, Mercator-Grmada, Mercator-Jelka, Mercator-Konsum, Mercator-Nanos, Mercator-Preskrba Tržič, Mercator-Preskrba Krško, Mercator-Rudar, Mercator-Savica, Mercator-Sevnica, Mercator-Sadje zelenjava, Mercator-Steklo, Mercator-STP Hrastnik in Mercator-Trgopromet. V to obvladujočo družbo se bo inkorporiralo tudi sedanje krovno podjetje.

b) "Štajersko skupino" koncernske družbe bodo sestavljala naslednja podjetja: Mercator-Mip, Mercator-Potrošnik, Mercator-Sloga, Mercator-Univerzal in Mercator-Zarja.

c) "Dolenjsko skupino" koncernske družbe pa bodo sestavljali: Mercator-Standard, Mercator-Gradišče in Mercator-STP Metlika.

d) Prehodno ostane nespremenjen status Mercator-Degroja, Mercator-Modne hiše Maribor in Mercator-Trgoavta. Odločitev o vključevanju v primerno organizacijsko obliko čakata še Mercator-Rožnik in Mercator-Optima.

Strokovnjaki, ki so pripravljali gradivo za reorganizacijo, so kot optimalno organiziranost določili: vsa Mercatorjeva trgovina v enem podjetju. Vrsta okoliščin in dejstev pa narekuje začasen odmik od te optimalne rešitve in vzpostavitev realno možnega in mogočega: vsa Mercatorjeva trgovina prehodno v prej navedenih organizacijskih oblikah. To rešitev so podprli tako člani nadzornega sveta, poslovnega odbora in kolegija direktorjev.

Nova podjetja oziroma družbe naj bi v celoti začele 1.1.1996.

Za uresničitev tega bo treba v poletnem in jesenskem času postoriti marsikaj in te aktivnosti je kolegiju direktorjev natančno pojasnil namestnik predsednika poslovnega odbora mag. Alojz Klemenčič. Nad izvedbo projekta reorganizacije bo bdela projektni svet, ki ga vodi predsednik poslovnega odbora Živko Pregl, sestavljajo pa ga še mag. Alojz Klemenčič, Franc Prvinšek, Brane Gajič, Stanko Brodnjak, Stanislav Hribar in Boris Požar, vanj pa bodo vključeni še nekateri zunanji strokovnjaki in morda še kdo iz Mercatorja. Za nami je potrditev generalne smeri organiziranosti, ki ji morajo slediti povsem operativni programi, ki jih bodo pripravljale delovne skupine. Do konca septembra mora biti pripravljena makro organizacija vseh družb oziroma profitnih centrov, tudi prehodno samostojna podjetja morajo pripraviti z generalno usmeritvijo organiziranosti skladen projekt svoje organiziranosti.

Rešena so torej temeljna vprašanja, ki bodo svojo dokončno obliko in vsebino dobivala z delom posameznih skupin, medsebojnim usklajevanjem in dogovarjanjem. Enako pozornost kot nadzorni svet je modelu reorganizacije posvetil kolegij direktorjev. Ta je že konkretno načel vrsto vsebinskih vprašanj, ki zadevajo predvsem pogoje za ekonomsko moč profitnih centrov in novih družb, njihovo vplivnost na razvoj, delovno in kadrovsko konfiguracijo v centrih ali družbah, enakopravnost in enakovrednost "malih in velikih" v predhodnih dogovorih o novih organizacijskih oziroma statusnih oblikah sedanjih podjetij, izvedbo obljubljenega modela lastninjenja "51:49" novih organizacijskih oblikah in še o vrsti drugih vprašanj, povezanih z reorganizacijo.

Organiziranost v tri podjetja, kot smo jo navedli, je le prehodna, saj bo vrsta povsem gospodarskih okoliščin sama od sebe vodila do organiziranosti novega, enotnega in enega trgovskega podjetja Mercator.

**Vse pomembne informacije
o reorganizaciji nameniti
predvsem notranji javnosti**

Radikalni posegi v sedanjo organiziranost Mercatorjeve trgovine so potrebni zaradi sprememb na trgu, vstopa novih konkurentov, zaradi premikov v strukturi cen, zaradi zahtev delničarjev po donosnosti, zaradi zagotavljanja delovnih mest v novih okoliščinah in še vrste drugih razlogov. Prilagajanje zahtevam trga ne more več čakati zgolj na dejavnost prvega moža Mercatorja, spremembe morajo voditi menedžerji na vseh ravneh. Ti morajo zaposlene pritegniti, jih spodbujati, motivirati in mobilizirati za spremembe. Biti morajo torej ljudje, ki novo strategijo razumejo in so obenem sposobni oblikovati tim, ki bo z ustvarjalno izmenjavo mnenj učinkovito utrl pot spremembam. Za tako delo pa v marsičem vizija in strategija nista več ključni, največji problem je izvedba. Torej to, kako ljudi pripraviti do tega, da bo zapisano, tudi narejeno. Za ta namen pa je treba znati uporabljati primerna orodja in imeti primeren stil.

Uresničitev sprememb, odzivnost zaposlenih, ne glede na njihovo strukturo, je predvsem odvisna od informacij, ki jih oblikuje in posreduje vodilni tim projekta.

Kolegij direktorjev je sklenil, da bo o nameravani organiziranosti Mercatorjeve trgovine med zaposlenimi sprožena razprava, zbrana vprašanja pa posredovana poslovodstvu koncerna. Ta bo vprašanja obdelala in jih skupaj z odgovori objavilo v avgustovski številki časopisa Mercator. Tako bo o reorganizaciji beseda omogočena notranji javnosti, drugim javnostim pa bodo informacije posredovale strokovne službe koncerna.

V.B.

NADALJUJTE DRUŽINSKO TRADICIJO V MERCATORJU

RAZPIS ŠTIPENDIJ

Poslovni sistem Mercator, d.d., Ljubljana,
Dunajska 107

**razpisuje za študijsko leto 1995/96
več štipendij za otroke
Mercatorjevih delavcev.**

Štipendije razpisujemo za študij na:

**Ekonomski fakulteti
in
Fakulteti za elektrotehniko
- smer informatika.**

**Interesente vabimo, da do 20.8.1995
predložijo:**

1. kratek življenjepis;
2. potrdilo o vpisu v I. letnik (za bruce);
3. potrdilo o opravljenih izpitih oziroma zaključenih letnikih študija z izpitnimi ocenami;
4. potrdilo, da so starši zaposleni v Mercatorju.

Vse prijavljene bomo povabili na razgovor.

**Vloge naslovite: Poslovni sistem Mercator,
d.d., Služba za kadrovski management, g.
Jure Jež, Dunajska cesta 107, 61000 Ljubljana.**

MERCATORJEVI NAGRAJENCI

Nagrade Poslovnega sistema Mercator se podeljujejo deseto leto. So priznanje Mercatorjevim delavcem za nadpovprečne delovne dosežke, inventivnost in za vrsto drugih delovnih in osebnostnih lastnosti, zaradi katerih nagrajenci uživajo poseben ugled in spoštovanje v okolju, kjer delajo in živijo. Nagrade za leto 1994 so bile letos podeljene ob Dnevu Mercatorja oziroma zaključku 17. Mercatoriade v Gornji Radgoni, 17. junija 1995.

Nagrajence predstavljamo s kratkimi utemeljitvami.

JOŽE ANŽLOVAR, kmet zadružnik v Mercator-Kmetijski zadrugi Stična. Večdesetletno načrtno gospodarjenje na kmetiji, danes kmetijo gospoda Anžlovarja uvršča med najbolj trdne kmetije v stiški zadrugi. Trdnost ni rezultat samo trdega dela in na kmetiji večno potrebnega odrekanja, temveč in predvsem upoštevanja stroke in sodobnih dognanj s področja reje živine, pridelave semenskega in merkantilnega krompirja. Zaupanje v zemljo, čeprav kruto in trdo, nagrajenca ni nikoli pustilo na cedilu. Življenjska modrost in izkušnja, ki je lahko vzor mnogim kmetom.



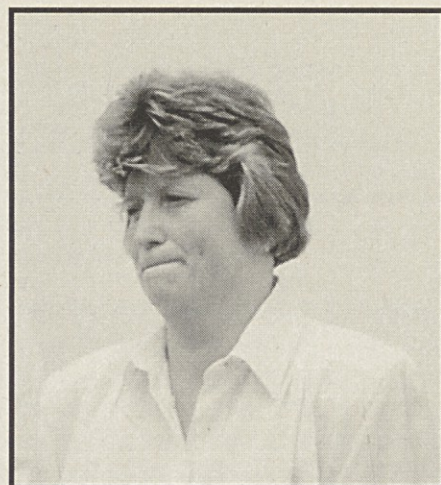
Jože Anžlovar



Slavko Bračič

SLAVKO BRAČIČ, vodja aranžerske službe v Mercator-Modni hiši v Mariboru. Oči so zrcalo duše, izložba zrcalo trgovine. To zrcalo Mercator-Modni hiši v Mariboru s svojim delom drži nagrajenec. Domiselno in estetsko urejene izložbe, povezane z aktualnim prodajnim programom Modne hiše, organizacijsko delo v mariborskem Združenju aranžerjev je tokrat, tudi Mercatorjevemu nagrajencu, prineslo več nagrad strokovne javnosti. Glas o izložbah Slavka Bračiča sega tudi čez slovenske meje, o njih pišejo tuji strokovni časopisi. In prav na tujem nagrajenec vedno pride, da je zaposlen v Mercatorjevi Modni hiši in to z drobnimi detajli v izložbi tudi pokaže. Strokovnost, ustvarjalnost, pripadnost, vse vredno Mercatorjeve nagrade.

DRAGICA CEGLAR, poslovodkinja v Mercator-Savici. Nagrajenka je poslovodkinja samopostrežne trgovine v ljubljanskih Murglah. Več, kot uspešno vodenje poslovanja trgovine, nagrajenki pomeni zadovoljen kupec, ki se prav zaradi kakovosti prodajnih storitev in izbire izdelkov, vrača v trgovino in se v njej dobro



Dragica Ceglar

počuti. S sodobnim pojmovanjem trgovskega poslovanja, združenim s sposobnostjo korektnega in kredibilnega, vendar toplo človeškega komuniciranja s kupci, sodelavci in dobavitelji, nagrajenka udejanja Mercator kot najboljšega sosedu, kupca pa ustoličuje na kraljevsko mesto.

ALOJZIJA ČEŠAREK, poslovodkinja v Mercator-Jelki. Nagrajenka je poslovodkinja v samopostrežni trgovini v ribniški blagovnici. Delavnost, poštenost, odgovornost, odprtost do kupcev in sodelavcev, mentorstvo mladim, vse to je povezano z nagrajenko, z njenim delom. Najraje se giblje med kupci, jih sprašuje, jim svetuje, jim pomaga. Kupci so tudi temeljni vir njenih informacij, potrebnih za prilagajanje ali spreminjanje ponudbe v trgovini. Na ugotovitvah in opažanjih kupcev nagrajenka gradi odnos kupec - trgovina, kupec - Mercator. V zadovoljstvo kupcev, zaposlenih, v splošno zadovoljstvo vseh z Mercatorjem.



Alojzija Češarek



Marta Kavčič

MARTA KAVČIČ, kmetica, zadružnica iz Mercator-KGZ Sora Žiri. Nagrajenka vse svoje življenje preživlja na kmetiji, kjer so se ji rodili tudi štirje otroci. Pri kmečkih delih je enakopravna partnerka svojemu možu, je pa tudi tkalka medsosedske in človeške pomoči na vasi. Po nagrajenkini zaslugi je Breznica, njena domača vas, med najlepše urejenimi vasi na Žirovskem, njena kmetija pa kmetija odprtih vrat. Žirovski aktiv kmečkih žena je prav tako njeno ustvarjalno okolje - nova znanja, povezana tako s kmetijskimi strokovnimi področji kot povsem družinskimi razmerji, so na marsikatero žirovsko kmetijo prinesla drugačno razumevanje kakovosti življenja na vasi. Delo in vzor, ki opravičujeta nagrado.



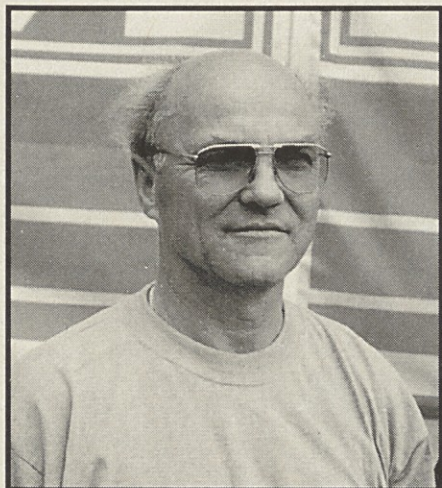
Marija Kelenc

MARIJA KELENC, poslovodkinja v Mercator-Univerzalu. Voditi trgovino s tekstilom v odročnem kraju Črenšovci in to tako, da je specializirana trgovina, ki meri cca 200 kvadratnih metrov in ima 8 zaposlenih, po prometu na zaposlenega na prvem mestu v družbi, je prava umetnost. Skoraj 30 milijonov SIT prometa na zaposlenega je dokaz o izbiri izdelkov in kakovosti prodajne storitve. Skrbno prisluhniti kupcu in okolju iz katerega prihaja, mu ustreči z enostavnejšimi in zelo zahtevnimi tekstilnimi izdelki, je nagrajenkino vodilo. V Črenšovcih ne kupujejo samo Prekmurci in Štajerci, tudi kupci iz sosednjih držav niso redki. Dobro Mercatorjevo ime doma in čez meje, je zasluga nagrajenkinega vodenja trgovine.



Zdenka Repec

ZDENKA REPEC, poslovodkinja v Mercator-Mipu. Nagrajenka vodi trgovino Novi dom na Ptuj. Tudi gospa Repec vodi trgovino, ki z rezultati daleč presega povprečja v družbi. Trgovina sodi med pet največjih poslovnih enot ptujskega Mercatorja. Skrbno spremljanje obračuna zalog, pregled nad nabavo in usklajevanje le te z željami in zahtevami kupcev, vse to so zadeve, ki jim nagrajenka posveča posebno pozornost. Vendar, če nagrajenkine poslovnosti ne bi spremljala tudi vrsta povsem človeških lastnosti, kot so prijaznost, tovarštvo, smisel za poslušati in razumeti ter pomagati, bi lahko govorili le o številkah. Tako pa o nagrajenki smemo reči, pravi človek na pravem mestu, pravi človek v Mercatorju.



