

Ne kratimo pravice do obveščenosti

Časopis Mercator je namenjen vsem delavcem in kmetom sozda. Že pred leti smo spoznali, da pošiljanje določenega števila izvodov časopisa na sedeže članic sozda in njihovih poslovnih enot ni dobro, ker je večina izvodov ostala v vratarnicah ali pa obležala kje drugje...

Odločili smo se, da bomo časopis delavcem in kmetom pošiljali na domače naslove, stroške za časopis pa smo vračunali v prispevno stopnjo za delo in razvoj delovne skupnosti sozda.

Po skoraj štirih letih, odkar delamo tako, pa so med članicami sozda še vedno organizacije, ki ne dovolijo, da bi njihovi delavci in kmetje prejeli časopis na domač naslov. Vse navajajo vrsto razlogov kot n.pr.: imamo svoje glasilo, zato nam sozdo časopis ni potreben; to nas preveč stane; zaradi križanke časo-

pisa ne bomo naročali; časopis ni aktualen za naše prilike, itd.

V vseh teh razlogih pa verjetno tiči nekaj drugega in jedro tvori miselnost o nepotrebnosti obveščanja v sozdu, saj manj, ko delavci in kmetje o njem vedo, lažje je zagovarjati svojo samozadostnost, povzdigovati pravilnost svojih stališč in biti najpametnejši. Za varnimi plankami nevednosti lahko raste najuglednejši plevel.

Med naloge, ki jih ima sozdov časopis, smo zapisali tudi: vzgoja pripadnost sistemu. Kako jo

vzgajati pri tistih, ki ga nimajo možnosti poznati?

Uredniški odbor časopisa Mercator je na svoji pretekli seji (13.11.) razmišljal tudi o poslanstvu časopisa, njegovi odmevnosti med tistimi, ki jim je namenjen, o medsebojnih informacijskih tokovih v sozdu in še o marsičem, kar naj bi prispevalo k kakovosti časopisa.

Drugačna podoba časopisa je povezana z drugačnim odnosom do obveščanja. Obveščati je profesionalna dolžnost, biti obveščen je imperativ za napredek. Velja za obe strani: za vir in za uporabnika informacij. Zgolj ljubiteljsko sodelovanje pri oblikovanju vsebine časopisa je premalo za višjo kakovost, vendar dovolj za utemeljevanje, da časopisa ne potrebujemo.

Glasilo je namenjeno na naslov:



Glasilo delavcev in združenih kmetov sozd
Mercator — Kmetijstvo Industrija Trgovina

Leto XXIV

Ljubljana, november 1987

št.: 11

Poslovodni svet SOZD — 27.10.87

Andrej Dvoršak

Kaj bo s Klubom Mercator!

Na zadnjem poslovodnem svetu sozda, ki je bil 27. oktobra v Ljubljani, je večina pričakovala temeljito razpravo o izhodiščih za planiranje posameznih ekonomskih kategorij za leto 1988 ter o izhodiščih za oblikovanje instrumentarija za uresničevanje zadev skupnega pomena v sozdu za prihodnje leto, skratka o planu, ki bo v precejšnji meri krojil usodo celotnega sistema in v njem zaposlenih. Pa se je izkazalo, da ga šele pripravljamo in težišče razprav se je preneslo na analizo združevanja sredstev za investicije ter akcijo Klub Mercator.

Draga Vaupotič, v.d. direktorica Interne banke, je uvodoma podala analizo o združevanju sredstev za investicije. Podlaga za analize je bilo 20 ozd in sklepi v bilateralnih pogodbah o sovlaganjih med leti 1985/87.

Ta analiza je bila narejena z namenom, da ugotovimo kako deluje sistem združevanja sredstev v sozdu. Predvsem je pokazala že znano dejstvo, da naš sistem združevanja sredstev v bistvu predstavlja le časovne premostitve, tako da lahko posamezni investitorji speljejo naložbo brez zastojev v krajšem času. Brez pomoči in združevanja sredstev bi potrebovali za isto naložbo, če bi jo financirali le z

lastnimi sredstvi, 3 do 4 krat več časa, kar bi jo tudi podražilo.

Druga ugotovitev je ovrgla večkrat izraženo mnenje, češ da je združevanje sredstev obremenitev za posamezno organizacijo. V analizi je ugotovljeno, da je v okviru sozda izredno majhno število ozd (pod deset), za katere združevanje predstavlja resnično obremenitev, vendar pa v teh primerih njihove težave individualno rešuje M-IB in jim pri tem pomaga kolikor se pač da. Zelo opazna je bila tudi ugotovitev, da tisti, ki združuje, ni prizadet na dohodku, kakor bi želeli prikazati posamezniki predvsem iz vrst finančnih delavcev ozd. Kar v 99 odstotkih teh trditev se

skriva v ozadju subjektivni faktor — kaprica računovodje ali vodilnih delavcev, ki imajo občutek, da morajo »sedeti« na denarju.

Miran Goslar, predsednik PO SOZD, je v kasnejši razpravi poudaril, da moramo vztrajati pri disciplini vseh članic, zato bo sprejet tudi ustrezen instrumentarij, s katerim bomo zagotovili dosledno izvajanje plana.

Značilna je tudi struktura članic, ki ne poravnava svojih obveznosti. Kar poimensko so bile našteje organizacije od M-KZ Ljubljana do M-Sloge. Večinoma gre za kmetijske zadruge, nekaj je trgovin in proizvodnih organizacij ter celo servis — Cibes iz Mercator-Tehne. Del odgovornosti za neporavnavanje obveznosti je tudi na direktorjih, ki ne znajo ali ne morejo zlomiti primitivizmov v posameznih finančnih krogih, ki se upirajo skupni disciplini. Zaradi te nediscipline pa sedaj izgublamo čas za nepotrebne razprave, istočasno pa se kvarijo odnosi znotraj sistema.

Zanimiv je bil podatek, da so nekateri, ki niso združevali sredstev, izgubili na dohodku, na račun obresti, ki bi jih sicer ob združevanju dobili.

Ob koncu je bil sprejet sklep, da se objavi analiza in seznam vseh ozd ter stanje združevanja do 31. oktobra. M-IB pa je bila zadolžena, da tistim članicam, ki imajo resnične težave, priskoči na pomoč in jim omogoči, da bodo poravnale svoje obveznosti.

Razprava o planu za prihodnje leto je na tokratnem poslovodnem svetu izzvenela nekako v prazno, saj nihče od razpravljavcev še ni imel v rokah kakšnih trdnih načrtov, pa tudi planiranje samo, je ob tako spremenljivih pogojih gospodarjenja večkrat le zbir želja ali hotenj, kot pa resničen odraz možnosti. Več razprav o planu za prihodnje leto zato pričakujemo na prihodnji seji, saj je bil sprejet sklep, da se mora takoj pripraviti osnutek plana (s katerim letos že zamujamo o.p.), njegovo sprejemanje pa mora biti usklajeno z že postavljenimi roki.

Ali smo združba figarjev ali ne, akcija Klub Mercator doslej še ni pokazala, saj še ni dosegla pravega vrhunca. Podpredsednica PO SOZD, Rika Germ Metlika, je navzočim povedala, da je 14.9. kar 42 članic prodajalo kupone Mercator na 74 prodajnih mestih.

Podala je tudi ugotovitve ankete, ki je bila napravljena med našimi prodajalci, in ki je v posameznih regijah dala zaskrbljujoče rezultate. Sami podatki (Germova je nizala natančne številke) danes niso več aktualni, saj se položaj spreminja iz dneva v dan. Bolj ali manj pa drži podatek, da je okoli 80 odstotkov kuponov vnovčenih za gotovino in le 20 odstotkov za nakupe. To kaže, da so ljudje našo akcijo sprejeli kot možno obliko varčevanja, da pa jih nismo znali motivirati in pritegniti, da bi s kuponi kupovali v trgovinah.

Vsekakor je trend prodaje kuponov pozitiven in v zadnjem tednu oktobra jih je bilo prodanih več kot prej ves mesec. Ni pa vzpodbudno stanje po posameznih regijah. Zelo dobro so se odrezali v Idriji, Ormožu in Kočevju, medtem ko je ljubljanska regija glede na potencial kupcev čisto na dnu. Isto velja tudi za Gorenjsko in večji del Štajerske. Niti enega kupona do zasedanja poslovodnega sveta niso prodali v Trgoavtu, medtem ko so kmetijske zadruge sploh poglavje zase.

Vsi, ki so zadolženi za izpeljavo akcije, bodo morali ponovno na teren, več zavzetosti pa bodo morali pokazati poslovodje in

Nadaljevanje na 2. strani

Zaradi aktualnosti dnevnega reda so se seje udeležili tudi mnogi direktorji temeljnih organizacij.



Domovina je ena, nam vsem dodeljena....

....in vihrale so škrlatne zastave... in zvezde škrlatne gorele....

Takole je svoje dni slavil tvoje rojstvo, domovina, pesnik.

Pesnik — partizan, (ne)komunist, kmet, intelektualc, proletarec.

Slavil v čast in dobro ime narodov, ki so te potrebovali, ki si jim bila zdravje in luč.

Zanos je ugasnil. Zvezde so daleč. Luč je brljivka.

Junaštvo je spoštljiv spomin, prihodnost boleč. Različnost v enakem je potlačena, enakost v bedi povzdignjena.

Oblast razuma je razum oblasti.

Ljudstvo je čreda, pastirji so električni.

Moč je v resnici, nemoč je resnica.

Naprej v preteklost je prihodnost.

V Ljubljani, ob 29. listopadu po štiriinštiridesetih letih

Vesna Bleiweis — (Jerica Hudorovac)

TOZD Contal-Steklo je pomemben izvoznik

Andrej Dvoršak

Velik uspeh majhnega kolektiva

TOZD Contal-Steklo iz sestava Mercator-Mednarodne trgovine, je pred kratkim podpisal dve pomembni izvozni pogodbi z italijanskimi partnerji. Prva pogodba zagotavlja Tvornici stakla Straža izvoz 100 milijonov steklenic za Schweppes, oranžado S. Beneto in 7 UP. Kupec je italijanska firma Acqua Minerale S. Beneto iz Scorze. Kupec lahko po tej pogodbi naročilo poveča še za dodatnih 10 odstotkov oziroma za okroglih 10 milijonov steklenic. Vrednost posla je 4,82 milijarde lir oziroma 3,715.000 dolarjev.

Kako velik je ta posel pove tudi podatek, da je za prevoz 100 milijonov steklenic potrebnih 645 kamionov — vlačilcev oziroma, da morata iz Straže pri Rogaški Slatini vsak dan skozi vse leto odpeljati dva kamiona polna steklenic. Straža je največja tovarna embalažnega stekla v državi. Proizvaja ga na 17 avtomatiziranih linijah. Dve liniji bosta prihodnje leto delali neprekinjeno 24 ur dnevno tudi ob praznikih, samo za firmo Benedeto, kar dodatno pojasnjuje velikost naročila.

Do posla ni bilo lahko priti. Nande Bizjak v.d. direktorja zunanje trgovine je povedal, da so zahteve tujega partnerja zelo ostre. Na 10.000 steklenic se lahko v procesu polnjenja poškudujejo le 3, zato mora biti vsaka steklenica brezhibno narejena in tudi na kontrolnih linijah v Straži mora prestatati prav vse preizkuse.

Delavci tovarne se zavedajo, da bodo na tuje prodali le s kakovostjo. Doslej reklamacij za njihove izdelke praktično ni bilo. To jim je tudi utrla pot do pogodbe, ki jo je za njih sklenila M-Mednarodna trgovina, ki je letos istemu tujemu partnerju posredovala za 2,3 milijona dolarjev steklenic.

Drug velik posel je bil sklenjen z italijanskim podjetjem S.I.R.I. iz Empolija, za katerega bodo v Rogaški Slatini naslednjih šest let izdelovali steklene palice. To pomeni, da se en stroj v naši steklarni 6 let ne bo ustavil in bo ves čas delal isti izdelek.

Izvoz steklenih palic iz Rogaške Slatine je stekel že letos. Izvozili so jih za 1,3 milijona dolarjev. Za prihodnje leto je načrtovana vrednost izvoza znatno večja. Pri vsem tem ni zanemarljiv podatek, da tozd Contal-Steklo, bolje rečeno 13 ljudi, ki jih vodi Nande Bizjak ustvari za 17,5 milijonov dolarjev izvoza oziroma skoraj polovico vsega jugoslovanskega izvoza steklovine in keramike.

