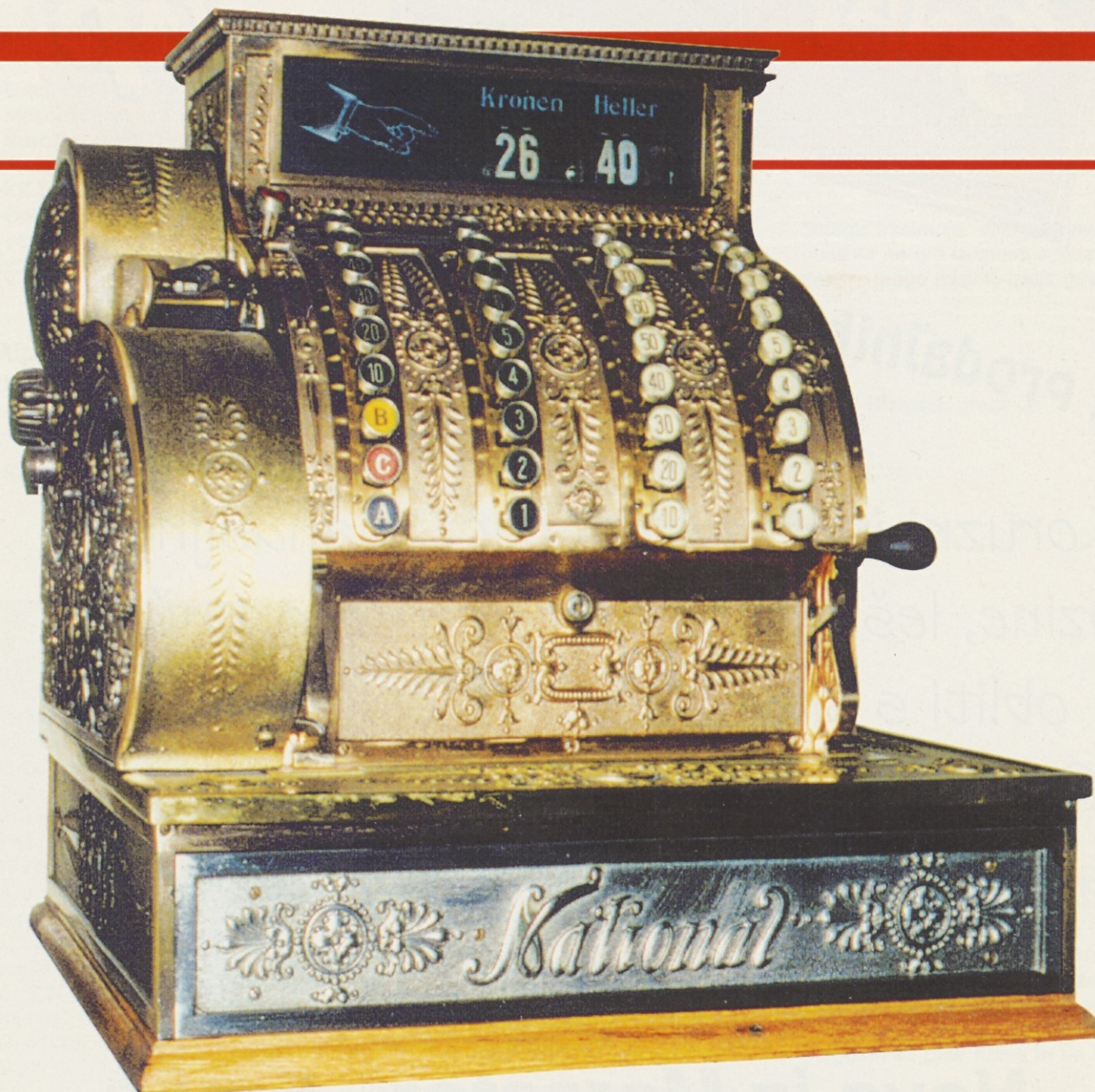




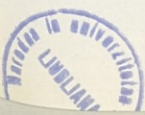
# Časopis Poslovnega sistema Mercator

LETNIK: XXXII

št. 3, marec 1995



PRIMEREK ZA TEHNIČNI MUZEJ HRANIJO V MERCATOR-POTROŠNIKU



# Hrustljavi čokoladni desert



Na prodajnih policah s čokoladnimi izdelki!

Koruzni in riževi kosmiči, mandeljni, rozine, lešniki, kandirana pomaranča, obliti s tremi vrstami čokolade.

Otroci in odrasli, prikriti in odkriti sladkosnedi, grižljaj, ki sproži dražljaj.

Pustite se mu zapeljati.

**Novo iz Mercator - Embe**



## Tema meseca

Informatizacija koncerna  
stran: 4



## Aktualno

Delnice PSM za delnice podjetja  
stran: 7  
Kolegij direktorjev  
stran: 5



## Podjetja in zadruga v sliki in besedi

Mercator-Gradišče, stran 15  
Mercator-Meso-Izdelki, strani: 12, 13  
Mercator-Sevnica, strani: 16, 17  
Mercator-Potrošnik, strani: 10, 11  
Mercator-KZ Trebnje, stran: 18  
Mercator-Golovec, stran 23,  
M banka, stran 8  
Hotel Valentin, stran 19



## Sejem Alpe Adria

O gostih Kluba Mercator, strani 20, 21



## Zelena stran

stran 22



V.Bleiweis

## Časa ni veliko

Skozi optiko Mercatorjeve zgodovine in okolja, v katerem je nastajal in se obdržal kot edini veliki gospodarski sistem, bi lahko rekli, da gre za splet kakovosti in velikosti.

Ta splet pa se je znašel v povsem novih družbenih in gospodarskih razmerah, ki ga poleg lastninjenja zaznamuje predvsem in izrazito majhen gospodarski prostor, bolj ali manj nasičen z vseh vrst konkurenc. Pravijo, da v konkurenčnem boju etika ne velja nič. Zmagajo naj sposobnejši, najbolj iznajdljivi, najbolj prilagodljivi...pritisk vzdržijo in obstanejo ter si zagotovijo še košček razvoja, le še bolj agresivni, še bolje organizirani. Slednje je najbolj očitno v trgovini. In Mercator je predvsem trgovina, če ga ocenjujemo z vidika strukture njegovega prihodka.

Še pravočasno se odzvati na pritisk domače in tuje konkurence s primerim vodenjem in organizacijo poslovnih funkcij, je posledica cilja: obstati in postati trgovski sistem, sposoben hitrega in učinkovitega prilagajanja in tudi prehitavanja konkurence. Tuje in domače. Temu cilju je namenjena reorganizacija Mercatorjeve trgovine.

Gre za strateško najpomembnejši projekt, ki je bil v preteklih dveh mesecih predmet razgovorov z vodstvi vseh Mercatorjevih trgovskih podjetij. Povzetek razprav, ki so se ob tem razvile, je bil obravnavan na seji kolegija direktorjev.

Razumljivo je, da sprememba organizacije in načinov Mercatorjevega trgovanja

ni projekt, o katerem lahko teče orokavičena razprava, saj v živo zadeva in posega v mnoge do sedaj institucionalizirane organizacijske in statusne oblike podjetij in njihovega vodenja. Manj razumljivo pa je pred spremembami novejso tiščati glavo v pesek, se zatekati k braniteljskim pozicijam razvojno pogojene bolj ali manj upravičene samozadostni in samozadovoljstva. Sinergija tega na najvišji ravni bi pomenila samomorilsko uverturo.

V procesu prememinjanja gre za "igro" števil, igro razuma, igro argumentov. Gre za odgovornost do Mercatorjeve kakovosti in velikosti, gre za odgovornost za kruh 11000 zaposlenih in za odgovornost do 63.000 delničarjev.. Zato so strpnost, premišljenost, toleranca in predvsem odprtost na vseh ravneh opredeljevanja do sprememb, predpogoj za uspešen start prenove. Opredeljevanje pa do sprememb, ki so jasno in nedvoumno koncipirane, argumetirane s številkami, ki prednosti in posledice sprememb utemeljujejo.

Trdega trasiranja Mercatorjeve prihodnosti se ne gre izogibati s filozofijo "eno delam, drugo mislim, tretje govorim."

Časa ni veliko.

Vesna Bleiweis, urednica

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

Glavna in odgovorna urednica Vesna Bleiweis.

Priprava za tisk, fotoliti:

Cortec Ljubljana

Tisk: Tiskarna Ljubljana

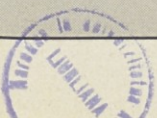
Časopis prejemajo delavci, kmetje, učenci in upokojniki Poslovnega sistema Mercator.

Naklada: 11.300 izvodov.

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

## OPRAVIČILO

Zagodel nam jo je škrat. Na 14. strani smo v 2. številki časopisa objavili članek z naslovom "Ve se, kako". V njem smo napačno navedli ime sogo-vornika, za kar se mu opravičujemo. Gospod, ki skrbi za podobo Mercator -Trgoavtovih trgovin se piše Kleva in ne Klava.



# INFORMATIZACIJA KONCERNA

**Tisti, ki ima informacije, ima moč. V sklopu informacij, potrebnih za oblikovanje in sprejem poslovnih usmeritev in odločitev, so najpomembnejše informacije, ki jih dobimo s spremljanjem posameznih poslovnih funkcij oziroma procesov. Do informacij pridemo najlažje, če je spremljanje posameznih poslovnih procesov podprto z računalniško obdelavo podatkov o njihovem poteku.**

Poslovodni odbor Poslovnega sistema Mercator se je že pred letom dni odločil za enega najpomembnejših korakov na tem področju, za projekt "Povezani informacijski sistem v Poslovnem sistemu Mercator." Pripravo projekta je zaupal zunanjima svetovalnima družbama ITEO in Ernst&Young ter številnim Mercatorjevim strokovnjakom s področja posameznih poslovnih procesov in računalništva. Imenoval je projektni svet, ki ga vodi predsednik poslovodnega odbora ter vrsto projektne skupine. Vsi, ki skrbijo za nastajanje projekta, so o ugotovitvah končane prve faze projekta poročali kolegiju Mercatorjevih direktorjev (februarja 1995).

## Razlogi za projekt

Dva temeljna razloga sta za odločitev:

1. Stanje informacijske opremljenosti posameznih podjetij v Mercatorju;
2. Spoznanje, da informacijska tehnologija lahko učinkovito podpira izvajanje, upravljanje in vodenje poslovnega procesa.

Stanje informacijske tehnologije v Mercatorju je, kakršno je in je posledica zgodovinskih okoliščin, v katerih se je oblikoval današnji koncern. Informacijska tehnologija danes prodira v vse poslovne procese na vseh ravneh. Računalniška podpora poslovanju trgovine oziroma prodajane (POS) je edini način za učinkovito in celovito spremljanje ter vodenje njenega poslovanja. POS sistem pomeni informatizacijo osnovne trgovske celice - prodajalne. Vendar je treba učinke, ki so predvsem v hitrejšem obračanju zalog in denarja, prenesti na raven posameznega poslovnega procesa v podjetju in na raven koncerna ter tako informacijsko celovito zaobjeti

posamezni proces. Informatizacijo posameznega poslovnega procesa pa spet povezati z ostalimi procesi tako, da si je moč ustvariti vpogled v rezultate-povezanosti, odvisnosti in učinkovitosti. Tipičen primer tovrstne medsebojne odvisnosti so blagovni in finančni procesi. Spremljanje teh dveh procesov na vseh ravneh poslovanja je nujen pogoj za delovanje Poslovnega sistema Mercator kot koncerna. Usklajeno uvajanje novih dosežkov informacijske tehnologije v poslovne procese bo prispesovalo k doseganju **poslovnih ciljev, opredeljenih v Mercatorjevi viziji: večanje tržnega deleža, večanje vrednosti delniškega kapitala, izboljšanje poslovnih rezultatov in zadovoljstvo zaposlenih.**

## Cilji projekta

Povezani informacijski sistem mora v celotnem poslovnem sistemu zagotoviti:

1. Podatke, ki bodo omogočali pripravo informacij, potrebnih za izvajanje, vodenje in upravljanje posameznih poslovnih procesov na vseh ravneh odločanja.
2. Informacijsko podporo naslednjim izbranim poslovnim procesom:
  - **blagovni proces** (notranji in zunanji), kamor sodi: vodenje nabave in prodaje, upravljanje z zalogami, ugotavljanje uspešnosti trgovinske dejavnosti, uvajanje POS sistema v poslovanje trgovine;
  - **finančni proces**, v katerega sodi upravljanje s finančnimi tokovi in spremljanje finančnega položaja podjetij in koncerna;
  - **kadrovski proces** - na tem področju so pomembni podatki za pridobivanje, usposabljanje in razvoj kadrov, njihovo motiviranje in ocenjevanje uspešnosti ter njihovo sodelovanje pri odločanju;
  - **investicije** - tu se ugotavljajo informacijske potrebe in priložnosti ter ocenjujejo ekonomski učinki;
  - **organizacijska podpora vodenju in upravljanju** pa pomeni pripravo sej organov vodenja in upravljanja, vodenje urnikov in delovnih načrtov, evidentiranje in spremljanje sklepov ter zapisnikov.
3. Vzpostavitev medorganizacijskih povezav, ki bodo temeljile na računalniški izmenjavi podatkov;
4. Potrebne kvalitativne in kvantitativne

zunanje informacije in omogočiti dostop do zunanjih podatkovnih baz;

5. Prilagodljivost spremembam organizacijske strukture poslovnega sistema;
6. Standardizacijo postopkov in šifrantov ter skupnih baz podatkov in omogočiti povezavo informacijskih sistemov podjetij.