Vinko Podpadec

VINKO PODPADEC, poslovodja iz Mercator-Sevnice. Nagrajenec vodi samopostrežbo v Sevnici. Trgovino, ki po poslovnih in drugih rezultatih daleč presega povprečja v družbi. Pobudnik novega in kritični premišljevalec, ustvarjalec optimističnega, ustvarjalnega vzdušja v poslovni enoti in v celotnem kolektivu. Sožitje med ljudmi, torej tudi med kupci in trgovci, nagrajenec gradi s pretanjenim poslušanjem za posameznika, vse pa z namenom, da prav to sožitje zlije v nadpovprečen uspeh trgovine, ki jo vodi. Organi družbe so za nagrajenca okolje, v katerem njegova beseda pomeni tudi dejanje, ko gre za razmišljanja o novih poslovnih potezah.

IVO STANJKO, vodja profitnega centra Inženiring v Mercator-Optimi. Za nagrajencem so mnoge trpke ure, preživete ob razmišljanju, kako sanirati poslovanje nekdanje Mercator-Investe, kako novonastali družbi Mercator-Optima, ki je



Ivo Stanjko

MERCATORJEVI NAGRAJENCI

nasledila Investo, dati dobro ime in ugled, partnerje in zaposlene pa prepričati, da gre zaupati in verjeti v ponovno rast podjetja. Prave poslovne poteze in novemu vodstvu podjetja ustvarjeni trdni temelji za rast nove družbe, so zasluge nagrajenca. Kot vodja profitnega centra nagrajenec pri sodelavcih spodbuja pridobivanje specifičnih znanj, potrebnih za odgovore na zahteve uporabnikov, spodbuja inventivnost pri tehničnih in poslovnih izzivih, ki jih pomenijo zahteve poslovnih partnerjev.

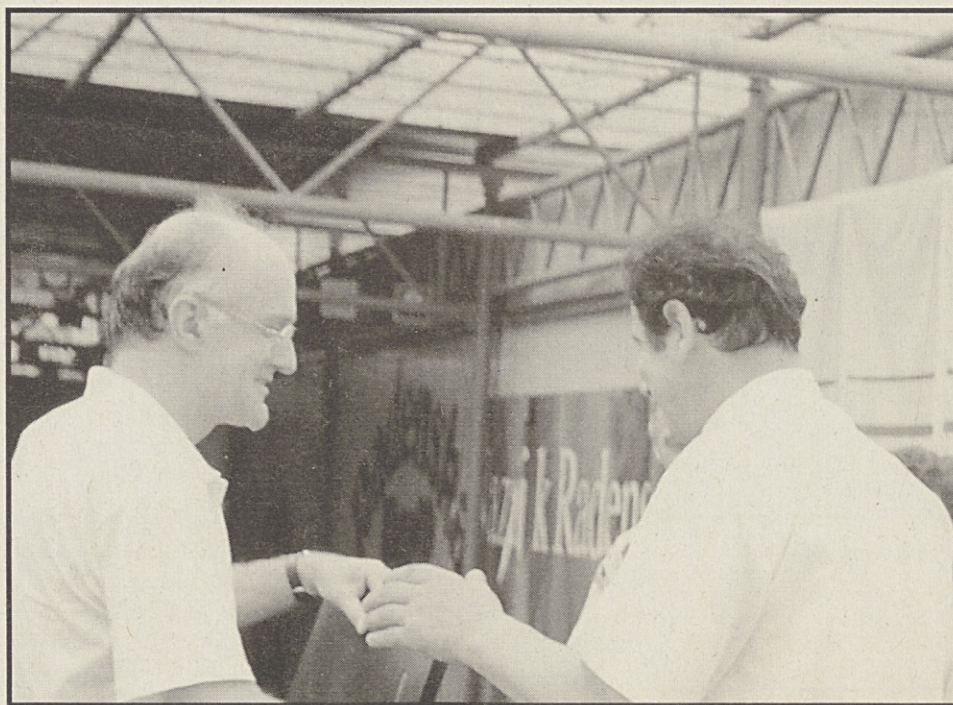
ALOJZ ŠKETA, poslovodja iz Mercator-Standarda. Samopostrežba Kandija med Novomeščani uživa ugled, ki bi ji ga zavidal marsikateri trgovec. Ugled pri kupcih pa si trgovina gradi z ravnanjem po željah kupcev, s kakovostno storitvijo. Oboje mora dober trgovec znati vnovčiti na način, ki vzdržuje odnos s stalnimi kupci ter obenem zagotovi nove kupce, ki mu zaupajo povsem enako kot mu zaupajo in vanj verjamejo sodelavci. Trgovina, ki jo vodi nagrajenec, je tudi trgovina, kjer se uri mladi sodelavci. Urijo v vsem, kar zaznamuje poslovodjo. Pa naj gre za poslovnost ali tiste človeške vrednote, ki jih kupec pripisuje dobremu trgovcu in in dobremu sosedu.



Najboljši sosedje - trgovci moje dežele.



Alojz Šketa



Nagrade je podeljeval predsednik poslovnega odbora Živko Pregl

NA KRATKO

Obisk avstrijskih novinarjev

Pred mesecem dni je Slovenijo obiskala delegacija avstrijskih novinarjev. Novinarji so se pogovarjali z ministrom za gospodarstvo Jankom Deželakom, državno sekretarko Vojko Ravbar, zunanjim ministrom Zoranom Thalerjem, državnim sekretarjem za turizem Petrom Vesenjkom in vodjem vladinega urada za informiranje Borutom Šukljatom. Obiskali so tudi Poslovni sistem Mercator. Predsednik poslovnega odbora Živko Pregl jim je predstavil Mercator, obiskali pa so tudi Mercator-Blagovni center oziroma Cash&Carry.

O obisku je poročal tudi **Slovenski vestnik iz Celovca** (št. 24, 16. 6. 1995) v članku z naslovom "Slovenija.- cukrček na sončni strani Alp". O Mercatorju je novinar Franc Wakounig zapisal naslednje:

"Španovija" s Sparom

"S kopico podatkov, ki naj bi dokazali uspešnost podjetja, se je postavil in predstavil direktor delniške družbe Mercator Živko Pregl. Podatki tega koncerna, ki sodeluje z avstrijskim Sparom, niso od muh. Mercator ima letni promet 1,8 milijarde nemških mark, od tega prigrisodari 80 % v trgovinah, 10 % s prehrabeno industrijo in 10 s turizmom in gostinstvom. Zaposlenih je 11 000 sodelavcev, vrednost Mercatorjevega kapitala pa je 600 milijonov mark. Mednarodno razsežnost podjetja ne potrjuje le sodelovanje s Sparom, ampak predvsem odpiranje lastnih trgovin v Kijevu, Odesi, Moskvi in v Tirani. Mercator pa ne namerava odpirati lastnih trgovin v Avstriji.

Sodelovanje z avstrijskim Sparom je Pregl zelo pohvalil, v kratkem bo Interspar odprl v Celju novo veleblagovnico, Spar načrtuje v Sloveniji tudi samostojno trgovinsko mrežo, ki ji bo Mercator pomagal tako, da ji bo odstopil svoje prostore. Kljub samostojnosti bosta Mercator in Spar obdržala skupno nabavo ter izobraževanje kadrov.

Očitno so pri Mercatorju spoznali, da v "španoviji" s Sparom igrajo le podrejeno vlogo. Da bi ta vtis vsaj malce zabrisali in si s tem olajšali dušo, nameravajo v avstrijskih veleblagovnicah Interspara

urediti stalno ponudbo "Slovenija, gost pri Intersparu", kjer bi poleg običajne živilske ponudbe in robe predstavljali predvsem biološko hrano vrhunske kvalitete. Kaže pa, da je ta predlog naletel na trda tla oz. na ne preveč odprta ušesa."

"Slovenija, gost v Intersparu"

Razgovori o predstavitvi Slovenije v avstrijskih Interspar centrih so se začeli že lani, oprijemljivejši so postali v letošnjem februarju, ko so Mercator in njegovi poslovni partnerji, odgovornim Sparovim ljudem pripravili razstavo izdelkov, ki bi jih želeli ustrezno predstaviti in prodati avstrijskim potrošnikom. Zapletlo se je na avstrijski strani, saj je do potrditve izbora in količin izdelkov trajalo kar precej časa. Dokončno sta se Mercator in Spar dogovorila sredi letošnjega maja in prvotno zastavljen program se je skrčil. Omejena izbira izdelkov brez širše predstavitve Slovenije (zgolj predstavitev izdelkov v Sparovem katalogu) je bila času od 16. do 24. junija v 29 Intersparovih centrih v Avstriji.

Avstrijcem je šest slovenskih proizvajalcev, Mercatorjevih poslovnih partnerjev, ponudilo 18 različnih neživilskih izdelkov. V času od 12. julija do 1. avgusta bo neživilskim izdelkom sledilo še 32 živilskih izdelkov. Tudi to bodo predvsem izdelki Mercatorjevih poslovnih partnerjev, predstavili pa se bodo tudi Emba, Eta in M-Slosad..

Kako je "in vivo" v Intersparovih centrih predstavljen gost - Slovenija, si je v štirih centrih v bližini slovenske meje ogledal namestnik podpredsednika poslovnega odbora za mednarodne ekonomske odnose **Igor Domjan**. Vtise o predstavitvi je strnil v oceno: "Akcijska je mišljena dobro, njena izvedba pa je zelo različna. Ponekod, na primer v Šentvidu, je predstavitev in sama prodaja zelo dobra, manj aktiven pristop pa lahko ugotovljamo v Celovcu, Beljaku in Gradcu. Vendar je za celovito sodbo ogledanih premalo prodajnih mest, tudi podatki o uspešnosti prodaje še niso celoviti. Za sodbo je torej še prezgodaj."

2. seja nadzornega sveta koncerna

2. seja nadzornega sveta je bila 30.6.1995. Člani so sprejeli poslovnik o svojem delu.

V razpravi o poročilu predsednika

poslovnega odbora o stanju v koncernu Mercator in poteku lastninjenja pa je nadzorni svet posebej izpostavil:

- zahtevo po povečevanju donosnosti kapitala,
- zahtevo po obveščanju delničarjev,
- vprašanje izgub podjetij koncerna Mercator za leto 1994 in načrtih za njihovo pokrivanje,
- vprašanje nadaljnje usode Mercatorjevega gostinstva oziroma hotelirstva,
- odnose med centri odločanja v Mercatorju.

Stališča in sklepi nadzornega sveta, ki zadevajo reorganizacijo Mercatorjeve trgovine pa so objavljeni v posebnem članku.

Nadzorni svet je imenoval novega podpredsednika poslovnega odbora za finance.

Podpredsednik poslovnega odbora za finance

Za podpredsednika za finance je nadzorni svet imenoval gospoda **Branka Gajiča, dipl. oec.**

Podpredsednik je bil rojen leta 1949 v Ljubljani, leta 1973 je diplomiral na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Med leti 1974 in 1992 je v podjetju SCT Ljubljana opravljal različne funkcije - od pomočnika glavnega direktorja za ekonomsko področje, direktorja interne banke SCT do finančnega direktorja SCT. Od leta 1992 je bil prokurist firme Intermercato v Muenchnu.

Z delom bo pričel 1.8.1995.

Objava meseca

Poslovodni odbor Poslovnega sistema Mercator je "sprejel dokončen sklep, da se bo držal predpisov o najvišji določeni plači in o tej temetiki ponovno razpravljati na eni od sej v septembru tega leta." (vir: Informator št. 24)

Prvi start na žogo,

so člani projektnega sveta za izvedbo reorganizacije Mercatorjeve trgovine opravili na seji 7.7.1995.

NOVOST - M KARTICA

Klub Mercator in M banka bosta v kratkem ponudila novost. To bo M kartica, ki bo uporabna povsem enako, kot dosedanja Klub Mercator kartica, obenem pa bo unkcionirala kot čekovna kartica.

1915. leta

"Kupčeva ploščica"

Sodobni plačilni promet olajšuje instrument, ki vsebuje funkcijo kredita in hkrati predstavlja sredstvo brezgotovinskega plačevanja. Popularno ga imenujemo kreditna kartica. Prave kreditne kartice so pri nas redke, saj bolj uporabljamo plačilne kartice z odloženim plačilom, kamor spada tudi Klub Mercator kartica. Tako kot nekaj dobrih in seveda tudi slabših "produktov" je k nam tudi plastični denar prišel iz obljubljenе dežele. Prve "kreditne kartice" so bile izdane v ZDA leta 1915. Znale so bile kot "kupčeve ploščice" in so jih posamezne trgovine izdajale svojim dobrim kupcem. Bile so pravi predhodniki modernih trgovskih kartic, ki jih v svetu poznamo še danes.

Prvo specializirano podjetje, ki se je pričelo ukvarjati z izdajo kartic, je bil "Diners club" leta 1950. Newyorški turistični koncern "American Express Company" je leta 1958 lansiral mednarodno kartico z imenom American Express, ki se je preko predstavništev razširila po celem svetu. Istega leta je nastala VISA kartica. Sledila je "Carte Blanche". Kot odgovor na ameriška dogajanja, je na Švedskem finančna grupacija v letu 1965 pričela izdajati Eurocard kartico.

Vrste kartic

Kreditna kartica omogoča imetniku nakup blaga oziroma storitev pri trgovcu. Zato pa je potreben predhodni dogovor med trgovcem in izdajateljem. Ta zadolži trgovca, da sprejema kartico, izdajatelj pa da poravnava stroške iz tega naslova. Trгоvec ponavadi plača določeno provizijo izdajatelju. Izdajatelj vodi račun za imetnika, s katerega lahko črpa porabljena sredstva. Imetniku ni nujno plačevati posamezne vsote naenkrat, ampak se plačilo razdeli na določeno obdobje (navadno eno leto). V tem obdobju imetnik plačuje dogovorjeni minimalni znesek enkrat mesečno. V primeru takega dogovora izdajatelj imetniku zaračunava že vnaprej dogovorjene obresti.

Na enaki osnovi deluje tudi **plačilna kartica**, kjer je razlika le v načinu obračuna. V tem primeru se plača celoten znesek,

ki je nastal v določenem obdobju. Če imetnik ne poravnava svojih obveznosti, mu izdajatelj za takšno "škodo" zaračuna zamudne obresti. Seveda se imetnik na ta način izpostavlja možnosti izgube pravice do uporabe kartice. **Klub Mercator kartica je še najbolj podobna plačilni kartici.**

Debetna kartica je namenjena uporabi denarja preko tekočega računa, na katerem mora biti vedno dovolj sredstev za njeno uporabo pri trgovcu. Če na tekočem računu ni sredstev, je dogovor med izdajateljem in imetnikom enak kot pri kreditni kartici.

Vse vrste kartic se uporabljajo s slipi. Imetnik podpiše slip in s tem prizna strošek. Naraščanje kartičnih transakcij (veliki stroški papirja) je narekovalo uporabo novih elektronskih sistemov za prenos podatkov, to so EftPOS terminali.

Perspektive plastičnega denarja

Naraščanje števila transakcij z različnimi karticami po svetu in pri nas je dejstvo, ki ga ne smemo prezreti. Vendar postajajo imetniki kartic zelo previdni. V široki paleti ponudbe na trgu jim ni vseeno, za katero kartico se bodo odločili. Uporabnost kreditne kartice je glede na prožnost zelo raznolika, še posebej, če je podkrepljena z možnostjo enoletnega kredita pri banki.