»Smo le ena izmed številnih jugoslovanskih organizacij za izvoz

stekla. Da smo uspešnejši kot drugi, je razumljivo, kajti poleg izvoza ima naša organizacija tudi zelo močno notranjo trgovino in zato izdelovalci raje poslujejo z nami. Tudi na domačem tržišču

sodi naš tozd med večje grosistične organizacije,« pojasnjuje Nande Bizjak.

Sam sektor izvoza — Steklo je razdeljen na štiri ekipe, od katerih je vsaka specializirana za določeno jezikovno in geografsko področje. Štiričlanska ekipa, ki obdeluje romansko področje bo letos ustvarila za 6,5 milijona dolarjev izvoza, prav toliko ga bo ustvarila tudi petčlanska ekipa, ki sklepa posle v ZDA in Kanadi, medtem pa bodo štirje delavci, ki pokrivajo germanski del Evrope,

ustvarili 4,5 milijona dolarjev izvoza.

Bizjak pravi, da je poleg specializacije pomembno tudi stalnost in uigranost vseh delavcev, istočasno pa se mora celoten tim pomlajevati z mlajšimi strokovnjaki, ki vanj prinašajo nove ideje.

V Bizjakovem sektorju delajo ljudje različnih poklicev, od gimnazijskega maturanta do diplomiranega ekonomista. Vsem je skupno to, da pri delu ne gledajo na uro, da jih delo veseli ter da

vsak brezhibno obvlada najmanj dva tuja jezika. Ko sem ob koncu pogovora vprašal kakšen je njihov cilj, je bil odgovor: »Še večji izvoz!« Računajo, da bodo še letos podpisali pogodbe za izvoz dodatnih 20 milijonov steklenic z različnimi italijanskimi kupci, za ostale posle pa nisem zvedel. Dokler ne držijo v roki pogodbe, o njej ne govorijo.

Kaj bo s klubom Mercator!

Nadaljevanje s 1. strani

vodstveni delavci, ki ponekod svojih nalog še niso opravili.

Splošna ugotovitev je bila, da so ljudje premalo seznanjeni z našo akcijo, kar velja tudi za poslovdje. To se predvsem odraža v tako imenovani sekundarni propagandi — v osebnem stiku med trgovcem in kupcem. Prav tako bi bilo potrebno več propagandnih akcij v lokalnih okvirih, istočasno pa morajo vodstva vseh članic prepričati lastne delavce o koristih, ki jih ima njihov kolektiv s prodajo kuponov. Delavci so morajo akcijo Klub Mercator sprejeti za svojo in za koristno, kar tudi v resnici je.

V razpravi je bilo slišati več nasprotujočih si mnenj o sami akciji, med katerimi pa ni bilo nobeno odklonilno. Predsednik PO sozd je menil, da je poročilo tovarišice Germove preveč optimistično. Po njegovem mnenju je akcija zamrla v kapilarah sozda — v naših trgovinah širom Slovenije. Le redke so pozitivne izjeme, med katerimi je najsvetlejša M-Zarja iz Ormoža, ki je uvedla še dodatne obresti. Tam so akcijo doumeli in vodil jih je ekonomski interes.

Sam odmev na akcijo je v javnosti, od politike do potrošnikov, zelo pozitiven, sami pa smo zamudili pravi trenutek in bili preveč pasivni ter čakali, da se stvari odvijajo same od sebe. Zakaj blagajničarke in prodajalci sami od sebe ne reklamirajo akcije, zakaj se za njo mnogi sploh ne zmenijo, kaj so naredili poslovodje, kaj direktorji? Slednji bi se morali nad vsem tem temeljito

zamisliti! Ali res ne znamo spodbuditi lastnih ljudi, da bi naredili vsaj enkrat nekaj več, kot le rutinska opravila. Res je, da imamo slab kader, a tudi sami ne naredimo nič, da bi se stanje popravilo.

Pri tej akciji ne gre za neakšne imaginarne interese sozda, ampak za zelo konkreten interes vsake njihove članice posebej. In če kljub temu ter konkurenčnosti akcija ni stekla, se moramo resno vprašati ali imamo pred sabo sploh še kakšen cilj razen životarjenja in preživetja.

Zaenkrat še ni vse zamujeno, še vedno smo s to akcijo krepko pred vsemi konkurenčnimi orga-

nizacijami in še imamo možnost za uspeh.

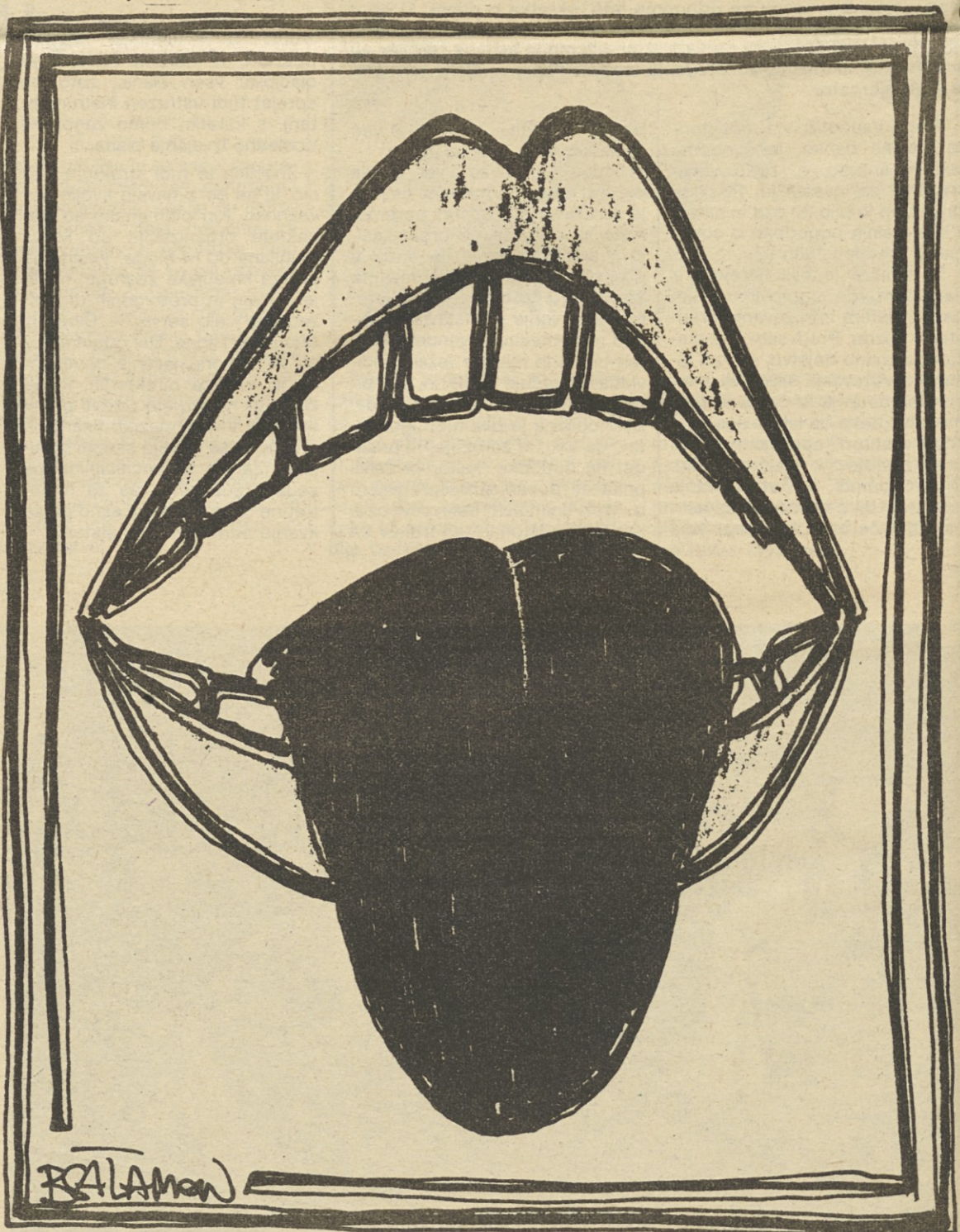
Če bomo v pol leta prodali za 5 milijard dinarjev Mercatorjevih kuponov, bomo lahko rekli, da je akcija uspela. Vendar brez boljšega sodelovanja prodajalcev in blagajnikov bo to težko doseči. Akcija bo propadla, če ne bo stalne podpore na terenu. Zato bi bilo potrebno okvirno zadolžiti poslovodje, prodajalce, blagajnike in direktorje koliko kuponov morajo prodati.

Izgovor, kot smo ga lahko slišali na poslovodnem svetu, da so vsi poslovodje seznanjeni z akcijo, ni pa niti enega kupca, ki

bi kupil en sam kupon, je nevzdržen, kajti prav vsak občan je vezan na dnevne, tedenske in mesečne nakupe v trgovinah in ne logično je, da bi denar zanje hranil doma ali v banki, če pa mu Mercator zanj ponuja 70 odstotne obresti.

Ob vsem tem pa bo potrebno bolj ažurno pošiljati podatke o novih članih v Sektor za AOP, saj sedanje počasno pošiljanje podatkov precej otežkoča poslovanje. Slišali pa smo tudi, da na seznamih članov Kluba Mercator ni imen direktorjev, ki bi lahko bili zgled. Izkušnje so pokazale, da je tam, kjer je direktor prvi vložil denar na knjižico Mercator-Interne banke, varčevalna služba dobro stekla, saj so mu kmalu sledili prav vsi delavci. Bi bilo pri akciji Klub Mercator drugače?

Vremena Kranjcem bodo se zjasnila...



Rekli so ...

... na 18. seji poslovodnega sveta

Janez Gačnik, M-KZ Metlika

Pred 100 leti je naše kraje prizadela trsna uš. Izročilo pravi, da je bilo hudo kot nikoli, da so propadle celotne kmetije, da so kmetje bežali z rodne zemlje v rudnike Evrope in Amerike. Toda stari ljudje pravijo, da tako hudo kot je danes, tudi takrat najbrž ni bilo. Takrat jih je prizadela trsna uš proti kateri ni bilo pomoči, danes pa nas prizadevajo pogoji gospodarjenja, ki kmete silijo v ukinjanje proizvodnje. Če bomo tako nadaljevali, bomo čez nekaj let namesto zrezkov lahko jedli le papir, potiskan z nesmiselnimi odločitvami.

Slavko Nemanič, M-KZ Stična

Zaloge jobolk, krompirja in čebule so izredno velike, obresti pa takšne, da nas bodo pokopale. Če prevzamemo semenski krompir in ga izplačamo kmetom, za nas to pomeni 30 milijard dinarjev, od česar je 15 milijard dinarjev obresti. Če te obresti prenesmo na kmete, pomeni, da ne bodo zaslužili niti dinarja, če pa jih plača zadruga, zanj predstavlja strašansko izgubo. Sprašujem se, kje je rešitev? Ali lahko najdemo rešitev problema znotraj SOZD-a? Kmetijske proizvodnje ob takšnih pogojih ne bo mogoče obdržati, če pa bo ustavljena, bo to pomenilo nacionalno katastrofo. Ne pričakujem odgovora, to sem povedal le v premislek vsem, ki imajo kakršenkoli vpliv na gospodarsko politiko.

Radenci, 28. in 29. oktobra 1987

Ivan Mikulin

Gostinsko turistični zbor Slovenije

V času sezone za gostinsko turistično delavce ni prostih dni. Njihovo znanje in pozornost je namenjeno gostom. Ko si po polni sezoni malce oddahnejo, se srečajo na svojem zboru.

Kaj je GTZ Slovenije?

Prvotno so bili vsakoletni zbori po končani poletni turistični sezoni, na njih so prebrali referate, kritično obdelali sezono in gostinstvo sploh.

Postopoma so glavno vlogo na zborih prevzele strokovne razstave in tekmovanja. Na prvih zborih je bil šport izrazito družabnega pomena.

Kulinarične razstave in razstave omizij so postopoma prevzele

osrednjo vlogo strokovnega dela zborov, katerim so iz leta v leto dodajali nove oblike tekmovanj.