V začetku bo v povezani informacijski sistem vključena samo Mercatorjeva trgovinska dejavnost.

## Ugotovitve projektne skupine

Prva faza projekta je bila namenjena diagnozi stanja v Mercatorju. Opravljene analize so pokazale, da imamo v Mercatorju različno računalniško strojno in programsko opremo, da imamo vrsto različnih informacijskih sistemov, ki jih med seboj ni mogoče povezati, čeprav podpirajo enake poslovne funkcije, da zaradi nestandardiziranosti razpolagamo s podatki, ki jih ni moč ali pa jih je težko združiti in povezati v enopomenske kategorije. Predvsem zadnje dejstvo pomembno vpliva na kakovost obstoječih informacij.

Sam projekt je razdeljen na devet podprojektov, štirje so nosilni, ostali pa imajo pomen infrastrukture. Kot nosilni so opredeljeni: blagovni procesi, uvajanje POS sistema, finančni procesi in investicije. Ostali imajo pomen infrastrukture saj morajo zagotoviti ustrezne pogoje ("povezljivost" podatkov, strojna in programska oprema, računalniške komunikacije) za delovanje povezanega informacijskega sistema v Mercatorju.

O ugotovljenem stanju so posamezne podprojektno skupine pripravile poročila in predloge za nadaljnje delo, projektne svet jih je ocenil in povezal v sklep, da se delo na začetku projekta nadaljuje po načrtu oziroma po fazah, ki sledijo diagnostični, te pa so: groba zasnova, podrobna zasnova, izvedba in uvedba informatizacije koncerna.

Pot do uvedbe celovitega informacijskega sistema bo dolga in draga. Kolegij direktorjev je opozoril na pomembno vprašanje: kako projekt razvojno upošteva sedanjo stopnjo razvitosti informacijskih sistemov v posameznih podjetjih, kajti marsikje so za svoje potrebe razvili in pripeljali informatizacijo poslovnih procesov do ravni, ki zagotavlja vse informacije potrebne za vodenje podjetja. Projektne skupine ta dejstva upoštevajo in na njih dograjujejo koncernski projekt, je bil odgovor na predstavitev koncernskega projekta.

Eli Delidžakova-Drenik

## NA KRATKO

### "Stavka" v Mercator-Nanosu

V Mercator-Nanosu se je 3. marca letos začela "stavka". Končala se je 8. marca. Vsa pomembna dejstva o tej "stavki" so javni mediji dovolj široko in objektivno predstavili. Zato o njej v našem časopisu posebej ne pišemo. Stavko pa navajamo v narekovajih, ker je bila organizirana in vodena v nasprotju z zakonom o stavki. Bolje bi bilo torej uporabljati izraz spontan, vendar s strani Konfederacije neodvisnih sindikatov spodbujen protest proti nizkim plačam. Tudi s takoimenovano stavko so zaposleni, predvsem v gro-sističnem skladišču dosegli, da je up-ravni odbor podjetja ugodil spremembam nekaterih izhodiščnih plač. Te so se na osnovi sporazuma med delagacijami za-poslenih in upravnim odborom po-večale na raven, določeno s kolektivno pogod-bo. Na njihov račun se bodo sredstva za plače povečala za cca 35 milijonov tolar-jev. Po prvih ocenah je v podjetju zaradi "stavke" ostalo za 38 milijonov tolarjev nedobavljenega blaga, na ta račun izgubljena razlika v ceni pa prav tako po oceni znaša 4 milijone tolarjev. Dokončno bo izpad dohodka ocenjen konec marca. Povejmo, da v Mercator-Nanosu že drugo leto poteka sanacija, v katero je intenzivno vključen sistem Mercator.

### 24.000 delničarjev že izbralo svoje pooblaščenca

Mercatorjevo lastninjenje je končano. Smo pred konstituiranjem skupščine olastninjenega Mercatorja. Nekaj čez 63.000 delničarjev bi moralo za to skupščino imenovati oziroma izbrati svo-jega pooblaščenca. Do zaključka redak-cije te številke časopisa (28. marec 1995) je svojo izbiro pooblaščenca sporočilo nekaj manj kot 24.000 delničarjev.

### Novorojenčki in Zavarovalnica Mercator

Zavarovalnica Mercator se pridružuje srečnim dogodkom v družini. Poleg čes-titke staršem in dobrih želja novo-rojenčku, je družini, v kateri se je dete rodilo, namenila tudi popust pri sklen-itvi življenjskega in rentnega zavarovan-ja. V prvem letu zavarovanja 10, v drugem pa 5 odstotkov pri vplačilu za-varovalne premije. Rožnati ali svetlo-

## SPREMEMBE PRED VRATI

**Kolegij direktorjev podjetij in kmetijskih zadrug se je sestel 16. marca letos. Kolegij se praviloma sestaja vsak mesec, obravnava pa pretežno informacije o poteku koncernskih nalog. To pot je bil kolegij nekoliko drugačen, saj je bil uvod v resno zastavljen načrt reorganizacije Mercatorjeve trgovine.**

Tako je komentiranje navodil za sestavo zaključnega računa za leto 1994 (osred-nja tema seje kolegija) nekoliko zbledelo, razprava o tem pa se je zadovoljila z ugotovitvijo, da je vse kar počnemo, na-menjeno zmanjšanju napihnjene vred-nosti kapitala. S tem naj bi bilance post-ale posoda čistejšega vina za delničarje.

### Postopna reorganizacija Mercatorjeve trgovine

Predsednik poslovnega odbora Kazimir Živko Pregl je na seji kolegija pov-zel cilje in dinamiko reorganizacije Mer-catorjeve trgovine. O tem je že tekla vr-sta pogovorov z vodstvi vseh trgovin-skih podjetij.

Predsednik poslovnega odbora je vsebino pogovorov strnil na nekaj naj-pomembnejših tem, ki so bolj ali manj povezane z reorganizacijo, in sicer:

- dinamika oziroma postopnost izvedbe reorganizacije (predvidoma 3 leta),
- lastninjenje podjetij z delnicami Pos-lovnega sistema Mercator (gre za izved-bo znane možnosti odkupa 49 % deleža podjetja z delnicami koncerna),
- vprašanje ravni izvajanja posameznih poslovnih funkcij (zmanjšanje števila podjetij in njihova nadomestitev z drugi-mi organizacijskimi oblikami, racional-izacije na področju zaposlovanja),
- optimizacija zalog z ureditvijo logistike blagovnih tokov znotraj in izven Merca-torja,
- ustanavljanje specializiranih trgovskih verig v Mercatorju,
- posebnosti v poslovanju in okolju,
- spekter finančnih prednosti in drugih učinkov reorganizacije,
- posameznosti, ki zadevajo predvsem trgovinsko dejavnost pri proizvajalcih,
- Mercatorjevo ravnanje v zvezi z ob-ljubljenimi bonitetami delničarjem.

Poslovodstvo se zaveda občutljivosti predlagane reorganizacije, vendar je **cilj, učinkovitejši in konkurenčnejši Mer-cator** "conditio sine qua non" (nujen, neogiben pogoj) za njegov obstoj in raz-voj.

### Druga plat medalje

pa so stališča in pomisleki sogovornikov koncernskega poslovodstva v že prej omenjenih pogovorih. Tudi te je prav tako strnjeno navedel predsednik poslovod-nega odbora. Vodstva podjetij so zlasti poudarila:

- usmerjenost sprememb k poudarjeni centralizaciji vodenja, upravljanja in poslovanja obstoječih podjetij (koncen-tracija "oblasti" na ravni koncerna ),
- vprašanje naložb, razvoja in v zvezi s tem statusa in eksistence obstoječih podjetij sploh,
- vlogo in pomen direktorja ali drugega organa s statusom poslovnega orga-na v razmerah koncentriranega voden-ja,
- pomanjkanje vsebinskih in relevantnih informacij o načrtovanih spremembah oziroma stanjih na različnih poslovnih področjih.

Navedene so le generalne ugotovitve, ki so uvod v daljšo in temeljito argumentirano razpravo o načrtovanih spremem-bah. Nikakor ne gre spregledati dejstva, da bo razprava o njih težka, ne samo zaradi njihove narave, temveč in pred-vsem zato, ker bo zadevala silno občutljiva področja podjetniške in posamične samostojnosti, samozado-voljnosti in samozadostnosti. Že razprava na kolegiju, ki je tekla zgolj na podlagi strnjene poročila o dosedanjih pogov-ori, mora biti strategom načrtovanih sprememb dovolj resno opozorilo. Zak-lana kokoš ne nese jajc.

V.B.

## NA KRATKO

modri čestitki je priložen tudi ličen prospekt o vseh vrstah osebnih in premoženjskih zavarovanj pri Zavarovalnici Mercator.

### Pa to še ni vse,

so povedali v Zavarovalnici Mercator. Z njeno zavarovalno polico se je na pot okoli sveta odpravila tudi znana popotniška družina Šeruga. Pa tudi z nekaj njenega priliva na bančnem računu. Vse, kar bo družina s te poti napisala, bo opremljeno tudi z imenom naše zavarovalnice.

### V Mercatorju tudi sindikati usklajeno

24. marca 1995 je bil delovni pogovor predsednikov Zveze svobodnih sindikatov v Mercatorjevih podjetjih. Zveza svobodnih sindikatov je v Mercatorju večinski sindikat. Namen pogovora je ugotoviti potrebnost ustanovitve sindikalnega koordinacijskega telesa in na podlagi te ugotovitve začeti postopek za njegovo konstituiranje. Pobuda je bila sprožena v Mercator-Nanosu, podprla pa sta jo Mercatorjev poslovodni odbor in Republiški odbor sindikata delavcev v trgovini, ki ga vodi naša sodelavka Kristina Antolič (Mercator-MIP). O dogodku prihodnjč.

### Mercatorjeva knjiga

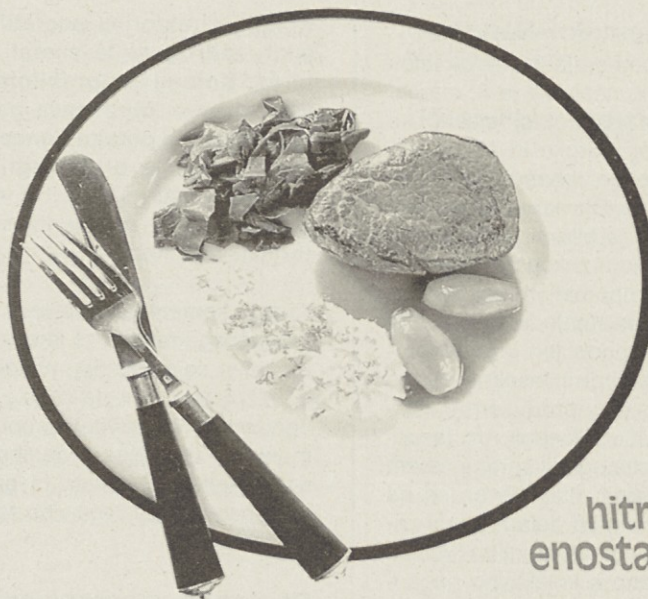
V sodelovanju z založbo EWO iz Ljubljane bodo začele izhajati knjižne zbirke, ki bodo naprodaj v omejenem številu Mercatorjevih samopostrežnih trgovin. Prva izdaja sedmih knjižic bo posvečena kulinariki, po domače receptom. Z njimi nam bo Mercator zaželel "dober tek". Kasneje, ko bodo prišle na svetlo še zbirke na temo diet, ročnih spretnosti, zabave, rekreacije, kozmetike, bo zbirka štela kar zajetno število priročnih in poceni knjig. Izdajo knjig, poleg poslovnega sistema, sponzorirajo tudi Mercatorjevi dobavitelji.