Po svetu se bančne kreditne kartice srečujejo s konkurenco trgovskih kartic. Izjemno hitro prodirajo tudi debetne kartice, ki so nastale kot nadomestek za čekovno poslovanje (zato se tudi banke pri nas trudijo čim hitreje uvesti ta sistem), hkrati rešujejo pretirano zadolževanje preko kreditnih in plačilnih kartic (porabiti več kot imaš).

Trgovska kartica

Izdaja trgovske kartice temelji na zaupanju med trgovcem in kupcem. Poslovanje s trgovskimi karticami pa se v svetu vse bolj poverja specializiranim finančnim institucijam (banke). Banke so zainteresirane za poslovanje s kvalitetnimi trgovskimi sistemi kar Mercator vsekakor je. Razlog za obstoj trgovskih kartic je v sposobnosti trgovca, da indentificira kvalitetne kupce in z njimi vzpostavi komu-

nikacijo na optimalnih osnovah. Z razvijanjem dognanih podatkovnih baz, ki kombinirajo informacijo o kupčevem profilu, nakupnih navadah in življenjskem stilu, se lahko naučimo veliko o kupcu in uporabljamo ta spoznanja za trženje.

Razvoj trgovine gre v samopostrežni tip ter v samoizbiro izdelkov. Tak način nakupa zahteva od Mercatorja segmentacijo kupcev (ne totalni, ampak specializirani marketing), ki preko osebnega pristopa omogoča močnejšo povezavo med obema. Ljudje imamo radi občutek pripadnosti in intimnosti v trgovini. S kartico ohrabrimo kupca, da nas večkrat obišče in seveda več tudi porabi. Trgovska kartica pomeni dva do šestkratno povečanje vrednosti nakupa v primerjavi z gotovinskimi nakupi.

Povezava trgovca in specializirane finančne institucije je nujna pri izdelavi podatkovne baze za tržne informacije in za namestitvev POS sistemov. Trгоvec potrebuje pomoč pri razvoju in organizaciji obvladovanja strategije "priviligiranega kupca". Poleg tega trгоvec potrebuje pomoč profesionalne marketinške agencije za prepoznavanje dobrih kupcev, njihovo vključitev v obračunsko podatkovno bazo in zaradi izbire optimalnega načina komuniciranja. To pa seveda pomeni popolno spremembo tržnega pristopa od globalnega v diferencirani marketing. Ta sprememba potrjuje staro resnico, da so obstoječi kupci najboljši kupci, in da je stalnost nakupov življenjska tekočina poslovanja. Uspeh M kartice je odvisen od partnerstva in sodelovanja, nikakor pa ne od tekmovalnosti.

M - Kartica - nova priložnost!

Poslovni sistem Mercator, d.d. in M banka, d.d. sta se odločila za izdajo skupnega produkta - M kartica. M kartica bo združevala več funkcij. V osnovi bo to še vedno trgovska kartica, ki ji je dodana bančna funkcija. Fizično in vsebinsko se torej združujeta dve plastiki, Klub Mercator kartica in čekovna kartica M banke. Z M kartico bomo torej lahko kupovali v vseh Mercatorjevih trgovinah (morda tudi širše), dvigali gotovino na bankomatih BA in poslovali s čeki. Osnovni pogoj za pridobitev takšne kartice je seveda tekoči račun pri M banki. Če prosilec - bodoči imetnik M kartice ne bo imel tekočega računa pri M banki, mu bomo izdali M kartico, ki bo imela samo nakupno funkcijo. Jaka Kmet

POSLOVNO OGLEDALO - 300 največjih v Sloveniji

Po podatkih Agencije za plačilni promet, nadziranje in informiranje, ki izhajajo iz bilanc podjetij za leto 1994, se med tristo po prihodku največjih slovenskih podjetij, uvrščajo tudi podjetja v sestavi Poslovnega sistema Mercator. Podatke je objavil Gospodarski vestnik v 24. številki z dne 22.6.1995.

UVRSTITEV PO PRIHODKU

mesto	ime podjetja	prihodek (v 000 SIT)	mesto po dobičku	celotni dobiček (v 000 SIT)
30.	M-Blagovni center	12.882.397	48	247.415
43.	M-Mip	10.791.870	130	46.805
93.	M-Dolomiti	6.431.571	49	238.026
103.	M-Degro	5.984.714	151	27.335
107.	M-Trgoavto	5.732.926	122	54.633
112.	M-Nanos	5.593.724	314	0
122.	M-Grmada	5.201.553	103	79.202
123.	PSM, d.d.	5.004.109	272	0
125.	M-Golovec	4.949.080	66	161.364
169.	M-Sadje zelenjava	3.861.980	145	34.506
189.	M-Meso Izdelki	3.598.739	246	0
201.	M-Standard	3.345.705	215	2.931
209.	M-Univerzal	3.243.265	95	92.616
238.	M-Eta	2.994.766	164	16.787
252.	M-Mesna industrija Lj.	2.846.369	192	8.007
255.	M-Konsum	2.808.791	131	46.766
263.	M-Mlekarna Kranj	2.760.270	153	25.697
264.	M-KG Kočevje	2.756.134	236	785
299.	M-Sevnica	2.460.305	245	7

UVRSTITEV PO DOBIČKU - 100 uvrščenih

mesto	ime podjetja	celotni dobiček (v 000 SIT)
47.	M-Blagovni center	247.415
48.	M-Dolomiti	238.026
65.	M-Golovec	161.364
94.	M-Univerzal	92.616

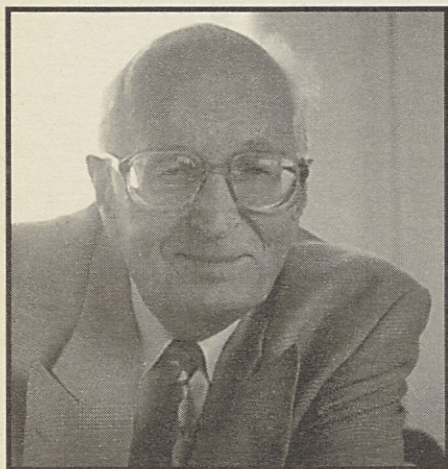
PODJETJA Z NAJVEČJIMI SREDSTVI - 100 uvrščenih

mesto	ime podjetja	sredstva (v 000 SIT)
8.	Poslovni sistem Mercator	51.002.468
97.	M-Mip	5.625.951
100.	M-Blagovni center	5.514.304

PODJETJA Z NAJVEČJIM ŠTEVILOM ZAPOSLENIH - 100 uvrščenih

mesto	ime podjetja	povprečno št. zaposlenih
50.	M-Mip	949
93.	M-Degro	598

NADZORNI SVET



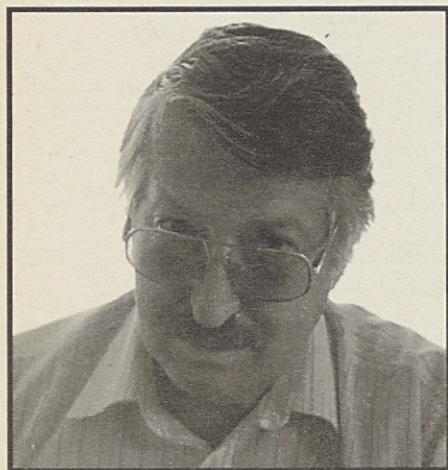
Predsednik: MIRAN GOSLAR,
rojen 1928, dipl. ekonomist, upokojeni
predsednik poslovnega odbora
Poslovnega sistema Mercator, predsed-
nik Združenja delodajalcev Slovenije.



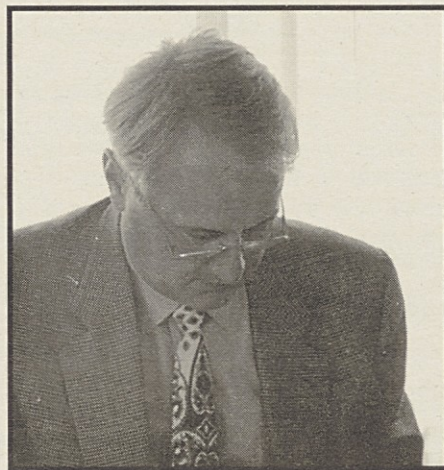
JOŽE CVETEK,
rojen 1949, diplomant Ekonomske
fakultete, smer denarništvo in finance;
namestnik generalnega direktorja za
ekonomiko in finance v Mercator-Optimi



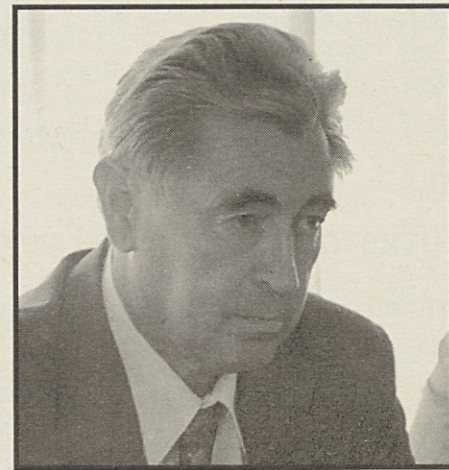
ZORAN JANKOVIČ,
rojen 1953, dipl. oec. direktor podjetja
Electa Inženiring, predsednik rokomet-
nega kluba Krim-Elekta.



**Namestnik predsednika: dr. KREŠO
PUHARIČ,**
rojen 1938, dr. pravnih ved, redni pro-
fesor Ekonomske fakultete v Ljubljani, av-
tor večih strokovnih knjig, znanstvenih
člankov in razprav, soustvarjalec Zako-
na o gospodarskih družbah in soavtor
komentarja k temu zakonu. Predsednik
stalne arbitraže pri GZS, član nad-
zornega sveta Nacionalne finančne
družbe.

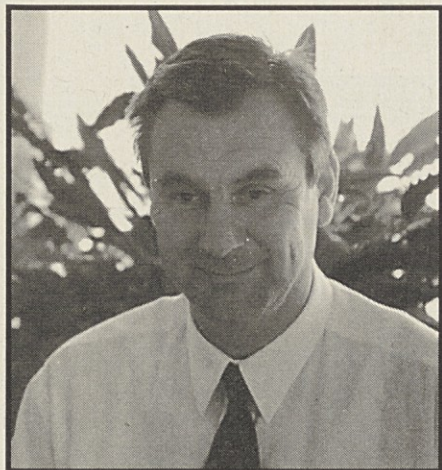


VOJKO ČOK,
rojen 1946, dipl. oec. Zaposlitve: Luka
Koper, Cimos, direktor LB, Splošne
banke Koper.



RAJMUND OREL,
rojen 1941, dipl. oec. Mercator-Trgoav-
to Koper, direktor trgovine na debelo.

POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR



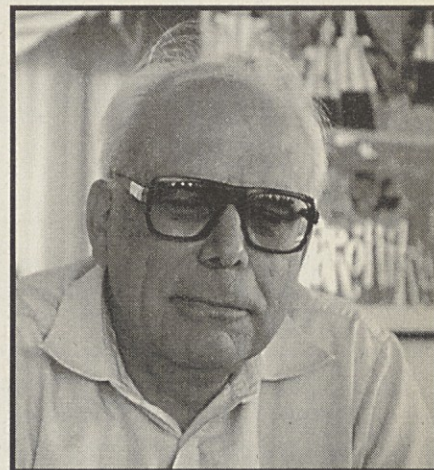
JANEZ PRIJATELJ,

rojen 1947, dipl. iur. Zavod za pokojninsko in invalidsko zavarovanje Slovenije - generalni direktor.



FRANC TOMANIČ,

roj. 1933, dipl. oec., upokojeni direktor Mercator-Mip.



dr. IVAN TURK,

rojen 1930, dipl. oec., dr. ekonomskih ved, upokojeni profesor Ekonomske fakultete, avtor številnih strokovnih člankov in knjig v slovenščini in tujih jezikih, graditelj menedžerskega izobraževanja.



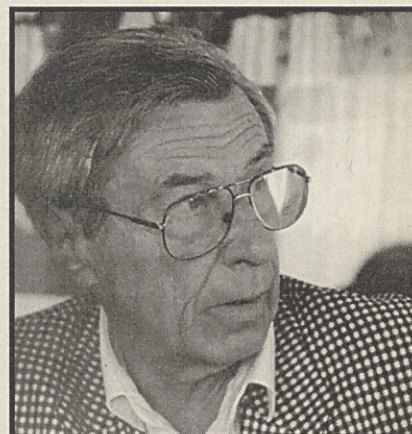
IVAN MAVKO,

rojen 1925, Intermercato Handel Muenchen, Unimercato Aussenhandel Muenchen.



dr. NIKO TOŠ,

roj. 1934, dipl. iur., dr. socioloških znanosti, redni profesor na Fakulteti za družbene vede, avtor in soavtor večih strokovnih knjig, znanstvenih člankov in razprav ter raziskovalnih poročil s področja sociologije, nosilec projekta "Slovensko javno mnenje"



JANEZ WINKLER,

rojen 1928, dipl. iur., upokojenec državne administracije, predsednik Republiškega sveta za varnost v prometu.



Z LETNE SKUPŠČINE M BANKE

POSLOVANJE M BANKE V LETU 1994

0. UVOD

Ob analizi poslovanja M banke d.d. v letu 1994 in rezultatov, izkazanih v finančnih izkazih letnega obračuna, lahko ugotovimo, da je banka v preteklem letu poslovala uspešno in da so bili doseženi zastavljeni cilji.

Banka je **povečala obseg poslovanja**, saj se je bilančna vsota v letu 1994 nominalno podvojila, realno pa je bila ob koncu leta večja za 72 %. Tako povečanje pomeni tudi povečanje tržnega deleža, to je deleža v skupni bilančni vsoti vseh slovenskih poslovnih bank, od 0,45 % ob koncu leta 1993 na 0,70 % ob koncu leta 1994.

Pri povečanju obsega poslovanja, ki se odraža v povečani bilančni vsoti, je pomemben del (40%) prispeval povečani kapital. Le-ta se je povečal delno s prodajo 29.855 delnic prve izdaje ob koncu prvega polletja, bistveno povečanje kapitala, to je za 65.500 delnic, pa je bilo doseženo s prodajo delnic druge izdaje. Žal je bilo to možno izvesti šele konec leta, kar je imelo za posledico omejitve poslovanja pri zbiranju deviznih hranilnih vlog prebivalstva. Izpad te aktivnosti ni imel pomembnejšega vpliva na poslovanje v letu 1994, saj je bilo ob znani tečajni politiki stimulirano tolarsko varčevanje. Povečana dejavnost banke se odraža tudi v povečanem obsegu depozitov ter na drugi strani v povečanem obsegu naložb. Bistveno, kar trikratno, pa se je povečalo kreditiranje občanov.