Vsebinsko so tekmovanja danes usmerjena tako, da vključujejo tista strokovna področja, ki manjkajo v posredovanju oziroma nudenju kakovostnejše gostinske ponudbe. Gostinski delavci tako tekmujejo v pripravi jedi pred gostom, v mešanju pijač, v poznavanju pijač in podobno. Tovrstne usmeritve so povezane s strokovnimi seminarji, ki jih sekcije Splošnega združenja gostinstva in turizma Slovenije pripravljajo na raznih srečanjih. Tako so strokovne razstave in tekmovanja postala nepogrešljiva oblika dopolnilnega izobraževanja.

Kaj smo videli na Zboru?

Rezultat vseh dosedanjih ugotovitev in izkušenj je bila vsebina razstav in tekmovanj na letošnjem jubilejnim 35. Gostinsko turistični zboru. Za letošnje leto je bilo razpisanih 17 strokovnih tekmovanj in razstav, na katerih je svoje znanje pokazalo 220 gostinskih delavcev iz vse Slovenije. Tekmovanje kuharjev, slaščičarjev, natakarev in barmanov je potekalo na temo »praznovanje Novega leta.«

Ob letošnjem svetovnem letu vina in vinogradništva, je bila kot posebnost vključena pokušina slovenskih vin ter tekmovanje v poznavanju slovenskih vin.

Poleg tekmovanja v pripravi bograča v kotlu, je bilo letos novo tudi tekmovanje receptorjev in sobaric. Novost so bili tudi nastopi animatorjev, ki so nedvomno pomemben člen kakovostne gostinske turistične ponudbe.

Posebnost letošnje strokovne dejavnosti Zbora je bila tudi dokaj obsežna predstavitev uporabe računalništva v gostinstvu. V strokovne razstave in tekmovanja so bili vključeni tudi proizvajalci živil in opreme, med katerimi smo žal pogrešali Mercatorjeve delovne organizacije.

Vzporedno z omenjenimi dogajanji so potekala športna tekmovanja v panogah, ki jih gostinsko turistična organizacija običajno nudi svojim gostom.

V vse, kar je bilo videti na letošnjem zboru, pa mislim, da bi

bilo potrebno vključiti tudi inovativno dejavnost ter na tak način vzpodbuditi k delu in uresničevanju zamisli prenekaterega skritega gostinsko turističnega delavca — inovatorja. Pri oceni Zbora pa velja povedati še to, da so srečanja takega števila ljudi iz stroke, sama po sebi izobraževanje, saj je sposobnost in veščina komuniciranja z ljudmi ena od najpomembnejših nalog in opravil gostinskega in turističnega delavca.

Kaj smo slišali na Zboru?

Nekakšno skupno mnenje govornikov na otvoritveni slovesnosti Zbora je bilo, da so delovno-proizvodno tekmovanja na vseh dosedanjih zborih s svojo vsebino in doseženimi uspehi iz leta v leto potrjevala in dokazovala svoj vzgojno izobraževalni pomen. Danes so ta tekmovanja na visoki kakovostni ravni, čeprav se gostinsko turistična dejavnost srečuje z nizom problemov.

Rezultati gospodarjenja v gostinsko turistični dejavnosti za devet mesecev letošnjega leta kažejo na stagnacijo, saj je bil turistični promet v tem obdobju na lanski ravni. Zabeleženo je zmanjšanje domačega in rahlo povečanje tujkega turizma. Na področju vzpodbujanja izvoza je dejavnost v primerjavi z ostalimi izvozniki blaga še vedno v nenakoprnem položaju. Zvišanje stopenj in osnov za obračun prometnega davka slabša pogoje poslovanja. Cene gostinskih storitev stalno zaostajajo za cenami vhodnih surovin. Materialni stroški, stroški energije, amortizacija, obveznosti za skupno in splošno porabo, so se izredno povečale. Za osebne dohodke in skupno porabo je namenjeno manj, kot je povprečje v gospodarstvu. Osebni dohodki močno zaostajajo.

Dejstvo je, da delavci v gostinstvu in turizmu niso zadovoljni s sedanjimi pogoji gospodarjenja. Poslušajo samo obljube o spremembah, ki bodo izboljšale dohodkovni položaj dejavnosti, v praksi pa ostajajo v gospodarskem sistemu ptički brez gnezda, ki se morajo zadovoljiti z drobtinami, medtem ko si pogosto razdelijo drugi.

Izkušnje iz preteklosti so gostinske in turistične delavce ob napovedanem protiinflacijskem programu navdajale z upom in bojznijo. Up se je razblinil, bojazen uresničila. V programu ukrepov je v devetih vrsticah zajet tudi turizem, vendar povsem deklarativno — nekonkretno. Ob ostalih predvidenih ukrepih, tudi pozitivnih, prevladujejo tisti, ki bodo dejavnost gostinstva in turizma porinili v še slabši ekonomski položaj. Tako bodo iz rednih prihodkov izključene pozitivne tečajne razlike, ostreje bodo obdavčene alkoholne pijače, bencin itd, kar bo neposredno vplivalo na dohodek. Uvedba tako imenovanega vsefaznega prometnega davka je silno vprašljiva v pogojih več kot 150 odstotne inflacije, saj je taka vrsta obdavčitve uvedena le v državah s povprečno tri odstotno inflacijo. Biorokati bodo iz varne razdalje določili kdo dela in ustvarja v izjemnih pogojih in usmerjali sredstva, kar je povsem netržen način urejanja tržnih problemov. Z odpravo prispevka za stanovanjsko gradnjo bo pod vprašajem tudi uspešna kadrovska politika. Program na eni strani sicer predvideva zmanjšanje administracije

na vseh ravneh, po drugi strani pa skuša izboljšati gospodarski sistem s produkcijo številnih novih, podrobnejših predpisov, kar spet pomeni obilico dela in možnost za širjenje državne in paradržavne administracije.

Z besedami: () Sindikat naše dejavnosti s svojimi več kot 22.000 delavci najbolj odločno obsoja predlagane ukrepe na področju sistema delitve dohodka in osebnih dohodkov. Kdor lahko poveča proračun za 192 odstotkov, si ne bi smel dovoliti ugotovitve, da so osebni dohodki in pokojnine žarišče stagflacije. Že z dogovori in sporazumi omejeno odločanje delavcev o razporejanju in delitvi dohodka in osebnih dohodkov, bo s predvidenimi korekturami dokončno pokopano. Gostinsko turistični delavci pa smo trmasti in bomo še več in bolje delali, čeprav je vse manj tistih, ki so pripravljeni predano in pridno delati za druge, in vse več je drugih, ki zahtevajo pravico, da prvi delajo zanje. Tako je svoj govor na otvoritveni slovesnosti končala predsednica Republiškega odbora sindikata delavcev gostinstva in turizma Slovenije Barbara Vajda.

Na Zboru smo tekmovali — naši gostinci zlati

Na strokovnem ekipnem tekmovanju gostinskih organizacij je ekipa Mercator-Hotelov gostinstva dosegla prvo mesto in prejela zlato plaketo z diplomom.

Za ekipo so tekmovali:

Jože Zalar, tozdr Mantova
Stane Kralj, tozdr Ajdovščina
Sonja Tkalec, tozdr Ajdovščina

Ana Strle, tozdr Ajdovščina
Damir Dijak, tozdr Ilirija
Jože Kovač, tozdr Ilirija
Nedeljko Perić, tozdr Ilirija

V tekmovanju v pripravi slovenskih narodnih jedi, je **Marinka Kopirovič** z mentorico **Štefko Corarič**, obe sta iz tozdr **Sremič**, prav tako prejela zlato plaketo z diplomom.

Na razstavi izdelkov slovenskih kuharskih in slaščičarskih mojstrov, kjer lahko sodelujejo le tisti delavci, ki so na gostinsko turističnih zborih do sedaj prejeli najmanj pet zlatih odličij, je **Štefka Colarič** iz tozdr **Sremič**, prejela posebno spominsko medaljo.

V športnem delu tekmovanja — v keglanju, je ženska ekipa tozdr **Sremič**, ki so jo sestavljale **Lojzka Škafar, Vika Germ** in **Zdenka Mazer**, prejela za doseženo prvo mesto zlato medaljo. V posamičnem tekmovanju žensk pa je bila **Lojzka Škafar** prav tako prva — zlata.

Ženkska ekipa tozdr **Ilirija** je dosegla četrto, moška pa šesto mesto.

Uspeh naših gostincev pa je še toliko bolj imeniten ob dejstvu, da dan pred odhodom še niso vedeli ali jim bo uspelo zbrati dovolj denarja za prevoz v Radence....

Tudi Zmajčki zlati

Tekmovanja v Radencih so se prvič udeležili tudi M-Konditorjevi slaščičarji. Njihovo ekipo je sta vodila **Anica Šubelj** in **Martin Hrušvar**, sestavljale pa so jo mojstrice **Darinka Drašler**, **Zdenka Rožanc** in **Vilma Oblak**. Za pripravo noveletne sladice so prejele zlato medaljo z diplomom. M-Konditor pa je prejel plaketo z diplomom za sodelovanje na vzorčni razstavi.



Številnim zlatim medaljam Štefke Colarič se je pridružila tudi letošnja — spominska.



Minute pred polnočjo na torti Sonje Tkalec in Staneta Kralja.

Zlata medalja za tozdr Sremič — za pripravo narodne jedi.



M-Modna hiša bogatejša za novo blagovnico

Andrej Dvoršak

V Ljubljani odprta sodobna tekstilna trgovina

Če kaj, smo v Mercatorju potrebovali novo sodobno prodajalno, ki bi se lahko s svojo podobo postavila ob rob vse konkurenci, ki glede izgleda trgovin korači pred nami. Z novo blagovnico M-Modne hiše, ki smo jo slovesno odprli konec oktobra na Kraigherjevi ploščadi, smo konkurenčne organizacije dohiteli. Nova »Modna hiša« bo nekaj časa spet naš ponos...

Spomnimo se, da je stara blagovnica, zgrajena pred 26 leti, bi-

la prva trgovina v Ljubljani z eskalatorjem — tekočimi stopni-

Modna hiša

Andrej Dvoršak

Načrti stari dvajset let

Ljubljanska Modna hiša, ki je bila odprta leta 1961, je dajala prva leta po otvoritvi izjemne rezultate. Poslovno združevanje za tekstil in konfekcijo, ki je bilo njen ustanovitelj, se je zato kmalu odločilo, da zgradi v Ljubljani še eno veliko sodobno specializirano blagovnico. Sedanji direktor tozdr Prodajalne Ljubljana Tolbuhin Bjedov, nam je o uresničevanju te ideje povedal naslednje:

Najprej so mislili sestrsko blagovnico zgraditi na Trgu revolucije, za kar je bil izdelan že idejni projekt. Kasneje je ta zamisel utonila v pozabo, zgradili pa smo nove blagovnice v Mariboru, Osijeku in Smederevu. Ena je bila lepša od druge, le ljubljanska je počasi dobivala staro patino.

Pojavile so se nove ideje. Po teh naj bi zgradili blagovnico na sedanji lokaciji in naj bi segala od Naborjeve do kina Union in celo nad njega ter imela 12.000 kvadratnih metrov prodajnih površin. Nato so bili narejeni idejni projekti Kraigherjeve ploščadi, kjer si je poslovno združevanje zagotovilo 8.000 kvadratnih metrov površin oziroma 70 odstotkov vseh prodajnih površin na tej lokaciji.

Idejni načrt Kraigherjeve ploščadi je doživljal spremembe, prav tako pa tudi zamisel o novi modni hiši. Na koncu je prevladala zamisel o sodobno opremljeni trgovini s približno 1.900 kvadratnih metrov prodajnih površin.

V tistem času je bila Modna hiša delovna organizacija s 4 tozdi, ki so sprejeli podoben sistem financiranja nove naložbe kot ga imamo danes v SOZD-u MERCATOR-KIT. Za naložbo so vsi štirje tozdi združevali amortizacijo. Kopiciti pa so se začele gospodarske težave in sistem financiranja se je sesul. Naš tozd je za pomoč zaprosil proizvajalce konfekcije iz Slovenije, ki ga tudi tokrat niso pustili na cedilu.

