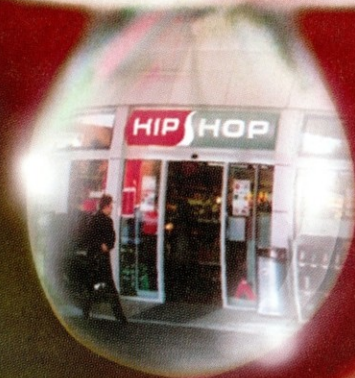


Časopis družbe

Petrol

Ljubljana, marec 2002

št. 3



Trgovina z naftnimi derivati na slovenskem trgu je zrela dejavnost	3
Kratke novice	4-9
Vzdušje v kolektivu ogromno pomeni	10-11
Zadovoljni prodajalci in kupci /Žalec/	12
Resno delo nas še čaka /Gostinstvo/	13-15
Najpomembnejši cilj - zadovoljen potrošnik	15-16
Uresničujemo zastavljene cilje /Plin/	16-17
Preskusi bodo pokazali dejansko stanje	17
Klub managerjev občine Lendava podprl Naftin razvojni program	17
Evropska unija	18
Prišli - odšli	19
Za razvedrilo	19



8

Kurenti v Kamniku



12

Zadovoljni prodajalci in kupci /Žalec/



13

Resno delo nas še čaka /Gostinstvo/

PETROL

Časopis izdaja Petrol d.d. Ljubljana

Ureja uredniški odbor: Rajko Muljavec, Bojana Pečko, Edo Škufca, Jelka Žmuc Kušar (glavna in odgovorna urednica)
Oblikovanje: Petrol Trgovina - Iris Lukšič, Tehnična ureditev: Janez Jerala,
Naslov uredništva: Ljubljana, Dunajska 50,
Vodstvo podjetja: dipl. prav. Janez Lotrič, predsednik uprave
Nadzorni svet: dr. Miran Mejak, predsednik,
Naklada: 2300 izvodov, Tisk: TČR Delo, Priprava naslovnice: SOLOS d.o.o.



TRGOVINA Z NAFTNIMI DERIVATI NA SLOVENSKEM TRGU JE ZRELA DEJAVNOST

NA PRVEM MESTU JE OSEBEN PRISTOP H KUPCU

Tokrat si bom dovolila nekoliko drugačen začetek prispevka.

Namesto običajnih kitajskih rekov ali pravil znanih svetovnih gurujev ekonomije namenjam v uvodu nekaj misli vsebini našega časopisa. Predstavlja mi obvezno branje, prikaže mi utrinke iz našega življenja, ob prebiranju zadnje številke pa sem se še posebno zamislila. Kako drugačna je od tistih izpred nekaj let, pa ne po videzu, po vsebini, ki odraža nek skupni svetlejši pogled na dogajanja v okolju – medved Tonček in naš loški Anton, sreča v Novi Gorici, jubilej INO službe, prijateljski odnosi s kupci, novi prodajni objekti, novi proizvodi, vabljive vitrine v prodajnih prostorih, druženje na športnih igrah, optimizem in načrti naših kolegov v področju drugih poslovnih dejavnosti, skratka novi načrti, ponos nad dosežki, veliko novih ciljev in idej, pa tudi prostor za družabnost in humor. Taka dobra in zdrava osnova nam bo pripomogla k doseganju ciljev, ki smo si jih tudi v področju Trgovina zastavili zelo smelo.

GLOBOKO SMO ZAREZALI V MIŠLJENJE KUPCOV

Res je, da je trgovina z naftnimi derivati v slovenskem trgu zrela dejavnost, da je vezana na utrip splošnih gospodarskih kazalcev, res pa je tudi, da se mi v trgovini ne damo prav zlahka. Pred leti načrtan razvoj prodaje nerezervoarskega blaga v maloprodaji se nam danes zelo bogato obrestuje. Mimogrede, se spomnite Petrolove črpalke izpred nekaj let? Program dopeke in pečice v prodajalnah so komaj pred dvema letoma dvignile kar nekaj prahu in tudi dvomov, danes so rezultati skorajda izjemni, razvoj prodajnega prostora in ponudbe gre smelo naprej in stojimo tik pred udejanjanjem prvih trgovin s celovito ponudbo za dnevne potrebe gospodinjstev, nenazadnje pa smo tudi že globoko zarezali v mišljenje svojih kup-

cev, ki ob pogledu na bencinski servis čedalje pogosteje pomislijo na nakup ostalih proizvodov, mimogrede pa kupijo še gorivo. Obseg prodaje dodatnega asortimana se bo letos nevarno približal 25 milijardam tolarjev. Pa ne sam po sebi. K temu bo pripomoglo kar nekaj dejavnikov od posebej izoblikovane nabavne politike, politike upravljanja s prostorom v prodajalni, politike razstavljanja blaga, označevanja blaga, akcije ob podpori dobaviteljev, novih pravih in virtualnih proizvodov, posebej zasnovane lojalnostne sheme za kupce, ki jo bomo predstavili letos, do najpomembnejšega dejavnika, prodajalca na bencinskem servisu, ki vse našete dejavnike kot celovitost ponudbe primerno ponudi kupcu.

USMERJENI V RAZVOJ NOVIH PROIZVODOV

Po zaključenem obdobju racionalizacije maloprodaje, skorajda v celoti izvedenem projektu najemniške mreže so naši načrti usmerjeni v razvoj novih proizvodov, nadaljnji razvoj prodajnega prostora oziroma koncepta bencinskega servisa, v delo s kupci ter graditev lojalnosti in delo z zaposlenimi, ki poteka preko direktorjev enot in preko inštruktorjev za bencinske servise ob pomoči strokovnih služb. Še posebej bomo vzpodbujali dvosmerno komunikacijo, ki je za skupno delo nujno potrebna. Pomemben element razvoja maloprodaje je tudi politika investiranja. Letošnja že ima osnovo na izvedbi desetletnega programa rekonstrukcij in novih gradenj, ki temelji na upoštevanju vseh razvojnih urbanističnih programov regij in sledi zapiranju vseh vitalnih lokacij in ohranjanju tržnega deleža.

VEDNO POMEMBNEJŠA JE CELOVITA STORITEV

Ohranjanje tržnega deleža pa je prav tako osrednji cilj v veleprodaji. Oblikovane prodajne politike so tu drugačne kot v maloprodaji, skupno točko imajo

delno pri nabavni politiki za nekatere skupine proizvodov. Čedalje pomembnejša je namreč celovitost storitve, ne več samo proizvod, tako v primeru ko Petrol nastopa kot kupec in pri tem poleg golega nakupa proizvoda zahtevamo tudi različne oblike demonstracij, celovitost v reševanju ekoloških vprašanj, možnosti za testiranje in svetovanje našim kupcem in prodajnemu osebju, še prav posebno pa v primerih, ko Petrol nastopa kot prodajalec. Naši kupci v industriji, prometu, gradnji cest imajo visoke zahteve glede standardov proizvodov, testiranja, svetovanja, konkurenčnosti in prilagodljivosti.

PRODAJNA POLITIKA V VELEPRODAJI

Prodajna politika v veleprodaji je začrtana s poudarki na individualni obravnavi posameznega kupca, poznavanju njegove dejavnosti, nujen svetovanju glede ustreznosti posameznih proizvodov, celoviti prilagodljivosti glede dobav naročenega blaga, pri vsem tem pa sledimo še cilju, da pogodbe oblikujemo kot dolgoročne, pogosto tudi kot pogodbe o poslovnem sodelovanju. Še prav posebno zahtevno področje je prodaja kurilnega olja in mazuta ter objektivna nevarnost, da bo kupec zamenjal energent. To je bil razlog, da temeljito proučujemo trgovanje s premogom, ker tako zahteva trg in priložnost, da se izkažemo, kako znamo izkoristiti sinergične učinke Petrola kot energetske družbe, saj kupcu, ki zamenja obstoječi energent, lahko ponudimo plin. Prodajni predstavniki za srednje destilate tržijo namreč tudi plin za našo plinsko družbo, večjim kupcem pa se s kolegi iz plinske družbe posvetimo skupaj. Prav tako bomo nadgradili vsebino klicnega centra za kurilno olje EL še s prodajo plina. Tako gradimo celovit pristop Petrola do kupca ne glede na organiziranost posameznih področij, kar je brez dvoma naša velika konkurenčna prednost.

Valerija Rojc

BENCINSKI SERVISI V ŠENTILJU

NEKOČ

so bili to bencinski servisi z največjim prometom, največjimi prodanimi količinami goriva in dodatnega asortimenta, največjim pretokom strank v Sloveniji, vsi odprti non-stop, pa še tako so komaj zadostili potrebam kupcev v Štrihovcu, na Šentilju-Mostovž, in na Šentilju V. Velikokrat os imeli zaposleni težave zaradi prevelike gneče, zaradi varnosti, premajhnih sanitarij, gorivo pa smo jim morali dobavljati tudi po dvakrat ali celo večkrat na dan, saj so zaloge v hipu pošle.

Imeli so stalne tranzitne kupce in naši prodajalci so znali že precej turških besed, ki so se jih naučili od potnikov, ki so se redno ustavljali zlasti v poletnem času in ob praznikih, ko so se vračali domov.

Za uspešno prodajo je bilo dovolj, da so imeli blago.

DANES

pa se vsi zaposleni na teh bencinskih servisih zelo trudijo, da bi dosegli zastavljeni plan, kupci so le domačini in nekaj voznikov iz Avstrije, ki živijo tik ob meji, saj se drugim cenovno ne splača priti po gorivo v Slovenijo. Nekoč so iz razlike med ceno doma in pri nas lahko plačali še kosilo v bližnji gostilni na naši strani.

Poleg tega je menjava valute slabša, dodatni asortiment pa kljub našim številnim akcijam ne privablja. Poskusili smo že marsikaj, na novo smo postavili blago, prilagodili delovni čas, znižali število zaposlenih, ki se neizmerno trudijo pridobiti kupce, vendar so časi vojne pri nas in v sosednjih državah spremenili poti tranzitnih kupcev za vedno, voznike iz sosednje Avstrije pa odvrča cena.

To je le nekaj razlik med poslovanjem nekaterih bencinskih servisov nekoč in danes, zdaj je edina pot k dobri prodaji trud, da bi se čim bolj približali zastavljenim ciljem v upanju, da se bo sedanje zatišje ob meji kmalu spremenilo v naval.



Kdaj bomo v Šentilju spet v vrstah čakali na gorivo?

Celje

Stanko Rak

OTROCI SO SE RAZVESELILI KURENTOV

11. februar je bil za enoto Celje nekaj posebnega, saj smo dan pred pustom gostili skupino kurentov, s katero smo obiskali bencinske servise Slovenske Konjice, Velenje IV, Lanovž v Celju in Laško.

Kurenti so svojo pot začeli na bencinskem servisu Slovenske Konjice, kjer se je zbralo približno 200 otrok. Zaradi tolikšnega števila smo mlade obiskovalce iz varnostnih razlogov napotili na bližnji travnik, kjer so se veselili in rajali. Majhna darila, bonboni, kemični svinčniki in Petrolovi obeski, ki so jih prejeli iz rok kurentov, so jih zelo razveselili.