Banka je v preteklem letu pomembno povečala tudi obseg storitev, predvsem na področju plačilnega prometa s tujino. Obseg teh poslov je bil petkrat večji, kot v preteklem letu, seveda ob dejstvu, da je bilo v letu 1993 začetek tega poslovanja.

Cilj **izboljšati kvaliteto poslovanja** je v bistvu stalen, vendar ocenjujemo, da so naloge, zastavljene za leto 1994, uspešno opravljene.

Uredili smo nove prostore za ekspozituro na Dunajski 107 in terminalsko povezali ekspozituro na Ajdovščini. Izdelali smo celotno grafično podobo M banke in nov ček z magnetno čekovno kartico ter se vključili v mrežo bankomatov "ba". Zagotovili smo računalniško podporo poslovanju v sektorju za mednarodno poslovanje in v sektorju sredstev in naložb. Postopoma, s povečevanjem obsega in zahtevnosti poslovanja, izpopolnjujemo tudi kadrovsko zasedbo.

Cilj **ohraniti nivo uspešnosti**, merjene s stopnjo donosnosti kapitala, ki je bila v letu 1993 kar 11%, je bil dokaj zahteven že ob sprejemanju. Pogoji, ki so se skozi vse leto spreminjali in zaostrovali, pa so to zahtevnost še stopnjevali. Naj naštejemo le nekaj najpomembnejših dejavnikov, ki so vplivali na finančni rezultat:

- čedalje večja konkurenca med bankami,
- razkorak med rastjo tečajev tujih valut in inflacijo, oz. R,
- ukrepi Banke Slovenije in Vlade Republike Slovenije za znižanje obrestnih mer.

Posledica vseh teh dejavnikov je bilo občutno znižanje medbančnih obrestnih mer in nivoja aktivnih obrestnih mer ob nespremenjenih in pogosto celo višjih obrestnih mer za prejete depozite.

V M banki d.d. smo v letu 1994 dosegli 167 mio bruto dobička in 12,1 % donos na povprečni revalorizirani kapital. Ob zaostrenih pogojih je bilo to možno le s konkurenčnimi ponudbami na obeh straneh, ob povečanem poslovanju z nerizičnimi komitenti in kontrolo nad stroški.

Poslovanje banke v letu 1994 je pregledala revizijska hiša Coopers & Lybrand d.d. Ljubljana in izdala pozitivno mnenje. Tako ugotovitve revizijske skupine, kot kontrole Banke Slovenije so, da je M banka d.d. poslovala v letu 1994 donosno, da so njene naložbe varne, in da banka ni imela težav z likvidnostjo. Več o finančnem rezultatu in drugih podatkih iz finančnih izkazov je podano v nadaljevanju.

1.

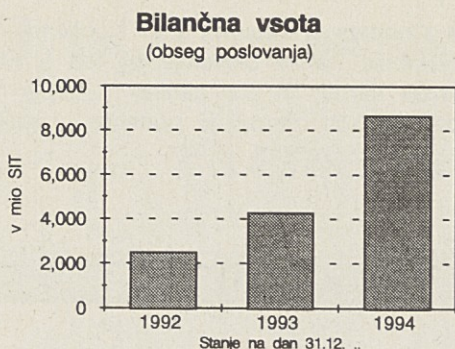
REVIDIRANA BILANCA STANJA M BANKE d.d. NA DAN 31.12.1994

ZNESEK V TISOČ SIT						
Zap. št.	Ozn. bil. postavke	VSEBINA	tekočega leta pred revidiranjem (31.12.1994)	predl. popravki revizorja	tekočega leta po revidiranju (31.12.1994)	prejšnjega leta po revidiranju (01.01.1994)
	1	2	3	4	5	6
1	A.I.	Denar v blagajni in stanje na računih pri CB	405,844	0	405,844	272,150
2	A.II.	Državne obvez. in drugi vred. pap., za reesk. pri CB	0	0	0	0
3	A.III.	Posojila bankam in hranilnicam	1,602,501	0	1,602,501	1,221,055
4	A.IV.	Posojila strankam, ki niso banke	6,110,845	0	6,110,845	2,505,664
5	A.V.	Investicijski vrednostni papirji	38,455	0	38,455	0
6	A.VI.	Tržni vrednostni papirji	57,676	0	57,676	60,233
7	A.VII.	Naložbe v kapital neodvisnih strank	785	0	785	0
8	A.VIII.	Naložbe v kapital odvisnih strank	0	0	0	0
9	A.IX.	Neopredmetena dolgoročna sredstva	0	0	0	0
10	A.X.	Opredmetena osnovna sredstva	304,986	0	304,986	148,399
11	A.XI.	Vpisani, a ne vplačani kapital in odku. lastne delnice	0	0	0	0
12	A.XII.	Druga sredstva	123,415	0	123,415	32,143
13	A.XIII.	Nevračunani stroški in nezaračunani prihodki	14,399	0	14,399	5,447
		SKUPAJ AKTIVA:	8,658,906	0	8,658,906	4,245,091
14	P.I.	Obveznosti do bank in hranilnic	210,737	0	210,737	92,377
15	P.II.	Obveznosti do strank, ki niso banke	5,287,223	0	5,287,223	2,912,140
16	P.III.	Obveznosti iz izdanih vred. pap. in potrdila o vlogah	67,552	0	67,552	95,053
17	P.IV.	Druge obveznosti	116,446	0	116,446	139,211
18	P.V.	Vnaprej vračunani stroški in neobračunani prihodki	129,894	0	129,894	55,593
19	P.VI.	Dolgoročne rezervacije za obveznosti in stroške	7,807	0	7,807	12,935
20	P.VII.	Vpisani kapital in ustanovitvene vloge hranilnic	1,573,150	0	1,573,150	634,600
21	P.VIII.	Vplačani presežek kapitala	560,361	0	560,361	402
22	P.IX.	Rezerve banke	317,757	0	317,757	295,958
23	P.X.	Splošne rezervacije	20,700	0	20,700	0
24	P.XI.	Revalorizacijski popravek kapitala	219,835	0	219,835	0
25	P.XII.	Preneseni čisti dobiček ali izguba prejšnjih let	0	0	0	6,822
26	P.XIII.	Čisti dobiček ali izguba poslovnega leta	147,444	0	147,444	0
		SKUPAJ PASIVA:	8,658,906	0	8,658,906	4,245,091

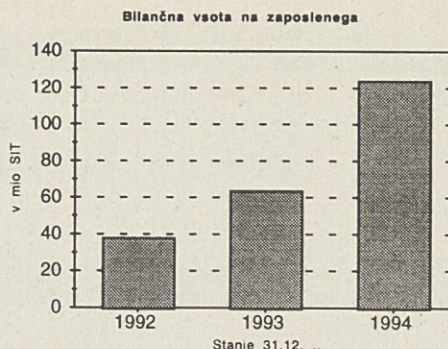
BILANČNA VSOTA

Bilančna vsota, ki je pokazatelj obsega poslovanja, je na dan 31.12.1994 znašala 8,658.906 tisoč SIT in se je od dne 01.01.1994 (4,245.091 tisoč SIT) povečala za 4,413.815 tisoč SIT oz. za 103,4 %.

Upošteva se inflacijo (merjeno s kumulativno rastjo maloprodajnih cen) v tem obdobju, ki je znašala 18,3 %, se je bilančna vsota realno povečala za 71,9 %. Če pa bilančno vsoto merimo s srednjim tečajem Banke Slovenije za DEM, ki je porasel za 6,9 %, pa se je bilančna vsota realno povečala za 90,3 %.



Slika 1: Bilančna vsota M banke d.d. na dan 31.12. v mio SIT

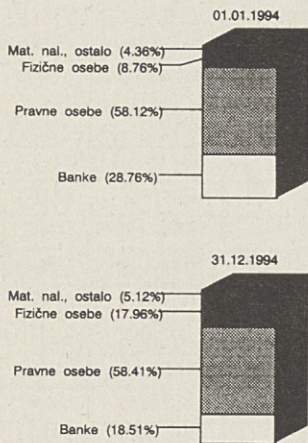


Slika 2: Bilančna vsota na zaposlenega na dan 31.12. v mio SIT

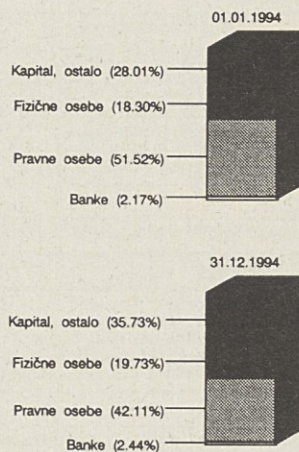
STRUKTURA VIROV IN NALOŽB

M banka d.d. je pri politiki naložb upoštevala osnovna bančna načela: varnost, likvidnost, donosnost. To potrjujejo tudi njeni revidirani računovodski izkazi.

Struktura naložb po subjektih



Struktura virov po subjektih



Slika 3 in 4: Struktura naložb in virov po subjektih na dan 01.01. in 31.12.1994

Tabela 1: Struktura naložb in virov po subjektih

			v SIT		
Naložba subjektu:	01.01.1994	31.12.1994	Vir sredstev subjekta:	01.01.1994	31.12.1994
1. Banke	1,221 mio	1,603 mio	1. Banke	92 mio	211 mio
2. Pravne osebe	2,467 mio	5,058 mio	2. Pravne osebe	2,187 mio	3,646 mio
3. Fizične osebe	372 mio	1,555 mio	3. Fizične osebe	777 mio	1,708 mio
4. Mat.naložbe, ostalo	185 mio	443 mio	4. Kapital, ostalo	1,189 mio	3,094 mio
Skupaj AKTIVA:	4,245 mio	8,659 mio	Skupaj PASIVA:	4,245 mio	8,659 mio

Ob povečanjem obsegu poslovanja je banka ob koncu leta dosegla tudi spremenjeno strukturo tako na strani virov kot na strani naložb.

V letu 1994 je banka namreč pomembno povečala delež posojil fizičnim osebam, med viri pa predvsem delež kapitala.

REVIDIRANI IZKAZ USPEHA M BANKE d.d. ZA LETO 1994
ZNESEK V TISOČ SIT

Zap. št.	VSEBINA	tekočega leta pred revidiranjem (1994)	predlagani popravki revizorja (1994)	tekočega leta po revidiranju (1994)	prejšnjega leta po revidiranju (1993)
	2	3	4	5	6
1	Prihodki od obresti in podobni prihodki	675,373	0	675,373	
2	Odhodki za obresti	260,807	0	260,807	
3	Čiste obresti	414,566	0	414,566	
4	Prihodki od vrednostnih papirjev	0	0	0	
5	Prejete provizije	123,362	0	123,362	
6	Dane provizije	57,331	0	57,331	
7	Čiste provizije	66,031	0	66,031	
8	Dobiček iz finančnih poslov	92,741	0	92,741	
9	Izguba iz finančnih poslov	47,721	0	47,721	
10	Čisti dobiček ali čista izguba iz finančnih poslov	45,020	0	45,020	
11	Drugi prihodki od poslovanja	11,932	0	11,932	
12	Splošni upravni stroški	308,450	0	308,450	
13	Amortizacija	23,214	0	23,214	
14	Drugi odhodki poslovanja	44,035	0	44,035	
15	Odpisi terjatev in popravki vrednosti spornih terjatev	95,377	0	95,377	
16	Prihodki iz odpisanih terjatev	42,314	0	42,314	
17	Odhodki za oblikovanje dolgoročnih rezervacij	34,220	0	34,220	
18	Prihodki iz ukinjenih rezervacij in popravkov	86,423	0	86,423	
19	Dobiček iz rednega poslovanja	160,990	0	160,990	
20	Izredni dobiček	6,046	0	6,046	
21	Skupaj BRUTO DOBIČEK	167,036	0	167,036	108,480
22	Davek iz dobička	19,592	0	19,592	5,025
21	Skupaj ČISTI DOBIČEK	147,444	0	147,444	103,455

Zaradi uvedbe slovenskih računovodskih standardov ni primerjave za leto 1993 za posamezne kategorije, je pa bruto dobiček za leto 1994 za 54 % višji kot je bil za leto 1993 (realno za 30,2 %).

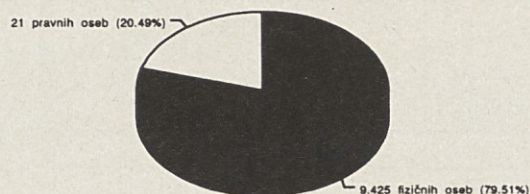
3. KAPITAL M BANKE d.d. IN DIVIDENDE ZA LETO 1994

M banka d.d. je v 29.06.1994 zaključila 1. izdajo delnic, v decembru 1994 pa je izdala 2. emisijo delnic in s tem dodatno povečala kapital za 650 mio SIT po nominalni vrednosti.

Tabela 2: Število navadnih in prednostnih delnic ter kapital po nominalni vrednosti na dan 01.01., 30.06. in 31.12.1994

	01.01.1994	30.06.1994	31.12.1994
Število delnic	63.460	92.315	157.315
- navadne	48.145	77.000	142.000
- prednostne	15.315	15.315	15.315
Kapital po nominalni vrednosti	634,600 tisoč SIT	923.150 tisoč SIT	1,573.150 tisoč SIT

Struktura upravljalškega kapitala
(na dan 31.12.1994)



Slika 5: Struktura upravljalškega kapitala

Celotna knjigovodska vrednost kapitala, ki vključuje vpisani kapital, vplačani presežek kapitala, rezerve ter revalorizacijski popravek kapitala, je znašala na dan 31.12.1994 2,671 mio SIT in se je od začetka leta, ko je le-ta znašala 938 mio SIT, povečala za 1,733 mio SIT oz. za 185 %. Banka je v letu 1994 oblikovala tudi splošne rezervacije v višini 20,7 mio SIT.

Jamstveni kapital M banke d.d. je znašal na dan 31.12.1994 2,764 mio SIT.

DIVIDENDE ZA LETO 1994

1. redna Skupščina M banke d.d. je dne 15.06.1995 sprejela Poslovno poročilo M banke d.d. za leto 1994 ter Letni obračun M banke d.d. za leto 1994 z razporeditvijo dobička.

Za izplačilo dividend se nameni 103.210.800,57 SIT.

Skupščina M banke d.d. ugotavlja, da je pri izplačilu dividend udeleženo naslednje število delnic:

- 15.315 prednostnih delnic razreda P;
- 48.145 navadnih delnic razreda N 1. izdaje, ki so bile vpisane in vplačane pred 01.01.1994;
- 28.855 navadnih delnic razreda N 1. izdaje, ki so bile vpisane in vplačane v obdobju od 01.01. do 30.06.1994.

Vrednost prednostne in participativne dividende za leto 1994 na 1 prednostno delnico razreda P znaša 1.485,80 SIT bruto (1.114,35 SIT neto).