Po prvotnem projektu naj bi blagovnica imela še dodatnih 1.000 kvadratnih metrov v I. nadstropju, a smo jih odstopili Ljubljanski banki.

Prva rezervacija prostora na Kraigherjevi ploščadi je bila nare-

jena leta 1969, do končnega podpisa pogodbe je prišlo leta 1980 ter do svečane otvoritve 26. oktobra letos. Ob izredno dolgi dobi izgradnje in visoki stopnji inflacije je danes skoraj nemogoče določiti realno vrednost objekta. Sami ga ocenjujemo na 2 milijardi dinarjev, od tega petdeset odstotkov predstavljajo krediti ter lastna sredstva, s po 25 odstotki pa sta sodelovala Poslovno združevanje za tekstil in konfekcijo in SOZD MERCATOR-KIT.

Ker so v svetu sorodne trgovine zasnovane na majhnih specializiranih oddelkih, smo tudi mi novo modno hišo organizirali kot 26 butičnih lokalov, v katerih posamezni proizvajalci prodajajo le svoje blago. To so vsi tisti proizvajalci, ki so finančno podprli našo investicijo.

Na vprašanje, ali ni nova blagovnica sedaj zaprta za vse druge proizvajalce konfekcije, Bjedov odgovarja, da ne. Vsak proizvajalec lahko v njej prodaja svoje blago, seveda, če mu prostor odstopi eden tistih, ki ima v trgovini že svoj butik. Manjši prostor pa bodo dobili tudi vsi tisti proizvajalci, ki ponujajo izjemno kakovostno konfekcijo in za katere bo vladalo zanimanje med kupci.

Sam sistem butičnih oddelkov je opremljen tako, da ga lahko čez noč spremene za prodajo po posameznih vrstah izdelkov ter v moški in ženski oddelki, kar še dodatno kaže na kakovost opreme. Z novo blagovnico se je številčno ojačal kolektiv tozda, saj so na novo zaposlili 43 delavcev, tako da jih je sedaj skupaj 120. Če se bodo prodajalci potrudili, tako kot so se arhitekti in proizvajalci konfekcije, bodo Ljubljanci resnično imeli trgovino najvišjega kakovostnega razreda.

cam, največja in največja. V poldrugem desetletju jo je čas povozil in danes je betežna starka, potrebna temeljite prenove.

»Danes, po 26 letih odpiramo novo blagovnico M-Modne hiše. V njej bomo kupcem ponudili najboljše blago, ki je na našem trgu, v skladu z geslom: Ponuditi največ in najboljše!« je ob otvoritvi dejal Miro Končina, direktor M-Modne hiše. Skupaj z Tolbuhinom Bjedovim, direktorjem TOZD Prodajalne Ljubljana, nista mogla skriti veselja nad novo pridobitvijo, ki sta jo zadnje tedne skupaj z ostalimi delavci, resnično nestrpno pričakovala.

»Vsaka otvoritev novega objekta je nova delovna zmaga naših članic, kot tudi sozda MERCATOR-KIT. Za to blagovnico to še posebej velja! Kakovost, založenost in modni stil bodo tu mnogo bolj vidni kot v drugih trgovinah. Zato upamo, da bo to spodbuda tudi za proizvajalce, da bodo na svojih butičnih oddelkih v tej blagovnici ponudili kupcem najboljše, kar izdelajo, «je v slavnostnem nagovoru poudarila Rika Germetlika, podpredsednica PO SOZD in nadaljevala:

»M-Modna hiša ima specifično razvojno pot. Ustanovljena je bila kot poslovno združenje 16 članic Združenja tekstilne industrije Slovenije z namenom, da bi potrošnikom na sodoben način približali svoje izdelke. Ustanoviteljicam se je kmalu pridružilo še 32 novih organizacij s področja tekstila, kmalu nato, leta 1961 pa je bila odprta prva specializirana, za tiste čase najsodobnejša, blagovnica — Modna hiša v Ljubljani. Kasneje so se ji pridružile še blagovnice v Mariboru, Osijeku, Smederevu...

Črna leta Modne hiše niso obšle, vzponu so sledila krizna obdobja. Najprej je pogorela »lepota Slovenije« — blagovnica v Osijeku, kasneje se je odcepila blagovnica v Smederevu. Te odcepitve in novogradnja na Kraigherjevi ploščadi so kolektiv potisnile v težaven položaj. Izhod je poiskal v združitvi v SOZD MER-

CATOR-KIT. Tu je M-Modna hiša postala nosilec prizadevanj za boljšo ponudbo tekstila, s posebnim poudarkom na kakovosti. Hkrati pa si je zagotovila možnost izgradnje nove blagovnice s pomočjo združenih sredstev članic sozda, ter z dodatnim združevanjem sredstev tekstilne industrije.

Pred 280-članskim kolektivom M-Modne hiše, ki danes slavi otvoritev novega prodajnega objekta pa že stoji nova zahtevna naloga — prenovitev stare »Modne hiše« v Ljubljani. Tako kot je danes je že preživela tako programsko kot funkcionalno.

Prenova o kateri je govorila Germova ne bo lahka. Stara stavba, ki je na izjemni točki, bo morala dopolniti z novo vsebino ponudbo blagovnice — butika, in najti nove možnosti približanja blaga kupcem.

Nova blagovnica na Kraigherjevi ploščadi ima na 1.200 kvadratnih metrih prodajne površine v dveh etažah, 26 butičnih prodajal, razdeljenih po posameznih proizvajalcih. Tu bodo naši naj-

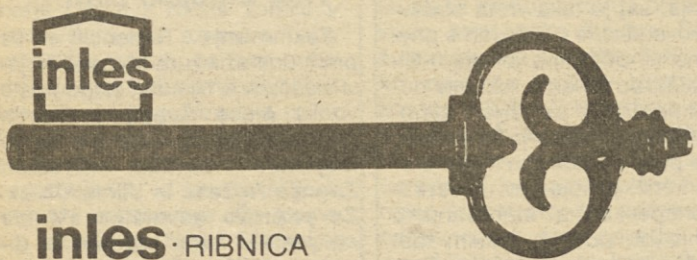
bolj znani proizvajalci tekstila in konfekcije ponudili pester izbor oblačil in modnih dodatkov najvišje kakovosti. Tak način prodaje je pri nas novost, ki pa bo kupcem, navajenim določenega proizvajalca, precej olajšala zamudno iskanje.

Celotna investicija je stala okoli milijarde dinarjev, od tega je oprema vredna 350 milijonov. Opremo je dobavila Investa, ki je izdelala tudi načrte za notranjo ureditev. Že ob otvoritvi, ko je tu in tam še manjkal kakšen detalj, so vabljeni ugotavljali, da je Investinemu arhitektu Petru Škerlevaju zamisel uspela in da je v opremi združil eleganco skupaj z nevtralno podlago, ki omogoča, da razstavljeno blago zaživi v vsej svoji barvitosti.



Škarje, trakec, drhteč glas in malce tresoč roka... In nova prodajalna je bila odprta. »In, ko boste, spoštovani gostje, šli mimo — ne pozabite, da je hiša od danes naprej odprta tudi za vaš nakup,« je prisrčno dejala predsednica delavskega sveta ljubljanske M-Modne hiše.

Ob otvoritvi je majhna modna revija pokazala, kaj bodo v novi hiši prodajali.



IV. Poslovni dnevi Investe

Andrej Dvoršak

Sklenjeni novi poslovni dogovori

TOZD Investa, Mercator -Tehne je letos v Umagu že četrthi organizirala srečanje svojih poslovnih partnerjev. Udeležilo se ga je 250 vodilnih delavcev turističnih, gostinskih, proizvodnih in gradbenih organizacij. Manjkali so le investini partnerji iz domačega sodza.

»Značilno je, da v zadnjih štirih letih niso izgubili niti enega poslovnega partnerja in da se vedno znova odločajo za sodelovanje z nami,« ugotavlja **Zoran Jančević**, v.d. direktor tozda Investa.

Poslovni dnevi so sestavljeni iz več prireditev, ki nudijo udeležencem široke možnosti sodelovanja, bodisi v razpravah, iskanjem novih rešitev ali čisto konkretnih poslovnih dogovorov.

Osrednji del je vsako leto namenjen »okrogli mizi«, kjer razni strokovnjaki predstavijo novosti na področju turizma, gostinstva in trgovine. Največ pozornosti je letos pritegnil **Peter Rigel**, direktor marketinga v Smeltu, ki je nakazal možnosti sodelovanja tujih partnerjev v naše turistične objekte. To zaenkrat še ni steklo, kot bi želeli. Po mnenju strokovnjakov, so za tujce najbolj vabljive možnosti v sovlaganju v stare objekte, ki bi jim prepustili s celotno infrastrukturo, prenovili bi jih po svojih zamislih in potrebah, tako da bi ustrezali gostom, ki jih bodo pripeljali vanje. Pogoji pa je ustrenejša zakonodaja.

Podobno je o svojem referatu razmišljal tudi **Ivica Šorić**, direktor SOUR Jadran iz Rovinja, ki je tudi član delovne skupine, ki za skupščino SFRJ pripravlja predlog o možnostih vlaganja tujega kapitala v naš turizem.

Đurđica Cvetina iz Istrajadrana iz Pule, je nakazala prednosti skupnega nabavnega konzaltiniga. Ta tema je še posebej zanimiva za naš sozd, ki bi lahko učinkovito prodrl v turistično gospodarstvo s ponudbo in prodajo širokega spektra proizvodov, potrebnih turističnemu gospodarstvu.

Na okrogli mizi sta bila omejena tudi sistema ROP in EAN. **Miran Goslar**, predsednik poslovnega odbora SOZD MERCATOR-KIT je spregovoril o brezcarskih prodajalnah na avtomobilskih cestah in predstavil naše poglede nanje.

Največji poudarek na letošnji okrogli mizi je bil dan hitri pre-

hrani. Predstavljen je bil tudi **kiosk M-Bajsi**, ki je pritegnil izjemno pozornost vseh udeležencev. Kiosk odlikuje pestra ponudba hrane in pijače ter domiselna tehnologija priprava obrokov. Njegova prednost je tudi v enostavni montaži, saj potrebuje za obratovanje le priključka za vodo in elektriko, možno pa je poljubno širiti, skladno s potrebami.

Vtisi z obiska sejma in tovarn

Anica Rak

Svetu smo blizu, pa tudi daleč

Vsaki dve leti se na specializiranem sejmu živilske industrije in njej potrebne strojne opreme, ANUGA v Kölnu, srečujemo z novostmi, ki jih predstavljajo proizvajalci z vseh koncev zemeljske oble.

Za delavce živilske industrije M-Eta je obisk tega sejma še posebej pomemben in zanimiv. Ne samo, da primerjamo svoj proizvodni program s svetovnimi trendi v živilsko predelovalni industriji, lahko primerjamo tudi vse, kar sodi zraven — od strojne opreme, tehnoloških postopkov, kakovosti, embalaže. Skratka, svojo tehnološko-programsko celovitost z dosežki v svetu. Obenem pa ogled sejma izkoristimo tudi za obisk nam podobnih tovarn in se z njimi tudi primerjamo.

Z letošnje ANUGE smo odšli enotnega mnenja: embalaža živilskih izdelkov je zelo lepa, praktična, poudarja in ohranja kakovost izdelkov. Tudi večino izdelkov lahko pohvalimo po kakovosti. Marsikaj pa se nam je tudi odkrilo — recimo naše pretiravanje. Na sejmu smov videli, da so polnjene olive in artičoke v kozarce natresene strojno. Ročno vložene olive in artičoke so vložene v posebne kozarce in opremljene s posebno nalepko, ki poudarja ročni način polnitve in imajo zato tudi neprimerno vi-

šjo ceno. Tudi kratke ostre feferone v kozarce natresejo strojno. Pri nas gre vse to ročno, brez posebnega poudarka tega načina polnitve. Med izdelki, ki smo jih tudi primerjali z našimi, je cela vrsta kečapov, dresingov in omak, ki pa našemu okusu ne ustrezajo. Ponašajo pa se z izjemno lično in praktično embalažo.