Nato se je pot kurentov nadaljevala na bencinski servis Velenje IV, kjer jih je pričakalo okrog 120 otrok, ki so se ve-

selili in prepevali. Za prihod kurentov so ročno poslikali robce, ki so jih v pozdrav vrteli nad svojimi glavami. Kurenti so otroke tudi tukaj nagradili z bonboni in drugimi slaščicami.

Nato so se podali proti bencinskemu servisu Lanovž v Celju. Ob prihodu so že od daleč opazili veliko število najmlajših obiskovalcev, ki so v družbi odraslih pričakali kurente. Poslovodja se je odločil za pravi sprejem, zato je pred prodajni prostor postavil mizo, na njej pa so vabili razni sokovi in bonboni. Ob prihodu kurentov so se otroci tudi tukaj nadvse razveselili in jim zapeli v pozdrav.

Svojo pot so kurenti zaključili na bencinskem servisu Laško, kjer so jih pričakali samo kupci in naključni obiskovalci, ki pa so si prav tako z zanimanjem ogledovali oblačila in ples kurentov.

Z akcijo smo dosegli svoj namen. Z naših prodajnih mest je odšlo nekaj sto nasmejanih obrazov in veselih src, ki se bodo z lepimi spomini vračali k nam.

Tudi tako se pridobiva prihodnje kupce



Lj+Kl

Sheila Sheikha
KURENTI V KAMNIKU

Zima se je skrila, ko so zadoneli kurentovi zvonovi. Čudovit sončen, razmeroma topel dan in še pustni torek po vrhu, ko se zimo preganja. Kurenti so prišli točno kakor ura, se pri nas okrepčali z domačimi dobrotami, pečenimi v Petrolovem toplim kotičku, si naredi opravo in zaplesali svoj tradicionalni ples. Ob bučanju zvonov, ob plesu in soncu, ki je zažarelo še bolj močno, smo pozabili na mrzle zimske dni in preplavila nas je toplina sončnega dne in tisoče lepih občutkov. Da bi zima res zapustila naše kraje in bi sonce še močnejše sijalo, smo tudi petrolovci zaplesali z maskami. Pozabili pa smo na nekaj zelo pomembnega, na robčke. Nobena od deklet ga ni prinesla za kurent, zato smo jim dali kar kuhinjsko krpo - morda bo pa staro izročilo tako še bolj držalo. Kurentom ni zmanjkalo moči, in ker si nisem mogla predstavljati, kako težka in vroča so njihova oblačila, sem se še sama oblekla in povem naj, da imam od tistega trenutka Petrolovo uniformo še raje, saj je mnogo prijetnejša od tistega kožuha in velikanske maske z rogovi.

Tudi naše stranke so se razveselile kurentov, saj ponazarjajo srečo, pomlad in nekaj lepega, novega. Bile so navdušene in prevzete ob plesu in dobrosrčnosti kurentov, ki so celo gorivo natalikali strankam.

Novo mesto

Andrej Gerjevič
NAJPREJ JE TREBA POSKUSITI

Za uspešno prodajo je najodločilnejši dejavnik dobra lokacija in če na njej postavite še sodoben bencinski servis, je uspeh že skoraj povsem zagotovljen oziroma samo delno. Zakaj? Ne smemo pozabiti na pomen prodajnega osebja, ki vrednost novega servisa na dobri lokaciji lahko oplemeniti ali pa ne. Žal ni vsem dano, da bi lahko delali na »zlatih lokacijah« in ker je tam kupcev manj, je še toliko večja želja, da bi poleg prodaje goriva iztržili čim več dodatnega asortimenta. Na bencinskem servisu v Brestanici je želja po čim večji prodaji dodatnega asortimenta vseskozi prisotna. Kljub temu da sodi med manjše servise, so lani v enoti Novo mesto prodali absolutno največ ročnih ur in največ avtomobilskih gum, letos pa največ pustnih krofov, največ rožic za valentinovo, kljub temu da so po prodaji goriv od nekaterih servisov trikrat manjši. Tudi po ustvarjeni marži od prodaje dodatnega asortimenta na ro-dani liter goriva so vseskozi med najboljšimi. Uspešna prodaja je predvsem



**Čim bolj se potrudimo,
tem bolje uspemo**

rezultat aktivnega ponujanja, kajti prodajni prostor je razmeroma majhen, nizka pa je tudi kupna moč prebivalcev v okolišju tega servisa. Poslovodja Jože Roštohar pravi, da se novih prodajnih artiklov nikoli vnaprej ne brani, češ da tega blaga ne bo možno prodati. Najprej je treba poskusiti, šele potem lahko rečeš, ali neko blago gre ali ne. Pri doseganju dobrih prodajnih rezultatov mu pomagajo še sodelavca Rudi Colner in Natalija Markovič in študentka. Za njih ni uspešna prodaja tista, ki je dana sama po sebi zaradi zunanjih dejavnikov, temveč ona, ko z aktivno ponudbo iztržite od kupcev maksimalno možno.

V pozdrav pomladi



Kdo ve, če je žgečkljiv



Sj+K

Edo Škufca PUSTNI KROFI

Bencinski servisi vse bolj postajajo pravo mesto za nakup izdelkov za gospodinjstvo. Pri tem je še posebej pomembno, da si pri kupcih ustvarimo zaupanje v kakovost in prijaznost. Miselnost ljudi, da je bencinski servis mesto za nakup goriva in še kakšnih potrebščin za avto, se vse bolj razblinja. Pa ne kar sama od sebe. Za to je treba marsikaj postoriti in urediti prodajalne tako, da kupce navadimo tudi na druge izdelke svoje ponudbe, ki jih sicer ne bi nikoli kupovali na bencinskih servisih. In to lahko najbolj učinkovito pokažemo na prehrabnenih izdelkih. Če si pri tem blagu zagotovimo zaupanje, ne bo ovir niti za druge.

Zato imamo zlasti v mestih vse več »peš« strank, strank, ki se ustavijo na bencinskem servisu, ne da bi točile gorivo, ali pa stanujejo v bližini in jim je bencinski servis najbližja trgovina. In v teh kupcih vidimo izziv za prihodnje. V enoti Ljubljana-Kranj smo si zadali za cilj, da bomo v pustnem času prodali 30.000 krofov. Številka je res osupljiva, vendar smo verjeli v prodajalce, njihovo

znanje in profesionalnost. Dnevno smo spremljali prodajo in opozarjali dobavitelje na neizpolnjene dobave. Inštruktor Medved je izoblikoval reklamno gradivo, ki smo ga razposlali po bencinskih servisih.

Take količine krofov res ni lahko prodati, zato si je bilo treba izmisliti tudi kaj bolj izvirnega, na primer pustno šemo ali klovna, ki prodaja krofe. Na bencinskem servisu Vič III, ki je bil absolutni zmagovalec, saj so tam prodali skoraj 2.600 krofov, je veliko prispeval izredno prijazen in šaljiv klov, v katerega so se preoblekli prodajalci, študentje in celo poslovodja. Kupci sao bili prijetno presenečeni in ni jih bilo malo, ki so poleg krofa kupili še kaj več. In to je naš cilj. S takimi akcijami uspešno prepričujemo ljudi v svojo kakovost, v svoje izdelke in v to, da je bencinski servis prijazno mesto za hiter nakup.

Svoj cilj glede prodaje krofov v pustnem času pa smo celo presegli za 10 odstotkov in ponovno dokazali, da dobro obvladamo svoje delo. Zato naj se zahvalim vsem prodajalcem, ki so prispevali k dobrim rezultatom ter poslovodjem, inštruktorjem in vsem, ki so nam pomagali.

Marketing

Jernej Pavlin NE PREZIRIMO!

Kakršna žetev, taka žetev, pravi stara ljudska modrost. Bliža se čas prvih kmečkih opravil, zato je seveda potrebno novo sezono začeti v kar se da dobri »formi« in s pravim orodjem. Na večini Petrolovih bencinskih servisov bo tako ves mesec marec možno kupiti traktorske gume za deset, izbrana motorna olja pa za petnajst odstotkov ceneje. Na voljo bodo motorna olja Agrotrak TDH v desetlitrski embalaži, Proton diesel 15W-40, Proton diesel 20W-50 in Proton turbo diesel 15W-40 pa v dvajsetlitrski embalaži.

Zadnjega dne v marcu je velika noč. V vseh Hip-Hop prodajalnah in na večjih bencinskih servisih bosta v posebni akcijski ponudbi na voljo šunka iz goriškega Mipa in Etin hren.



Prijazen klov
na bencinskem servisu Vič III



Tako se prodaja krofe v času pusta

Prodaja

Rok Cuderman

**ANONIMNO OCENJEVANJE OZIROMA
NAVIDEZNO NAKUPOVANJE**

Za zagotavljanje visoke ravni uslug, ki jo zahtevamo od svojih prodajalcev in nudimo kupcem na Petrolovih bencinskih servisih, uporabljamo veliko »orodij«. Na prvem mestu je potrebno omeniti razne metode izobraževanja, ki so osnova za postavljanje zahtev. INO (inštruiranje, nadzor, ocenjevanje) služba že vrsto let ocenjuje bencinske servise, pri čemer daje velik poudarek kulturni postrežbi in nudenju storitev. Ocena služi kot osnova za finančno stimulacijo (dodatek za kulturno postrežbo). Ker pa je v človeški naravi, da se bolj potrudimo takrat, ko je naše delo pod drobnogledom kakor takrat, ko nas nihče ne opazuje, smo začeli bolj intenzivno izvajati še »navidezno kupovanje«. Ta ideja seveda ni povsem nova, saj so se je posluževali že v preteklosti kot anonimnega ocenjevanja bencinskih servisov, ki so ga izvajali področni inštruktorji z delom v sosednji območni enoti. V lanskem letu smo sodelovali pri izvedbi diplomske naloge, ki je obravnavala opisano temo. V okviru naloge smo dobili skoraj sto ocen navideznega nakupovanja in izvrstna izhodišča za nadaljevanje takega načina dela. Seznam postavk, ki se ob anonimnem obisku na bencinskem servisu izpolni, ima 35 točk, na splošno pa lahko rečemo, da sta urejenost bencinskega servisa in prijaznost prodajalcev nadpovprečna, spodbujanje k dodatnemu nakupu pa izrazito podpovprečna. Da bi odpravili pomanjkljivosti, kar lahko znatno pripomore k boljšim finančnim rezultatom, smo tako kakor v vseh ostalih akcijah za začetek pripravili predvsem spodbujevalne ukrepe. V nagradno pospeševalno akcijo »prodaja zimskih artiklov«, s katero smo začeli novembra, smo že vključili tudi anonimno nakupovanje in razpisali nagrado za bencinski servis, kjer bo ponujanje najboljše. Poleg tega bomo v letošnjem letu izbrali še najboljšega prodajalca, kjer bomo spet uporabili metodo navideznega nakupovanja. Z opažanji in predlogi za izboljšanje bomo sproti seznanjali direktorje in inštruktorje organizacijskih enot, zato verjamemo, da bo ukrep pomenil nov korak k dobrim finančnim rezultatom in utrditvi Petrolovega slovesa prijaznega trgovca.