Vrednost dividende na 1 navadno delnico razreda N 1. izdaje, ki so bile vpisane in vplačane pred 01.01.1994 znaša 1.285,80 SIT bruto (964,35 SIT neto).

Vrednost dividende na 1 navadno delnico razreda N 1. izdaje, ki so bile vpisane in vplačane v obdobju od 01.01. do 30.06.1994 znaša 642,90 SIT bruto (482,17 SIT neto).

4. USMERITVE ZA POSLOVANJE V LETU 1995

Strategija načrtovanega razvoja banke

Osnovni cilji razvojne politike:

- * ob povečanju bilančne vsote postopoma doseči zadosten obseg kapitala za neomejeno poslovanje;
- * ostati samostojna banka;
- * ohraniti dosedanje donosnost kapitala;
- * povečati tržni delež v okviru celotne bilančne vsote poslovnih bank v Sloveniji.

Zagotavljanje resursov za dosego ciljev:

- * potreben obseg kapitala in kapitalsko ustreznost v skladu s standardi in zahtevami Banke Slovenije;
- * ustrezna kadrovska zasedba;
- * dodatni kratkoročni in dolgoročni viri sredstev;
- * ustrezna dodatna oprema za podporo povečanemu obsegu poslovanja;

Koncepti poslovne politike:

- * ohraniti visoko večinsko lastništvo fizičnih oseb;
- * ohraniti relativno nizke stroške poslovanja;
- * zagotoviti visoko prilagodljivost banke potrebam komitenotv;
- * povečati obseg mednarodnega poslovanja in vključitev v SWIFT sistem;
- * postopno širiti bančno mrežo, vključitev v mrežo bankomatov in izpopolnjevati ponudbo storitev za prebivalstvo;

POUDARKI IZ POROČILA PREDSEDNIKA NADZORNEGA SVETA

Nadzorni svet je razpravljal tudi o nadaljnjem razvoju M banke in ocenil, da ima vse pogoje za uresničitev temeljne razvojne usmeritve, to je KREPITEV SAMOSTOJNE M BANKE. Hkrati bo banka spremljala proces povezovanja bank v slovenskem prostoru in ocenjevala primernost in potrebo po združevanju z drugimi bankami. Krepitev samostojne M banke pa pomeni predvsem razvijanje aktivnosti v treh smereh in sicer:

- * povečanje bilančne vsote z razširitvijo poslovanja tako med članicami PS Mercator kot tudi med številnimi poslovnimi partnerji Mercatorja;
- * razvijanje novih produktov M banke in s tem razširitev poslovanja na posameznih področjih. Med temi naj posebej omenimo novo M KARTICO, ki se razvija kot skupna kartica M banke in Mercatorja;
- * povečanje jamstvenega kapitala z razpisom nove emisije.

Možnosti za izvedbo nadaljnje dokapitalizacije M banke je več.

Prva možnost je, da se nadaljuje z aktivnostmi na dokapitalizaciji z zadolžnicami, ki jih imajo delavci v Mercatorjevih podjetjih. Del zadolžnic delavcev, ki so se izrekli za nakup delnic M banke v zadnji emisiji ni bi realiziran, saj je bil odziv delavcev zelo velik, tako da je bila razpisana emisija premajhna. Ta del je potrebno realizirati kot prioriteto skupino. Poleg tega je v nekaterih podjetjih izražen interes, da se odločijo za prenos tudi preostalega dela zadolžnic za nakup delnic M banke. Prav je, da se odpre možnost tudi za take primere. Torej obstoji možnost, da vodstvo M banke v sodelovanju z vodstvi podjetij Mercatorja ugotovi dejanski interes za dokapitalizacijo M banke z zadolžnicami in ta interes uresniči z razpisom nove emisije v najkrajšem času.

Naslednja možnost je, da se ugotovi interes nekaterih pravnih oseb. Tu so dokajšnje možnosti predvsem med poslovnimi partnerji PS Mercator in nekaterimi tujimi finančnimi institucijami.

Povezano z navedenimi razvojnimi usmeritvami pa so tudi načrti za ureditev in posodobitev mreže bančnih ekspozitur, agencij in blagajniških mest, vključno s širitvijo bančnih avtomatov v mreži "ba". Vse to pa zahteva tudi hitrejšo informatizacijo celotnega bančnega poslovanja, kar je tudi ena izmed razvojnih nalog.

PRVI IZSLEDKI ŠTUDIJE O MERCATORJEVI CELOSTNI PODOBI

Raziskave, potrebne za postavitve novega identitetnega in komunikacijskega sistema Mercatorja so praktično že opravljene. V štirih mesecih, od marca do junija je bilo opravljenih skupno 62 intervjujev z direktorji podjetij v okviru Poslovnega sistema Mercator, anketiranih 800 zaposlenih znotraj sistema Mercator, ki so odgovarjali na vprašanja, povezana s klimo in kulturo in 642 potrošnikov, ki so odgovarjali na vprašanja o imidžu Mercatorja ter percepciji znakov in simbolov Mercatorjevih in relevantnih konkurenčnih podjetij. Fotografirali smo več kot 50 tipičnih maloprodajnih mest in za vsako od teh posneli v povprečju 10 fotografij. Še vedno pa potreba zbiranje komunikacijskih materialov, ki jih uporabljajo Mercatorjeva podjetja.

Na projektu dela 10 zaposlenih v Studiu Marketnig in več zunanjih sodelavcev, med njimi tudi profesor dr. Zlatko Jančič s Fakultete za družbene vede, profesor dr. Edvard Konrad in dr. Tine Bucik s filozofske fakultete, oddelka za psihologijo. Na področju ugotavljanja kompetentnosti in vizije, kjer so bili vključeni vsi direktorji Mercatorjevih podjetij, je bil odziv na intervjuje 90% in naj to priložnost izkoristimo, da se vsem iskreno zahvalimo za sodelovanje.

Hvala vsem, ki ste pomagali, da smo nalogo v najkrajšem možnem času kvalitetno opravili. Kvaliteta sodelovanja in pripravljenost za spremembe, se kaže tudi v tem, da je bil le redkokdaj potreben dodatni termin za intervju (izven dveh predlaganih s strani Studia Marketing), kljub prezasedenosti in vsakodnevnim obveznostim direktorjev podjetij.

Ekipa Studia Marketing so naredile več kot 4000 km po vsej Sloveniji, posnele več kot 80 ur snemalnih trakov, prepisanih imamo tako okoli 1000 strani, ... Da gre za obojestransko kvaliteten pristop k izredno zahtevnemu projektu celostne grafične podobe, se kaže tudi v tem, da so vse intervjuje osebno vodili zaposleni v Marketing centru Studia Marketing in ne zunanji, najeti sodelavci. Zavedamo se namreč profesionalne odgovornosti pri ohranjanju tajnosti pridobljenih informacij.

V intervjujih smo zajeli štiri sklope

vprašanj:

1. kompetentnost podjetja navznoter in v primerjavi s konkurenco,
2. razlogi za povezanost oziroma samostojnost v sistem Mercator,
3. pripravljenost in informiranost o možnih oziroma željenih spremembah,
4. pogled v bodočnost posameznih podjetij ter Poslovnega sistema Mercator v celoti.

Vse zbrane informacije smo skrbno analizirali in jih že prezentirali vodilnim v Poslovnem sistemu Mercator.

Najpomembnejša ugotovitev je, da se Mercatorjevi vodilni delavci zavedajo pomena ljudi, človeškega faktorja pri postavljanju strateških ciljev in vizije razvoja v prihodnje. Strategija podjetja so namreč ljudje, le-ti so tisti, ki s svojo energijo, željami in znanjem zagotavljajo uspešnost podjetja na konkurenčno vedno bolj zahtevnem domačem in tujem trgu. Zato se nam je zdelo nujno, da s pomočjo metode individualnih polstrukturiranih intervjujev z direktorji ugotovimo, kakšen je najpomembnejši del realne identitete podjetja, ki ga predstavljajo ljudje, zaposleni sami.

"Izdelek" Mercatorja je celovita storitev. Atraktivnost živilske dejavnosti temelji na kvalitetni ponudbi ter ugodni ceni. In če ves čas opažamo poudarjanje pomena medčloveških odnosov, se le-ta po mnenju intervjuvanih kaže v dolgoletnih stikih in poznavanju potrošnikov, osebnih poznavstvih in že kar prijateljskih odnosih med ljudmi iz Mercatorja in njihovo okolico. Pri tem se moramo zavedati, da so vse to odgovori na verbalnem nivoju. Pravo sliko nam bo pokazala šele analiza situacije na terenu in primerjava med tistim kar se govori in kar se dejansko izvaja. Zelo zanimive so že primerjave med vodilnimi, vodstvenimi in ostalimi zaposlenimi, saj so iz različnih perspektiv pogledi različni.

Nekoliko manj urejena se zdi intervjuvanim situacija na področju neživilskega asortimana. Po njihovih besedah se zdi kot da gre za "manjvredno" dejavnost, "privesek" k prehranbeni trgovini. Pri tem se odraža, da tudi zaposleni sami gledajo

prav živilsko trgovino kot osnovno dejavnost Mercatorja.

Odgovori kažejo na to, da Mercator želi v prihodnje še povečevati tržni delež in še utrjevati položaj najpomembnejšega trgovskega podjetja v Sloveniji. Velikost sistema, pozitiven imidž, široko pokrivanje tržišča, kvaliteten asortiman, poznavanje potrošnika ter ustrezna bodoča organiziranost, so v očeh direktorjev tiste prednosti, ki zbujajo zaupanje in optimizem za prihodnost. Opozarjajo tudi na hudo nelojalno konkurenco, splošno neugodno situacijo v kmetijstvu, neizkoriščenost potencialov na trgu neživilskih izdelkov in morda včasih prevlelo skromnost v nastopanju na trgu.

Ocena zaupanja znotraj Mercatorja je trenutno nekoliko nižja kot ocena dejanskega sodelovanja med podjetji. Skupni napor v zadnjih nekaj letih so ljudi znotraj Mercatorja medsebojno zblížali in ustvarili klimo zaupanja. **Rezultati raziskave kažejo, da gre za zaupanje v vodstvo podjetja, finančno varnost podjetij, občutke zanesljivosti, varnosti in pripadnosti skupnemu sistemu Mercator.** Povezanost v sistem tudi spodbuja tekmovalnost med podjetji, kar je tudi pozitiven motiv za razvoj in napredek. Po drugi strani pa direktorji opozarjajo tudi na to, da je počasnost sprememb zelo značilna za Mercator in da ni potreb niti želja po velikih spremembah. **Pomanjkanje informacij v zadnjem času znižuje klimo zaupanja.**

Dejansko sodelovanje je boljše na nivoju živilske trgovine kot na ostalih področjih. Včasih gre za občutek, da ni pravega odnosa med podjetji na nivoju materinsko podjetje - hčerinsko podjetje, ampak gre bolj za odnos nadrejeni - podrejeni.

S prihodnostjo intervjuvani povezujejo pozitivna pričakovanja, so optimistični in večinoma izražajo pripravljenost za spremembe. Nihče ne želi stati ob strani in tudi ne žaluje za preteklostjo. Prevladuje tudi mnenje, da so sami dovolj usposobljeni in motivirani za uspešen razvoj tako na nivoju podjetij, kot na nivoju celotnega Mercatorja.

(nadaljevanje prihodnjič)

Helena Pavlovič in Jana Šušteršič, Studiu Marketing

EVROPSKI RAZISKOVALCI KROMPIRJA NA SIMPOZIJU V RIBNEM

Od 18. do 22. junija 1995 se je v Ribnem pri Bledu na simpoziju zbrala smetana evropskih raziskovalcev krompirja.

Evropsko združenje raziskovalcev krompirja (EAPR) združuje 60 organizacij in več kot 600 članov. Ti se v okviru ene od sedmih strokovnih sekcij ukvarjajo s proučevanjem in raziskovanjem aktualnih problemov. Na Ribnem so se sešli člani virološke sekcije. Simpozija se je udeležilo 56 znanstvenikov iz 18 evropskih držav, Kanade in Izraela. Skupaj s slovenskimi raziskovalci je bilo pripravljenih 31 referatov in 14 posterjev.

Organizator simpozija je bil Laboratorij za fiziologijo in virusne bolezni krompirja v Mercator-KŽK Kmetijstvo Kranj.

Slovenija je bila v Evropsko združenje kot samostojna država sprejeta na kongresu v Parizu leta 1993, prej pa je v njem delovala preko jugoslovanske zveze. Zaradi uspešnega dela slovenskih strokovnjakov, predvsem dr. Miloša Kusa v tej organizaciji ter objavljenih rezultatov raziskav, zlasti s področja virusnih bolezni, je bilo na tem kongresu sklenjeno, da bo simpozij virološke sekcije organizirala Slovenija.

Slovenija je bila med prvimi evropskimi državami, ki jo je hudo prizadela virusna bolezen "prstanasta nekroza gomoljev krompirja". Pri tem je prispevek naše znanosti za spoznavanje in proučevanje te bolezni, ocenjen kot evropsko pomemben dosežek. Organizacija simpozija je torej pomembno priznanje dosedanjemu

delu slovenskih in s tem tudi kranjskih virologov in fiziologov.

Udeležence simpozija je v imenu Poslovnega sistema Mercator pozdravil predsednik poslovnega odbora Živko Pregl. V imenu sponzorja pa minister dr. Jože Osterc.

Slovenija, posebej Gorenjska, ima nekaj več kot dvestoletno tradicijo v pridelavi krompirja. Laboratorij za fiziologijo in virusne bolezni krompirja je bil ustanovljen leta 1986. Domena laboratorija je vzgoja brezvirusnega semenskega krompirja, strokovno proučevanje občutljivosti in dovzetnosti posameznih sort za bolezni. Zlasti slednje je posebej aktualno od leta 1988, ko se je v Sloveniji začel širiti tako imenovani virus "Y NTN".

Znano je, da je ta virus povsem uničil Igor kot najbolj sajeno sorto krompirja v Sloveniji. Z raziskavami v laboratoriju testirajo in iščejo nove in odpornejše sorte krompirja, primerne za slovenske klimatske razmere in prehrabene navade.

Dolga leta je laboratorij vodil raziskovalni znanstveni svetnik **dr. Miloš Kus**, ki je bil osrednja osebnost simpozija. S pomočjo sodelavcev Laboratorija **Marije Pepelnjak, dipl. ing. agr., Maše E. Vodenik, spec. ing. agr., Mira Jenka, ing. agr.** ter tehnično organizacijskega štaba, je simpozij tako po strokovni kot organizacijski plati odlično uspel. To ugotovitev so v spominsko knjigo zapisali in podpisali vsi udeleženci simpozija.

V.B.

POSVET "KRMILA 95" V OPATIJI

Letošnji tradicionalni mednarodni posvet o tehnologiji proizvodnje krmnih mešanic in prehrani domačih živali je bil od 7. do 9. junija v Opatiji. Organizator je bila Republika Hrvaška. Na posvetu je bilo okoli 250 udeležencev iz 12 držav, med njimi iz ZDA, Kanade, Švice, Anglije, Nemčije itd.