Knjige se ne prodajajo kot krompir. Zato so sprejeta posebna pravila o prodaji, s katerimi bodo seznanjeni poslovodje, aranžerji, predvsem pa vsa, za prodajo odgovorna vodstva podjetij.

Veselo na delo in predvsem veliko užitka pri pripravljanju hrane po Mercatorjevih receptih.

**M** MERCATOR VAM ŽELI DOBER TEK

# Mesne jedi



hitro in  
enostavno

## SPOŠTOVANI KUPCI!

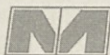
Pri Mercatorju vam ponujamo novost; kot vaš najboljši sosed ne želimo le prodati blago v naših trgovinah, temveč tudi svetujemo in pomagamo popestriti vašo vsakodnevno prehrano.

Naša trgovinska mreža je razširjena po vsej Sloveniji. V več kot 280 izbranih prodajalnah – in to samo Mercatorjevih – lahko kupite lične knjižice s kuharskimi recepti po izredno ugodni ceni.

S prvo izdajo sedmih knjižic izvrstnih kuharskih receptov začnemo serijo knjig o prehrani, ki so zmeraj dobrodošle v vsakem gospodinjstvu, če pa so knjižice še lepo opremljene in tako poceni kot naše – del vsebine je v vaših rokah – pa so še posebej privlačne. Vse so opremljene z barvnimi ilustracijami, ob receptih pa so navedene sestavine ter izračunane hranilne vrednosti že po evropskih standardih.

Odločitev ni težka!

Ko pa bo okusna jed pripravljena, ne pozabite



**MERCATOR VAM ŽELI DOBER TEK**

# KDAJ ZA ZADOLŽNICE DELNICE?

**Te dni smo Mercatorjevi delničarji prejeli obvestila o vplačanih delnicah. Iz obvestila je razvidno, koliko delnic je posameznik prejel za vloženi lastninski certifikat.**

Delničarje, ki smo zaposleni v Poslovnem sistemu Mercator, pa še posebej zanima, kdaj in kako bomo lahko vnovčili zadolžnice Poslovnega sistema Mercator, ki so bile izdane v letu 1992.

Za osvežitev spomina je treba navesti, da so bile zadolžnice posebej izdane prav za namene lastninskega preoblikovanja. To pomeni, da ni bil njihov namen izplačilo v denarju, temveč je izdajatelj imetniku zagotovil njeno zamenjavo za delnice olastnjenega Mercatorja. Pomembna sta tudi podatka, da v času izdaje zadolžnih listin Zakon o lastninskem preoblikovanju podjetij še ni bil sprejet in so bile zadolžnice izdane "na zalogo" in da plače delavcev zaradi zadolžnic niso bile nič manjše. Podjetja so se za višino zneskov zadolžnic odločala glede na svojo ekonomsko moč. Glede na to, da smo se v Mercatorju poleg obveznega prenosa na sklade odločili za javno prodajo delnic kot edinim načinom lastninskega preoblikovanja, v katerem smo ob velikem certifikatskem navalu stremeli za čim manjši vpis in s

tem čim nižjo ceno delnic, bi bilo kakršno koli kombiniranje z zadolžnicami naravnost škodljivo.

Delnice, ki so bile izdane za vrednost oziroma velikost Mercatorjevega družbenega kapitala, so torej v celoti prodane in v tem trenutku zamenjava zadolžnic za delnice ni možna, saj delnic ni več na razpolago. To pa ne pomeni, da so imetniki zadolžnih listin v čemer koli prikršani, saj bo njihova zamenjava vsekakor možna, poleg tega pa se vrednost zadolžnic revalorizira.

**Imetniki zadolžnic bodo zadolžnice lahko zamenjali za delnice na dva načina.**

**Prvi je ob izvedbi zamenjave "51 - 49 %", torej takrat, ko bodo delavci posameznega podjetja, ki imajo delnice Poslovnega sistema Mercator, te delnice zamenjali za delnice svojega podjetja do 49 % vrednosti osnovnega kapitala svojega podjetja. Tisti, ki ima zadolžnico, jo bo lahko uporabil za nakup delnice "svojega" podjetja ob tem pa obdržal delnice Poslovnega sistema Mercator. To je vsekakor dobra kombinacija - imeti ob delnici svojega podjetja tudi delnico Poslovnega sistema Mercator.**

**Druga možnost pa je ob emisiji - izdaji novih delnic. V tem primeru, ko se sic-**

**er nove delnice kupujejo z denarjem, bo imetnik zadolžnico lahko uporabil za nakup novih delnic.**

Vsekakor je uresničitev prve možnosti časovno bližja, čeprav niti za prvo niti za drugo možnost v tem trenutku ni mogoče točno reči, kdaj bosta časovno realno uresničljiva.

Sicer pa se je število imetnikov zadolžnic ob koncu lanskega leta, ko je potekala akcija dokapitalizacije M banke, močno skrčilo: od 11.618 imetnikov jih je kar 7.712 svoje zadolžnice zamenjalo za delnice M banke v skupnem nominalnem znesku izdanih zadolžnic 759,7 milijona tolarjev. Zadolžnice Poslovnega sistema Mercator ima torej samo še 3.906 Mercatorjevih delavcev v skupnem nominalnem (nerevaloriziranem znesku) 227,2 milijona tolarjev. In prav njim je ta prispevek namenjen.

Aleš Čerin

**V M banki pa smo izvedeli, da bomo delničarji, ki smo s svojimi zadolžnicami dokapitalizirali M banko, obvestila o delnicah prejeli še pred sklicem zbora delničarjev M banke. Sklic zbora je predviden v maju 1995.**



Kolektiv poslovalnice M banke (z leve proti desni) Primož Vuk, Vesna Strgar, Irena Ivanuša, Janko Češnovar, Bojan Marucelj (več o njih na naslednji strani)

# POSLOVALNICA M BANKE NA DUNAJSKI CESTI V LJUBLJANI

Poslovalnica je bila odprta novembra lani. Vodi jo Bojan Marucelj, njegovi sodelavci pa so: Janko Češnovar, Irena Ivanuša, Radoška Zupančič, Olga Petelinšek, Primož Vuk in Vesna Strgar. V poslovalnici opravljajo vse bančne posle s hranilnimi vlogami, tekočimi računi, potrošniškimi posojili, trezorjem, depoziti in menjalniškimi mosli. Odprta je vsak delovnik od 9. do 18. ure.

**Gospod Marucelj nam je takole opisal svoj delovni dan:**

"Moj delovni dan se začne o 7.30 uri. Na mizi me pričakajo dokumenti prejšnjega dne, ki jih je treba po pregledu dostaviti drugim ustreznim bančnim službam v nadaljnjo obdelavo. Nato sestavim poročila za Banko Slovenije in za sektor mednarodnega poslovanja M

banke. Potem pa se nadaljuje z drugimi tekočimi opravili. Sem sodi kontaktiranje z drugimi enotami, priprava delovnih navodil in okrožnic za tekočo obveščenost sodelavcev. Seveda delam tudi s komitenti banke, jim svetujem, jim pripravljam izračune, ki dopolnjujejo ustna pojasnila o ponudbi M banke."

**Usklajujete tudi delo v poslovalnicah na trgu Ajdovščina, na Slovenski in Slovenčevi cesti.**

"Na kratko lahko komentiram le, da so pogoji dela v trgu Ajdovščina slabi. Prostor ne dovoljuje opravljanja vseh bančnih poslov, kar je glede na lokacijo izredna škoda. Poslovalnica na Slovenski cesti dela le popoldne od 12. do 18. ure. Ta poslovalnica nima terminalske povezave in je zato delo v njej nekoliko zahtevnejše. Poslovalnica v diskontu na

Slovenčevi cesti pa je bila v začetku letošnjega leta preurejena, v njej je tudi bankomat M banke.

**Se v aprilu obetajo pomembnejše spremembe za varčevalce?**

"Da, 1. aprila bo začel veljati dogovor o zgornji meji pasivnih obresti v bankah in hranilnicah. Obrestna mera za depozite do enega leta bo lahko največ 8 %, za depozite nad enim letom pa 10."

**Kako so komitenti zadovoljni s poslovalnico M banke na Dunajski 107 je pokazala anketa, ki jo je opravila agencija Kline Kline. Komitenti so ambientu prisodili oceno 4,6 (od največ 5,00), urejenosti zaposlenih 4,45, informacijam o bančnih storitvah 4,19 in prijaznosti uslužbencev 4,45. Z.C-**

## NOTRANJI NADZOR V M BANKI

**Večina komitentov M banke pozna njeno delovanje zgolj preko storitev v poslovalnicah in blagajnah. Vendar pa ima M banka še celo vrsto služb, ki skrbijo za potek vsebinskega in organizacijskega dela. Tokrat vam predstavljamo organizacijo in način dela "notranjega nadzora."**

54. člen Zakona o bankah in hranilnicah določa, da mora banka v svojem statutu opredeliti organizacijo in način poslovanja banke, med drugim tudi opravljanje notranje kontrole. Notranja kontrola vodstvu banke zagotavlja, da poslovanje banke poteka v skladu z njenimi internimi predpisi in se ustrezno izkazuje v informacijskem sistemu ter obenem zagotavlja podatke za odločanje in oblikovanje strategije poslovanja.

Za opravljanje stalnega in celovitega nadzora nad zakonitostjo, pravilnostjo, skladno s pravili stroke, akti banke in sklepi organov banke ter za nadzor nad ažurnostjo poslovanja banke, je v banki oblikovan notranji nadzor.

Notranji nadzor je samostojni organiza-

cijski del banke, ki je neposredno poverjen direktorju, pri svojem delu pa samostojen in neodvisen od drugih delov banke. Samostojno tudi določa načine in metode za opravljanje svojega dela. Vodja notranjega nadzora mora vsako leto bančnemu direktorju predložiti v potrditev program dela. Program se oblikuje glede na rizičnost bančnega poslovanja, obseg in pomen poslovanja, spremembe v tehnologiji poslovanja in glede na časovno odmaknjenost zadnjega pregleda. Poleg rednega nadzora služba za notranji nadzor lahko, po nalogu direktorja banke, opravi tudi izredno revidiranje poslovanja.

Na podlagi direktorjevega pooblastila ali pooblastila vodje notranjega nadzora, revizor notranjega nadzora opravi revizijski pregled. Naloga revidiranja poslovanja je ugotavljanje obstoječega stanja in primerjanje ugotovitev z zahtevanim stanjem, ugotavljanje vzrokov za pomanjkljivosti in napake ter predlaganje ukrepov za izboljšanje poslovanja. Revizijski pregled se konča z revizijskim poročilom. Vsaka organizacijska enota banke, v ka-

teri se opravlja revizijski pregled, je dolžna revizorju zagotoviti vse zahtevane podatke. Revizor ima pravico do vpogleda v vso dokumentacijo, ima dostop do vseh informacij, ki so potrebne za opravljanje njegovega dela. Dejavnost notranjega nadzora je vključena v informacijske tokove banke.

Pri opravljanju svoje naloge je revizor dolžan varovati vse poslovne in druge ugotovitve. Ne sme o svojih dognanjih in spoznanjih obveščati nepooblaščenih oseb ali pa jih razširjati v javnosti. Revizorejvo delo, poleg strokovnega znanja, zahteva tudi ravnanje po revizorskih standardih in etičnem kodeksu revizorjev.