V njegovih prvih letih je prodaja goriva dosegala vrtooglave številke

Primorska

Ivan Pipan

**IZ PEKARNE »MIŠKO«
PRIJETNO DIŠI**

Bencinski servis Vrtojba I smo odprli leta 1991, V zlatih časih bencinskega turizma, ki so trajali do leta 1997, smo prodajali predvsem goriva. Če bi takrat kdo rekel, da bo iz prodajalne na bencinskem servisu Vrtojba v letu 2002 omamno dišalo po »domačih« slaščicah, pizzah in burekih, bi ga nemudoma proglasili za norega. In to bi bilo skoraj upravičeno, če vemo, da je prodaja goriv v najboljših letih 1994 do 1996 dosegala za današnji čas vrtooglave številke, 3 milijone litrov in več mesečno, in je dnevni izrtek marsikdaj dosegel 100 milijonov lir v gotovini. Na začetku delovanja bencinskega servisa prodaje dodatnega asortimenta skoraj ni bilo. Prodaja goriv se je odvi-

jala na postrežen, klasičen način. Prodajalci so bili zunaj in tam tudi pobirali denar. Z leti so se prodajne kapacitete trgovine povečevale. Jeseni leta 2001 smo se odločili za temeljito prenovo. Staknili smo glave, prepletli prodajno in arhitekturno funkcijo ter v februarju letos je na bencinskem servisu Vrtojba I zavel svež veter. Z razmeroma majhnimi sredstvi je nastala povsem nova sodobna ponudba blaga z evropskim predznakom. Dodatno in preglednejšo ponudbo rezervoarskega blaga lepo dopolnjujejo izdelki iz domače pekarnice - žemlja baguetta, martinov kruh, rogljiči, pizze, bureki in skutne blazinice. Kupci so predvsem šoferji, ki se jim po naporni vožnji prileže hiter in hranljiv obrok. Pa še s kavico jim postrežejo. A da ne bi kdo mislil, da se z gorivi ne gremo več. Produktivnost je daleč nad evropskim povprečjem.



Ponudbo rezervoarskega blaga dopolnjujejo izdelki iz domače pekarnice

Zapleti v zvezi s spremembo hrvaškega pravilnika, ki prepoveduje tranzit nafte in njenih derivatov prek hrvaškega ozemlja po cestah, in naj bi v prevoz nevarnih snovi vnesli predvsem red, to se pravi, preprečevali sivo ekonomijo in ščitili okolje, so se nadaljevali tudi v februarju. Jasno je, da je v ozadju slovensko hrvaškega spora boj za bosanski naftni trg, saj sta slovenski naftni družbi zelo odločno začeli uresničevati svoje namene v BiH in tako ogrozili Ino - zaradi izgubljenega tržnega deleža v BiH pa bodo tuji vlagatelji nedvomno poskušali znižati njeno ceno.

Vlada v BiH je sicer sprejela odločitev hrvaške vlade - ta je za prevoz nafte in njenih derivatov določila posebno traso po cestnem koridorju in mejne prehode, preko katerih je dovoljen tranzit nafte ne glede na poreklo blaga oziroma sedež prevoznika - in omogočila uvoz nafte iz drugih držav prek Hrvaške. BiH pa s svojo odločitvijo dela dvojno diskriminacijo, in sicer proti blagu, ki prihaja s Hrvaške, in z določitvijo »neustreznih« mejnih prehodov (Doljani pri Metkoviču, Izačić/Ličko, Petrovo selo in Bosanski Brod), prek katerih lahko gredo hrvaška nafta oziroma hrvaški prevozniki. Vlada BiH namerava ne glede na končni izid spora o prevozu nafte s Hrvaško uvesti strog nadzor kakovosti uvoženega goriva, ki ga uvažajo v državo. Pripravili naj bi predloge predpisov, s katerimi bi določili kakovost uvožene nafte, ki bo morala ustrezati standardom EU. Bosanski distributerji so namreč že pred časom opozorili na zelo slabo kakovost goriva, ki je uvoženo s Hrvaške.

V začetku februarja je slovenska stalna misija v Ženevi izročila hrvaški stalni misiji pismo, s katerim jo je povabila k bilateralnim posvetovanjem, in v katerem poudarja, da Hrvaška s spornimi ukrepi krši določila splošnega sporazuma o carinah in trgovini (GATT 1994) in da je z njimi slovenskemu gospodarstvu že povzročila gospodarsko škodo. Posledice hrvaških enostranskih ukrepov za slovensko gospodarstvo naj bi bile poleg neposredno povzročene material-

ne škode še motena normalna preskrba z določenim strateškim blagom, zapiranje tranzitnih poti za izvoz v tretje države (ZRJ, Romunija, Bolgarija, Grčija, Turčija), dolgotrajna poslovna izguba, zmanjšana konkurenčnost slovenskih podjetij zaradi večkrat povečanih stroškov v zvezi s transportom in manipulacijo na meji in zaradi izgube časa. Prav tako so se zmanjšale ali so odpovedane poslovne aktivnosti tako na Hrvaškem in BiH, kakor tudi v drugih državah na tem območju, možna je tudi izguba pridobljenih tržnih deležev na teh območjih. Povečala se je tveganost poslovanja na širšem geografskem območju. Poleg tega se slovenska podjetja zaradi prilagoditvenih procesov, ki so jih začela izvajati po uvedbi spornega pravilnika, srečujejo z dragim in zamudnim prilagajanjem logistike, spremembo poslovnih načrtov in aktivnosti pri neposrednih vlaganjih.

Predstavniki združenj prevoznikov Slovenije, Hrvaške in BiH so tudi podpisali skupno izjavo, v kateri od vlad svojih držav zahtevajo normalne evropske razmere pri prevozi in da se v skladu z mednarodno prakso posvetujejo z združenjem pred sprejemanjem predpisov, ki bi lahko vplivali na poslovanje v mednarodnem prevozu. Ti predpisi morajo zaščititi nacionalne in gospodarske interese vsake države, hkrati pa morajo biti usklajeni z bilateralnimi mednarodnimi pogodbami. Sorodna združenja iz Avstrije, Italije, Madžarske in Jugoslavije so pozvali, naj oblikujejo regionalen usklajevalni organ za ta del Evrope.

Slovenija naj zaradi spornega hrvaškega pravilnika o cestnem prevozu nevarnih snovi še ne bi sprožila uradnega postopka pri bruseljskem sekretariatu glede pogodbe o energetski listini. V skladu s to mednarodno pogodbo, ki sta jo podpisali tudi Slovenija in Hrvaška, države pogodbenice vse spore najprej rešujejo na bilateralni ravni, miroljubno oziroma po diplomatski poti, šele potem, ko so izčrpane vse možnosti, lahko sprožijo uraden postopek. Slovenski in hrvaški izvedenci so se o vsebini hrvaškega pravilnika prvič bolj podrobno pogovarjali 25. februarja, dogovorili pa so se le to, da se bodo ponovno srečali.

Nadaljevanje s str. 3

V letošnjem letu bomo plasirali na trg vsaj dva proizvoda lastne blagovne znamke iz segmenta opreme za vozila in avtomotivov ter novo mednarodno kartico Magna za tovorni transport. Na problemski konferenci o trženju proizvodov kemije smo redefinirali pomen trženja za Petrol in postavili strategijo potenciranega trgovanja nekaterih proizvodov in seveda tudi ciljne tržne deleže. Dokončali bomo projekt storitveno distribucijskega centra za kosovno blago v Zalogu in sicer ga bomo dogradili in povečali kapaciteto. Temeljito tudi že pripravljamo elaborate za gradnjo skladišč za 90-dnevne obvezne rezerve naftnih derivatov, ki bo v bodoče predstavljala začetek naše nove dejavnosti skladiščenja, v skladišču Rače pa bomo postavili novo avtopolnilnico. Posebej smo oblikovali politiko do pogodbenih prevoznikov za naftne derivate, kajti strošek je eden pomembnejših pri našem poslovanju in terja nenehno delo in nadzor nad izvajanjem. Analiza poslovnih procesov bo v fazi njihovega posnetka končana konec marca, sledilo bo poenotenje procesov, ki naj bi pripomogli k racionalizaciji poslovanja oziroma poenotenja skladiščno manipulativnega procesa tekočih naftnih derivatov, prav tako pa tudi poenotenje ostalih procesov s postavitvijo kontrolnih točk nadzora zastavljenega poslovanja in z možnostjo za tekoče ugotavljanje uspešnosti posameznih skupin proizvodov in tudi posameznega prodajnega mesta.

Vsi bomo poznali poslovne načrte

Prav tako smo si v Trgovini zastavili za cilj, da bomo s poslovnimi načrti seznanili vse zaposlene. Osrednje cilje so zaposlenim v svojih enotah že predstavili direktorji območnih enot veleprodaje in maloprodaje, v naslednjih mesecih do pozne pomladi pa bomo odgovorni iz Trgovine obiskali vse maloprodajne in vse veleprodajne enote ter v razgovorih s poslovodji in najemniki bencinskih servisov in s prodajnim osebjem v veleprodaji še natančneje pojasnili cilje in odgovorili na vprašanja.

D.A.

Klemen Boštjančič

NAGRADNE IGRE V PETROLU

Izkušnje z nagradnimi igrami na Petrolovih bencinskih servisih so brez dvoma pokazale, da moramo s takimi aktivnostmi nadaljevati oziroma jim posvetiti še več pozornosti. Jeseni smo tako izvedli nagradno igro za osvežilce Ambi pur, januarja pa je potekala igra za baterijske vložke Toshiba. Pri obeh igrah je bila glavna nagrada avtomobil, ki ga je dobil izžrebani kupec, nagrajeni pa so bili tudi najboljši bencinski servisi in inštruktorji.

Tako odziv s terena kakor tudi številke v računalniku so jasno pokazali, da moramo organizirati več podobnih akcij. Tako sta pred nedavnim začeli potekati kar dve nagradni igri. Pri prvi bodo nagrajeni kupci vžigalnikov Cricket World Cup, glavna nagrada pa je potovanje na svetovno nogometno prvenstvo v Korejo. Tudi ostale nagrade so povezane z nogometom - televizor, nogometne žoge... S sektorjem za pospeševanje prodaje smo se že pred novim letom dogovorili, da bomo poskusili čim prej izpeljati akcijo s tematiko svetovnega nogometnega prvenstva. Želeli smo biti prvi in uspelo nam je. Junjsko svetovno prvenstvo je že vse od novembra lani ena najpogostejših tem pogovorov v Sloveniji. Predvidevamo, da se bo razpoloženje samo še stopnjevalo in to želimo izkoristiti.

Druga nagradna igra, ki poteka samo v Petrolu, je namenjena kupcem brivnikov in brivskih pen Bic. Po lanski spomladanski nagradni igri za vžigalnice Bic sta bila nad prodajo in sodelovanjem petrolovcev pri pospeševanju prodaje vžigalnikov slovenski uvoznik in principal Bic v Franciji tako navdušena, da sta nam za letos odobrila podobno nagradno igro za brivski program Bic. Tudi tokrat bo glavna nagrada avtomobil, zaposleni na treh najbolje uvrščenih bencinskih servisih pa si bodo ogledali dirke tovornjakov v Zeltwegu. Obe nagradni igri sta tudi ustrezno oglaševani na bencinskih servisih, saj nanju opozarjamo s plakati, toperji, napisi na ročkah za gorivo, kakor tudi z akcijskimi stojali.