Potrebno pozornost smo posvetili tudi strojni opremi, zlasti tistim strojem, ki bi nam prisli prav in jih nameravamo vključiti v program naložb za prihodnje leto: sortirnik za kumare, obračalnik za kozarce, tlačilec, vakumat, twistsoft zapirakla, rezalka za kumare, dozator za kumare. Ponudba primernih strojev je bila velika, le koš denarja in pri nas tudi cel kup papirnatih dovoljenj za uvoz, je treba imeti. Razstavljene rezalke za sendvič kumare bi rešile marsikak naš problem. Žal se bomo morali še nekaj časa ubadati z našo staro in se v težavah znajti, kot smo se do sedaj. Tehnika se hitro razvija, slediti pa ji bomo morali, če bomo

Ob koncu poslovnih dnevov smo se pogovarjali tudi z **Vladom Antolovičem**, generalnim direktorjem Jadranke, z Malega Lošinja. Dejal je, da je tokrat prvič prišel na to srečanje poslovnežev. Raven okrogle mize in spremljajočih prireditev je ocenil z najvišjo možno oceno, pohvalil pa je tudi video dokumentarni film, s katerim Investa predstavlja svojo dejavnost in istočasno tudi del naše turistične ponudbe. Predvsem pa je poudaril, da se je tu srečal z ljudmi, ki jih sicer pozna le preko telefona. Z nekaterimi je imel konkretne poslo-

vne pogovore, denimo s Pionirjem iz Novega mesta, ki bo na Lošinju gradil novo turistično naselje, z drugimi (Slovenijaturist) pa se je dogovoril o prodaji turističnih zmogljivosti svoje organizacije za prihodnje leto. Po njegovih besedah je Investa uspela dobro povezati naročnike in proizvajalce in jim omogočila tudi neposredne pogovore, ki so za sklepanje poslov izredno pomembni.

hoteli izdelovati kakovostne izdelke.

Obisk tovarne Kühne nas vsakokrat preseneti. To je tovarna za predelavo živil, ki neprestano sledi in uvaja tehnične in tehnološke novosti. Lani so zgradili hladilnico — tako, kot bi jo nujno potrebovali tudi pri nas. Letos so v sezoni predelali 5.000 ton kumar. Podnevi so delali na sedmih proizvodnih linijah, ponoči na štirih. Zanimivo je, da tovarna predela 3.000 ton rdečega zelja in nima problemov s prodajo. Mi pa tega izdelka nismo uspeli in mogli prodati niti 20 ton. Sladke feferone, ki so jih kupili v Grčiji, polnijo strojno na Fringsovi liniji. Izdelek res ni bogvekakovo kakovosten, ker pa feferonov v Nemčiji nihče več ne polni ročno, tudi problemov s prodajo ni. Vsaka polnilna linija se v tej tovarni začne z obračalnikom kozarcev. S tem se zmanjšajo možnosti, da se skupaj z izdelkom v kozarcu najde tudi kos razbitega stekla. Za gorčico kozarce uvažajo celo iz Francije. Nemško steklo ni dovolj kakovostno za twistsoft zapiranje. Celoten proces proizvodnje in njenega obračuna je voden računalniško. Zelo hitro lahko ugotovimo ekonomičnost izdelave pa tudi njegovo nedonost.

V tovarni Develey smo se zanimali predvsem za nov tehnološki postopek za pripravo fermentiranih kumar, ki jih največ uporabljajo obrati hitre prehrane. V tej tovarni letno prodajo 4.000 ton takih kumar. Za pripravo kumar imajo na nepokritem dvorišču 30.000 litrske lesene kadī, v katerih kumare po posebnem postopku fermentirajo. Fermentirane kumare preberejo jih približno

50 odstotkov izločijo, ker niso prave velikosti ali pa so stisnjene. Izločene kumare predelajo v reliš. To so kumare, zrezane na kocke, ki jim dodajo dišave in v končni fazi še dresing. Ostale fermentirane kumare zrežejo na rezine, polnijo v plastificirane naponske vreče in kartone, ki jih nato zalijejo in zavarijo in v tej obliki prodajo obratom hitre prehrane. Poskus enake fermentacije kumar imamo tudi v našem obratu v Mengšu, zato je bil ogled te proizvodnje še posebej dobrodošel. Ogledali smo si tudi ostalo proizvodnjo. Ocenili smo, da imajo sicer res veliko strojev, splošni vtis pa ni bil nič boljši, kot ga marsikateri obiskovalec odnese iz naše tovarne, čeprav je Devely najmanj dvakrat večji od nas.

V trgovinah je ponudba izdelkov, ne samo povprečne, tudi vrhunske kakovosti, izredna. Nemci se vrednosti svoje marke krepko zavedajo in ob nakupu naših izdelkov je pritisk na kakovost izredno hud. Strojno poljenih izdelkov imajo dovolj sami, zahtevno ročno delo pa delamo samo še mi, Turki in Grki. Tu nas z nizko ceno in zahtevno visoko, če ne že vrhunsko kakovostjo prav izkoriščajo. Zavedajo se, da moramo za uvoz strojne opreme izvažati tudi za vsako ceno. Nekakovostne izdelke vedno reklamirajo in tako že pri tako nizki ceni še dodatno izgubimo vedno več, kot je bila dejanska vrednost reklamacije.

Pripravljamo se na predelavo velike količine ostrih feferonov za izvoz. Pri tem izdelku smo že imeli precej ugovorov in vračil zaradi neizpolnjevanja zahtev po kakovosti. Glede na izobilje tovrstnih izdelkov na namškem tržišču bomo morali biti na kakovost še posebej pozorni. Zaradi reklamacij ne smemo še dodatno izgubljati.

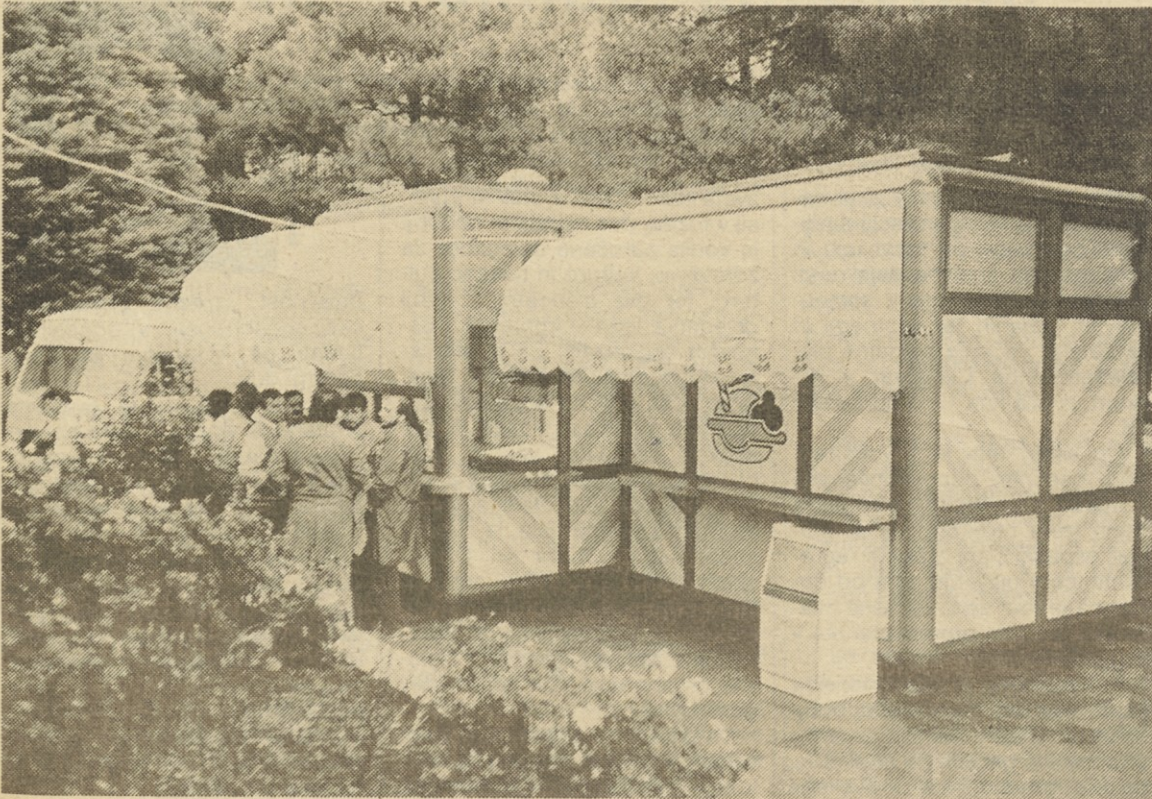
Iz glasil naših članic

V »Obveščevalcu«, glasilu delovne organizacije Mercator-Ete, ki je izšlo oktobra letos, je zanimiv in nazoren prikaz poslovanja v letošnjih devetih mesecih. Predvsem velja pohvaliti dokajšnjo mero razumljivosti podatkov in komentarja.

Kot zanimivost glasila naj povdarimo tudi izviren način obveščanja delavcev o namenu in rezultatih poslovnih pogovorov, opravljenih s tujimi partnerji bodisi doma, bodisi v tujini. Namen in rezultate je v obliki strjenih potnih poročil objavil direktor delovne organizacije, Alojz Franc.

Zanimiv je članek vodje razvoja in kontrole, Ane Rak, ki je videno na specializiranem sejmu živilske industrije, ANUGA in ob obiskih sorodnih tovarn, primerjala s stanjem v svoji delovni organizaciji. Zaradi zanimivosti članek v celoti objavljamo pod naslovom »Svetu smo blizu, pa tudi daleč«.

BAJSI — Investin kiosk.



Estetski videz naj spremlja poslovno uspešnost

Pavel Kandus

Aranžerji želimo estetske izložbe in prodajna mesta

SOZD MERCATOR-KIT je med največjimi in najboljšimi v naši širši domovini, po estetskem izgledu in urejenosti izložb in prodajnih mestih pa med najslabšimi.

Celostna podoba sozda

Pravilnik o celostni podobi sozda MERCATOR-KIT je uredil vizuelne in tehnične podrobnosti, katerih načela so določena v samoupravnem sporazumu združitvi v SOZD MERCATOR-KIT. Komisija je praktično in odlično pripravila predlog te podobe in akt je bil brez večjih sprememb sprejet.

To pomeni, da morajo pravilnik dosledno izvajati vse članice sozda MERCATOR-KIT. Prepričan sem, da večjih težav pri uresničevanju ni, kajti vsi uporabljamo poslovne memorandume in ob naročilih za nove tiskovine moramo upoštevati s pravilnikom določeno obliko in vsebino. Z dosledno uporabo teh meril je vizuelni zgled poslovne korespondence enoten, dostojen in enakovreden velikosti in obsegu sozda.

Kako pa ostali izgled?

Na zadnjem strokovnem sestanku Studia za ekonomsko propagando z aranžerskimi tehnikami v sozdu, smo se dolgo pogovarjali o slabi organiziranosti, nepriznavanju strokovnosti, nemožnosti aranžerskih tehnikov v skoraj vseh sredinah kjer delujejo.

Razen svetlih izjem, je organizacija aranžerske službe v malo-prodajni trgovini celotnega sozda slaba, ali pa je sploh ni. Podatek, da za okrog 1.600 prodajalnih skrbi skupno 36 aranžerskih tehnikov, nam pove vse ali pa nič. Izračun kaže, da bi moral vsak aranžer povprečno urejati okrog 45 prodajalnih in njihovih izložb. Prodajalne so razmetane in locirane po vsej naši deželi. Podatka o številu izložb v maloprodajni trgovini ni. Prepričan sem, da bi nas bilo ob tem podatku lahko samo groza.

Na zadnjih razgovorih smo ugotovili, da večina aranžerjev, ki dela v sozdu, dela z veseljem do tega poklica. Ne najdejo pa pravega razumevanja v svojih kolektivih in pri vodilnih ali vodstvenih delavcih, tako glede delovnih pogojev, kot osebnih dohodkov. Aranžerji naletijo na težave, pri prevozu aranžerskih rekvizitov v prodajalne izven matičnega kraja. Še težje pa je urejanje takih prodajalnih. Običajno naletimo na ureditve starejšega datuma in te je težko obnavljati. Enake težave so s čistočo izložb. To gotovo ni domena aranžerjev. Aranžerji ne uspejo redno obiskovati in urejati trgovin in izložb, ki bi same po sebi morale biti ogledalo. Vse te in še mnogo drugih konkretnih primerov smo obravnavali na tem delovnem sestanku. Vse je evidentiral in zapisal Studio za ekonomsko propagando. Čeprav je od omenjenega sestanka minilo skoraj pol leta, pa ni bistvene premika na bolje.