O svojih ugotovitvah oziroma pregledih in ukrepih za odpravo nepravilnosti ali predlogih za izboljšanje poslovanja, notranji nadzor pisno poroča direktorju banke. Enkrat na leto pa ima to dolžnost tudi do nadzornega odbora banke.

Notranji nadzor po nalogu bančnega direktorja lahko v obsegu, ki ga prav tako določi direktor, sodeluje tudi z zunanjimi institucijami.



Celostna grafična podoba

# ODRAZ UREJENOSTI PODJETJA

**Enoten način pojavljanja znaka, tipologije črk in barv na dopisnih papirjih, označevalnih tablah, zastavah, opremi prodajnih mest in različnih promocijskih gradivih...vse to daje podjetju videz urejenosti in kakovosti storitev. In seveda obratno. Neenotna podoba vzbuja videz kaotičnosti, kar potrošniki kaj hitro povežejo s počasnim poslovanjem, nižjo kakovostjo storitev, slabimi izdelki.**

Celostna grafična podoba je izredno pomembna pri oblikovanju mnenja potrošnikov o podjetju. Zakaj si vsi tako dobro zapomnimo imena in znake nekaterih podjetij in zakaj niti ne opazimo drugih? Zakaj verjamemo v kakovost nekaterih izdelkov bolj kot v kakovost drugih? Seveda je tu več dejavnikov: od tega, kako pogosto jih vidimo, do tega, kako zadovoljni smo z izdelki ali storitvami teh podjetij. Zavedati pa se moramo, da podjetje s svojimi potrošniki nenehno komunicira. Večja kot je enostavnost in preglednost teh dražljajev, bolj se nam vtisnejo v zavest. Bolj ko so simboli skladni z realnostjo, bolj jim verjamemo in hitreje si jih zapomnimo. Ali veljajo ta pravila tudi za obstoječo podobo Mercatorja?

Če smo malo bolj pozorni, že na prvi pogled opazimo, da Mercator nikakor nima urejenega komunikacijskega sistema. Na primer oznake v trgovinah, ki opozarjajo na ugodne nakupe, so v vsaki trgovni drugačne: na nekaterih najdemo stari Mercatorjev znak, na drugih nove-

ga, v nekatere trgovine komaj najdemo pot, saj se vhod komaj vidi, itd. Vse to daje vtis neurejenosti, kar potrošniki kaj hitro povežejo s počasnim poslovanjem, nižjo kakovostjo storitev in izdelkov in podobno. Podobno kot neurejen človek ne zbuja vtisa, da je zanesljiv, točen, sposoben. Zato je pomembno, da bo nova celostna grafična podoba poenotila način in mesto pojavljanja Mercatorjevega znaka, logotipa, barv na vizitkah, dopisnih papirjih, označevalnih tablah, zastavah, opremi prodajnih mest, promocijskem materialu in številnih drugih komunikacijskih sredstvih ter tako dala našemu podjetju videz urejenosti.

## Natančna analiza stanja

Oblikovanje celostne grafične podobe se ne začne z grafičnim oblikovanjem. To je šele zaključna faza dela. Da lahko oblikovalci (pre)oblikujejo znak podjetja in naredijo jasen in razpoznaven sistem označevanja za posamezne dele podjetja, morajo zelo dobro poznati poslovni sistem, povezave med posameznimi deli znotraj sistema in znotraj posameznih podjetij, strateške usmeritve in še marsikaj. To zahteva poznavanje vseh poslovnih povezav, pregled vseh tiskovin in drugih sredstev, na katerih se pojavljajo elementi celostne grafične podobe. Studio Marketing zbira za vsa Mercatorjeva podjetja različna komunikacijska sredstva, na katerih se pojavljajo Mercatorjev znak, logotip, tipične barve in drugi grafični elementi. Prav tako pa poteka inventarizacija prodajnih mest. Pri tem je

zelo pomembno sodelovanje vseh zaposlenih. Ističasno potekajo tudi intervjuji s člani poslovodnega odbora in z direktorji posameznih podjetij, ki bodo osnova za nadaljnje delo, predvsem za raziskavo organizacijske kulture in klime ter raziskavo imidža Mercatorja pri potrošnikih.

Oblikovanje nove celostne grafične podobe je torej zahtevna naloga, saj mora nova zunanja podoba Mercatorja našim poslovnim partnerjem, potrošnikom, pa tudi širši javnosti sporočiti, da je Mercator sodobno in učinkvito organizirano podjetje. Z njo želimo doseči, da bodo naši potrošniki z veseljem vstopali v Mercatorjeve trgovine, ki jim bodo že z zunanjim videzom nakazovale visoko raven storitev. Skrb in spoštovanje za kupca se namreč odraža tudi v skrbi za urejenost in preglednost trgovine.

Alenka Cotič



# TRDO DELO IN PRILAGODLJIVOST

**Mercator-Potrošnik iz Lenarta v Slovenskih goricah trguje v okolju, ki so ga spremembe v socialnem sestavu prebivalstva kar dobro zaznamovale. Večina lenarških in mariborskih podjetij, ki so zaposlovala dobršen del prebivalstva občine, je sklestila število zaposlenih, ki so se hočeš nočeš morali vrniti na zemljo ali pa podati na delo v bližnjo Avstrijo. Od 17.500 prebivalcev lenarške občine jih je redno zaposlenih manj kot 1000. Večina prebivalstva živi od kmetovanja in sezonskega dela.**

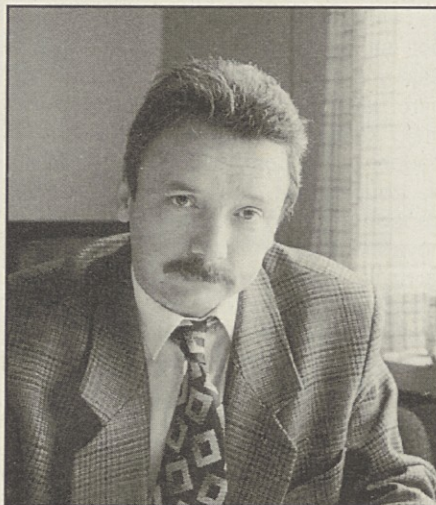
Lenart je osrednji občinski trgovski center, saj so v drugih naseljih le trgovine z mešanim, pretežno živilskim blagom.

**Direktor podjetja Mercator-Potrošnik Stanko Golubič ni skrival dobre volje nad poslovnimi rezultati preteklega leta.**

"V času gospodarskega razsula in vseh vrst konkurence je nekaj ustvarjenega dobička lep poslovni uspeh. Pred leti smo tarnali, da smo nerazviti in se z zavistjo ozirali proti Mariboru. Danes pa je dejstvo, da je večina kupne moči pri kmetih in pri sezoncih, prednost. Tej strukturi kupcev je treba prilagoditi tudi ponudbo. Blagovnica v Lenartu je po ustvarjenem prometu na prvem mestu, sledi ji prodajni center z gradbenim materialom, pa tudi trgovinam v mestu ne gre prav slabo. Slabše je s prometom v trgovinah, ki so v sedmih krajevnih skupnostih. Zlasti v teh je prodajni program povsem prilagojen potrebam in navadam okolja. Poseben problem je mariborski prodajni center, ki ga ne moremo spraviti na zeleno vejo. Kljub vsemu pa poslušamo brez posojil, likvidnostnih problemov nimamo, pomembne naložbe smo izpeljali. Lahko bi rekeli, da smo kar zadovoljni. To pa ne pomeni, da nimamo načrtov, kako še izkoristiti tisto malo možnosti, ki jih trgovini daje lenarška občina."

**Glede na okolje so podatki o vrstah trgovine gotovo zanimivi. Marsikdo si namreč še vedno predstavlja, da je na vasi pretežno klasična trgovina. Koliko trgovskih objektov vam bo po denacionalizaciji še ostalo?**

"V Mercator-Potrošniku imamo oziroma smo imeli 35 trgovin. Klasično trgovino poznamo le še v tehnični in tekstilni branži, sicer pa so vse naše trgovine



Stanko Golubič

samopostrežne. V preteklih letih smo veliko vložili v gradnjo povsem novih tipskih trgovin na vasi, posodobili vse, ki so bile tega potrebne in zato je sedaj udar denacionalizacije nekoliko milejši kar zadeva objekte, glede prometa pa ni bistvenih razlik. V postopku za denacionalizacijo je 10 enot, od katerih smo dve že vrnili v naravi, za štiri enote postopek še teče, za dve sta izdani začasni odredbi, za dve enoti, ki sta v združnih domovih pa so v igri kmetijske zadruge. Če bi v preteklosti zamudili z naložbami v nove objekte, predvsem v Cerkvenjaku, Jurovskem dolu in pri Sv.Trojici, bi nas denacionalizacija kar krepko udarila. Pri tem je zanimiv še podatek, da so bili vsi objekti, ki jih vračamo oziroma so v postopku, od občine legalno odkupljeni. Pričakujemo, da bomo z nekaterimi novimi lastniki lahko dosegli sporazum o najemu, vendar je vprašanje najemnina. Ta je ponekod tudi do 10 krat višja v primerjavi z amortizacijo."

**Kako boste nadomestili odvzete oziroma zmanjšane prodajne površine? So časi obetavni za načrtovanje prihodnosti?**

"Brez načrtov tudi v najhujših časih ne gre. Trenutno postopno obnavljamo blagovnico v Lenartu. Predvsem je treba zamenjati že skoraj zgodovinsko opremo. Nekoliko dolgoročnejši cilj pa je ureditev celovitega prodajnega centra na sedanji lokaciji prodajnega centra z gradbenim materialom, kjer je že tudi diskont. Na tej lokaciji je vsa potrebna infrastruktura,

velikost zemljišča, ki je v celoti naše, dopušča ureditev večjega prodajnega centra. Ne gre za velika investicijska dela, gre bolj za spremembo namembnosti sedanjih objektov in njihovo dograditev. V novo pridobljene površine, teh je po načrtih skoraj 500 kvadratnih metrov, bi se preselili tisti prodajni programi, ki bodo okrnjeni oziroma onemogočeni z izvedbo denacionalizacije. S postavitvijo takega prodajnega centra bi kupcem in sebi prihranili kar precej slabe volje. Trgovine v mestu so namreč tik ob glavni cesti in praktično nedostopne z vozili. In dostopnost je prednost, ki tudi narekuje preselitve prodajnih programov, saj je prodajni center ob glavni cesti v smeri proti Radgoni in ima dovolj parkirnega prostora. Drugi načrt je ureditev oziroma preselitev papirnice in ureditev manjšega gostinskega lokala v objektu ob avtobusni postaji. Ta načrt pa ni odvisen samo od nas, temveč od partnerjev, ki zaenkrat niso sposobni zagotoviti ureditve objekta. Sicer pa so vsi načrti odvisni od generalnih smeri razvoja samega Mercatorja, zlasti njegove trgovine."

Obiskali smo tudi dve podeželski trgovini. V Cerkvenjaku in pri Sv.Trojici. Trgovini sta po zunanosti in notranji opremljeni povsem enaki. Sta samopostrežbi in sodeč po ponudbi, prebivalci na deželi v primerjavi z mestom, niso prav nič prikrajšani. Le da je v njiju več tistih izdelkov, ki jih v večjih mestnih središčih lahko kupujemo v specializiranih trgovinah. V Cerkvenjaku lahko kupite tudi izdelke celjske Zlatarne. Pa še v promet gredo.

V.B.



Blagovnica v Lenartu



Notranjost trgovine v Cerkevniku

# RAČUNAJO NA LASTNO PRODAJO

V Škofji Loki so doma "Gorenjske mesne dobrote". Brez znanja ne samo o gorenjskih posebnostih in resnični kakovosti, si v loških Mercator-Meso-Izdelkih gotovo ne bi privoščili tako vabljivega povabila za mizo. Manj vabljivo pa je vse skupaj postalo, ko je direktor podjetja Miro Duič spregovoril o križih in težavah, ki so krojili lanski poslovni rezultat. Pa vseeno ni za "scagat" se je končal pogovor.