Kakor so pokazale primerjave različnih akcij za pospeševanje prodaje, ki se jih lotevamo v Petrolu, so daleč najuspeš-



Nekatere pritegne stojalo,



druge izdelki,

nejše nagradne igre, pri čemer so seveda najbolj pomembne dovolj privlačne nagrade. Prodaja blagovnih skupin artiklov, ki so v akciji, naraste tudi več kakor za 100 odstotkov. Najpomembneje pa je, da učinek ni le kratkotrajen in omejen na čas akcije, ampak je večjo prodajo teh blagovnih skupin zaznati tudi po akciji. Rečemo lahko celo, da se z nagradno igro nemalokrat prodaja cele blagovne skupine dolgoročno dvigne za 10 in več odstotkov.

Vse to nas je pripeljalo do tega, da nameravamo tudi v prihodnje organizirati čim več zanimivih nagradnih iger. In nekaj zanimivih akcij nas čaka že v naslednjih mesecih.

tretje se ustavijo ob plakatih,

četrte pa ob fantih z avtomobili.

VZDUŠJE V KOLEKTIVU OGROMNO POMENI

POUDARJA IGOR MEMON, PRODAJNI PREDSTAVNIK IZ ENOTE NOVA GORICA
KDO IMA V SODELAVCIH OPORO, SE LAŽJE SPOPADA S TEŽAVAMI IN JIH REŠUJE

V Petrolu delam šest let. Prva štiri leta sem bil na bencinskem servisu Jagodje I, ko je bilo rečeno, da ga bodo dali v najem, ga je prevzel sodelavec, sam pa sem se odločil, da grem v veleprodajo, kjer sem bil dve leti. Pred nedavnim je prodajni predstavnik za avtomotive postal direktor veleprodaje Nova Gorica, jaz pa sem prevzel njegovo dosedanje mesto.



prodajni predstavnik
Igor MEMON

Zakaj pred dvema letoma niste vzeli bencinskega servisa v najem?

Tudi o tem sem razmišljal, a sva se z Igorjem Gojo dogovorila, da ga bo on prevzel, ker si je to še močneje želel kakor jaz.

Kako pa ste se znašli v veleprodaji?

Bilo je veliko več papirjev in dosti manj stikov s strankami, kar mi je sprva nekoliko manjkalo in sem se ob golem pisarniškem delu počutil nekako zaprtega. Vedno isti ljudje, najpogosteje potniki in kontaktne osebe iz podjetij, delo pa je bilo novo. A imel sem ogromno podporo v Patriku Picigi, ki me je s svojo nadvse dobro voljo naučil veliko reči, mi pomagal in razkrival skrivnosti in pri tem je bil prav velikodušen.

Potem sem nekega dne bral v Delu razpis za prodajnega predstavnika. Ker sem poznal službo in ker sem vedel, na čigavo mesto bom prišel, pa tudi zato, ker me je še z bencinskega servisa spremljala želja po tesnejšem sodelovanju s strankami, sem se prijavil.

V čem so glavne razlike v delu?

Prej sem moral izvajati predvsem posle, ki so bili že sklenjeni, se dogovarjati z vozniki, paziti, da je bilo naročilo iz-

vršeno, pregledati, če je blago v zalogi in tako dalje. Zdaj moram posel najprej skleniti, šele nato gre v izvedbo.

Zdaj obiskujete stranke še skupaj s svojim predhodnikom Darkom Pahorjem.

Da, zdaj hodiva še skupaj in več dela imava na Goriškem, ker so tam stranke zame bolj nove. Prej sem skrbel predvsem za koprsko območje, kjer sem stranke poznal vsaj preko telefona, nekaj sem jih pa tudi osebno srečal.

Kako pa stranke sprejmejo novega prodajnega predstavnika?

Do zdaj ni bilo nobenih problemov. Darko se z mnogimi strankami dobro pozna in me predstavi na tak način, da me hitro sprejmejo. A ker smo vsi iz teh krajev, nekaj doda še primorski duh.

Med predstavitvenim obiskom se gotovo pogovarjate tudi o delu. Kdo od vaju ima glavno besedo?

Tisto, kar dobro poznam, povem jaz, ostalo raje prepustim Darku. Nočem narediti nobene napake in nekaj se moram še naučiti. Darko me je pa tudi

že opozoril, naj ne govorim o zadevah, ki jih ne poznam povsem dobro, naj se raje doma pozanimam in stranki naknadno sporočim odgovor.

Tako ravnajo tudi izkušeni prodajni predstavniki. Stranke to menda pozitivno sprejmejo.

Da, to je res. Zadovoljne so, če se dodatno pozanimam in poglobim v njihove potrebe ali zahteve.

Nekoč mi je nekdo pripovedoval, da obstajajo razlike med koprskim in goriškim območjem. Jih vi občutite?

S to trditvijo se ne bi strinjal. Obstaja več podobnosti kakor različnosti. Ljudje in njihova mentaliteta so si zelo blizu. Vsi živimo blizu Italije in smo nehote vezani nanjo, gledamo njihovo televizijo, drugi jezik je italijanščina, dojemamo njihove šale. V mlajših letih sem veliko zahajal na Goriško in sem že takrat spoznaval ljudi. Med nami ni bilo nikdar problemov in veliko hitreje smo prišli skupaj kakor z drugimi deli Slovenije.

Ali se pri prodaji za posamezne artikle bolj potrudite?

Vsi nas učijo, in tudi sam mislim, da je prav, če na prvo mesto postavim lastno blago, Petrolovo blagovno znamko, na drugo pa artikle, pri katerih je večji zaslužek, če s prvimi ne uspej povsem.

Zdaj se morate verjetno pripravljati tudi na same obiske.

Nekoliko mi pomaga, da sem bil leto dni zavarovalniški agent in ob zavarovalniškem delu sem se naučil nastopati pri strankah in se jim približati.

Ali se v Petrolu dodatno šolate?

Konec februarja smo imeli seminar, potem bo šlo naprej. Article poznam iz dela v preteklih letih, poleg tega sem strojnik, kar mi tudi pomaga. Izučil sem se za orodjarja, potem sem ob delu zaključil srednjo šolo, maturiral, naredil diferencialne izpite, se vpisal na višjo strojno šolo ter po treh letih diplomiral. Samo poslovodska šola, ki sem jo potreboval za delo na bencinskem servisu, ni šla v to smer.

Ste tudi po srcu strojnik?

Da, da, od malega.

Svoj avto sami popravljate?

Ne, ne bi bilo pametno, ker se tehnologija prehitro razvija. Ko sem imel še Tomosov motor, sem sam skrbel zanj, pa tudi za stoenko v večji meri. Zdaj bi povzročil več škode kakor koristi.

Toda nekdanje praktično delo vam pri poslu koristi.

Tako je. Danes veliko storite, če pravilno vzdržujete avto, če redno kontrolirate olje, pa zavorno tekočino in še kaj. Nekaj osnovnega znanja vsekakor koristi in dobro je, če ga znate prenesti na druge.

Ali stranke take reči zanimajo ali jim gre predvsem za naročilo?

Vsaka stranka je drugačna. To sem spoznal že pri delu na bencinskem servisu. Nekatere se prilagodijo in se z njimi lahko pogovorite, lahko tudi strokovno razpravljate, nekateri priznavajo samo svojo filozofijo, samo svojo teorijo, drugega niti ne slišijo. In temu se morate prilagoditi. Najbolje je, če lahko čim prej preberete stranko in ravnate tako, da bo najbolj zadovoljna. Če potrebuje razgovor, je pomembno, da ga lahko razvijete, če želi vse izpeljati na enostaven način, je koristno, da tako tudi ravnate.

Torej morate stranko pozorno opazovati.

Mislím, da mora biti v človeku nekaj psihologa. Ko stranko preberete, je opravljen velik del naloge, saj spoznate, kaj v resnici hoče. To pa je zelo pomembno in celotno delo bolje poteka.

Ko je posel sklenjen, mora biti stranka zadovoljna. Seveda tudi mi, a stranka je na prvem mestu.

Že na bencinskem servisu ste morali strankam marsikaj razložiti in do-povedati. Le da je tista skrbela za lasten avto, sedanja za celo podjetje.

Podobnost vsekakor obstaja. To je nekako tako kakor »maloprodaja« in »veleprodaja«. Vsak človek hoče najboljše za svoj avto, prav tako pa tudi za svoje podjetje. Samo da morate tukaj delati še bolj v rokavicah, kajti tam gre za liter, tukaj za 200 ali več litrov.

Toda tam gre iz lastnega žepa, tukaj iz tujega. Ali ravnajo podjetniki tako, kakor da je podjetje njihovo?

Mislím, da večina dela tako, kakor da je njihovo. In sčasoma bodo morali vsi tako ravnati, kajti kdor ne bo, bo moral prej ali slej zapreti. Tako je pač v tržnem gospodarstvu. Časi socializma so minili. Zdaj ni več vse naše, ampak se točno ve, čigavo je. Velika večina je to tudi že dojela.

Kako pa vidite razvoj prodaje, ko je konkurenca vedno večja, blago pa bolj kakovostno in dalj časa uporabno?

Ostali bodo samo najboljši. Borba še obstaja in bo tudi v prihodnje. A tako je povsod. Človek se mora s tem sprijazniti.

Kaj vse bo moral obvladati prodajni predstavnik, da bo med najboljšimi?

Vse bo moral obvladati - predstaviti zadevo, biti prepričljiv in imeti tudi sicer široko znanje. In za njim bo morala stati uspešna družba.

Ali je konkurenca na Primorskem tako močna, da za novo ni več prostora?

Tukaj ni prav ogromnega zaslužka, zato nihče brezglavo ne sili sem. Potrebno je imeti močan hrbet. Popusti so že tako veliki, da morate biti prvi v verigi, drugi, tretji nimata veliko možnosti.

Ali vam pomaga lastna blagovna znamka pri dajanju popustov?

Da, delno pomaga. Do določene mere

smem dati popust, a le manjšim strankam, medtem ko se z največjimi dogovorijo naši nadrejeni. Mi moramo opraviti zadeve na svoji ravni ter gojiti dobre odnose in skrbeti, da zadeva teče, kakor je potrebno.

Ali mnogo podjetij izgine?

Veliko jih ne propade, a nekateri se ne znajdejo, drugi so spet preveč iznajdljivi in zaidejo v drugačne probleme, imajo težave s plačili. Resno stranko pa takoj prepoznate.

Kako pa na splošno plačujejo?

Kupci avtomobilov vsaj na Koprskem niso bile nikdar problematične. Moj predhodnik je imel to dobro urejeno in trdil se bom, da bo tako tudi v prihodnje. Kar se dogovorimo, tudi drži.

Začeli ste na bencinskem servisu. Ali ste si pustili kakšna vrata odprta, da bi se še kdaj vrnili?