Obravnavana sta bila dva obsežna tematska sklopa:

- tehnologija proizvodnje krmnih mešanic in
- prehrana živali.

Skupaj je bilo podanih okoli 50 referatov in posterjev, od tega 10 iz Slovenije.

V prvem sklopu so bile podane novosti v tehnologiji priprave kompleksnih krmnih mešanic, premiksov in opreme za mešalnice. Poudarek je bil dan kakovosti surovin za mešalnice, zlasti tistih, ki imajo antinutritivne učinke (n.pr. oljna ogrščica).

Sledili so referati o uporabi farmacevtskih izdelkov (antibiotikov in probiotikov, kokcidostatikov) v nutritivne namene v proizvodnji mleka in mesa. O tem so podali svoje izkušnje in rezultate tako domači strokovnjaki kot udeleženci iz drugih dežel, med njimi tudi iz Slovenije. V tehnologiji proizvodnje krmnih mešanic so bile podane novosti v opremi za mešalnice oziroma farme. Popolna novost je italijanski izdelek Baby-mixer DMD za perutninske farme ter indikator "Microtracer TM" za kontrolo homogenosti krmnih mešanic. Obe inovaciji sta tudi ekonomsko sprejemljivi.

V tematskem sklopu o prehrani živali so bili podani tako eksperimentalni rezultati kot rezultati redne proizvodnje mleka in mesa s poudarkom na voluminozni krmni, kakovosti surovin za krmne mešalnice ter naravnih dodatkih, ki stimulirajo proizvodnjo, vsebnost beljakovin v mleku (n.pr. farmatan) itd. V ta tematski sklop je bil uvrščen tudi Mercatorjev prispevek, ki prikazuje del rezultatov iz projekta Mleko, ki smo ga tri leta izvajali na M-KG Kočevje in M-KGZ Litija. Govori pa o pomenu travinja za mlečno proizvodnjo. Med tri najboljše referate po oceni udeležencev, sodi tudi Mercatorjev. V.B.



Raziskovalci na obisku v kranjskem laboratoriju - v sredini dr. Miloš Kus

METLIŠKA ČRNINA ŽLAHTNOST JE VINA

Sejem Vino 95, bolj poznan kot nekoč dobri, stari vinski sejem, je letos doživel spremembo. Po dolgih letih negodovanja vinskih pridelovalcev in trgovcev je bil prestavljen v nov termin. Do lani še konec poletja, je tokrat zamenjal zadnji del pomladi. Tako je 41. mednarodni vinogradniško vinarski sejem Vino 95 tokrat pokazal, kaj ima in kaj zna med 5. in 9. junijem.

Sejem ni bil živ, ali pač, premalo. Niso še znane analize, ki bodo odgovorile na vprašanje, zakaj. Toda vse kaže, da tis-

to manj veselja in nazdravljanja, ki velja zaradi mnogih stvari v našem življenju, ni zdaj tuje niti vinskemu sejmu.

Sicer pa je bil pogled na letošnji vinski praznik na ljubljanskem razstavišču mnogo lepši in prijaznejši, kot leta poprej. Kot da bi posamezniki tekmovali, kdo bo uredil lepši razstaveni prostor, kje se bo dogajalo več in zanimivejše.

Tudi naša metliška vinska klet se je letos pojavila na drugačen način, lepše, upadlivejše in z več blišča. Tudi zaradi dveh žlahtnih medalj: **zlato je dobila**

Metliška Črnina letnik 90, srebrno pa črnina letnik 92. Tako gre tradicija, nekakšen, "abonma" na medalje za črnino naprej, čeprav so bili letos kriteriji ocenjevanja mnogo strožji, medalj pa je bilo manj.

Ob sami razstavi, pokušinah in tu in tam tudi poslovnih razgovorih, se je vila nekakšna rdeča nit. Izbirali smo namreč slogan za metliško črnino. Presenetljivo veliko predlogov se je nabralo in mnogi obiskovalci so ob požirku črnine, ki je bila tudi na pokušino, napisali pravcate pesmice.

Tudi kolo sreče se je večkrat zavrtelo, prinašalo nagrade, fant v belokranjski narodni noši je raztegnil svoj meh, a vse to le ni napravilo gneče, kakršna je bila na vinskih sejmih pred leti.

Mile Bitenc



ZELENA STRAN

Zemljo okopavamo, pokrivamo in zalivamo.

Ko je sončno, škropimo ves vrt s presličnim čajem. Če opazimo napad glivic, škropljenje ponovimo.

Rastline, ki smo jih prenesli na okno ali balkon v sončnem vremenu, je precej verjetno poškodovalo sonce. Zato so nekateri najbolj poškodovani listi odmrli. Takšne liste potrgamo in poskrbimo, da bo rastlina čimhitreje odgnala. Rastline, ki smo jih zgodaj presadili, so porabile že veliko hranilnih snovi. Zato jih moramo pričeti dognojevati; dognojujemo jih izmenično z organskimi in mineralnimi gnojili. Redno odstranjujemo odcvetele cvetove vrtnic, in sicer tako, da odrežemo vejico s tremi listi ali pa nad prvim spodnjim pogankom.

Zbirajmo in sušimo koprive, se preden zacvetijo.

Na Primorskem že lahko nabiramo rožmarinove listke, ki jih bomo uporabljali kot začimbo, zdravilo ali kot zeliščno kopel.

Po suhih gričih, ob poteh in na gozdnih jasah lahko od junija do avgusta nabiramo lučnikove cvetove, ki so odlično sredstvo za pospešitev izkašljevanja. Preden gremo na dopust, si pripravimo šentjanževo olje, ki nas bo varovalo pred premočnim soncem in opeklinami.

Krave lila barve

V kmečkih predelih Nemčije vsak tretji otrok misli, da je krava lila barve, je poročal nemški tednik *Landwirtschaftliche Wochenblatt*. Na Bavarskem so v vrtcih izvedli akcijo, v kateri so 40.000 otrokom naročili, naj narišejo kravo. Na eni tretini slik je bila krava lila barve. Raziskovalci menijo, da otroci čedalje bolj zamenjujejo domišlijski svet reklam (čokolada Milka) in resničnost, bavarsko kmečko združenje pa v tem vidi znak, da javna občila iz otroške domišljije izrivajo realnost.

Sreča po naročilu

Tudi sreča ni več stvar naključja, vsaj če v svojem praznoverju pod srečo razumemo to, da najdemo štiriperesno deteljico. V naravi, če se vanjo ne vmeša človek, najdemo deteljico s štirimi namesto tremi lističi le na povprečno vsaki tisoči rastlini. Narava se z deteljo lahko še bolj poigra, saj občasno zraste

tudi rastlina s šestimi lističi, za katerega pa ljudsko praznoverje ni izumilo nikakršnih izrekov. Najbrž je veliko predelek.

Tudi za malo manj redko štiriperesno srečo se moramo kar pošteno potruditi. Če pa se s svojo tehnologijo vmeša človek, lahko pot do tovrstne sreče močno skrajšamo. Na floridski univerzi so s križanjem prišli do samih "srečnih" rastlin, ki jih tudi vzgajajo. Seveda sreče niso zadržali samo zase, temveč si jo po telefonu naroči prav vsakdo, saj mu za dobrih 20 dolarjev pošljejo lonček z deteljo, ki mu ves čas, dokler ne zmanjka listov, prinaša srečo.

Vse več alergij tudi na živila

Sodobna medicinska znanost krivi alergije za številne motnje in obolenja. Tako naj bi več kot tri četrtine ljudi neustrezno reagiralo na najrazličnejše sestavine (od hrane, čistil, kemikalij do kozmetike in tekstila). Med ljudmi narašča predvsem število prehrambnih alergij, ki se pogosto pojavljajo povsem nepričakovano. Skupina nemških specialistov alergologov, pod vodstvom dr. Martina Mefferta z Institut IHP - Medical Laboratories, je s triletno študijo, v katero je pritegnila kar 4500 posameznikov, ugotovila, da je bilo kar 67 preiskovancev alergičnih na tunino, 68 na koper, 57 na grah, 54 na lešnike in 49 na baziliko. Dobljeni rezultati so presenetili strokovnjake in preiskovance, obenem pa potrdili domnevo, da se klasičnim alergogenim živilom, kot so jagode, sladoled, mleko, jajca in podobno vedno znova pridružujejo nove sestavine, ki jih doslej sploh nismo uvrščali med potencialne alergene.

Praščija groza

Indijski kmetovalec Ananthag Petwardhan je poskusil vse, da bi pred divjimi živalmi obvaroval svoje polje in njive. Nič ni zaleglo. Ne ograde, ne nastavljanje pasti, ne strašila skratka nič! Potem je inovativni kmet namestil na svoje polje zvočnike, preko katerih je bilo slišati mestni hrup in krike. Nič! Divji prašiči so se nemoteno pasli in tudi opice so ostale ravnodušne. Takrat se je kmet odločil za zadnji poskus: zavrtel je kaseto z Michaelom Jacksonom. Takoj se je vse razbežalo. Takšnega mučenja živali niso prenesle.

Klorirana pitna voda razburja

V Evropi je večina pitne vode izdatno klorirana, kljub temu pa jo glavnina prebivalstva navdušeno uživa, ne meneč se za splošno znane škodljive vplive klora na organizem. Najnovejše raziskave, ki

so jih strokovnjaki izvedli na Finskem pričajo, da klor v pitni vodi dejansko ogroža človekovo zdravje. Tako so z obsežno študijo ugotovili, da je med Finci, ki uživajo klorirano vodo, znatno porasla pogostost obolenja za malignimi obolenji, med katerimi prednjačita zlasti rak sečnega mehurja in ledvic.

Obenem pa naj bi klorova kislina izrazito negativno vplivala tudi na imunski sistem (slabša odpornost organizma) in na reproduktivno funkcijo. Američani so se prvi odzvali na rezultate, ki so jih Finci ponudili strokovni javnosti in začeli obsežno kampanijo proti kloriranju vode, obenem pa so domače znanstvene potencialne usmerili v proučevanje možnosti dezinfekcije pitne vode s pomočjo neškodljivega ultrazvoka.

Zeleni recept

Na našem jedilniku bi morale ribe zavzemati častno mesto. Že stari narodi so se pridno ukvarjali z ribolovom. Tudi v srednjeveških samostanih je bila riba na prvem mestu; v ta namen so imeli celo svoje ribnike.

Ribje meso vsebuje veliko vode in je zato hitro pokvarljivo, vsebuje pa tudi polnovredne in lahko prebavljive beljakovine, življenjsko pomembne rudninske snovi in veliko vitaminov. Sladkovodne ribe so zaradi svojega odličnega okusa in blagega vonja zelo cenjene v še tako zahtevni kuhinji. Posebno nežno in vedno dostopno je meso potočne postrvi. Druge vrste sladkovodnih rib navadno uporabljamo manj, razen če imamo v družini ribiča. Tokrat za pokušino:

Postrvi v slanini in česnova omaka:

Potrebujemo: 4 očiščene postrvi, 4 jedilne žlice svetlih drobtin, 4 žlice sesekljanega koprca, 1 žlico peteršilja, 1 žlico česna, 2 žlici masla in 12 rezin prešane slanine. Za omako potrebujemo:

1 glavicica česna, 1 čajna žlička gorčice, 1 dl olja, 1 dl kisle smetane, 1 rumenjak, sol, poper.

Postrvi popolnoma osušimo in notranjost napolnimo z mešanico drobtin in začimb. Vsako ribo posebej zavijemo v slanino in na vročem ognju popečemo na obeh straneh.

Omako pa napravimo tako, da stroke česna stremo, dodamo sol in poper, gorčico, rumenjak in med mešanjem prilivamo olje. Na koncu dodamo omaki še smetano. Postrvi in omako postrežemo skupaj.

Andrej Remškar

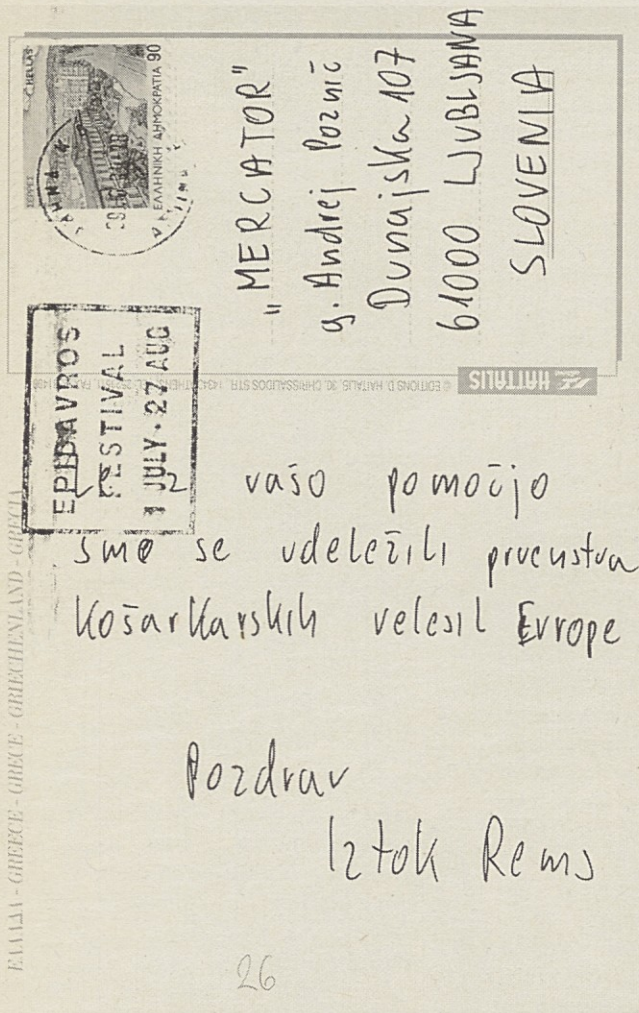
EVROPSKO PRVENSTVO V KOŠARKI TUDI Z MERCATORJEVCI

Udeležencem 17. Mercatoriade so državni reprezentanti v košarki, ki so tik pred odhodom na Evropsko prvenstvo še prišli na naše srečanje, gotovo ostali v spominu. Rosno mladi in malo manj mladi fantje so imeli realno postavljen cilj - uvrstitev med osem najboljših moštev v Evropi. Pa so prišli Francozi, Španci...športno je treba znati prenesti poraze in se vreči na delo. Da fantje znajo in zmorejo "več kot hruške peč", bodo prav gotovo še imeli priložnost

pokazati.