Mesna industrija je preživela vrsto kriznih obdobij. Je bilo leto 1994 v vašem podjetju tudi v tem znamenju? "Bilo bi preveč, če bi leto 1994 označili kot krizno. Res pa je, da je vrsta okoliščin krojila poslovni rezultat. Do sedaj znani finančni kazalci dajejo že slutiti, da bo leto 1994 precej slabše od pričakovanj. Prodaja se je znižala in tako je rast prometa nižja od rasti stroškov. Polletni izpad prodaje do konca leta ni bil saniran. Vendar je treba poudariti, da je vrsta stroškov nastala zaradi sanacije Meso-Izdelkom priključenega podjetja Izbira. Vrsta podedovanih neurejenosti tega podjetja je vplivala na rast stroškov, velik del izpada prihodka pa je posledica zapiranja dostopa na trg, ki ga obvladujejo Mercatorju konkurenčna podjetja in velik razmah zasebnih proizvajalcev. Pa tudi v Mercatorju je nekaj zadev, ki so vplivale na izpad prometa. Dogovorjeni plani interne prodaje se ne izpolnjujejo, sanacija Mercator-Nanosa gre tudi neposredno iz našega žepa - s 35 % zmanjšanjem dobav v korist zasebnika. Indeks rasti prodaje v Mercatorju je precej nižji od načrtovanega, še nižji je

v prodaji izven Mercatorja. In prav to kaže, da gre v konkurenčnem boju morda za načrtno akcijo izločanja Mercatorjeve proizvodnje s polic, ki niso Mercatorjeve. Kar zadeva fizični obseg proizvodnje v letu 1994 je ta globalno enaka letu 1993. "

**Zapiranje trga, zasebna konkurenca, zmanjševanje dobav na vsej črti. Kako se boste na to odzvali v letu 1995?**

"Pri prodaji znotraj Mercatorja naj bi veljalo pravilo, da smo ob enakih prodajnih pogojih, dobavitelji s prednostjo. Vendar temu pogosto ni tako. To pravilo krojijo poslovodje in trgovski potniki, ne pa sistem. Sistem terja promptno izpolnjevanje obveznosti do zunanjih dobaviteljev, kako pa je z izpolnjevanjem medsebojnih obveznosti znotraj njega samega pa je že drugo poglavje. Menim, da bi se morali v Mercatorju več in bolj posvetiti problemu samooskrbe, ne sicer na račun siromašenja ponudbe ali celo monopolnega položaja proizvajalcev, temveč s spoštovanjem dogovorjenih pravil. Prodaja pri zasebnikih sicer narašča, vendar pa se tu srečujemo s plačilno nesolidnostjo. V letnem planu interne prodaje 1995 je naša prodaja v Mercatorju bistveno skrčena.

Tako bomo v letu 1995 kar največ pozornosti namenili prodaji v lastni trgovski mreži. Tu je zanesljivost prodaje največja. Vendar je tudi našo mrežo treba ekonomizirati in racionalizirati, tako kot bo skrčen fizični obseg proizvodnje v letu 1995. Omejevali bomo zaposlovanje, ne sicer strokovnih kadrov, administracijo pa skrčili na najmanjšo možno mero. "

**Veliko se je govorilo o tovarni čipsa, ki naj bi zrasla v opuščnem Izbirinem skladišču v Stražišču.**

"Ta načrt smo opustili predvsem zaradi gradnje potrebne čistilne naprave. Smo pa našli drug proizvodni program, ki terja manj vlaganj. Letos bomo v teh prostorih končali obrat za proizvodnjo "hru-tljavčkov" ( koruznih pokalic - pop corna in drugih drobnih slanik izdelkov). Nezasedni del skladišča bomo prodali in na ta način nekako sanirali Izbirino dediščino."

**Tudi obrat v Kranju je zob časa močno nagrizel. Klavnica v Škofji Loki pa sodi**



Miro Duič

**med takorekoč vzorne objekte mesne industrije.**

"Obratu v Kranju so z vidika sanitarno higienskih predpisov in opreme, štete ure. Razmišljamo o preselitvi njegove dejavnosti na lokacijo na Trati, za kar pa so potrebna precejšnja sredstva. Žuli pa nas predvsem dejstvo, da ne izponjujemo zahtev za status izvozne klavnice in predelave. Takega statusa nima nobena Mercatorjeva mesna industrija. Tu ne mislim zgolj na interes Mercator-Meso-Izdelkov, mislim predvsem na potenciala, ki jih ta industrija ima in bi jih kazalo združiti. Pamet v roke!"

Sicer pa sta pregovorno suha januar in februar v Mercator-Meso-Izdelkih glede prodaje spodbudna. In zato ni za "scagat", pravijo v Mercatorju mesarji moje dežele.

V.B.



# MESO JE KAKOR ROŽA

**Mesnice Mercator-Meso-Izdelkov boste prepoznali po značilnih rdečih nadstreških V eni takih v Ljubljani, na Celovski cesti 85, dela ekipa štirih vedno prijaznih in dobrovoljnih ljudi. Vodi jo poslovodja Milan Usenik.**

"Mesarjev delovnik se začne že pred peto zjutraj. Ob osmih, ko se odpre mesnica pa se prvo delo združi še z delom prodajalca. Zgodaj zjutraj so na vrsti večji odjemalci kot so vrtci, šole, menze. Tem v povprečju dnevno dostavimo skoraj 300 kilogramov svežega mesa. Komaj si dobro oddahnemo od tega, že odpremo vrata mesnice in začne se, lahko mirno rečem, naj-prijaznejši del našega delovnika. Stranko prehitši s prijaznim pozdravom, nasmehom in dobro voljo. In če ji še rade volje kar mimogrede pokažeš kot roža lepo meso, s praznim cekarjem gotovo ne bo odšla. Pa bog ne daj, da bi se kdaj k nam vrnila nezadovoljna! Prav zato posebej skrbimo. Po dvajsetletnih izkušnjah za prodajnim pul-

tom znam že dobro presoditi s kakšnim kupcem imam opravka. In prav vsakemu se znam prilagoditi. Tega učim tudi svoje sodelavce. Dobri učenci so. Moraš biti kar malo psiholog, saj se gospa s 15 dekagrami "za župco" ne sme počutiti prav nič v zadregi v primejavi s tisto, ki nese domov poln nahrbtnik. Takim, ki redno prihajajo po večjih nakupih, ponudim veliko enostavnejšo rešitev: našo vizitko s telefonom in povabilom, da želje sporočijo po telefonu. Izpolnjene želje jih počakajo v vrečki. Delo je hitro in enostavno opravljeno. Zadovoljna sva oba, stranka in jaz. Ni se še zgodilo, da bi stranka na ta način dobila "mačka v žaklju". V tem je past za mesarje. Prodajalci drugega blaga se ob reklamacijah lahko sklicujejo na proizvajalčevo napako. Kos mesa pa sem odrezal sam in ga tudi sam prodal. Pred očitkom nimam kam pobegniti. Pa mi tudi še ni bilo treba. Meni sta v veselje oba moja poklica, in mesarski in prodajalski. In če si pri delu z veseljem in srčnostjo - to pa

stranke hitro ugotovijo in se prav zaradi tega iz naključnih spreminjajo v stalne, je tudi zaslužiti veliko lažje. "

"Da pa mesnica ne bi bila čista? Ali pa da bi bili umazani? Zjutraj, ko pripravljamo meso, se nas že primejo sledovi dela. Toda za pultom, ne, to pri nas ne gre. Meso je preobčutljiva hrana, da bi jo "neapetitnih" prodajali. "

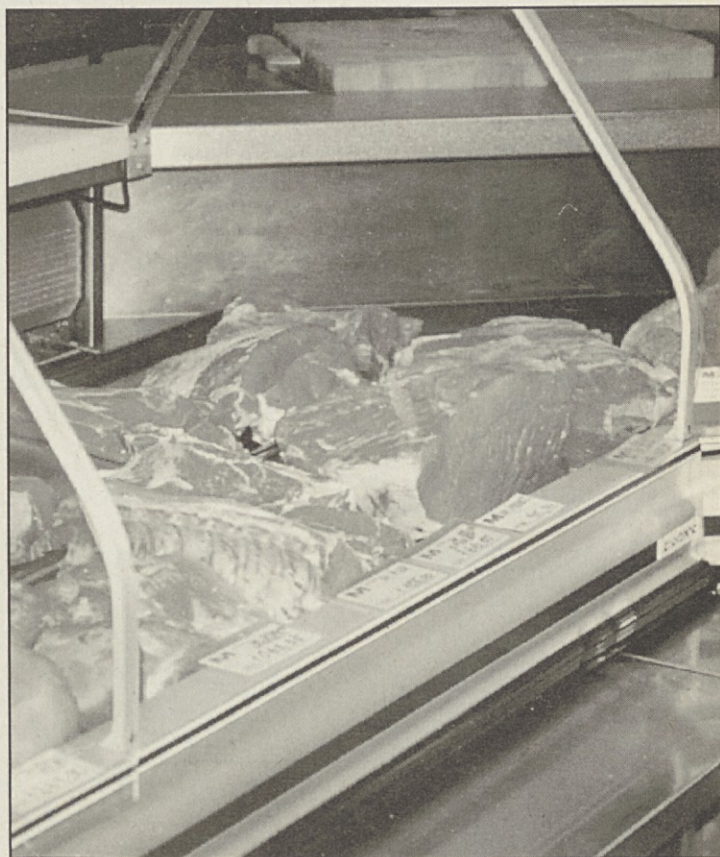
V brezhibno čisti in urejeni mesnici na Celovski 85 v Ljubljani lahko poleg mesa in mesnih izdelkov lahko kupite še vrsto drobnarij, ki sodijo k mesu. Od začimb do dobre kapljice. Če bi vam mojster Milan s tankim ostrim nožem še pršuta narezal..."Škoda, da tega ne morem, ker ni niti pravega prostora, niti pravega časa. Bi pa teknil, in tudi zanesljivo bi se ga več prodalo." Nenadoma je v prodajalni zadišalo po pršutu.

"S takim žarom se prodaja", mi je šinilo skozi možgane.

V.B.



Milan Usenik



Pogled v hladilno vitrino - res meso kakor roža

# NEKAJ MERCATORJEVIH ŠTEVILK IZ PRETEKLEGA LETA

## PRIDELANO, PROIZVEDENO, PREDELANO

jabolka .....	6.580.000 kg
hruške .....	1.058.000 kg
drugo sadje .....	374.000 kg
jagode .....	90.000 kg
hmelj .....	62.000 kg
meso .....	10.210.000 kg
mesni izdelki .....	5.550.000 kg
predelano sadje in zelenjava .....	10.807.000 kg
gorčica in ajvar .....	5.550.000 kg

## SPEČENO

kruh .....	4.267.000 kg
žemlje, rogljiči .....	428.000 kg
torte .....	3.483.000 kosov
krofi .....	1.400.000 kosov
drugo pekovsko pecivo .....	4.540.000 kosov

## PRODANO

kristalni sladkor .....	11.000.000 kg
jedilno olje .....	5.800.000 kg
pšenična moka .....	8.500.000 kg
jedilna sol .....	2.400.000 kg
testenine .....	2.500.000 kg
mleko .....	20.000.000 litrov
kava .....	1.200.000 kg
sveže meso .....	6.000.000 kg
pivo .....	65.000.000 steklenic
mineralna voda .....	18.000.000 litrov
vino .....	9.000.000 litrov

## ODKUPLJENO

mleko .....	74.320.000 litrov
-------------	-------------------

## PRESPALO JE

v Hotelu Ilirija, Ljubljana .....	25.526 gostov
v Hotelu Sremitič, Krško .....	14.815 gostov
v hotelu Tivoli, Ljubljana .....	64.049 gostov

## VZREJENO

pujsov .....	50.700
--------------	--------

# TREBANJCI IMAJO ZA VSAKIM VOGALOM "ŠTACUNO"

Kaže, da je trgovina za Trebanjce najbolj zanimivo podjetništvo, sicer ne bi imeli na vsakih 200 prebivalcev občine svoje - zasebne in "družbene". "Poslovni rezultat leta 1994 je povprečen, nič boljši in nič slabši kot ga dosegajo nam podobna Mercatorjeva trgovinska podjetja," nam je uvodoma dejal direktor Mercator-Gradišča Franc Jevnikar in nadaljeval:

"Za razmere v okolju, kjer se za vsakega kupca poteguje 90 trgovcev, ni slabo. Povprečni letni promet na zaposlenega v živilski trgovini v našem podjetju znaša 1,3 milijone tolarjev, v tehnični pa skoraj 1,7 milijona tolarjev. Gostinski del je znatno slabši od obeh. Seveda so precejšnje razlike med posameznimi prodajalnami, razlika pa izhaja iz lokacije. Akumulativnost je višja v urbanejših naseljih. O oddaji manj donosnih trgovin v franšizing bomo razmišljali šele potem, ko bodo znane tudi neposredne koristi maloprodaje in ne samo koncerna. Bližje nam je razmišljanje o prodaji in vlaganju kupnine v razvoj in prenovu objektov v večjih centrih."