Ja, včasih se mi to še sprehodi po glavi, a tudi tukaj je tako lepo, da si rečem, dobro je tako, kakor je. Po eni strani sem vesel, da sva se z Gojo tako dogovorila in splačalo se je za dve leti oditi na nižjo stopnjo, da sem zdaj na tem mestu. A vsako delo ima dobre in slabe strani. In tukaj prevladujejo dobre. Poleg tega sem po naravi optimist, tako da bi verjetno tudi na bencinskem servisu prevladovali dobre.

Ko sva se dogovorila za razgovor, ste se verjetno namenili kaj povedati.

Rad bi se vsem zahvalil. Že od začetka je bilo zelo lepo, na bencinskem servisu smo dobro sodelovali, doživeli smo krasne trenutke, ko sem prišel v veleprodajo v Koper, so me sodelavci dobro sprejeli, s Patrikom sva se posebej lepo razumela, bil mi je kot mentor. Tudi goriška enota je v redu, zlasti Darko, s katerim sva se prej dobro ujela in se še vedno. Vzdušje v kolektivu ogromno pomeni. In če se ljudje razumejo, se lahko pogovorijo. Potem sedete in beseda steče tudi o povsem drugih vprašanjih. Zjutraj pa sproščeno pridete na delo in se z elanom lotite nalog, ker veste, da imate nekoga, ki mu lahko zaupate in se nanj zanesete.

ZADOVOLJNI PRODAJALCI IN KUPCI

PETROL



ŽE PRVI POGLED NA NOVI BENCINSKI SERVIS V ŽALCU DA SLUTITI, DA SE POČUTIJO PRODAJALCI VELIKO BOLJE KAKOR V STAREM OBJEKTU, NJHOVO POČUTJE IN ŠIROKA PONUDBA NA SERVISU PA VPLIVATA TUDI NA ZADOVOLJSTVO KUPCEV. NAJEMNIK BRANKO ŠPEGLIČ IN NJGOVIH PET PRODAJALCEV DELA Z VELIKIM ELANOM IN Z ENO SAMO ŽELJO - USPEŠNO SLUŽITI IN DOBRO ZASLUŽITI.

1



Kupci na bencinskem servisu v Žalcu so že nekaj časa spraševali, kdaj bo objekt moderniziran ali morda celo na novo zgrajen. Da je bil resnično do trajan, ni bilo dvoma, vendar se z lokalno oblastjo ni bilo možno dogovoriti za prenavo, ker naj bi na osnovi urbanističnega načrta na njegovem mestu zgradili parkirni prostor. Toda brez bencinskega servisa v Žalcu niso hoteli niti niso mogli ostati. Zato smo dobili nadomestno zemljišče ob regionalni obvoznici Arja vas - Ločica. Novi objekt smo začeli graditi v septembru 2001 in delo še pred novim letom zaključili ter njegova vrata odprli kupcem.



2

Voznikom so zdaj na voljo neosvinčeni 95- in 98-oktanski bencin, dieselsko gorivo in kurilno olje EL, ki ga je možno natočiti v ročke in sode, ali naročiti. Na bencinskem servisu imajo organiziran razvoz, tako da lahko dobavljajo strankam blago tudi na dom. Prodajajo plin v jeklenkah, prav tako je poskrbljeno za ločeno zbiranje ekoloških odpadkov, kar imenujemo »ekološka točka«. Načrtovalci in graditelji bencinskega servisa niso pozabili niti na čistočo vozil ter postavili portalno pralnico in napravo za notranje čiščenje avtomobilov. Trgovina, ki spada v skupino Hip-Hop, meri 90 m², na njenih policah pa je razstavljenih okrog tri tisoč artiklov. Med njimi najdejo popotniki takorekoč vse, kar potrebujejo med vožnjo, marsikaj pa jim lahko služi v domačem gospodinjstvu. Posebno pozornost zbuja sveže pečeno pecivo, ki ga nekateri pojedjo ob skodelici kave iz avtomata na bencinskem servisu, drugi ga vzamejo s seboj. Poskrbljeno pa je tudi za najnujnejše potrebe vozil, za katera je možno kupiti motorno olje, pa hladilno tekočino, avtokozmetiko ali avtomobilске gume.

3



1. Prodajalci in najemnik imajo enak cilj - dobro delati in zadovoljevati kupca
2. Tokrat so ček prijateljstva dobili gasilci
3. Nad ponudbo časopisov in revij se ne more nihče pritoževati

RESNO DELO NAS ŠE ČAKA

PO LETIH IN DESETLETJIH BIVANJA POD PETROLOVO STREHO, KO JE BILO MOŽNO ZA SLABE DOSEŽKE ISKATI KRIVDO TUDI PRI DRUGIH, OBENEM PA ZAJEMATI IZ SKUPNE VREČE, JE PETROL GOSTINSTVO LANI STOPILO NA SAMOSTOJNO POT. LETO DNI RES NI DOVOLJ DOLGO OBDOBJE, DA BI ZAPOSLENI DOSEGLI DOKONČNE SPREMEMBE IN VSE POSTAVILI NA PRAVO MESTO, VSEKAKOR PA ŽE LAHKO POKAŽE, V KATERO SMER PLOVE NJIHOVA BARKA.

O TEM IN ŠE O ČEM - DIREKTOR PETROL GOSTINSTVA LJUBO JASNIČ

PETROL GOSTINSTVO JE LETO DNI SAMOSTOJNO. KAJ TO POMENI?

Prehod je bil težak. Brez služb Petrola d.d., od finančne in kadrovske do uprave, pa bi bil verjetno še težji. Odkar smo samostojna družba, imamo okrog 120 zaposlenih manj, plačali smo vse viške ur, ki so se nabirale več let, sprejeti smo morali lastne akte in se na novo organizirati, tako da smo imeli ob rednem delu precej dodatnih nalog.

Kakšne so spremembe? Osebno vidim dve. Prva se kaže v pristopu zaposlenih do dela, neposredno seveda na finančnem polju na finančnem polju. Iz dokaj velikega Petrolovega zgubaša smo lani prešli v črne številke. Plus res ni velik, a dokazuje, da ga lahko ustvarjamo. Druga je miselnost ljudi, ki so lani spoznali, da je za to, da dobijo plačo, da so zaposleni, da delajo, treba nekaj ustvariti. Ne trdim, da prej taka miselnost ni obstajala, a zdaj je prišla bolj do izraza. Zdaj lahko delimo samo tisto, kar sami ustvarimo. Prodaja v naših lokalih, pa prodaja našega blaga na bencinskih servisih, naša prijaznost, kakovost so elementi, od katerih je odvisno, ali se bodo gostje ustavili pri nas.

Mislím, da so največje pridobitve spoznanje, da moramo sami živeti, da moramo lastniku prinašati dobiček, da ostajamo pri sedanjem številu zaposlenih in da je gostinstvo ob cestah naša osnovna dejavnost. Ustvarjeni plus smo dosegli tudi s pomočjo delniške družbe, zaposlenih v finančah in ljudi v skupščini družbe. Resno delo nas pa še čaka. Dobiček so ustvarili ljudje na naših poslovnih enotah skozi spoznanje, o katerem sem govoril. Za to bi se jim tudi zahvalil.



direktor Petrol Gostinstva
Ljubo JASNIČ

KAJ POMENI RESNO DELO?

Resno delo pomeni, da se začnemo posvečati strokovnim nalogam, ki so bile morda nekoliko zanemarjene. Na prvem mestu je izobraževanje ljudi, veliko je potrebno narediti pri osebnem pristopu do gosta, graditi Petrolovo blagovno znamko Na jasi. Na slovenskih avtocestah ni toliko prometa kakor v Avstriji in Italiji, zato se tudi s prodajo v njihovih restavracijah ne moremo primerjati. Ne smemo pa biti do njih slabši po kakovosti.

Drugo področje, kjer moramo več storiti, je marketinški pristop, nova filozofija pri nujenju uslug. Ljudi moramo prepričati, da ni pri nas nič dražje, kakor če kupijo surovine in sami naredijo na primer sendviče. Prijazni moramo biti tudi v cenah. In potniki se bodo pri nas radi ustavljali.

Tretja naloga je v tem, da ponudimo nove proizvode, novo ponudbo, da bomo široko znani po nekaterih jedeh. In četrto, odpreti se moramo navzven, odpreti prostore, streči na terasah, poleti na parkirnem prostoru nuditi vso možno uslugo in pripeljati kaj novega. Program pripravljamo, pa se pustite presenetiti.

KOLIKO SI NA PRIMER NA LOMU KONKURIRATA RESTAVRACIJA IN BENCINSKI SERVIS?

Mislím, da se dopolnjujeta. Konkurrirata si morda v tistem delu Hip-Hopa, ki nudi topló hrano. Gostinstvo pred časom ni bilo konkurenčno, niso še razmišljali o obsegu, kakršnega smo zdaj dosegli, in trgovina se je odločila za koncept, ki ga vodi naprej. Sicer pa smo

lani prodali okrog 1,270 milijona sendvičev, ki so za obe strani dober posel. To je tudi zasluga zaposlenih na bencinskih servisih in pospeševalcev prodaje.

ALI NA BENCINSKEM SERVISU IN V RESTAVRACIJI ENAKO STANEJO?

V izhodišču da.

POTEM S PRODAJO NA BENCINSKIH SERVISIH NEKAJ IZGUBITE, KER MORATE TRGOVINI DATI MARŽO.

Sendvič za Hip-Hop jemljemo kot trgovsko blago. Prodamo ga po svoji ceni, trgovina pa doda maržo. Vse poteka po dogovoru, usklajujemo ceno, vsebinsko, potek prodaje, in želim si čim več takih proizvodov.

NAČRTUJETE KAJ NOVEGA?

Zaenkrat ne. Pri sladkem programu je konkurenca izredno velika in trgovine na bencinskih servisih so dobro založene. Zato je težko najti tržno nišo. Pa tudi industrijsko opremljeni nismo dovolj. Vse delamo ročno, tudi sendviče, ki so brez konzervansov, in ne zavijamo jih vakuumsko. To tudi pripomore k prodaji. Še bolj občutljive so kremne rezine, kjer moramo biti posebej previdni. Če bi se samo enkrat kaj pripetilo, bi

celotna prodaja padla. In tudi do strank ne bi bilo pošteno. Res pa niso vsi bencinski servisi tako opremljeni, da bi lahko prodajali kremne rezine.

Če bomo skupaj iskali kaj novega, bo šlo bolj za akcije ob praznikih za posamezen proizvod.

ALI DELA TISTO, KAR PONUJATE NA BENCINSKIH SERVISIH, VSAKA RESTAVRACIJA ZA SVOJE OKOLJE?

Na štirih mestih delamo, v Čatežu, kjer naredijo največ sendvičev, na Lomu II, Voklem in v Tepanju. Tako smo se odločili, ker zaposleni lahko opravljajo delo ob ostalih nalogah, drugi pomembni element je logistika. Če pri posameznem sendviču privarčujemo tolar, je to 1,270 milijona na leto.

PREVAŽATE S SVOJIMI VOZILI?

Imamo svoja vozila, ki so opremljena s hladilniki. Pred nedavnim so se inšpektorji ves teden ukvarjali z nami, pregledali vse proizvodne obrate, pa hladilnike na bencinskih servisih, in edina njihova pripomba je bila, da moramo voznikom dati delovne halje. Čistoča je na prvem mestu.