Na Evropskem prvenstvu je naše "sponzoriranje" spremljala tudi četica Mercatorjevcev, ki jih je v Atene poslala Košarkaška zveza Slovenije, izbral pa jih je poslovodni odbor. Med udeleženci je bil tudi Mercatorjev nagrajenec Slavko Bračič, ki ga je med destimi nagrajenci določil žreb. Sicer pa si bili udeleženci izbrani med tistimi zaposlenimi v Mercatorju, ki s svojim delom v projektnih

skupinah ali kako drugače posebej prispevajo k "premikanju" v Mercatorju. Navdušeni nad Atenami, košarko in organizacijo bivanja, so se vrnili domov. Na tekmah slovenske reprezentance so bili glasni in zvesti navijači. Nedoseženi cilj reprezentance ni med Mercatorjevce vnesel prav nič malodušja. "Pravi trenutek za našo mlado vrsto šele prihaja", nam je dejal eden od Mercatorjevcih udeležencev, "s strani Mercatorja, bi bilo modro biti zraven." V.Š.



V imenu Košarkarske zveze Slovenije se je Mercatorju zahvalil njen sekretar



Kapetan državne reprezentance Slavko Kotnik, njen trener Zmago Sagadin in Andrej Poznič na Dnevu Mercatorja

17. MERCATORIADA - REZULTATI



NAMIZNI TENIS

ŽENSKE	TOČKE
1. M-MIP PTUJ	25
2. M-OPTIMA	20
3. M-ETA I.	15
4. M-KZ KRKA	12
5. M-SLOGA	11

MOŠKI	TOČKE
1. M-DEGRO	25
2. M-SLOGA	20
3. M-MIP I.	15
4. M-ETA II.	12
5. M-ETA I.	-
6. M-KZ KRKA	10
7. M-UNIVERZALE	9
8. M-HOTEL ILIRIJA I.	8
9. M-SADJE ZELENJAVA I.	7

STRELJANJE

MOŠKI - EKIPNO	ŠT. KROGOV	TOČKE
1. M-MIP PTUJ	664	25
2. M-KZ KRKA	595	20
3. M-MESO-IZDELKI	595	15
4. M-AGROKOMBINAT	575	12
5. M-UNIVERZAL	574	11
6. M-ETA KAMNIK	561	10
7. M-SREMIČ	522	9
8. M-SLOGA	522	8
9. M-STP METLIKA	496	7
10. PS MERCATOR	476	6
11. M-PRESKRBA KRŠKO I.	457	5
12. M-KZ SEVNICA	392	4
13. M-PRESKRBA II.	390	-

ŽENSKE - EKIPNO	TOČKE
1. M-SREMIČ	430
2. M-SLOGA	420
3. M-STP METLIKA	345
4. M-MIP	307
5. M-AGROKOMBINAT	297
6. M-KZ KRKA	291
7. M-ETA	286

MOŠKI - POSAMEZNO	TOČKE
1. MLAKAR ZVONKO - M-MIP	178
2. HRNČIČ FRANC - M-MIP	173
3. NOVAK BRANE - M-MESO-IZDELKI	168
4. KRIVEC DANIEL - PS MERCATOR	164
5. KOZOLE IVAN - M-AGROKOMBINAT	163

ŽENSKE - POSAMEZNO	ŠT. KROGOV	TOČKE
1. COLNER JUSTIKA - M-SREMIČ	155	
2. MARINČIČ ZLATKA - M-SLOGA	147	
3. GIBIČAR ZDENKA - M-SLOGA	144	
4. BOSTIČ IRENA - M-SREMIČ	138	
5. POZNIČ HELENA - M-SREMIČ	137	

KEGLJANJE

ŽENSKE - EKIPNO	ŠT. KEGLJEV	TOČKE
1. M-NANOS POSTOJNA	708	25
2. M-SREMIČ	696	20
3. M-GRADIŠČE	691	15
4. M-KZ TREBNJE	684	12
5. M-KZ KRKA	667	11
6. M-HOTEL ILIRIJA I.	657	10
7. M-ETA	632	9
8. M-SADJE ZELENJAVA	622	8
9. M-MIP	614	7
10. M-AGROKOMBINAT	592	6
11. M-DEGRO	555	5
12. M-JELKA RIBNICA	527	4
13. M-EMBA	459	3
14. M-SLOGA	451	2
15. M-STP METLIKA	447	1
16. M-HOTEL ILIRIJA II.	443	-
17. M-SLOSAD	397	-
18. PSM LJUBLJANA	381	
19. M-POTROŠNIK	378	
20. M-MLEKARNA KRANJ	377	

MOŠKI - EKIPNO	ŠT. KEGLJEV	TOČKE
1. M-SADJE ZELENJAVA I.	2454	25
2. M-SADJE ZELENJAVA II.	2386	-
3. M-MIP	2300	15
4. M-AGROKOMBINAT	2292	12
5. M-TRGOPROMET	2234	11
6. M-MESNA INDUSTRIJA LJ.	2161	10
7. M-HOTEL ILIRIJA	2125	9
8. M-DEGRO	2121	8
9. M-KZ KRKA	2120	7
10. M-ETA	2023	6
11. M-PEKARNA GROSUPLJE	1990	5
12. M-TRGOAVTO KOPER	1949	4
13. M-UNIVERZAL	1904	3
14. M-BLAGOVNI CENTER	1903	2
15. M-EMBA	1828	1
16. M-SLOGA	1821	
17. M-JELKA	1803	
18. M-POTROŠNIK	1797	
19. M-KONZUM	1402	
20. M-MLEKARNA	1024	

ŽENSKE - POSAMEZNO	ŠT. KEGLJEV	TOČKE
1. ZDENKA URBANC, M-AGROKOMBINAT	607	
2. NAFA MUSIČ, M-HOTEL ILIRIJA I.	570	
3. ANGELA DALMACIJA, M-KZ TREBNJE	563	
4. ANDREJA RIFELJ, M-KZ KRKA	562	
5. DUŠANKA ŠKEDELJ, M-KZ KRKA	557	
6. MILENA VEBER, M-GRADIŠČE TREBNJE	553	
7. JOŽE ULE, M-NANOS	547	
8. MARIJA KRAŠEVEC, M-NANOS	523	

MOŠKI - POSAMEZNO	TOČKE
1. VOJKO MOJŠKERC, M-SADJE ZELENJAVA II.	899
2. STANKO KOVAČEC, M-MIP	849
3. MIRO VAUPOTIČ, M-SADJE ZELENJAVA I.	845

4. EDI KOCJAN, M-AGROKOMBINAT	841
5. DJURO GRADIŠAR, M-SADJE ZELENJAVA I.	835
6. SENAD MULALIĆ, M-SADJE ZELENJAVA I.	826
7. MIHA SMREČNIK, M-SADJE ZELENJAVA II.	815
8. SUAD DIZDAREVIĆ, M-SADJE ZELENJAVA I.	805
9. VINKO BOSINA, M-AGROKOMBINAT	800
10. SILVANO POTOKAR, M-TRGOAVTO	792
11. ŠTEFAN STORJAK, M-KZ KRKA	776
12. BRANE KOTNJEK, M-TRGOPROMET	409

TENIS

EKIPNO

	TOČKE
1. M-KZ KRKA 1 (RIFELJ, ZORČIČ, BALON)	25
2. M-TRGOPROMET (JUŽNIČ, ŠEGA, AMBROŽIČ)	20
3. M-EMBA (AHLIN, KUŠLAN, KRIVOROTOV)	15
4. PSM 1 (VIDIĆ, KOTAR, MIRNIK)	12
5. M-DEGRO (ČENDAK, KUSSEL, POŽAR)	11
6. M-SLOSAD (DOLINŠEK, KRAMER, BUKOVEC)	10
7. M-KZ KRKA 2 (PELJHAN, BRIC, ZUPANČIČ)	-
8. PSM 2 (TURK, PRVINŠEK, MIKLAVČIČ)	-
9. M-ETA (SIVEC, ZUPANČIČ, PINTARIČ)	7

ŽENSKE - POSAMEZNO

1. VIDIĆ SONJA, PS MERCATOR
2. RIFELJ ANDREJA, M-KZ KRKA
3. TURK DEJA, PS MERCATOR
4. JUŽNIČ HELENA, M-TRGOPROMET
5. SIVEC SONJA, M-ETA
6. OBERSTAR TATJANA, M-KG KOČEVJE
7. ŠOLMAJER JELKA, M-OPTIMA
8. PELJHAN TATJANA, M-KZ KRKA
9. ŽEKAR JELKA, PS MERCATOR
10. LUKŠA TATJANA, PS MERCATOR
11. ČENDAK MORENA, M-DEGRO
12. AHLIN DARJA, M-EMBA
13. CVETKO MAGDA, M-EMBA
14. JERMAN REGINA, M-BANKA
15. DOLINŠEK SONJA, M-SLOSAD
16. STOJANOVIČ MILICA, M-KM. Z.SEVNICA

MOŠKI A - POSAMEZNO

1. SAJE TOMAŽ, M-MESO-IZDELKI
2. ČIKOVIN ŽELJKO, M-TRGOAVTO
3. KNE BRANE, M-MESO-IZDELKI
4. KOLAR JOŽE, M-KG KOČEVJE
5. KAMENŠEK TOMAŽ, M-BLAGOVNI CENTER
6. BABIČ JERKO, M-KG KOČEVJE
7. POŽAR BORIS, M-DEGRO
8. KRIVOROTOV IZTOK, M-EMBA
9. AMBROŽIČ BOGDAN, M-TRGOPROMET
10. BALON IVAN, M-KZ KRKA
11. KOSI MITJA, M-MIP
12. ŽILEVSKI SAMOIL, M-KG KOČEVJE
13. FILIPČIČ ERVIN, M-TRGOAVTO
14. BEŠTER ANTON, M-PRESKRBA TRŽIČ
15. MERHAR BRANKO, M-KG KOČEVJE
16. ZAKRAJŠEK MIRKO, M-TRGOAVTO
17. MOČNIK MATEJ, M-PRESKRBA TRŽIČ
18. ŠTRUKELJ TOMAŽ, M-SADJE ZELENJAVA
19. STOJANOVIČ SAVO, M-KMEČKA ZADRUGA SEVNICA
20. KOŠIR ANTON, M-SADJE ZELENJAVA
21. HRIBAR MITJA, M-TRGOAVTO
22. BUKOVEC SREČO, M-SLOSAD

23. PINTARIČ ALJAŽ, M-ETA
24. ZOR BOJAN, M-SADJE ZELENJAVA
25. ZUPANČIČ BRANE, M-KZ KRKA
26. RUTAR ROBERT, M-EMBA
27. GREGORINČIČ MILAN, M-ETA
28. KLEMENČIČ MARJAN, M-SLOSAD
29. KURPES MARIO, M-SLOSAD
30. MIRNIK MATJAŽ, PSM
31. VOVK MIRAN, M-ETA
32. MARKIČ BOJAN, M-PRESKRBA TRŽIČ
33. KALIN STANE, ZAVAROVALNICA MERCATOR
34. SREČNIK MATJAŽ, M-PRESKRBA TRŽIČ
35. KOVAČEC SREČO, M-KZ KRKA
36. JOKSIMOVIČ DARKO, M-KONSUM
37. MIKLAVČIČ VOJTEH, PS MERCATOR

MOŠKI B - POSAMEZNO

1. KOTAR ALOJZ, PS MERCATOR
2. KRAMER DUŠAN, M-SLOSAD
3. ZORČIČ JANKO, M-KZ KRKA
4. MERZDOVNIK BOJAN, M-SLOSAD
5. PRVINŠEK FRANC, PS MERCATOR
6. MARINČEK TUGO, PS MERCATOR
7. KUŠLAN JANEZ, M-EMBA
8. ŠEGA STANKO, M-TRGOPROMET
9. DERMATJA ANTON, M-ETA
10. BRIC IGOR, M-KZ KRKA
11. GRADIŠAR ĐURO, M-SADJE ZELENJAVA
12. GOSLAR PRIMOŽ, M-OPTIMA
13. KEŽMAN SLAVKO, M-KZ KRKA
14. VAUPOTIČ MIRO, M-SADJE ZELENJAVA
15. ERLAH FRANC, M-PRESKRBA TRŽIČ
16. KUSSEL HERMAN, M-DEGRO
17. ZUPANČIČ HENRIK, M-ETA
18. OSENJAK IVAN, M-SADJE ZELENJAVA

MALI NOGOMET

	TOČKE
1. M-MIP	25
2. M-KMETIJSTVO KRANJ	20
3. M-KONZUM	15
4. M-MESNA INDUSTRIJA	12
5. M-UNIVERZAL	11
6. M-BLAGOVNI CENTER	10
7. M-TRGOAVTO	9
8. M-SADJE ZELENJAVA	8
9. M-KG KOČEVJE	7
10. M-SLOGA	6
11. M-JELKA RIBNICA	5
12. M-PRESKRBA KRŠKO	4
13. M-EMBA	3
14. M-KZ KRKA	2
15. M-STANDARD	1
16. M-ETA	
17. M-KMEČKA ZADRUGA SEVNICA	
18. M-SLOSAD	
19. M-TRGOPROMET	
20. M-SEVNICA	
21. M-MESO IZDELKI	
22. M-NANOS	

KOŠARKA**MOŠKI**

1. M-KG KOČEVJE	25
2. M-BLAGOVNI CENTER	20
3. M-PRESKRBA TRŽIČ	15
4. M-TRGOAVTO	12
5. M-NANOS	11
6. M-ETA	10
7. M-MIP	9
8. M-KONSUM	8
9. M-ETA II.	-
10. PS MERCATOR	6
11. M-KZ KRKA	5
12. M-SLOGA	4

ŽENSKE

1. M-AGROKOMBINAT	25
2. M-KZ KRKA	20
3. M-SLOGA	15
4. M-ETA	12
5. M-MIP	11

ODBOJKA**MOŠKI**

1. M-TRGOAVTO	25
2. M-AGROKOMBINAT	20
3. M-EMBA	15
4. M-SLOGA	12
5. M-MIP	11
6. M-KG KOČEVJE	10
7. M-ETA	9
8. M-SLOSAD	8
9. M-ETA II.	-
10. M-KONSUM	6

ŽENSKE

1. M-KG KOČEVJE	25
2. M-SLOSAD	20
3. M-AGROKOMBINAT	15
4. M-KM. ZAD. SEVNICA	12
5. M-ETA	11
6. M-MIP	10
7. M-SLOGA	

VLEČENJE VRVI**TOČKE**

1. M-AGROKOMBINAT	25
2. M-KM. ZAD. SEVNICA	20
3. M-DEGRO	15
4. M-SLOGA	12
5. M-KZ KRKA	11
6. M-MIP	10
7. M-ETA	9
8. M-HOTEL ILIRIJA	8
9. M-STANDARD	7
10. M-KONZUM	6
11. M-GRADIŠČE	5
12. M-SADJE ZELENJAVA	4
13. M-PRESKRBA KRŠKO	3
14. M-UNIVERZAL	2

ŠAH

1. M-UNIVERZAL	25
2. M-TRGOPROMET	20
3. M-MLEKARNA KRANJ	15
4. M-KZ KRKA	12
5. M-PEKARNA GROSU.	11
6. M-KG KOČEVJE	10
7. M-MIP	9
8. M-ETA	8
9. M-SLOGA	7