Povprečna neto plača je v Mercator-Gradišču v letu 1994 znašala 51.000 tolarjev, odvisna pa je od ustvarjenega prometa in razlike v ceni, obračanja zaloga ter od lokacije trgovine. Mesečno ugotavljeni rezultati vsake poslovalnice so redni predmet obravnav na poslovodskih sestankih. Ti sestanki pa so namenjeni poslovodskim pobudam, idejam in tudi kritičnim besedam, ki zadevajo izboljšanje poslovanja vsake poslovalnice. Največkrat beseda teče o konkurenčnih cenah in ponudbi, kar je v socialno občutljivih okoljih še posebej pomembno. V kontekstu konkurenčnosti in animacije kupcev, so akcijske prodaje dobro ocenjene, z vidika ustvarjene razlike v ceni, to je z vidika prihodka podjetja, pa imajo tudi manj svetlo plat." Veliko zanimanje kupcev vsakokrat vzbudijo posebne akcije, ki jih zanje organizirajo sami. S temi akcijami se ustvarja in krepi krog zvestih in pomembnih kupcev. Nagrade za zvestobo niso majhne ne po vrednosti nagrad ne po njihovem številu.

"Z naložbami smo v letu 1994 počivali, leto prej smo na novo uredili prodajni center na Mirni, praktično bomo počivali tudi letos. Adaptacijo večjega prodajnega

objekta v Trebnjem smo preložili na leto 1996. V zvezi s tem objektom je zanimivo ravnanje denacionalizacijskega upravičenca gospda Janeza Groseka, ki v nasprotju z večino upravičenec, ne terja lokala, temveč vrednostne papirje odškodninskega sklada."



Franc Jevnikar

**O lastninjenju koncerna in o načrtovanih spremembah, nam je Franc Jevnikar povedal :**

"Prav zaradi zaupanja kupcev v Mercator, so se najbolj zvesti kupci in zaposleni odzvali na njegovo povabilo k lastninjenju. Zaposlenim je bila ponujena možnost lastninjenja lastnega podjetja z delnicami poslovnega sistema blizu in zato je treba v teku dogodkov to vprašanje posebej skrbno obdelati. V odnosih z lastniki ima Mercator možnost in dolžnost pokazati, da je v sosedstvu mož beseda, z urejenostjo trgovin, cenami in kadrom pa, da je res lahko trgovec - Mercator moje dežele. Vse, kar v načrtovanih spremembah prispeva k Mercatorjevi konkurenčnosti, je treba pozdraviti. Vendar pa je treba natančno in preudarno postaviti ločnico med konkurenčnostjo kot posledico koncentracije poslovnih funkcij v krovnem podjetju in podjetniško kreativnostjo. Navsezadnje nam je predvsem slednja omogočila preživetje."

V.B.



# MED PROIZVODNJO IN TRGOVINO



Albin Ješelnik

**Za izhodišče pogovora z direktorjem Mercator-Sevnice Albinom Ješelnikom, smo vzeli njegov odgovor na pismo predsednika poslovodnega odbora, ki je v začetku lanskega leta povabil direktorje vseh podjetij, da opišejo problematiko in načrte podjetja v letu 1994.**

"Zadovoljen sem, ker vse naše ocene in napovedi držijo. Pa naj gre za tiste, ki smo jih postavili v krog državnega vpliva ali pa tiste, ki so odvisne od nas samih in od Mercatorja. Zlasti v tem delu, ki zadeva nas same, smo zadovoljni saj smo v letu 1994 uresničili napovedano gospodarsko rast. Ob tem pa pokrili del izgube iz preteklih let ter na podlagi zadnjih navodil za sestavo zaključnega računa za leto 1994 ublažili pritisk izgube iz naslova otvoritvene bilance, tako da je leto 1994 končano, kakor se reče v računovodskem žargonu, "s pozitivno ničlo." Ustvarili smo 2,5 milijarde tolarjev prihodka. To v primerjavi z letom 1993 pomeni 33 % povečanje, pomembno pa je da so stroški porasli z indeksom 129 in so praktično na ravni leta 1993", je z neprikritim zadovoljstvom dejal direktor Ješelnik.

**V Mercator-Sevnici sta dve poslovni enoti, proizvodnja in trgovina. Pridelava sadja in hmelja sta stebra proizvod-**



Martina Koritnik

nega programa, nadgradnja je hladilnica, ki pa vse bolj kot storitveni objekt za lastne potrebe, postaja temelj razvijajočega se trgovanja s sadjem in zelenjavo.

**Albin Ješelnik in Martina Koritnik, direktorica poslovne enote proizvodnja, sta nam o proizvodnji povedala:**

"V strukturi prihodka Mercator-Sevnice proizvodnja pomeni 10 %. Lani smo na 120 hektarih pridelali 2.700 ton jabolk (toča nam je prvovrstni pridelek zmanjšala za 700 ton, ki je bil uporaben zgolj za industrijsko predelavo) in 62 ton hmelja. Svetovne cene obeh pridelkov so v zadnjih štirih letih padle za 40 % pri hmelju in 50 % pri jabolkih. Naši čisti proizvodni stroški so povsem enaki stroškom pridelovalcev na zahodu. So pa naši pridelki obremenjeni z vrsto dajatev. Tako je bil pridelek leta 1994 obremenjen s skoraj 30 % povečano ceno dela (davki in prispevki za delo sezoncev), nenormalnimi cenami kapitala in najemnino za zemljišča. Za pridelavo jabolk potrebujemo od 120 do 150 sezonskih delavcev, za hmelj pa 80. Najemnina za hektar sadovnjaka, ki jo odvajamo državi znaša 220 DEM (skupna površina sadovnjakov je 180 hektarov), vsi viri sredstev pa so posojila. Vse to obremenjuje ceno pridelka do te mere, da so naše cene na evropskem trgu nekonkurenčne. Razveseljuje nas de-



Jože Imperl

jestvo, da smo kljub veliki konkurenci lani izvozili 710 ton jabolk in to po ceni, ki je ugodnejša od domače. Izvozili smo za 1 milijon DEM sadja. S tem izvozom smo prekoračili tudi načrtovani obseg izvoznih stimulacij Ministrstva za kmetijstvo."

### **Kako pa v letu 1995?**

"Optimizacija (skrčitev) proizvodnih površin s še tršimi zahtevami po ekonomizaciji proizvodnje, iskanje dopolnilnih dejavnosti. V Mercatorju pa mislimo vztrajati na zahtevi, da se podkapitaliziranost proizvodnje izravna na normalno raven. V prvem delu mislimo predvsem na dosledni prenos vseh zemljišč z nasadi vred, ki nas po nepotrebem bremenijo, na republiški zemljiški sklad. V drugem delu pa nameravamo dodobra izkoristiti hladilnico. Ne samo za storitve zunanjim uporabnikom, temveč in predvsem za nas same. Hladilnica se v perspektivi kaže kot pomembna veja prihodka, saj smo ugotovili, da je v Posavju in Zasavju še kar precej prostora za trgovanje s sadjem in zelenjavo."

O trgovskem delu Mercator-Sevnice nam je zanimivosti nizal direktor poslovne enote trgovina **Jože Imperl.**

"Leto 1994 je v trgovskem delu delu podjetja minilo v znamenju velikega varčevanja na račun investicij v preteklih



petih letih. Kljub temu pa smo le nekaj investirali predvsem v računalniško podprt informacijski sistem, ki ga uvajamo na maloprodajnih mestih in v grosistično skladišče. Promet iz naslova trgovine na debelo in drobno se je v letu 1994 povečal za 31 %, realno za 12 %. Predvsem smo zadovoljni s trgovanjem na debelo, ki se je v letu 1994 v primerjavi z letom prej povečalo za 39 %. Povečanje v tem delu prodaje je predvsem odraz naše nekoliko intenzivnejše skrbi za večje odjemalce, letos pa se bomo bolj posvetili maloprodaji. Vendar tudi te v letu 1994 nismo zanemarjali, kar ilus-

trira podatek o 33 % rasti produktivnosti na zaposlenega. Skupno pa znaša rast produktivnosti na zaposlenega v trgovskem delu Mercator-Sevnice 35 %. Seveda je uspešnost posamezne branže različna. Če smo zadovoljni s prometom v trgovini z živili, je slika obrnjena v prometu s tehničnimi izdelki in konfekcijo. Kar 65 % vsega prometa izvira iz trgovanja z živili, 25 % prispeva trgovina s tehničnimi izdelki in pohištvom, 10 % pa tekstil oziroma konfekcija. Količnik obračanja zalog v živilski trgovini je visok in v primerjavi z njim je ta v konfekciji praktično komaj omembe vreden.

Pozna se, da je sevniška občina po plačah v slovenskem merilu na samem repu."

So pa v Sevnici gorki postopkom za denacionalizacijo. Pa ne toliko zato, ker je taka kakršna pač je, temveč zato, kako se izvaja v praksi. Sodni mlinci spremljujejo dejstva, ki zadevajo roke, izdajajo retroaktivne odločbe, tudi take, ki podjetje nepričakovano osiromašijo za zanimiv lokal. O tem, kako se država loteva zemljišč, imajo tudi svoje mnenje. Očitno je, da ji bodo v Sevnici vrnilli vse, kar ne utemeljuje njihove gospodarske računice.



Sevničanka, hiša mode v Mercator-Sevnici



Nad Sevničanko - galerija Mercator, darilo Mercator-Sevnice domači kulturni srenji

# TREBANJSKA ZADRUGA DOBRO GOSPODARILA

"Se ne spleča", je najpogosteje, kar v zvezi s kmetijsko pridelavo od združnikov sliši direktor Mercator-Kmetijske zadruge Trebnje, Drago Kotar. So pa ravno združni denar in druge bonitete, ki jih uživajo združniki in tudi drugi pridelovalci hrane, stalen in redni vir za mariskatere kmetijo v trebanjski občini.

**"Kako je z združnim članstvom, kako je z organizirano proizvodnjo?"**, smo za uvod vprašali direktorja.

"Zadruga šteje 492 članov, med njimi je tudi 45 delavcev zadruge (dobra polovica zaposlenih), ki imajo v lastniški strukturi simboličen delež. Dva predstavnika delavcev sta v 18 članskem upravnem odboru zadruge. Ustanovni združni delež smo lani povečali od 370 na 375 DEM.

S člani zadruge in drugimi proizvajalci sklepamo letne pogodbe predvsem za proizvodnjo mleka. Lani je bilo preko zadruge odkupljenega in prodanega 10,3 milijone litrov mleka. To v primerjavi z letom prej pomeni 13 % povečanje. Proizvodnja mleka je postala zanimiva predvsem zaradi ugodnega razmerja med ceno krme in odkupno ceno mleka. Seveda pa tudi zaradi rednih združnih plačil. Zadruga namreč redno izplačuje prevezeto mleko med 20. in 30. v tekočem mesecu za pretekli mesec pri tem pa poravnava tudi vse, kar bi bila sicer dolžnost države (premije in druge oblike stimuliranja proizvodnje). Zalaga torej sredstva iz drugih virov, saj ji država trenutno še za december 1994 dolguje 14 milijonov tolarjev. Za plačilo zadruge mesečno potrebuje od 38 do 39 milijonov

tolarjev gotovine in približno 40 % za potrebne sredstev se tako iz trgovine prelije v primarno proizvodnjo. Skrbimo torej tudi za redne "plače" kmetov".