KAKŠNE SO PA RAZLIKE MED RESTAVRACIJAMI NA JASI PO PROMETU IN PO DOSEŽKIH?

Nedvomno gre najbolje obema Lomoma, ki združujeta tri slovenske krake, štajerski, gorenjski in dolenski. Tu se znajdejo vsi, ki potujejo proti morju ali v obratno smer in se tudi ustavljajo.

Dogajanje v nekdanji Jugoslaviji nam je vzelo promet v Čatežu, ki si še vedno ni opomogel, pa tudi objekt ne odgovarja več današnjim standardom.

Obrežje kot nov objekt preživlja vse otroške bolezni, poleg tega je po moji oceni preblizu meje, premalo opazen, premalo označen.

SLIŠATI JE, DA BO NA MEJNEM PLATOJU ŠE ENA RESTAVRACIJA, IN DA JO BO MORDA PREVZEL PETROL.

Vsega ne vem. Ploščad ureja skupnost, katere član je tudi Petrol. Objekt, o katerem sprašujete, je povsem ob meji in tam naj bi nudili celotno storitev, ki bi zajemala hrano in pijačo za potujoče goste, kakor tudi za zaposlene na

platoju, ki naj bi jih bilo okrog tisoč. Organizirane naj bi bile še druge storitve, zdravstvene, špedicijske, avtopralnica za tovornjake. Nastal naj bi storitveni center, ki bi ga prevzel Petrol. Toda gostinci smo iz izkušenj na Obrežju ugotovili, da so zaposleni na platoju veseli, če prosto uro preživijo kje drugod in gredo v Brežice ali celo v Krško. Zato vsaj v gostinstvu ne bi dosegli pravega učinka in v gostinstvu zastopamo stališče, naj ne bi sodelovali.

TODA OBJEKT BO.

Petrol bi imel prednostno pravico, če se ne odloči, bo prišel kdo drugi. Predviden je pa tudi motel.

KARKOLI BO TAM IN KDORKOLI BO PREVZEL, BO VPLIVALO NA PROMET NAŠE RESTAVRACIJE OB BENCINSKEM SERVISU.

Na Obrežju imamo približno polovico prometa, ki ga je opravljala restavracija Na griču v Čatežu. Moramo pa jo tako usposobiti in nuditi tako ponudbo, da bo lahko normalno delala in letošnje poletje bo pokazalo, kako bo šlo. Dogovorili pa smo se že, da bomo pokrili celo teraso, kjer bo na voljo naša celotna ponudba.

IMATE ŠE NEKAJ OBJEKTOV.

Na Tepanju počasi pridobivajo goste, ki so nas obiskovali pred prenovo objekta in promet se povečuje. Res pa se tudi pozna, da je avtocesta razmeroma draga zadeva, da je proti Štajerski malo prometa, in da mnogi, ki vozijo po avtocesti, pred Slovensko Bistrico zavijejo z nje in se za cestninsko postajo spet vrnejo nanjo. S tem pa obidejo tudi našo restavracijo. Na take zadeve bi morali opozoriti Dars.

Voklo v smeri proti Kranju dela zelo dobro in ima tudi ugodno lokacijo, saj ga mnogi smučarji in dnevni turisti izberejo za svoja srečanja, tam natočijo gorivo, pojedjo sendvič in popijejo kavo, medtem ko zvečer, ko se vračajo s smučanja, ne čutijo potrebe, da bi se ustavili na drugi strani. Zato je v prometu velika razlika med obema bistrojema. Delimo usodo celotnega gostinstva v Sloveniji. Sezona se za nas začne po veliki noči in traja tja do septembra. No, tudi suhe mesece moramo preživeti, pa saj poznate misel, da je najbolj-

ši frizer tisti, ki preživi v ulici plešcev.

PA SAJ JE BILA DRUGA STRAN PREDVIDENA PREDVSEM ZA TURISTE, KI PRIHAJAJO K NAM.

Da, to je predvsem ob petkih in v poletnih mesecih, jaz pa govorim o letnem povprečju, kaj so minusi in plusi, na kaj moramo paziti pri načrtovanju objektov. Pokazalo se je, da se ljudje ne ustavljajo zvečer, ko se vračajo domov. In če je objekt v dolini, se tisti, ki se pripelje po klancu navzdol, ne ustavi. Če je bližju meje, tudi ne bo dobro delal. Enako je z lokali tik za tunelom. V avtocestnem prometu pač veljajo nekatere zakonitosti.

Ko sem prihajal v Petrol, sem si zadal za cilj, da doseže gostinstvo v objektih, v urejenosti in v ponudbi raven bencinskih servisov. Za slogan smo si izbrali »hiša prijaznih ljudi«, in mislim, da smo na dobri poti. Lanska ocena turistične patrolje to potrjuje, saj smo za čistočo dobili polno petko.

RESTAVRACIJO IMATE TUDI V POSLOVNI STAVBI V LJUBLJANI.

Zunaj imamo dva tipa, restavracijo Na jasi in bistro N, kjer je ponudba drugačna. V glavnem ponujamo enostavno pripravljeno hrano in pijačo. V zadnjem času smo precej naporov vložili v bistro na Barju, da bo delal, kakor je potrebno. Lokacija je veliko pridobila z obvoznico mimo Domžal, tako da se promet povečuje.

Letos bomo gradili restavraciji Lukovico in Jagodje, obnovili Voklo in Ravbar-komando, pripravljati pa so začeli načrte za Čatež. Z restavracijama, ki naj bi ju v prihodnjih letih postavili ob avtocesti Maribor - Lendava, bomo zaključili krog.

Iz tega koncepta izstopa restavracija v poslovni stavbi, ki je namenjena zaposlenim v hiši, ker gre za povsem drugačen tip. Z letošnjim letom je restavracija v celoti prešla v Petrol Gostinstvo in že pri plači za januar se je izkazalo, da ne more biti nagrajevana po istem pravilniku kot zaposleni v restavracijah Na jasi. Najti moramo nov dogovor z zaposlenimi, in obrat postaviti drugače kakor do zdaj. Je pa pomemben, ker je tudi od zadovoljstva ljudi v poslovni stavbi odvisen image gostinstva. Izbolj-

šati moramo ponudbo, najti trgovsko nišo znotraj hiše, in ker smo po zakonu dolžni imeti restavracijo, naj bi jo zaposleni dejansko obiskovali. Denar, ki ga dobijo za topli obrok, naj bi zanj tudi porabili. Nudili bomo možnost, da zaposleni ta denar porabijo tudi v naših restavracijah po Sloveniji.

KAKO JE S PLAČAMI V POSAMEZNIH OBRA-TIH? ALI SO IZRAČUNANE NA OSNOVI LAST-NEGA ZASLUŽKA ALI DOBIJO VSI ENAKO?

Imamo pravilnik o plačah, ki velja za Petrol Gostinstvo in izhaja predvsem iz skupinske uspešnosti posamezne poslovne enote, vodja pa lahko predlaga osebno oceno vsakega delavca. Prihodek, ki ga ustvarijo na enoti, je osnova za izplačilo. Izhodišče za posamezna delovna mesta pa je enako. Plače bodo lahko višje, ko bo tudi prodaja večja, ko bo večji prihodek. Glede stroškov smo že dosti naredili.

KOLIKO JE PETROL GOSTINSTVO POVEZA-NO Z MATIČNO DRUŽBO, KOLIKO STE SA-MOSTOJNI PRI ODLOČITVAH?

Ko smo se osamosvajali, smo z matično družbo podpisali akt, ki velja dve leti. Letos decembra bo potekel. Mislim, da je prepletenost zelo velika. Naloge, ki jih matična družba opravlja za ves sistem Petrola, izvaja tudi za nas. V vodstvu je pet ljudi in brez podpore bi težko opravljali posel. Če bi matična hiša zahtevala, da imamo sami vse funkcije, bi to pomenilo dodatno zaposlovanje, dodatne stroške. Računalniško smo povsem povezani, obenem se kažejo sinergijski učinki. Znotraj Petrola bo moral obstajati dogovor, kaj bo s podjetji ob nastajanju koncerna, kako daleč naj gre »samostojnost«. Skupščina nam potrjuje plane, uresničujemo jih samostojno in z ničimer nismo omejeni. Dobimo veliko sugestij, kaj bi bilo še dobro narediti, in kje se lahko najde-

mo skupaj. Sredi leta pričakujem razgovor, kako naj zadeve vodimo naprej. Mislim, da je nekaj področij znotraj matične družbe, ki bodo hčere vezala nanno in menim, da ne bi bilo dobro, da bi vse spustila iz rok. Gre za medsebojni odnos, ne samo za vprašanje, kaj je ob koncu leta pod črto - rdeče ali črno, ampak za vsebinski odnos znotraj hiše. Sodelujemo v posameznih delovnih skupinah, vabljeni smo na izobraževanje in tu se ohranja vez, ki mora obstajati, če hočemo biti uspešni. Tudi skupno upravljanje počivališč ob avtocestah in delitev stroškov na osnovi pogodbe nas veže in brez rednih dogovarjanj tudi tega ne bi mogli urejevati. Mislim, da je več skupnih zadev, o katerih se bomo morali dogovarjati, posel pa bomo morali opravljati sami. Nihče drugi ne bo delal namesto nas.

Jelka Kušar

Toni Balazič

NAJPOMEMBNEJŠI CILJ - ZADOVOLJEN POTROŠNIK

Katere teme so marketinško najbolj pomembne?

- 1. Vloga marketinga v družbi in vloga sektorja v njem**
- 2. Blagovne znamke**
- 3. Raziskave in njihov pomen za poznavanje kupca**

Če se ozrem na zadnjih deset let Petrola, od osamosvojitve Slovenije do leta 2001, vidim, da se je družba izredno hitro prilagajala spremembam v okolju, ter se ob tem tudi sama spreminjala. Do leta 1991 je bil Petrol dokaj tipično distribucijsko podjetje, ki mu ni bilo treba skrbeti niti za nabavo niti za prodajo. Z osamosvojitvijo se je položaj bistveno spremenil. Moral je vzpostaviti nabavne kanale, obenem se je srečal z novimi tržnimi razmerami ter dobro izkoristil svoj položaj. Precej je vlagal v obnovo bencinskih servisov in s tem na določen način povečal zadovoljstvo potrošnikov. Čas od 1991 do 1998 bi imenoval obdobje prodajne usmeritve Petrola, kar pomeni, da je predvsem iskal kupce naftnih proizvodov in blaga dodatne ponudbe. Po letu 1998 se je začel razvijati nov način razmišljanja, kar pomeni sodobnejši marketinški pristop. Trg nas sili, da iščemo priložnosti pri potrošnikih in temu primerno razvijamo svoje izdelke in storitve. Vse bolj izhajamo iz potreb kupcev, pa tudi iz sprememb na trgu in Petrol vse bolj postaja trgovska družba. Temu primerno se širi tudi njegova konkurenca. Če je bil do leta 1998 naš konkurent Istrabenz, so zdaj to praktično vsa trgovinska podjetja, posebej še lokalne trgovine in tiste, ki so odprte nepretrgano.