Kot dolgoletni delavec na tem področju lahko ugotovim, da se v sozdu — delovnih organizacijah in v tozdih ter posameznih trgovinah premalo zavedajo pomembnosti urejanja izložb in prodajnih mest, ne glede na vrsto trgovine.

Prikaz blaga v izložbah in na prodajnih mestih sta glavna elementa pospeševanja prodaje. Imata pa tri klasične funkcije, ka-

terih pa se vsi trgovci ne zavedajo:

- pomagati pri odločitvi za že usmerjen nakup,
- prepričata kupca, če nima določenih nakupnih namenov,
- vzpodbujata k nakupu pri skriti pripravljenosti za nakup.

Vsi, ki delamo v trgovini, bi si morali vse te funkcije zapomniti. Sicer jih v poodzavesti priznavamo, vendar se pri uresničevanju zatakne že pri že naštetih težavah in težnjah posameznikov v trgovini.

Kako najhitreje izboljšati splošen izgled Mercatorjevih trgovin?

- vse organizacije, na posameznih področjih ali regijah, ki

imajo dobro organizirano aranžersko službo, bi morale sodelovati s tistimi v regiji, ki tega nimajo,

- v organizacijah, v katerih nimajo aranžerske službe bi moral funkcijo organiziranja aranžerske službe prevzeti razširjeni Studio za EP skupaj z oddelkom za sitotisk,

- podrobno organizacijo te službe bi morala pripraviti komisija,

- financiranje te službe bi moralo biti enotno rešeno tako, da bi del bremenil naročnika, manjši del pa bi se financiral iz skupnih sredstev. Edino na ta način bi bile zagotovljene skupne značilnosti izgleda v sozdu. Mislim, da ni treba tega predloga posebej utemeljevati, ker vsi vemo, kako lepo urejene izložbe in trgovine delujejo na kupce.

Ocenjevanje celovitosti izgleda izložb in prodajnih mest

Aranžerji smo sprejeli sklep, da bi kvartalno ali polletno ocenjevali izgled prodajalnih, samopostrežnic in blagovnic.

Rezultate ocenjevanja bi objavili v časopisu Mercator. Najslabše bi s kritičnimi pripombami opozorili in jih usmerjali k boljšemu, najboljšim pa bi s pohvalo dali še več zanesa.

Mislim, da bi kritika neurejenih trgovin in izložb vplivala na odgovorne, da izboljšajo izgled izložb in prodajnih mest. Pohvale pa bi stimulatивно vplivale na že doseženo urejenost.

Vendar s tako majhnim številom aranžerskih tehnikov ne moremo pričakovati čudežev. Vodstva trgovin bi morala bolj skrbeti tudi za urejenost zunanega videza (pročelje, stekla, izložbeni

okvirji in oprema), da ne govorimo govornice o čistoči vsega naštetega.

Problem majhnega števila aranžerjev je mogoče hitro rešiti, saj aranžerski šoli v Ljubljani in Mariboru letno izšolata okrog 60 aranžerskih tehnikov, ki običajno ne najdejo zaposlitve v stroki, za katero so se specializirali.

Želja nas aranžerjev je, da bi tudi po izgledu izstopali pred ostalimi sozdi in trgovinami. Za nas so samo odlični poslovni rezultati sozda premalo. Nujno je, da se tudi po zunanosti in estetskem izgledu lahko predstavimo kot dobro organizirana in poslovno uspešna firma.

Ponavljam pobudo: razmisliti je treba o navedenih predlogih in jih oblikovati tako, da jih bo moč tudi uveljaviti. Aranžerji smo pripravljeni strokovno delati in prispevati k boljšemu videzu trgovin v SOZD-u MERCATOR-KIT.

Mercatorjevi aranžerji na pohodu

Edo Kobale

Aranžerji se organizirajo na lastno pobudo

SOZD MERCATOR-KIT s svojo prodajno mrežo, proizvodnjo in storitvami pokriva skoraj celotno slovensko ozemlje. Nemalokrat pa je njegova zunanja podoba tako klavna, da se je marsikdo med nami, njegovimi delavci in kmeti, tudi sramuje. Aranžerji smo prvi med izvajalci, ki smo dolžni spoštovati načela celostne podobe sozda, skrbeti za prijeten stik med kupcem in trgovino. Žal pa ugotovljamo, da nas je v tako velikem sistemu tako malo, da smo v njem praktično neopazni. Torej je potreba po povezovanju tega malo, toliko večja.

Z namenom, da bi se povezali, uskladili naše delovanje, si izmenjali izkušnje, predvsem pa poenotili izvajanje vseh vrst reklamnih in drugih akcij smo se aranžerji na lastno pobudo sešli v Polhovem Gradcu pri Ljubljani. Naše oktobrsko srečanje je bilo obenem tudi izpolnitev dogovora, ki smo ga pred meseci sprejeli na uradnem srečanju v Radencih. To srečanje je bilo organizirano na pobudo Studia za

ekonomsko propagando v Delovni skupnosti sozda in je bilo pod pokroviteljstvom Radenske. Na takratnem srečanju smo slišali mnogo idej, razmišljanj o boljšem sodelovanju, o načrtovanju mnogih reklamnih akcij, nastopanju na sejmi in podobnega. Ostalo pa je le pri dogovoru in delo je teklo naprej, po starem nepisanem pravilu »znajdi se«.

Da bi mrtvilo prekinili, smo se aranžerji na pobudo delavcev iz

sitotiska, ki deluje v okviru Studia za ekonomsko propagando sozda, 23. oktobra srečali v Polhovem Gradcu. Srečanje smo organizirali na lastne stroške. Srečanja se je udeležila dobra polovica vabljenih. Škoda, da nismo bili vsi, saj bi bila bera predlogov in idej gotovo še bolj pestra. Tudi ocena o statusu in vlogi aranžerjev, usmeritvah za njihovo enotno delovanje, predvsem pa o njihovi vlogi pri pospeševanju prodaje, bi bila verjetno celovitejša. Želja po enotnem in skupnem, predvsem pa bolj organiziranem sodelovanju in delovanju, je vzpodbudila odločitve, da ustanovimo svojo interno stanovsko združenje z imenom »Aranžerji Mercatorja«. Dogovorili smo se o ustanovitvi iniciativnega odbora — njegovi

člani so aranžerji iz vseh okolij sozda (Gorenjske, Štajerske, Primorske, Dolenjske, Notranjske in iz Ljubljane). Prvi sestanek odbora smo načrtovali v sredini novembra z nalogo, da se na njem pripravi predlog, programa dela in predlog organizacijske oblike delovanja. Sestanek bo na Ptuju, za njegovo izvedbo je zadolžen Branko Cigler iz ptujskega MIP-a.

Naše skupno delovanje ne bo odvisno samo od dela iniciativnega odbora, temveč predvsem od aranžerjev samih, ko bomo dogovorjeno uresničevali v praksi. Začetna zavzetost ne sme splahneti, ne moremo si dovoliti ponovitve že omenjenega mrtvila. »Znajdi se« bi moralo postati le izjema.

Na GTZ priznanje

Ivan Mikulin

Vsestransko dejavna osebnost

Alojzija Škafar je doma iz skromne delavske družine s tremi otroki. Oče je bil delavec v Kopitarni Sevnica, mama pa gospodinja, ki je z dnino odsluževala podnajemniško stanovanje. Osnovno šolo je obiskovala v Sevnici in na Radni ter jo uspešno končala leta 1955. Da bi čim prej prišla do »do kruha« se je še isto leto vpisala v Gostinsko šolo v Ljubljani in jo leta 1958 uspešno končala in postala natakaričica. Po končanem šolanju se je zaposlila v Hotelu Sremič v Krškem, kjer je do leta 1972 delala najprej v strežbi kot natakaričica, potem pa hkrati kot vodja strežbe in skladiščnik. Do leta 1977 je opravljala dela in naloge blagajničarke tozda in bila po odprtju novega hotela zaradi bogatih izkušenj razporejena na dela in naloge vodje kontrole poslovanja.

Zaradi zgledega opravljanja dela, delovanja v organizaciji sindikata, predvsem pri razvijanju in organiziranju športne dejavnosti v tozdu in delovanja v samoupravnih organih ter vestnega in zavzetega vodenja blagajne plavalnega kluba Celulozar v Krškem, je bila leta 1975 sprejeta v ZK.

Ob vsem tem je z vsestranskim osebnim odpovedovanjem in hkrati s podporo, omogočila vsem trem otrokom, da so postali uspešni člani državne reprezentance v plavanju, ena od deklet pa je tudi zelo uspešna mladinska državna reprezentantka v kegljanju.

Po letu 1987 je bila tovarišica Škafarjeva dve mandatni obdobji sekretar OOK, članica organov občinske organizacije ZK Krško, dvakrat predsednica delavskega

sveta tozdu, članica stalnih komisij v tozdu, dve mandatni obdobji je vodila združene delegacije za zdravstvo, kulturo in telesno kulturo, ter dve mandatni obdobji delegatka tozdu v konferenci osnovnih organizacij ZS v Mercator-Hoteli gostinstvo. Poleg tega, je ves čas odlična organizatorka športnih aktivnosti v tozdu je tudi aktivna kegljalka, vzorno vodi blagajno Kegljškega kluba Krško, v tozdu vodi delegacijo za zbor združenega dela, je članica nadzornega odbora pri Občinskem svetu ZSS Krško, zunanja članica disciplinskih komisij ter prejšnji in sedanjí mandat predsednica delavskega sveta delovne organizacije Mercator-Hoteli gostinstvo.

Vsestransko angažirano delovanje tovarišice Škafarjeve odlikujejo poštenost, skromnost,



Alojzija Škafar

delavnost, izredne organizacijske sposobnosti, v odnosih z ljudmi pa tovarištvo in vedri športni duh.

Zaradi vsega, kar je tovarišica Škafarjeva vložila v delo na delovnem mestu, v delovanje osnovne in občinske organizacije sindikata in ZK ter konference osnovnih organizacij ZS v DO, v delovanje in razvoj delegatskega sistema, tako v tozdu kot v delovni organizaciji in ne nazadnje, v plavalni in kegljaški šport ter zaradi izrednih osebnostnih lastnosti so ji na otvoritvi 35. GTZ Slovenije, 28.10.1987 v Radencih podelili priznanje Republiškega odbora sindikata delavcev gostinstva in turizma Slovenije.

IV. Festival tržnih komunikacij

Alenka Medved

Vtisi iz Portoroža — srečanja propagandistov

V začetku novembra se je zbral cvet propagandistov iz vse Jugoslavije na svojem festivalu v Portorožu. Na svojem srečanju pregledamo in ocenimo delo preteklega leta. Za vseh osemsto prijavljenih je bila dvorana Avditorija premajhna, tako da so zamudniki na vsaki projekciji stali. V dvorani smo vsak dan prebili od desete ure dopoldne do pozne noči, vmes smo si privoščili le urico odmora za kosilo in večerjo. Program je bil strokovno tako zanimiv, da si odsotnosti enostavno nisi mogel privoščiti.

Za tekmovalni del festivala je bilo letos prijavljenih 47 oglasov, 40 plakatov, okrog 20 kolekcij embalaže, 60 katalogov, cela vr-

sta koledarjev in poslovnih poročil in 7 zaščitnih znakov in logotipov.

Iz letošnje produkcije smo videli tudi 180 ekonomsko-propagandnih filmov, slišali več kot 200 radijskih sporočil, videli 20 celostnih podob in okrog 100 propagandnih kontaktnih materialov in predstavitev 10 celostnih propagandnih akcij.

Dovolj, da smo si lahko ustvarili vtis o kakovosti tržnega komuniciranja.