**Ste v letu 1994 dobro gospodarili?**

"Mislim, da smo. Ustvarili smo dobiček. Prav sedaj potekajo informacijski zbori združnikov po vseh devetih združnih enotah. Povsod razlagamo poslovne rezultate, ki jih bomo predložili v potrditev združnemu upravnemu odboru. Ustvarili smo 1,6 milijarde tolarjev prometa, od tega 46 % v odkupu in kooperaciji, 54 % v trgovini. V trgovskem delu se kar 2/3 prihodka ustvari s prodajo kmetijskega repromateriala in gradbenega materiala. Nabave tega tečejo preko Poslovnega sistema Mercator in Kmetijske združne družbe. Tako koncentrirane nabave pomenijo relativno konkurenčno prednost, čeprav v konkurenci bolj stavimo na drugo pomembno prednost: na lokacije naših trgovin."

"Ponavljanje razlag od zbora do zbora je naporno delo. Ne izsuši samo grla, temveč človeku pogosto zmanjka besed in idej za preprosto in enostavno razlago ekonomskih dejstev. Predvsem pa je utrudljivo poslušati, česa vse se ne spleča. V tem so nekateri postali pravi mojstri. Nič se ne spleča, pa kar dobro živijo."

**Kakšne so prednosti združnega člana?**

"Predvsem je član udeležen v delitvi združnega dobička, ima prednostni položaj v vseh zadevah, ki se tičejo prevzema oziroma odkupa pridelkov, medtem ko posebne prednosti pri plačilih



Drago Kotar

nima. Glede plačil so združniki in drugi pridelovalci izenačeni. Ima pa član naše zadruge še eno prednost: s člansko kartico lahko v naših trgovinah kupuje z zamikom plačila zneskov do 1000 DEM. Glede na to, da izplačila tečejo preko združne hranilne službe, se tu opravi tudi poračun dolgovanih zneskov."

V trebanjski občini je pred leti potekal program Mednarodne organizacije za prehrano in kmetijstvo, ki naj bi razvil dopolnilne dejavnosti na kmetijah. Pa je vse ostalo na pol poti ali pa še to ne., Tako, kot je po mnenju direktorja Kotarja, na pol poti združništvo. Zadruga mora biti po eni strani podjetje, po drugi strani pa skrbnica interesov združnikov. Kot škodljivo Kotar ocenjuje razdrobitev strokovno pospeševalnega dela, ki je iz dobrih pospeševalcev pridelave naredila boljše ali slabše državne uradnike. Pa je to že druga zgodba. "Prav pa je, da smo se zadruge, pred leti še "prave članice" Mercatorja odločile za pogodbeno članstvo v koncernu. Za Mercator je tudi naša maloprodajna mreža zanimiva in smo vsaj v tem delu v nekoliko boljšem položaju," je menil Kotar, ki se mu je utrujenost od tekanja od ene združne enote k drugi, že kar poznala. V.B.

## HOTEL VALENTIN

Hotel Valentin v Kočevju ima značilnosti manjšega poslovnega hotela. Toda pravega zaledja za tovrstno hotelirstvo v Kočevju ni. Zato si utira pot tudi v povsem turistične vode in želi s ponudbo "gibanje v zelenem" spodbuditi zanimanje ljubiteljev lova, foto lova, ribolova, pohodništva, ježe, raftinga, kolesarjenja...Obenem pa ob de-

javnosti v zelenem, nuditi vse udobje in gostoljubnost majhnega hotela. Vse dejavnosti, ki si jih Valentinov gost zaželi, organizira vodstvo hotela v sodelovanju s krajevnimi športnimi in drugimi društvi ter vodniškimi službami. Hotel ima v dveh apartmajih in 18 dvo ali triposteljnih sobah na voljo 55 ležišč. V restavraciji je prostora za 150 gos-

tov, kavarni za 60 in v lovski sobi še za 30. Konferenčna dvorana je primerna za največ 50 ljudi.

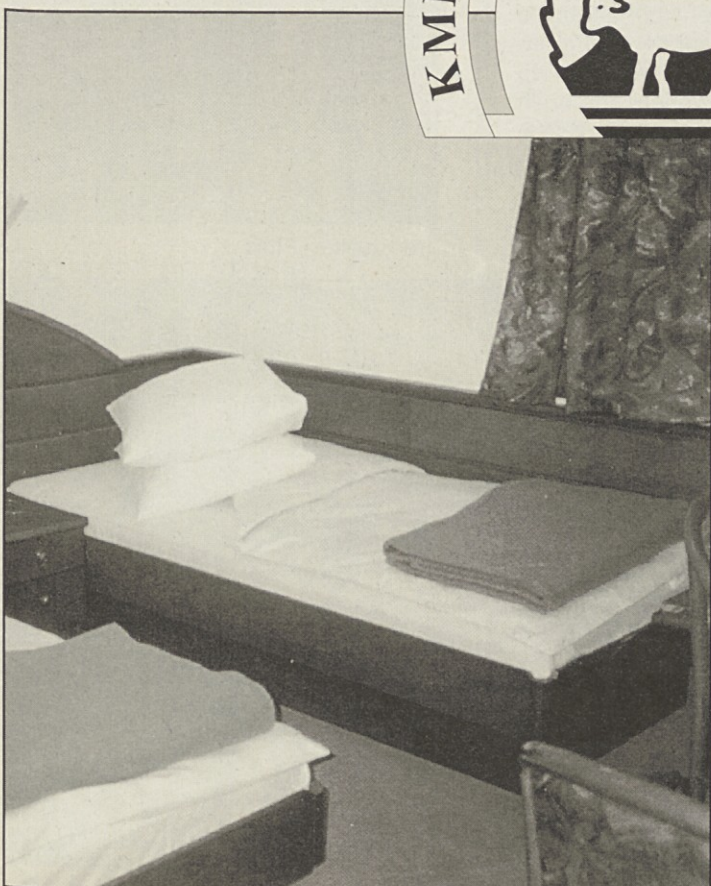
Če želite v zeleno in mir, podajte se na Kočevsko. Bližnja dolina Kolpe pod Kostelskim gradom ... predeli, kjer je še ohranjen pragozd...na konjskem hrbtu ali na biciklu po osamljenih zelenih poteh...kraške jame in vrtače, globeli...



Hotel Valentin v Kočevju



Hotelska jedilnica



Pa prijeten počitek po napornem dnevu



Hotelska konferenčna dvorana

Sejem Alpe Adria in

# AVTOBUS ZVESTOBE

Na sejem Alpe Adria je ptujski "avtobus zvestobe" na žrebanje Kluba Mercator pripeljal 34 Ptujčanov - imetnikov kartice Mercator in najbolj zvestih Mipovih kupcev. Pa niso prišli sami. Z njimi sta bili dve zali dekleti in pravi kurent. Vsi skupaj so obiskovalcem sejma predstavili Ptuj, njegovo preteklost, sedanost in prihodnost.

Med žrebanjem nagrad, ki jih je Klub Mercator namenil svojim kartičarjem so predstavniki Ptuja prijetno popestrili dogajanje in vzbudili še posebno zanimanje za dogajanje na Mercatorjevem razstavnem prostoru.



Branko Novak

Med zvestimi Mipovimi kupci, smo poiskali sogovornika gospoda **Branka Novaka**, ki nam je o Mercatorjevi kartici povedal naslednje:

"Mercatorjeva kartica za potrošnika pomeni veliko ugodnost. Imam jo že od samega začetka in jo uporabljamo vsi družinski člani za vse nakupe predvsem v Mipovi blagovnici na Ptuj. Čeprav imam več vrst plastičnega denarja, največ uporabljamo in tudi zapravimo prav s Kartico Mercator. Že to je dokaz, da ima ta kartica prednosti pred drugimi."

**O Mercatorjevem povabilu na sejem in o Mipu pa se je gospod Novak kar laskavo izrazil.**

"Menim, da je Mercatorjeva poteza, da na sejem povabi zveste kupce, izredno simpatična. Sprejel sem jo s presenečenjem in menim, da tudi drugi udeleženci današnjega izleta v Ljubljano. Mercator bi si lahko tovrstne prijazne stike s kupci privoščil pogosteje. S takimi in podobnimi potezami si bo brez velike reklame pridobil novo članstvo v svojem Klubu, pa tudi krog zvestih kupcev se bo širil in utrjeval. O Mipu lahko resnično govorim kot o dobrem sosedu. Največ nakupov opravimo v blagovnici, ki je dobro založena, cene izdelkov so konkurenčne, v dveh letih pa je s postopnim preurejanjem postala tudi urejena in lepa trgovina. Prav tako sem zadovoljen s kakovostjo storitev. Na Ptujju je veliko zasebnih trgovin, vendar še lep čas ne bodo presegle Mipove. Svetoval pa bi Mipovim trgovcem: včasih naj na želje in pobude kupcev reagirajo še hitreje, naj kupcu o novostih v ponudbi in o ugodnostih ponudijo še več informacij. Poleg tega pa bi bilo prav, da bi se kupcem občasno z informacijami o sebi predstavil sistem kot celota. Prodajnih mest je v Mercatorju veliko in do sedaj še nikjer nisem opazil, da bi jih Mercator uporabil tudi kot mesta za celovito predstavitev svoje dejavnosti in obsega. Tudi te informacije utegnejo spodbuditi zanimanje zanj."

V.B.



Ptujčani so s seboj pripeljali kurenta



Predstavitve Ptuja



Udeleženci so se z avtobusom zvestobe ustavili na kosilu v Mercatorjevem poslovnem centru

# GOSTJE TUDI IZ LOŠKE KOVINOPLASTIKE



Tudi predstavniki Kovinoplastike so bili dobrodošli gostje Kluba Mercator

Klub Mercator je ugodnosti, ki jih zaposlenim v Mercatorju daje kartica Mercator, ponudil tudi podjetjem izven svojega sestava. Marsikje so po začetnih in spodbudnih dogovorih od načrta odstopili. Drugače pa je bilo **v loški Kovinoplastiki**. Pred dobrima dvema mesecema ponujeno sodelovanje je že oplemenitenjeno. V tovarni je med 1100 zaposlenimi že 150 imetnikov kartice.

Predstavniki podjetja so bili gostje Kluba Mercator na sejmu Alpe Adria.

Več o tem, kako so zaposlene obvestili o Mercatorjevi kartici, nam je povedala vodja plačilnega prometa v Kovinoplastiki **gospa Marija Raušl**.

"Gradiva o kartici Mercator in potrebne informacije o tem, kako se s kartico posluje in kako bo potekal obračun pri nas, smo sodelavcem posredovali v naši bla-

gajni. Kaže, da se bo kartica prišla tudi pri nas. Iz več razlogov: plačilni pogoji so ugodni, v kraju je vsa trgovina praktično Mercatorjeva. Do sedaj še nismo imeli nobene reklamacije, kar pomeni, da je sama organizacija služb, ki jo vodijo njeno poslovanje, dobra. Z več reklame in večjim poudarjanjem prednosti, bi bilo tudi zanimanje za Mercatorjevo kartico večje. Seveda pa je treba ob tem poudariti še drugo plat, ki pa jo poudarjam kot domačinka: Mercator naj na našem koncu kaj več stori za potrošnike. Naj dopolni ponudbo, naj bo agresiven v predstavljanju novosti, naj kaj stori, da bo dogajanje v njegovih trgovinah in okoli njih popestrilo življenje kraja. Ne spominim se, da bi bile pri nas kdaj degustacije izdelkov...če bi v našem kraju lahko kupili tudi malo boljše tekstilne izdelke, pa še vrsto drugih in ne zgolj najnujnejšega, bi bilo prav dobro. Skopa in manj privlačna izbira še nikoli ni sprovcirala nenačrtovanega nakupa. Navsezadnje smo tudi na podeželju dobro razgledani in izbirčni kupci."