Pomembne spremembe so nastale tako na trgu kakor v položaju Petrola in na tej osnovi bomo morali spremeniti tudi način razmišljanja. Z njim se spreminja vloga marketinga.

VEDNO RAZMIŠLJATI O POTROŠNIKIH

Potrošnik mora biti osrednja točka v zavesti vsakega zaposlenega. Prav vsi, od sodelavcev na bencinskih servisih do predsednika uprave morajo najprej razmišljati o tem, kako bodo najbolj zadovoljili kupce. Naš cilj je profitabilno zadovoljen potrošnik, kar pomeni, da moramo pravilno zadovoljiti njegove potrebe, obenem pa ustvarjati dobiček, torej iskati tudi tržne priložnosti, ki nam ga bodo prinesle. Pravzaprav moramo doseči vzajemno zadovoljstvo, ki ga lahko merimo tudi s ceno. Potrošnik mora prav tako imeti korist, ki pa se ne meri samo z denarjem, ampak tudi z zadovoljstvom. Z drugimi besedami, kupec vedno bolj vpliva na nas, ne samo mi na njega. In v tem je vloga marketinškega razmišljanja, ki ga na Zahodu poznajo že 20 let.

VLOGA SEKTORJA

Vloga marketinga kot sektorja je v tem, da na neki način predstavlja filter med družbo in potrošniki. Zbirati mora podatke o kupcih, jih pravilno razlagati in posredovati vsem odgovornim v družbi, obenem pa prilagajati tudi svoje komunikacijsko delo.

V Petrolu sloni vloga marketinga na treh točkah:

na zbiranju in razširjanju informacij s trga,

na pripravi komunikacijskih aktivnosti, na širjenju marketinške filozofije med zaposlenimi.

Vse tri točke so pomembne, in če prvi dve nista dobro opravljene, ni dovolj pogojev za tretjo. Zame je najbolj pomembno, da vsi v družbi, ki se ukvarjajo z marketingom, gledajo nanj celovito, torej da razmišljajo o vseh elementih marketinga, o ceni, izdelku, komunikaciji, distribuciji, vlogi storitev, kakovosti, mi pa jim pomagamo predvsem pri komunikaciji in raziskavah.

Med kratkoročnimi aktivnostmi v letu 2002 je zagotovo najpomembnejši projekt vzpostavitev celovitega upravljanja z blagovnimi znamkami. Petrolove blagovne znamke imajo strateški pomen in letos moramo določiti strategijo za ključne blagovne znamke, na katerih gradimo. Gre za korporativno blagovno znamko, ki se širi na bencinskih servisih, za Hip-Hop, Proton, Magno in Na jasi, kakor tudi za iskanje sodelovanja med njimi. V letošnjem letu moramo nadaljevati z dosedanja komunikacijsko strategijo - graditi poznanost in ugled blagovnih znamk, pri tem pa ne pozabiti na neposredno pospeševanje prodaje.

Z vidika raziskav je letos najpomembnejši projekt razčlenitev kupcev na bencinskih servisih. Ugotoviti moramo, katere značilne skupine ljudi prihajajo tja kupovat, koliko jih je, ali obstajajo še kakšni tržni potenciali za razvoj trgovin Hip-Hop, pa tudi to, kje so še potrošniki in tržne niše, ki jih nismo povsem zadovoljili.

Poleg vsega tega nas letos čaka še neka naloga. Ugotoviti moramo odvisnost med zadovoljstvom zaposlenih in potrošnikov. V ta namen bomo merili medsebojno povezavo na posameznih bencinskih servisih ter poskusili ugotoviti,

ali skupini vplivata druga na drugo. V Novi Ljubljanski banki so na primer ugotovili, da dosega stopnja soodvisnosti skoraj 0,8, kar pomeni, da je zadovoljstvo strank v veliki meri odvisno od zadovoljstva zaposlenih, ki se odraža v kakovosti storitev, odnosa do strank in podobnem. Ker smo si z Novo Ljubljansko banko podobni v tem, da tudi mi prodajamo storitve, želimo ugotoviti, v kolikšni meri je razvita soodvisnost na bencinskih servisih.

Tretja pomembna naloga je vzpostavitev sistema za merjenje blagovnih znamk, torej sistema, ki bo meril ugled, poznavanje vlaganja, vlaganje v blagovno znamko skozi več let in primerjavo s konkurenco. Tako bomo za vsak del svoje dejavnosti ugotavljali uspešnost v komunikaciji in zadovoljevanju kupcev ter vlaganju v oblikovanje imagea blagovnih znamk.

IZOBRAŽEVANJE JE KLJUČNEGA POMENA

Pri oblikovanju marketinške filozofije smo v preteklih dveh letih naredili nekaj pomembnih korakov, ki jih bomo še pospeševali. Leta 1999 smo oblikovali marketinški kolegij, v katerem sodelujejo vsi direktorji sektorjev, ki se ukvarjajo z eno od funkcij marketinga, s prodajo, komunikacijo, načrtovanjem in tako dalje. Z njim je omogočen pretok informacij in iskanje sodelovanja med posameznimi deli poslovanja.

V prihodnje bomo več pozornosti posvečali izobraževanju. Aprila bo prišel k nam profesor z ugledne francoske poslovne šole INSEAD, ki velja za eno najboljših marketinških šol na svetu. Predaval bo o blagovnih znamkah in marketingu. Izobraževanje pa bo namenjeno managerjem in bo predstavljalo pomemben element za vzpostavitev in širjenje marketinške filozofije.

Štefan LEBAR

Plin

URESNIČUJEMO

ZASTAVLJENE CILJE

SPodbujanje rabe čistejših virov energije in povečanje energetske učinkovitosti



energetska politika in načrtovanje sta osnovna elementa dolgoročne usmerjenosti države, občin, prav tako pa tudi skrb družbe PetrolPlin. Oba sledita pomembnim energetske političnim in okoljskim ciljem, med katerimi so zmanjšanje emisij oziroma izboljšanje kakovosti zraka, stalen razvoj in učinkovito varovanje okolja, boljši toplotni izkoristki v primerjavi s starimi tehnologijami.

Oskrba s plinom kot temeljna dejavnost podjetja PetrolPlin ne pomeni samo modernega, udobnega in energetske učinkovitega načina ogrevanja, temveč ima prednosti pred ostalimi gorivi z visoko zanesljivo oskrbo, nudi prihranek stanovanjskega prostora in

časa, dolgoročno pa glede na to, da predstavlja energija v vsakodnevnem življenju dokaj visoko postavko v družinskem proračunu, vsekakor cenovno ugoden in stabilen način ogrevanja.

Okoljske teme so postale sestavni del javnih medijev. Poudarek je na stalnem pojavljanju. Če hočemo, da si bodo občani o posameznih vprašanih lahko ustvarili svoje mnenje, je pomembno, da so pri obravnavani tematiki enakovredno predstavljene tako dobre kakor tudi slabe strani. Kajti le tako bodo ljudje dobili zaupanje v posamezne projekte in v njihove nosilce ter se na podlagi lastnih spoznanj lažje odločali za energetske investicije v svojem okolju in doma. Izbor tem sega od širših globalnih okoljskih vprašanj (onesnaževanje oko-

Štefan Prša

PRESKUSI BODO POKAZALI DEJANSKO STANJE

lja, klimatske spremembe, dolgoročne napovedi rabe fosilnih goriv, trajnostni pomen obnovljivih virov) do lokalne tematike (predstavljeni projekti plinifikacije, predstavitev rezultatov ukrepov, ki bi bili izvedeni na podlagi energetskih pregledov posameznih stavb), razmišljanja otrok o njihovih izkušnjah in pomenu varstva okolja.

Izvajanje ukrepov za povečevanje okoljske osveščenosti prebivalstva

PetrolPlin nudi ljudem številne oblike pomoči pri njihovem odločanju na področju ravnanja z energijo. Od informiranja in izobraževanja (zloženske, brošure, energetske svetovalne pisarne, razstave, predstavitve in akcije s področja energetske učinkovitih tehnologij, posamezne tematske strani v spletu...) do finančnih spodbud, vendar morajo ljudje najprej vedeti, da vse te možnosti sploh obstajajo.

V občini naj bi bile na istem mestu zbrane in sproti ažurirane informacije z naslovi, na katere se občani lahko obrnejo, ko se odločajo o ukrepih pri sebi doma. Za to je več oblik:

stalna oglasna deska na javnem mestu, stalna rubrika v lokalnem časopisu, termin, v katerem bi se bilo možno po telefonu posvetovati z osebo, ki dovolj dobro pozna področje energetike in lahko tudi pove, na koga naj se občan obrne po podrobnejše informacije, redna kontaktna oddaja na lokalnem radiu, spletna klepetalnica, vprašanja in odgovori preko elektronske pošte z možnostjo osebne srečanja.

Sistematično izvajanje dejavnosti za povečanje rabe in učinkovitosti plina kot energenta do zdaj ni bilo pravilo. Obseg porabe bo v veliki meri odvisen od njihove pozitivne javne podobe oziroma osveščenosti ter seznanjenosti občanov z neposrednimi in posrednimi prednostmi in koristmi.

Pred nami je torej ena ključnih nalog pri uresničevanju zastavljenih ciljev v PetrolPlinu.

Stopite na plin skupaj z nami!

Nemmoco in Nafta Lendava raziskujeta

Nafta Lendava in Nemmoco Slovenian Corporation, hčerinska družba dubajskega Nemmoca, sta sredi januarja začeli raziskovati v eni od treh predvidenih starih naftno plinskih poljih Petišovci in Dolina. S preskusi bodo ugotavljali dejansko stanje odkritih ležišč nafte in zemeljskega plina v zemeljskih slojih Ratka Paka in Petišovci.

Če bodo raziskave dale pozitivne rezultate, bodo s pomočjo sekundarnih metod začeli črpati ogljikovodike. Količine načrpane nafte in zemeljskega plina, pridobljene s primarnimi metodami črpanja, so zaradi izčrpanosti naftno plinskih polj namreč iz leta v leto manjše.

Raziskovalne dejavnosti v vrtnah bodo zaključili predvidoma v treh mesecih. Nafta Lendava izvaja kot partner za Nemmoco raziskave na podlagi lanskoletnega sporazuma. Podjetji sta namreč lani marca podpisali sporazum o skupnem vlaganju v izkoriščanje ogljikovodikov na naftno plinskih poljih v Petišovcih in Dolini pri Lendavi. Investicijska vrednost celotnega joint-venture posla je bila ocenjena na 25 milijonov dolarjev. Na tej podlagi bodo poskušali s sekundarnimi metodami za črpanje iz starih vrtn pridobiti od 400 do 700 tisoč ton surove nafte.

*Ali bodo raziskave dale
pozitivne rezultate?*



Štefan Prša

KLUB MANAGERJEV OBČINE LENDAVA PODPRL NAFTIN RAZVOJNI PROGRAM

Prejšnji mesec smo v Nafti Lendava seznanili člane kluba managerjev s svojimi razvojnimi projekti.