Večino na tem festivalu predvajanih in predstavljenih del bi po tehnični kakovosti lahko uvrstili tudi na kak evropski festival propagande. Žal pa se lahko pohvalimo samo z dobro tehniko, ne da pa se skriti nestrokovnega pristopa oziroma dela. Tako si nekateri propagandisti povprečnega jugoslovanskega potrošnika, ob ponujanju povprečnega jugoslovanskega izdelka, predstavljajo na razkošni jahti, v netipičnem okolju Afrike in drugih eksotičnih dežel. Ti filmi so posneti z velikimi stroški, ki s prodajo izdelka ne bodo nikoli povrneji. Spet je bila potrjena teorija, da so projekti, ki niso zasnovani na ugotovitvah iz raziskav trga in odzivov potrošnikov, že v svoji zasnovi obsojeni na neuspeh.

Vendar je bilo tudi kakovosti dovolj. Vzpodbudno je predvsem, da ta ne prihaja več samo iz Slovenije, temveč, da so izredno kakovostna dela predstavili predvsem propagandisti iz Beograda. Pogrešali pa smo hrvaških predstavitev.

O zrelosti, ki so jo pokazali udeleženci festivala, pričajo tudi spontane reakcije publike, ki je kakovost nagradila z aplavzom, izžvižgala slaba dela in se tudi do solz nasmejala kolekciji filmov za dietetični program, ki jih je agencija Politike iz Beograda posnela za Agrokomerc. Slogani v filmih so bili napisani na kožo politiki poslovanja pred in po menični aferi.

Ponedeljkovo popoldne smo posvetili predstavitev 10 celostnih ekonomsko-propagandnih akcij. Med kolegi — propagandisti je bilo izredno veliko zanimanje za Klub Mercator. Zato sem pogrešala predstavitev te akcije. Vse dni festivala so me namreč spraševali, koli-

ko je Mercator plačal dobitniku nagradne igre 3 x 3 za izjavo, da bo dobiček — dve stari milijardi vložil v kupone Mercatorja. Menim, da je bil festival propagandistov izjemna priložnost za ocenitev kakovosti naše akcije, pa tudi za njeno siceršno popularizacijo, saj je bilo na festivalu akreditiranih več kot 50 novinarjev.

Zmajčkov butik izvrstnih slaščic je na festivalu predstavil novo embalažo za torte po naračilu in katalog za te torte. Naš katalog, ki so ga oblikovali v agenciji Studio marketing Delo, je bil med propagandnimi gradivi uvrščen v ožji izbor katalogov, predlaganih za nagrado. Žal pa ga je nekdo od obiskovalcev razstave deset minut pred končno izbiro ukradel. Ali zato, ker se je zbal konkurence, ali zato ker je želel doma pripraviti Zmajčkovo torto? Na vprašanje ne znam odgovoriti.

V večernih programih smo si ogledali nagrajene propagandne filme, ki so prišli iz Cannesa, Dublina, Frankfurta, radijska sporočila pa s festivala v Hollywoodu.

Med posameznimi projekcijami je bila vsak dan tudi »okrogla miza«, za katero so bile nekajkrat debate zelo sočne.

Festival je obiskal tudi predsednik Skupščine Jugoslavije dr. Marjan Rožič, ki je dejal, da je festival redka svetla točka v krizi našega gospodarstva. Menil je, da je ravno propaganda, skupaj z ostalimi službami tržnega komuniciranja, tista strokovna služba, ki bi morala pomagati najti pot jugoslovanskemu gospodarstvu v tržno usmerjenost.

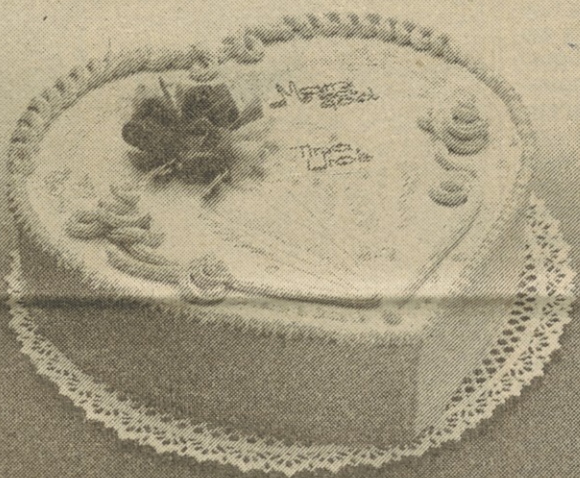
V ukradenem Zmajčkovem katalogu je bila tudi predstavitev tele torte.

SRCE

(izdelano iz okrogle torte — 2 r = 28 cm)

OKUSI

čokoladna, orehova, lešnikova, čokoladna mešana torta in razni okusi sadnih tort
obliv: čokoladni, maslena krema, fondan



35 uspešnih, zadovoljnih let Mercator-Konditorja

Alenka Medved

Zmajček — simbol kakovosti

Ni povsem običajno, da se 35-letnici obstoja delovne organizacije pripisuje pomembnejša vloga. Delavci M-Konditorjevega ZMAJČKOVEGA BUTIKA IZVRSTNIH SLAŠČIC pa smo se odločili, da to, sicer ne okroglo obletnico, proslavimo. Samo 200 nas združuje delo v naši delovni organizaciji, toda prav zadnjih pet let je bilo za naš razvoj najpomembnejših.

V tem obdobju smo se iz starih, po vsej Ljubljani raztresenih proizvodnih obratov preselili na obrobje Ljubljane. V sodobnem obratu smo združili vse štiri proizvodne linije: pekovsko pecivo, industrijske zavitke, krofarno in slaščičarno. V urejenih in čistih skladiščih in hladilnicah hranimo naše surovine: moko, sladkor, olje, jajca, sadje, mlečne izdelke, orehe, čokolado in druge dobrote, iz katerih mesimo, pečemo, cvremo naše izdelke. Po Murglah pa vsako jutro že navezgodaj zadiši.

Istočasno s proizvodnim obratom, pa smo začeli razvijati novo blagovno znamko za naše izdelke. Ker so naši največji po-

trošniki in ljubitelji otroci iz Ljubljane, Ljubljana pa ima v grbu simbol zmaja, smo se odločili za našega ZMAJČKA. Na kotalkah pa zato, ker naše kupce oskrbujemo z vedno svežimi, hrustljivimi slaščicami. Simbole naše celostne pogodbe smo že prenesli na naše embalažne elemente, prevozna sredstva, izložbena okna, delovno obleko.

Naš razvoj je usmerjen v nove, še bolj kakovostne izdelke, v obnovo naših prodajnih mest, v kvalitetnejšo dostavo, boljše tehnologijo dela.

Delavci Konditorja pa ob svoji obletnici nismo pozabili, da nam je pri novi gradnji pomagal ves SOZD MERCATOR-KIT.

Vse naštetu je dalo pravi razlog, da se ob praznovanju 35. obletnice srečamo. Zbrali smo se v naši slaščičarni na Čopovi.

Izredno veseli smo bili obiska predsednika poslovnega odbora SOZD MERCATOR-KIT, tov. Mirana Goslarja in njegovih toplih, vzpodbudnih besed.

Pozdravni telegam smo prejeli tudi od podpredsednika SOZD tov. Mitje Ponikvarja.

Naš direktor Uroš Gros, pa je v kratkem, jedrnatem govoru povedal pomembne usmeritve za naš prihodnji razvoj. Za prijetnejše praznovanje je poskrbel Mile Bitenc, ki je pozno v noč vodil družabne igre.

Za veselo razpoloženje, ples in pesmi je poskrbel tudi naš novi sodelavec v komerciali, pevec in kitarist, Alberto Gregorič s svojim spremljevalcem. Poskrbela sta, da smo s pesmijo pre-

Pravnik svetuje

Sergej Paternost

Ali je dopustna kontrola bolniškega staleža na prosto soboto?

V kolikor se v organizaciji uvede kontrola bolniškega staleža, tedaj se taka kontrola lahko izvaja ob vsakem času tudi ob prostih sobotah, nedeljah in praznikih. Pomembno je, da delavec, ki je na bolniški upošteva navodila zdravnika, ki jih je dal delavcu — pacientu, ko mu je odobril stalež.

V praksi se zgodi, da kontrolor sreča delavca, ki je v staležu na cesti in ga prijavi, ne ve pa, da je zdravnik naročil delavcu, da se mora v času staleža čimveč gibati na zraku.

Iz tega izhaja, da se kontrola lahko uspešno opravlja le pod pogojem, da delavci, ki opravljajo kontrolo, vedo za zdravnikova navodila, ki jih mora delavec — pacient upoštevati v času bolniškega staleža. Le na tak način se izognemo nesporazumom, ki se v praksi pojavljajo.

potovali ves svet, od Južne Amerike, do Evrope. Vrteli smo se v venčkih polk in valčkov, zaplesali kolo in končali z... Jugoslavijo.

Ko se je mesto budilo v megljenem nedeljskem jutru, pa po Murglan ni zadišalo. Naši peki

in slaščičarji so tokrat spali, tako kot spijo edini dan v tednu — ob nedeljah.

Novi proizvodni in skladišni prostori v Hrastju pri Kranju

Tone Roblek

Poslovni optimizem

KRANJ, 6. novembra 1987 — V temeljni organizaciji združenega dela Agromehanika iz sestava delovne organizacije Mercator-Kmetijsko živilski kombinat Gorenjske Kranj, so v petek slavnostno odprli nove proizvodno-skladišne prostore, ki pomenijo precejšnjo pridobitev tako za M-KŽK Gorenjske Kranj, kot tudi za SOZD MERCATOR-KIT.

Vsem nam je še verjetno v spominu 1. junij 1986, ko je požar praktično povsem uničil prostore, v katerih je potekala proizvodnja škropilnic. Škoda je bila izredno velika, po podatkih zavarovalne skupnosti Triglav, največja na Gorenjskem, po zadnji vojni. Delavci so bili pred težko odločitvijo, kako naprej, saj so bili dobesedno zasuti z naročili in to predvsem za izvoz. Toda za razmišljanje ni bilo časa, obveljala je gorenjska trma; delavci so poprijeli za vsako delo, uveljavila pa se je tudi solidarnost, tako v M-KŽK Gorenjske kot v sozdu Mercator-KIT.

V težkih vremenskih razmerah, v mrazu in vročini so delavci sestavljali škropilnice pod napuščem in milim nebom. Toda naročila so bila izvršena in odposlana v roku! To zmoro le visoka zavest pripadnosti kolektivu in organizacijska sposobnost prilagajanja izrednemu stanju.

Tozda Agromehanika je prav gotovo ena najuspešnejših temeljnih organizacij v M-KŽK Gorenjske z visoko storilnostjo, dobro organizacijo in perspektivnim proizvodnim programom, ki je usmerjen predvsem v izvoz. Deset poslovnih centrov v vseh jugoslovanskih republikah, razen Makedonije, pa daje zagotovilo za prisotnost tudi na celem jugoslovanskem trgu. Zato na otvoritvi prav nič ne prese- neča udeležba preko 500 gostov iz vse Jugoslavije in tujine, prisotni pa so bili tudi številni ugledni družbenopolitični delavci in predsednik poslovnega odbora sozda Mercator-KIT Miran Goslar.

Slavnostni govornik je bil glavni direktor M-KŽK Gorenjske, mag. Janez Tavčar, ki je najprej opisal dogodke po požaru, nato pa o samem poteku gradnje nadaljeval:

»Idejni projekt smo napravili v tozdu Agromehanika, glavni načrt pa je izdelal Slovenija projekt Ljubljana, za glavnega izvajalca je bil izbran SGP Gradbi- nec, tozda GD Jesenice, ki je z gradbenimi deli pričel 15. 9. 1986. Zaključek gradnje in montažnih del je bil v avgustu letos. Zadnja, izredno neugodna zima je zavlekla gradnjo za nekaj mesecev, toda z velikimi prizadevanji glavnega izvajalca in soizvajalca SGP Gorica s številnimi kooperanti iz Slovenije in drugih republik, je bil objekt dokončan kakovostno in v roku.

Z novogradnjo se je pridobilo 3000 m² proizvodno skladišnih prostorov. Vrednost gradbenih in obrtniških instalacijskih del znaša 500 mio. din, to je predračunska in obračunska vrednost, ker prekoračitve pri financiranju investicije ni bilo. Viri sredstev za investicijo so bili: 190 mio din nadomestilo zavarovalne skupnosti za požar, 120 mio din kredit LB TBG in 180 mio din sredstva tozdev M-KŽK Gorenjske, združena v IB SOZD Mercator-KIT. Zaključena še ni finančna konstrukcija in faza montaža sodobne skladišne opreme in nakupa tehnološko najsodobnejših obdelovalnih strojev in opreme v proizvodni in montažni hali. Vrednost tega dela ocenjujemo v tem trenutku

na cca 400 mio din. Predvidevamo, da bo cela naložba do zadnjih podrobnosti izvedena do konca leta tako, da bo tozda Agromehanika že v naslednjem letu sposobna ustreči zahtevam najzahtevnejših uporabnikov kmetijske mehanizacije na domačem in številnih tujih tržiščih.