KROS**MOŠKI - A**

1. IMPERL JANEZ, M-SEVNICA
2. MARKOJA SLAVKO, M-SADJE ZELENJAVA
3. PETROVIČ DEJAN, M-SLOGA
4. OGRIN DUŠAN, M-ETA
5. ŠTIH BOJAN, M-ETA
6. ČAVEC DAVORIN, M-SLOSAD
7. MIKEC MARKO, M-KZ KRKA
8. BOSNIĆ EKREM, M-HOTEL ILIRIJA
9. KOŠEN DRAGO, M-KM. ZADRUGA SEVNICA
10. DOVNIK MIRAN, M-SLOSAD
11. KOJC ALOJZ, M-MIP
12. KOLAR ROBERT, M-SLOGA
13. REP FRANC, M-AGROKOMBINAT
14. PUCELJ JAKA, M-KZ KRKA
15. ČRNČEC MARJAN, M-POTROŠNIK
16. JAGODIČ DRAGO, M-PEKARNA GROSUPLJE
17. KRLIN STANE, M-MESO IZDELKI
18. KRUŠIČ BOJAN, M-MIP
19. VOVK IGOR, M-GRADIŠČE
20. KUGL IGOR, M-SLOSAD

MOŠKI - B

1. BRLEZ SILVO, M-MIP
2. JAČMENJAK ŠTEFAN, M-AGROKOMBINAT
3. MATJAŠIČ MARJAN, M-MIP
4. ILAR STANE, M-KZ KRKA
5. NOVAK BRANE, M-MESO IZDELKI
6. KLEMENČIČ FRANC, M-KZ KRKA
7. FAJFAR VLADO, M-SLOGA
8. JEGLIČ BRANKO, M-ETA
9. ZOREC MARIJAN, M-POTROŠNIK
10. RANTAŠA FRANC, M-SLOGA
11. ČASAR ŠTEFAN, M-SLOGA
12. SAMAC DRAŠKO, M-SADJE ZELENJAVA
13. CVELBAR SREČKO, M-SEVNICA

MOŠKI - C

1. VENCELJ ANTON, M-PEKARNA GROSUPLJE
2. PLANINC ANTON, M-AGROKOMBINAT
3. KOSEM DRAGO, M-SEVNICA
4. ČETRČIČ MILOŠ, M-MESO IZDELKI
5. KODRA RAFAEL, M-ETA
6. SRČIČ JOŽE, M-KZ KRKA
7. KMET JAKA, PS MERCATOR
8. BOHL FRANC, M-MIP
9. PLANINC ROMAN, M-MIP
10. ZADNIK JOŽE, M-SADJE ZELENJAVA
11. KOVAČ BOGDAN, PS MERCATOR
12. STARČIČ BRANKO, M-MIP

13. PREGL KAZIMIR, PS MERCATOR
14. ŠPANGER MITJA, M-KZ KRKA
15. GOLUBIČ STANKO, M-POTROŠNIK
16. RAŠČAN MARJAN, M-SLOGA

ŽENSKE - A

1. GAČNIK MATEJA, M-GRADIŠČE
2. CERAR EMA, M-STEKLO
3. PRIMC JOŽICA, M-AGROKOMBINAT
4. LUKOVNJAK VIDA, M-ETA HORTUS
5. AHČIN MARIJA, M-ETA
6. HANŽEKOVIČ ANITA, M-ETA HORTUS
7. LUKOVNJAK VIDA, M-ETA
8. ŠUŠTORŠIČ ZVONKA, M-KZ KRKA
9. NEDANOVSKI MILENA, M-KZ KRKA
10. MARINIČ ZLATA, M-SLOGA
11. KRUŠIČ MELITA, M-MIP
12. ŠTOK KATARINA, M-HOTEL ILIRIJA

ŽENSKE - B

1. FIŠTRAVEC LIDIJA, M-MIP
2. RIFELJ ANDREJA, M-KZ KRKA
3. M-SMREČNIK IVICA, M-ETA
4. COF ZDENKA, M-ETA HORTUS
5. URANKAR DANICA, M-ETA
6. KOKLIČ ŠTEFKA, M-KZ KRKA
7. KRANJC SILVA, M-MIP
8. GERMŠEK IVANKA, M-AGROKOMBINAT
9. KAVČIČ JOŽICA, M-SLOGA

ŽENSKE - C

1. ŠIMENC ANICA, M-ETA
2. TERNEK MARIJA, M-MIP
3. MOTOH JELKA, M-KGZ LITIJA
4. KOCUVAN ŠTEFKA, M-SLOGA
5. MASILO ANICA, M-KZ KRKA
6. ŽNIDARŠIČ ANICA, M-AGROKOMBINAT
7. DERGANČ DRAGICA, M-GRADIŠČE
8. LONČAR BETKA, M-AGROKOMBINAT
9. MATAJ MILKA, M-SLOGA
10. BOSNAR BRANKA, M-HOTEL ILIRIJA

MOŠKI - EKIPNO

1. M-SEVNICA (IMPERL JANEZ, CVELBAR SREČKO, KOSEM DRAGO)
2. M-AGROKOMBINAT (REP FRANC, JAČMENJAK ŠTEFAN, PLANINC ANTON)
3. M-ETA (OGRIN DUŠAN, JEGLIČ BRANKO, KODRA RAFAEL)
4. M-KZ KRKA
5. M-MIP
6. M-SADJE ZELENJAVA
7. M-SLOGA
8. M-MESO IZDELKI
9. M-MIP II.
10. M-KZ KRKA II.
11. M-POTROŠNIK

TOČKE

25

20

15

12

11

10

9

8

-

-

5

ŽENSKE - EKIPNO

1. M-ETA (ŠIMENC ANICA, SMREČNIK IVICA, AHČIN MARIJA)
2. M-MIP (TERNEK MARIJA, FIŠTRAVEC

25

- LIDIJA, KRUŠIČ MELITA)
3. M-KZ KRKA (MASILO ANICA, RIFELJ ANDREJA, SUŠTARŠIČ ZVONKA)
4. M-AGROKOMBINAT
5. M-SLOGA

20

15

12

11

PLAVANJE**ŽENSKE A - POSAMEZNO**

1. MIHAELA ŽITNIK, M-AGROKOMBINAT
2. MIJA KLEMENČIČ, M-SLOGA
3. MELITA KRUŠIČ, M-MIP
4. SIMONA STAROVASNIK, M-ETA

52.05

1.04.12

1.05.20

1.09.59

ŽENSKE - B

1. SLAVICA HRIBŠEK, M-PRESKRBA
2. ANDREJA BRENCI, M-AGROKOMBINAT
3. SILVA KUJUNDŽIČ, M-SLOGA
4. BREDA SUHADOLNIK, M-MIP
5. VIDA SLAPAR, M-ETA

37.27

38.38

51.33

1.01.20

1.02.10

ŽENSKE - C

1. ELICA STAROVASNIK, M-SLOGA
2. VERONIKA ROSTOHAR, M-AGROKO.
3. CECILIJA SODNIK, M-ETA
4. MIMICA PERNEK, M-MIP

1.01.88

1.10.21

1.12.59

1.24.60

MOŠKI - A

1. FRANCI REP, M-AGROKOMBINAT
2. IZTOK LACIJAN, PSM
3. JOŽE ŽGANEC, M-KONZUM
4. KRISTJAN TRSTENJAK, M-ETA
5. ROBERT KRAJNC, M-MIP
6. DEJAN PETROVIČ, M-SLOGA
7. ZLATKO MIKEC, M-KONZUM
8. BOJAN ŠTIH, M-ETA

30.44

33.00

34.38

38.15

38.20

44.98

49.47

50.97

MOŠKI - B

1. ZLATKO ŠORMAZ, M-SLOGA
2. MITJA KOSI, M-MIP
3. MILIVOJ MLINARIČ, M-ETA
4. DARKO JOKSIMOVIČ, M-KONZUM
5. POLDE PETRIČ, M-AGROKOMBINAT
6. JOŽE KOVAČ, M-SLOGA
7. KARL ZORKO, M-SLOGA

32.98

35.38

38.50

40.97

44.31

45.80

50.00

MOŠKI - C

1. BOGDAN KOVAČ, PSM
2. DRAGO PISANEC, M-AGROKOMBINAT
3. FERDINAND VODNIK, M-KONZUM
4. DRAGAN MOZETIČ, PSM
5. CIRIL ZARNIK, M-ETA
6. SILVA URBANČIČ, M-MIP
7. FRANC KODELA, M-MIP
8. MARJAN RAŠČAN, M-SLOGA
9. MIRKO CENTRIH, M-MIP

35.20

35.56

42.11

42.25

42.88

43.65

46.00

47.60

52.00

ŽENSKE - EKIPNO

1. M-AGROKOMBINAT
2. M-SLOGA
3. M-MIP
4. M-ETA

TOČKE

25

20

15

12

MOŠKI - EKIPNO

1. M-AGROKOMBINAT
2. M-KONZUM
3. M-ETA
4. M-MIP
5. M-SLOGA

TOČKE

25
20
15
12
11

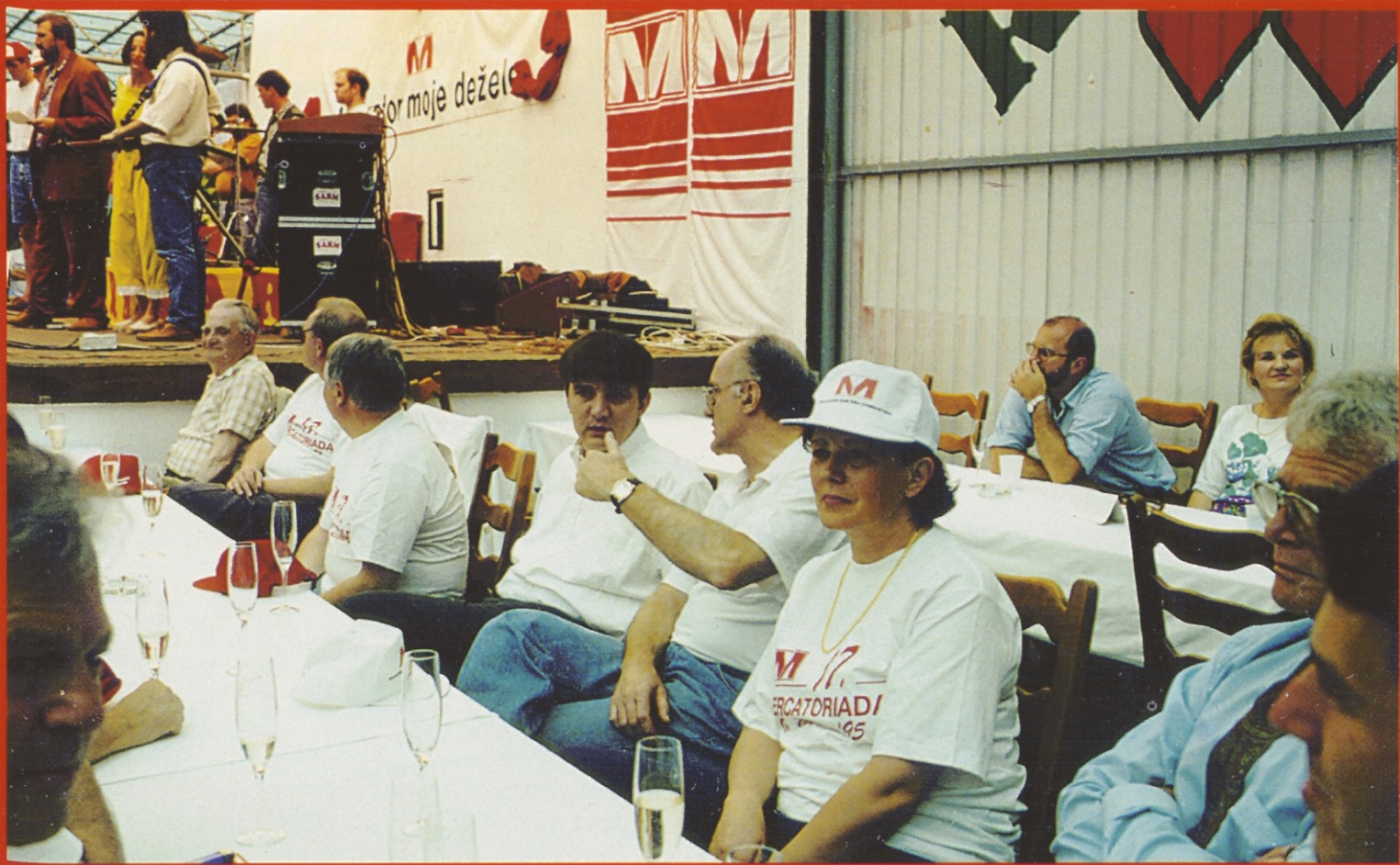
SKUPNO

1. M-MIP	242
2. M-AGROKOMBINAT	208
3. M-ETA	197
4. M-SLOGA	177
5. M-KZ KRKA	172
6. M-KG KOČEVJE	77
7. M-SADJE ZELENJAVA	62
8. M-UNIVERZAL	61
9. M-DEGRO	59
10. M-KONSUM	55
11. M-HOTEL SREMIČ	54
12. M-TRGOPROMET	51
13. M-TRGOAVTO	50
14. M-BLAGOVNI CENTER	37
15. M-SLOSAD	37
16. M-EMBA	37
17. M-NANOS	36
18. M-KM. ZAD. SEVNICA	36
19. MOTEL ILIRIJA	35
20. M-PEKARNA GROSUPLJE	26
21. M-SEVNICA	25
22. M-MESO IZDELKI	23
24. M-STP METLIKA	23
25. M-MESNA INDUSTRIJA	22
26. M-OPTIMA	20
27. M-KMETIJSTVO KRANJ	20
28. M-GRADIŠČE	20
29. M-PRESKRBA TRŽIČ	15
30. M-MLEKARNA KRANJ	15
31. M-KZ TREBNJE	12
32. M-PRESKRBA KRŠKO	12
33. M-JELKA RIBNICA	9
34. M-SLOSAD	8
35. M-POTROŠNIK	5



Reševalcem nagradne uganke iz prejšnje številke časopisa!

Malo vas je, ki ste pravilno napisali, kolikokrat je v Martinu Krpanu uporabljena črka F. Uporabljena je enkrat v besedi "Štefana". Nagrado bomo Petru Žagarju iz skladišča Mercator-Degroja v Portorožu, poslali po pošti.



MED GOSTI TUDI PREDSEDNIK DRŽAVNEGA ZBORA JOŽEF ŠKOLČ



TRETJE MESTO ZA MERCATOR - ETO



DRUGI: MERCATOR - AGROKOMBINAT



TRETJIČ ZAPORED ZMAGOVALCI, POKAL PA V TRAJNO LAST - MERCATOR - MIP PTUJ