Vodstvo družbe je poudarilo, da ga bo pri uresničevanju projektov vodila njihova profitabilnost, ekologija in zaposlovanje. Prisotni pa so projekte podprli in menili, da je prizadevanja Nafta Lendava potrebno podpreti, saj bo v prihodnje le na takih temeljih in ob pomoči finančno sanirane Nafta Lendava možno nadaljevati z razvojem celotne občine Lendava.

*Managerje je zanimalo,
kakšne načrte imajo v Nafti Lendava*



KMEČKA ZVEZA HOČE »HITRO« URESNIČITI VLADNI DOGOVOR O AGRARNEM DIESLU

Avstrijska kmečka zveza se sklicuje na EU smernice v zvezi z biodieslom, ki pospešujejo alternativno gorivo na širšem področju, in namerava predložiti svoj biodieselski koncept. Vendar to ne bo »kakaršenkoli« model, pri katerem bi logistika uničila vse razbremenitve, temveč realističen koncept za prijazen agrarni diesel. Pripravljena je tudi že zahteva po odpisu naftnega davka, kar bi močno znižalo ceno.

OD LETA 2003 PO DEVETIH EVROPSKIH MESTIH Z AVTOBUSI NA VODIK

Komisija EU je odobrila 18,5 milijona evrov za uvedbo avtobusov na pogon z vodikovimi in gorilnimi celicami. Med mesti, ki nameravajo uvesti v mestni promet novo vrsto pogona ter s tem prevzeti vlogo predtekača, so Amsterdam, Barcelona, Hamburg, London, Luksemburg, Madrid, Porto, Stockholm in Stuttgart. Spodbuda EU je del projekta, ki je podprt z petim okvirnim programom za raziskave in tehnološki razvoj. Vodik velja za energetski vir, ki je usmerjen v prihodnost, je učinkovit in okolju prijazen, komisija pa se je določila zanj v okviru načrta za alternativna goriva. Z avtobusi na gorivne celice želijo v mestih izboljšati kakovost zraka in znižati emisije CO₂. Projekt, ki ga bodo izvedli s podporo EU, bo v svetu prvi poskus take vrste z avtobusi. Vso ta, ki jo je namenila zanj generalna direktorija EU za energijo in promet pa je do zdaj najvišja, kar so jih odobrili v uniji. Avtobusi, podobni vozilom na dieselski pogon, bodo imeli prostora za 70 potnikov, proizvajali pa jih bodo v EvoBus GmbH. Njihovi upravljavci pa bodo zgradili črpalke za vodik.

EU SMERNICA: DELEŽ BIOGORIV NAJ DO LETA 2020 DOSEŽE 20 ODSOTKOV

Komisija EU je predlagala, naj bi do leta 2010 povišali delež biogoriv na 5,75 odstotka, do leta 2020 pa celo na 20 odstotkov. To bo pomenilo veliko pri-

ložnost za kmetovalce kot dobavitelje surovine, kakor tudi za proizvajalce biogoriv. Biodiesel bo prispeval pomemben delež k uresničevanju ciljev iz Kyota, obenem pa tudi k zmanjšanju odvisnosti od surove nafte. Po mnenju poslancev EU se v evropskem parlamentu zavzemajo za smernico, ki bo porok za konkurenčno sposobnost kakor tudi za najboljše možne preskrbovalne pogoje, obenem pa enako zanimiva za proizvajalce in porabnike.

PARLAMENT EU PREPOVEDAL ENOPLAŠČNE TANKERJE

Tankerji, ki bodo prevažali nafto, po letu 2015 ne bodo smeli več pristajati v evropskih pristaniščih. To predvideva paket ukrepov, namenjenih varnosti ladij, ki ga je potrdil evropski parlament. Poleg tega bodo ladje, ki bodo prevžale nafto, plin ali kemikalije, enkrat na leto kontrolirali v evropskih pristaniščih. Po letu 2015 tudi ladje, ki bodo plule pod zastavo tretje države, po letu 2015 ne bodo smele več pristati v pristanišču članice EU. Ko ukrepe formalno potrdi še ministrski svet EU, imajo članice 15 mesecev časa, da vnesejo smernice v svoj nacionalni zakon.

AVTOMOBILI V EU KMALU BREZ ŽVEPLA

Okoljski ministri EU so se dogovorili, da bo najpozneje do leta 2009 v uniji prepovedana uporaba bencina in diesla, ki bosta vsebovala žveplo. Že leta 2005 pa naj bi bilo možno povsod po Evropski uniji možno dobiti obe gorivi brez žvepla. Prepoved naj ne bi veljala samo za kmetijske in gradbene stroje. Ni pa povsem jasno, zakaj naj bi komisija EU prepovedala prodajo bencina normal. Okoljsko politični pomisleki k temu gotovo niso pripomogli. Zdaj prodajajo to gorivo samo še v treh državah EU, v Nemčiji, Avstriji in Danski. V Bruslju je slišati, da ga je komisija verjetno po pomoti vnesla v prepoved. Z novimi gorivi bo dosežena podlaga za uporabo novih motorjev. Po mnenju strokovnjakov naj bi predvsem v avtomobilih z Ottovim motorjem poraba bencina padla do 20 odstotkov. Po letu 2003 naj bi začeli veljati strožja pravila tudi za mopede in motorna kole-

sa. Mejna vrednost pri vozilih nad 50 kubičnih centimetrov naj bi bila pri 5,5 grama ogljikovega monoksida in 0,3 grama dušikovega oksida na kilometer.

TUDI V NEMČIJI RAZPRAVA O ZAPRTEM SISTEMU ZA PRETAKANJE TEKOČIH GORIV

Podobno kakor v Avstriji tudi v drugi članici EU, v Nemčiji ne ponehajo razprave o »Stage II«, to je o zaprtem sistemu za pretakanje goriv na bencinskih servisih. Po mnenju strokovnjakov do zdaj razviti sistemi ne izpolnjujejo svoje funkcije, poleg tega bi verjetno mogli najti bolj učinkovito rešitev za vračanje bencinskih hlapov v rezervoar. Temu je treba dodati, da »Stage II« niso v enaki meri vpeljali v evropskih državah. Medtem ko so v posameznih deželah vsi bencinski servisi dolžni namestiti zaprt sistem za pretakanje goriv na bencinskih servisih, so v drugih še dokaj na začetku.

V Nemčiji je za veliko razburjenje že lani novembra poskrbela izjava ministra za okolje Jürgna Trittina, ki je izjavil, da je naftno gospodarstvo odgovorno za pomanjkljivo delovanje zaprtih sistemov za pretakanje Združenje naftnega gospodarstva pa je nato opozorilo, da so naftaši že leta 1993, takoj po sprejemu odredbe, opozorili, da Nemčija ni tehnično zrela za predvideni sistem. Od takrat so merjenja še nekajkrat dokazala, da proizvajalcem sistema še ni uspelo bistveno povečati funkcionalnosti. Da ne bi morali odpisati vseh milijard, vloženih v zaprte sisteme je naftno gospodarstvo prostovoljno razvilo tester, s katerim je možno na bencinskih servisih zanesljivo preveriti sposobnost zaprtega sistema ter v slučaju pomanjkljivosti poklicati strokovnjaka. Poleg tega so pooblastili Nemško znanstveno družbo za nafto, zemeljski plin in premog, naj preišče prototipni sistem za avtomatični nadzor delovanja zaprtih sistemov na bencinskih servisih. Od prototipov bi do zdaj samo dva sistema odgovarjala zahtevam, ki pa ju v praksi še niso dovolj preskusili. Zato je povsem nerazumljivo, da je preko odredbe zahtevana vgradnja nadzornega sistema, ki še ni zrel za serijsko izdelavo.

Sektor pospeševanje prodaje

Hemaus Simon, organizator I.

OEM Celje

Katja Kubot, prodajalka III.

OEM Celje

Vojko Ratej, prodajalec III.

OEM Celje

Marko Svetelšek,
inštruktor za BS IV.

OEM Ljubljana-Kranj

Tomaž Kržič, prodajalec III.

OEM Ljubljana-Kranj

Andrej Sitar, prodajalec III.

Sektor Laboratorij

Irenca Ostrež,
tehnična sodelavka IV.

OEV Celje - skladiščna operativa

Miran Aubrecht, voznik II.

OEM Ljubljana-Kranj - BS

Boris Jordan, vodja izmene.

OEM Ljubljana-Kranj - BS

Mateja Verbič, prodajalka III.

marec 2002	NAJEMNIK	KDOR IMA ABONMA	MESO S HRBTA ZIVALI	ŠVIC. ALPSKA SMUČARKA ROTEN	OCANEC	ZABKAR ANTON	PRITOK RENA V STRASBOURGU	MESTO VNETHA	PLIN V OZRACJU (ZNAK O)	OKRASNA SREDOZEM. RASTLINA
LAHKO-ZIVA ZENSKA										
KMETIJ. STROJ ZA OBRACANJE SENA										
INDIJSKA NAOČARKA						VRATA V PLOTU GR. POTU- JOCI PEVEC				
GRSKI IN RIMSKI STARI VEK							MOSTOVZ, ALTANA BLAZILEC, AMORTIZER			
ALKALOID V ČAJU					URADNI RAZGLAS, ODLOK					
ANA V TUJINI				ETOS, ZNAČAJ	MOČNA PODKREP. TRDITVE JAROSLAV				JEČA, ZAPOR	NEKD. PROSTOR- NIN. MERA, PINT
GORA V SRBIJI						NEKD. SL. HOKEJIST POMANJK ZBRANOSTI				
PETROL	AFRISKA DRZAVA	AM. FILM. KOMIK (BUSTER)	IT. PEVEC (MASSIMO) VRBOV LES							
SLIKA, IZDELANA Z VODNIMI BARVAMI								EMIL NAVINSEK PREDEL NA POHORJU		
ZIVCNOST										
HRVAŠKA PEVKA NOVAK						DOPRSNI KIP KRUSNI OČE				
GLASBENIK PESTNER					ROPARSKI DELFIN NOGOME- TAS CEH				KRAJ PRI LJUBLJANI	ZGORNJA PLAST ZEMELJ. SKORJE
VLAČUGA, PROSTITUTKA							VOHALNI ORGAN			
TEKOČINA ZA BARVE IN ZDRAVILA							TEKOČINA V ŽILAH FR. SLIKAR (HENRI)			
risbo KIH	V ZAKLJUC. CELOTO POVEZANA GOROVJA	POMANJK. MORALE ZVESTOBA, LOJALNOST								
SLIKARSKA TEHNIKA						FR. IGRA- LEC (JEAN) EMIL ADAMIC				
OSEBNI DOHODEK			NASA OLIMPIJCA (JURE IN DEJAN)	TOK, TULEC LINO VENTURA					MISEL	SEDEM DNI
FIZOLOVKA							PRIPADNIK SCITOV			
TVAR, MATERIJ					LOSCILO		FR. PISEC (SADIZEM) ELDA VILER			
NAS SOCIOLOG (NIKO)				IGRALEC MARVIN IT. REKA, PAD				EDWARD NIKITA HRUSCOV		
VSIPANJE										
DETE							USEJNI NAKIT			

MIZICA, POGRNI SE! 🇸🇮 🇷🇸 🇨🇷

hren

~~369 SIT~~

299 SIT



šunka MIP

~~2490 SIT~~

1590 SIT/kg