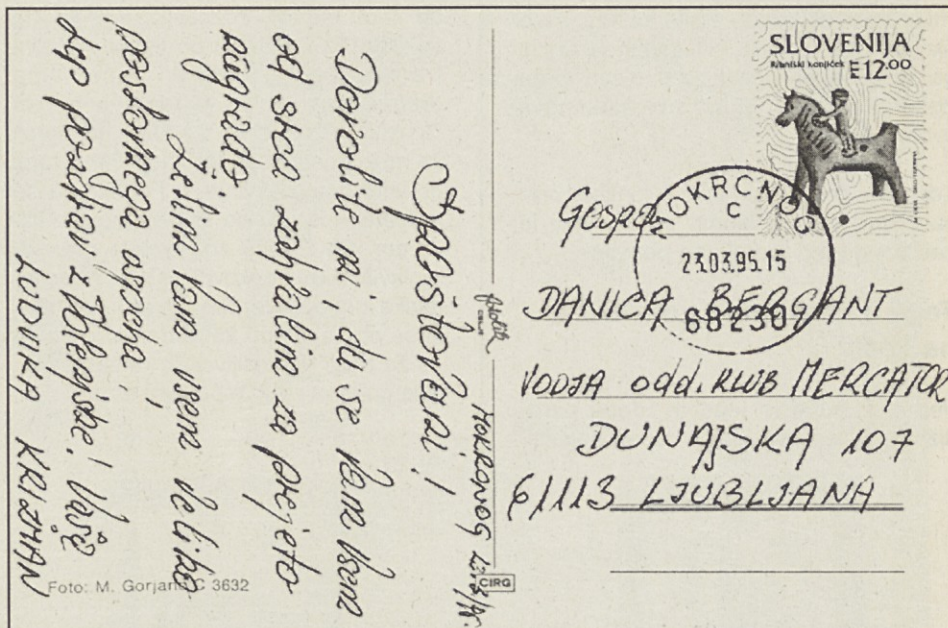
Naj povemo še to: žreb je med imetniki kartice izbral tudi **sodelavko Kovinoplastike gospo Anico Kovač**, ki bo s svojim gostom, vikend lahko preživela v Radencih.

## NAJHITRE DO ŠE VEČ NAJBOLJŠEGA

so z Mercatorjevo kartico prav gotovo prišli vsi tisti imetniki Mercatorjeve kartice, ki imajo poleg kartice še srečo. Žreb je desetim imetnikom namenil 10 zvrhanih košar dobrot, ki jih izdelujejo Mercatorjeva podjetja. Z biciklom se bo vozil **Mark Menaše** iz Ljubljane, s 50 litri metliškega vinca bo postregel Vincencij Zupančič prav tako iz Ljubljane. **Anica Kovač** iz Prezida bo za vikend odpotovala v Radence. V rubriko "nenadejan priliv" bodo vpisali: **Martina Božič** 50.000, **Ludvika Križman** 100.000 in **Marko Vrhovšek** 150.000 tolarjev.

Posebna nagrada Kluba Mercator pa je šla k **Nuški Poljanšek** v Idrijo. Ta bo v letu 1995 z Mercatorjevo kartico brez plačila lahko letos zapravila ravno toliko kot lani. Koliko pa je lani zapravila, je že osebni podatek, ki ga v klubu skrbno varujejo.

V.B.



Pozornost za pozornost oziroma srečo

# ZELENA STRAN

V aprilu vrtniček kliče: prekopati in pripraviti zemljo za setev.

Sadimo zgodnji in pozni krompir (v začetku ali na koncu aprila).

Mlado povrtnino presajamo na gredice. Pri tem v luknjo, pripravljeno za rastlinico, vlijemo nekaj razredčene gnojnice. Pri solati, zeleni in kolerabici pazimo, da je nivo zemlje po presajanju enak nivoju v zabojčku pred presaditvijo.

Rabarbari dodajmo zrel kompost.

Zadnji čas je za obrezovanje sadnega drevja. To opravilo je sedaj nekoliko lažje, ker so cvetni nastavki dobro vidni.

Skoraj vse okrasne rastline lahko konec meseca že sejemo na prosto, na stalno mesto. Sadike, ki so v pokriti gredi, morada še zadnjič prepikiramo, če so posajene zelo na gosto.

Prebujajo se kakteje. To spoznamo po sveži barvi novih bodic. Take kakateje zalijemo z mlačno postano vodo. Temperatura v prostoru s kaktejami ne sme pasti pod 10 stopinj.

Vračajo se ptice selivke. Pripravimo in namestimo jim valilnice. Za to so primerne rogovile na drevju in v grmovju. Ptice nam bodo pomagale zatirati vrtno škodljivce: pršice, strune, kaparje, v aprilu pa še posebej redkvične bolhače in na zgodnjih vrstah jablan tudi jablanove cvetožerje.

Zdravilna zelišča že lahko iz lončkov presadimo v gredo. Vendar jih čez noč le zaščitimo pred morebitno pozebo.

## Tega o paradižniku gotovo še ne veste

Vedno kupujte in jejte le rdeče paradižnike. Zeleni vsebujejo strupeni solanin.



Paradižnike shranjujte ločeno od druge zelenjave in sadja, ker paradižnik izloča vonjave, ki povzročajo hitrejše staranje

K svežemu paradižniku se kot začimbe najbolje podajo drobnjak, peteršilj, koper in bazilika. H kuhanemu pa origano, žajbelj in peteršilj.

Iz Sicilije in Kanarskih otokov uvoženih paradižnikov se običajno drži še zelena vejica. Njen vonj odganja komarje.

## Papir iz povrtnin

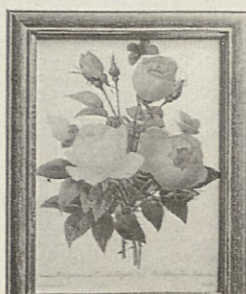
12 milijonov ton odpadkov, predvsem zavrženih poljskih pridelkov, ki jih pride-lajo italijanski poljedelci, bo kmalu uporabljenih za izdelavo papirja. V Rimu so že zgradili napravo, ki ga bo izdelovala iz celuloze teh odpadkov. Papir bo kakovosten in uporabnejši od recikliranega.

## Mesojedo spužvo

so odkrili v podvodni jami Sredozemskega morja v globini 18 metrov. Nena-vadno bitje je bralcem predstavila revija Nature. Spužva ima dolge nitke, ki se končujejo s trnki, s katerimi lovi rakce. Odkritje je raziskovalce presenetilo, saj so prvič našli mesojedo spužvo v tako plitvem morju.

## Rumena nevarnost med tartufi

Na francoskem tržišču so se pojavile rumene kitajske gobe, sorodnice slovith frabncoskih tartufov, ki se jih išče oziroma nabira s pomočjo posebej treniranih psov. Za lanski Božič so jih pripeljali iz Sečuana, kjer uspevajo na višini 2000 do 3000 metrov. Poznavalci pravijo, da so "kitajski tartufi" le po vonju podobni francoskim, toda popolnoma drugačnega okusa in rumene barve. Uvozniki teh gob so se kaj hitro ogreli za novo posebnost. Na Kitajskem s temi gobami hranijo svinje, v Franciji pa se prodajajo od 500 do 700 frankov za kilogram. Ob Božiču so dosegle celo vr-toglavih 1500 frankov. Težko pa bodo kitajske gobe ujele ceno pravih tartufov, ki se prodajajo po 2500 frankov. Pa so se že našli "iznajdljivci" in rumene kitajske gobe mešajo s pravimi tartufi.



## Smrtonosni vlak

bi lahko imenovali nenavadni vlak, ki se po nemških železniških tirih pomika s hitrostjo 40 km na uro. Vsako leto najmanj enkrat prevozi vse železniške tire in škropi smrtonosni strup Diuron. Tega strupa ne preživi nobena zel, ki raste v bližini tirnic. Tako nemške železnice odstranjujejo nevarnosti, ki jih lahko povzročijo obraščene in zapleveljene tirnice. Železničarji trdijo, da gre za učinkovit ukrep, ekologi pa so povsem drugačnega mnenja. Diuron je herbicid, ki zastruplja pitno vodo. Odkrili so ga v več kot sto vodnjakih, v dvajsetih primerih pa so bile mejne količine strupa presežene. Zato nemškim železničarjem predlagajo, naj se zgledujejo po Švicarjih, ki plevel in druge rastlinske nevarnosti ob železniških progah, odstranjujejo ročno. Da je to predrago, pravi uprava nemških železnic in razmišlja o uvedbi drugih prav tako učinkovitih sredstvih. Podoben učinek se da doseči tudi s sežiganjem z uporabo infrardečih postopkov, pa tudi z vodno paro. Poskusi šele tečejo.

## Zeleni recept

Marsikje je še dobra stara navada, da je za nedeljsko kosilo na mizi nekaj posebnega. Še bolj pogosta pa še starejša, ko nedelja ni prava nedelja, če na mizi ni goveje juhe, praženega krompirja, pečenke, kuhane govedine, piščanca in solate.

To pot vas vabim za mizo s posebej zapeljivo pečenko. Na prvi pogled malo nenavadno, vendar pa si boste njen okus zapomnili.

**Svinjska pečenka na zapeljiv način**  
Potrebujemo: 1 kg svinjskega stegna v kosu, 1 dcl medu, 2 jedilni žlici gorčice, 1 čajno žličko kerija (curry), sol, olje.

Meso posolimo in povežemo z vrstico kot šunko. V primerni posodici penasto umešamo med, gorčico, kerij in malo olja. Z nastalo kremo meso z vseh strani dobro namažemo. Posodo za pečenje namažemo z maslom, vanjo položimo meso in ga pečemo v dobro ogreti pečici. Med peko pečenko obračamo in polivamo z njenim sokom.



## Mercator-Golovec, še ena posodobljena trgovina v Ljubljani



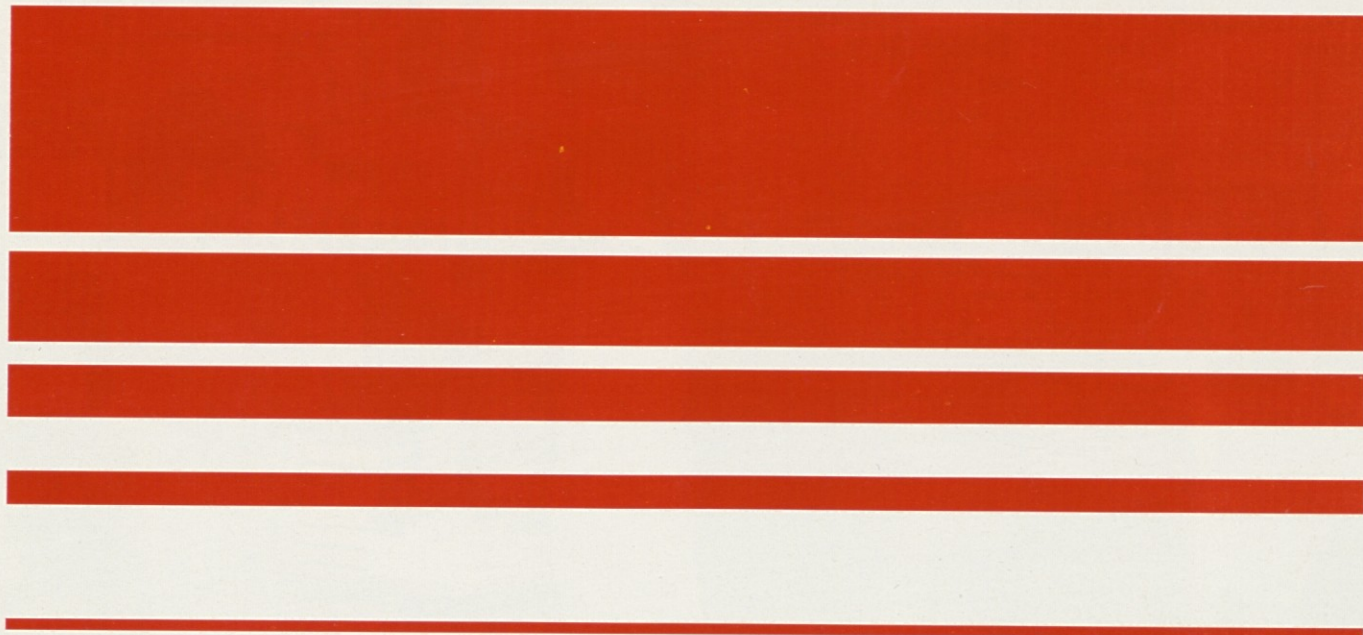
Neugledna klasična trgovina nekdanj - prijazna nova samopostrežba sedaj



Sladki otok



Značilnost trgovine v ulici Jana Husa - prodajalci in kupci se imajo radi.



**GALERIJA MERCATOR V SEVNICI**