Z izgradnjo sodobnih prostorov za proizvodnjo in montažo kmetijske mehanizacije, je za kolektiv, tozda Agromehanika in celega M-KŽK Gorenjske nastopilo novo obdobje.

V nadaljevanju je tov. Tavčar povdaril predvsem nesebično pomoč in razumevanje poslovnih partnerjev Tomo Vinkovič Bjelovar, IMT Beograd, Poljoopskrba Zagreb, Agrotehnika Ljubljana in drugih partnerjev v Jugoslaviji in tujini. Nato je spregovoril o viziji razvoja tozda Agromehanika in M-KŽK Gorenjske v celoti:

»V M-KŽK-Gorenjske so naslednje dejavnosti: primarna kmetijska proizvodnja, kmetijska kooperacija, predelava mleka, klanje in predelava mesa, predelava olja, trgovina in kmetijska mehanizacija, prav zadnja v okviru tozda Agromehanika leto za letom zavzema pomembnejše mesto. Program proizvodnje in prodaje kmetijske mehanizacije je prav letos po skupnem prihodku, dohodku in skladih ter izvozu na vseh postavkah prišla na prvo mesto v DO.«

Na znanstvenem in raziskovalnem področju je treba poudariti prispevek Višje agromomske šole Maribor in posebej prispevek profesorja dr. Milana Novaka za nesebično delo pri vzgoji strokovnih kadrov in neposredno pri razvoju škropilne tehnike.

Dosedanja inovacijska dejavnost in tehnične zmogljivosti so že do tega trenutka omogočile letno proizvodnjo cca 25.000 kom škropilnih enot (škropilnic, atomizerjev, malih agregatov). Z novo investicijo bo pa možno obseg proizvodnje še bistveno povečati in kar je še važneje, doseči bo možno vrhunsko kakovost škropilnih agregatov, ki jo uporabniki na domačem trgu zahtevajo že dalj časa — za izvoz pa kakovost in sodobnost pomenita vse.

Že dosednji program škropilne tehnike, ki ga brez licenc proizvajamo v naši organizaciji, je povsem nadomestil uvoz potrebnih strojev za jugoslovansko kmetijstvo. Zaradi nekaterih izvirnih tehničnih rešitev škropilnih agregatov, smo pred leti uspeli tudi v izvozu, najprej na Poljsko in SZ, nato pa še v Italijo, Avstrijo, Belgijo, Španijo, na Bližnji vzhod, tečejo pa tudi konkretni razgovori za izvoz v ZDA.

Smo v največji ekonomski krizi, ki ne bo rešljiva brez zelo aktivne vloge združenega dela. V M-KŽK Gorenjske hočemo na vsak način dokazati in vztrajati, da je samo z delom, lastnim znanjem in kadri ter z odrekanjem na vseh nivojih možno doseči izhod iz gospodarske krize. Objekt tozda Agromehanika je v dveh letih in pol že četrta večja investicija v naši delovni organizaciji za Centrom za hitro razmnoževanje krompirja

v Šenčurju, Hladilnico za meso in Poljedelsko farmo na Trati pri Škofji Loki.

Izgradnja objekta v Hrastju je financirana pretežno z lastnimi sredstvi. Smer družbeno željenega prestrukturiranja agroindustrijske v naši regiji se sicer ponaša z blestečimi rezultati v govedorejski in tudi rastlinski proizvodnji, toda z velikimi finančnimi in razvojnimi problemi, ker nam administrativni ukrepi krnijo dohodek. M-KŽK Gorenjske je nosilec družbeno organizirane proizvodnje in predelave hrane na Gorenjskem. S tozdom Agromehanika smo se odločili, da pri razvoju in trženju s kmetijsko škropilno tehniko, sežemo kot nosilci, čez re-

gijske, republiške in jugoslovanske meje. Z dosedanjim delom in rezultati smo to tudi že dokazali. Že pred leti zastavljena vizija, da tudi na tem področju kmetijske tehnike dohitimo ali celo prehitimo svetovno tehnologijo, ki je primerna in uporabna za naše razmere — postaja stvarnost.

Naša poslovna in razvojna strategija, da domačemu trgu v celoti zagotovimo stroje za zaščito rastlin, bo kmalu uresničena. Zelo hitro se uresničuje tudi naš poslovni optimizem v izvozu polovice svoje proizvodnje — izraženo v vrednosti 6 mio \$, kar bo istočasno tudi soliden prispevek naše DO oziroma tozda Agromehanika — in sozda MERCATOR-KIT za hitrejšo ekonomsko stabilizacijo naše skupnosti.

Na koncu svojega govora se je slavnostni govornik iskreno zahvalil sozdu MERCATOR-KIT za moralno in materialno po-

moč pri sanaciji po požaru in gradnji novega objekta.

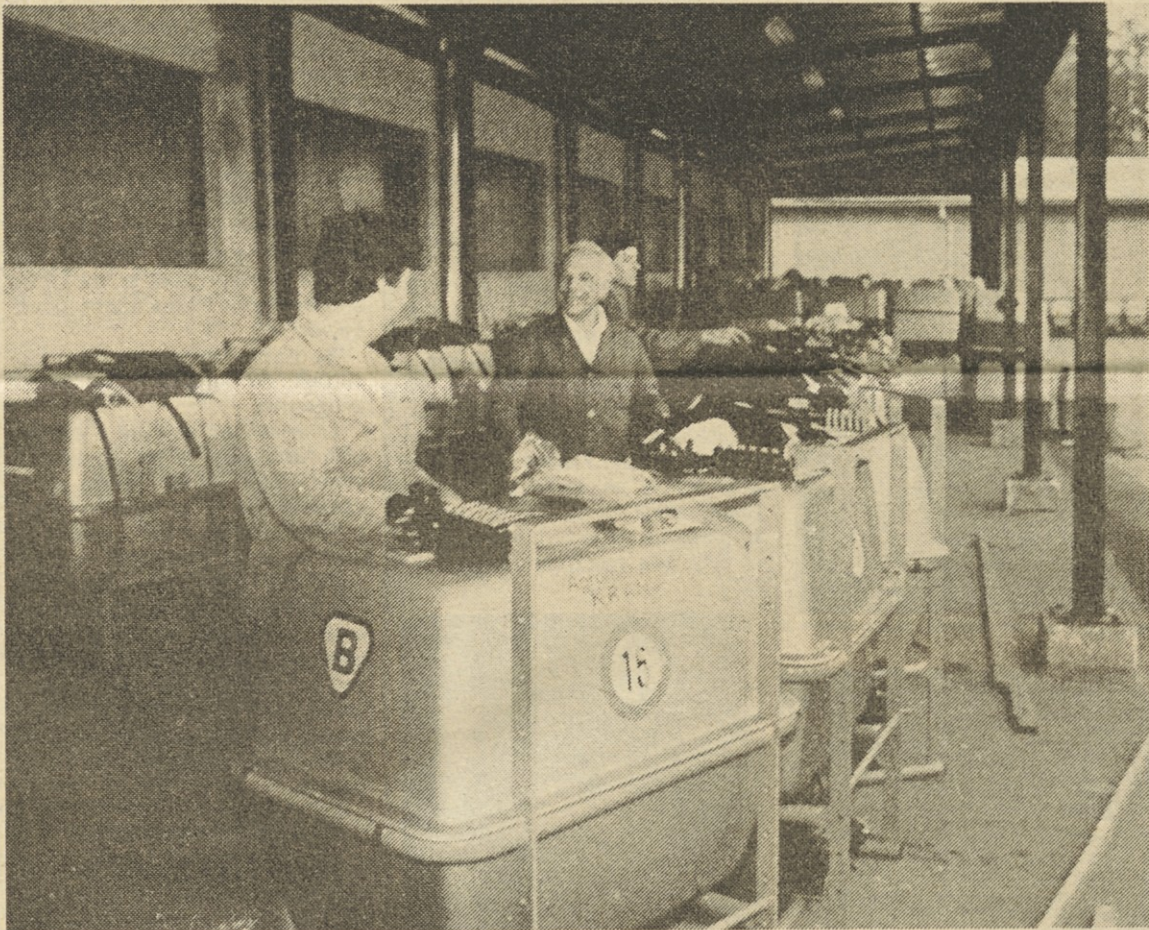
Po slovesnem govoru so bile podeljene plakete in priznanja izvajalcem in dolgoletnim sodelavcem. **Priznanja M-KŽK Gorenjske so prejeli:** SGP Gradbi- nec, TOZD Gradbena operativa Jesenice, Slovenijaprojekt Ljubljana in Friderik Lazar.

Plakete M-KŽK Gorenjske pa so prejeli: »Tomo Vinkovič« Bjelovar, IMT Beograd, Agrotehnika Gruda Ljubljana in Poljoopskrba Zagreb.

Podeljenih je bilo tudi 36 plaket tozda kot priznanje za dolgoletno poslovno sodelovanje.

Po kulturnem programu, v katerem so sodelovali Janez Dolinar, AKZ France Prešeren iz Kranja in folklorna skupina DPD Primskovo, je predstavnik delavskega sveta tozda Agromehanika Franc Selak prerezal trak in simbolično odprl novozgrajeni objekt.

Dan pred požarom so se delavci Agromehanika tudi med delom zadovoljno smehljali, po otvoritvi novega objekta pa bodo svoje zadovoljstvo pokazali s širokim smehljajem.



Prišli, videli, zmagali

Alenka Medved

Zmajčkovi slaščičarji v Radencih

Po številu izdelanih tort po željah naročnikov je Zmajčkova slaščičarna prav gotovo na prvem mestu v Sloveniji, če ne že kar v Jugoslaviji.

Vsako leto v naši slaščičarni izdelamo kar 17.000 tort. To je prav gotovo količina, ki je vredna zavidanja. Naše torte imajo tri najst različnih okusov, izdelane pa so v osmih različnih oblikah. Obdarovanci, zlasti otroci, jih od drugih tort ločijo predvsem po okrasih. Le te izdelujemo iz marcipana in beljakov v domači delavnici. Otroci se navdušujejo nad ježki, gobicami, zajčki, smrekicami in drugimi gozdniimi simboli. Na posebno željo naročnikov pa izdelamo tudi druge lju- bljence otrok. Odrasli se bolj

navdušujejo nad cvetjem in lično izpisanimi voščili.

Nemogoče je opisati vse stile in načine okrasitev tort, ki jih uporabljajo slaščičarji. Vsak, ki okrajuje torto ima drugačno roko, tako da obdarovanec lahko vsako leto prejme torto, ki ima različico sicer standardnega okrasa.

Svoje znaje smo letos pokazali in predstavili tudi na Gostinsko turističnem zboru v Radencih. Tega zbora smo se udeležili pr-

vič, zato nas je bilo upravičeno strah »starih priznanih mačkov«.

Toda Zmajčki smo prišli, videli in zmagali. Za predstavljeni novoletni sladici: torto in potico smo prejeli zlato medaljo z diplomom. Priznati moramo, da nas je priznanje razveselilo, obenem pa smo bili ponosni, da smo svoje dolgoletno delo potrdili s tem priznanjem.

Iskrene čestitke naj torej veljajo Zmajčkovi ekipi, zlasti pa vodji slaščičarne Ančki Šubelj in vodji linije zavrtkov Martinu Hruševanju. Odločili smo se, da bomo prihodnje leto na Zboru spet sodelovali. Takrat bomo v boj za medalje poslali druge sodelavce.

ANUGA — svetovna razstava hrane in opreme

Jože Klanjšek

Smo res za med lačne?

Razstava živilskih izdelkov in opreme — ANUGA v Kölnu, je največja tovrstna prireditelja na svetu, kar dokazujejo podatki, ki jih organizator objavlja v katalogu: štirinajst razstavnih hal ima 230.000 m², v njih se predstavlja 5000 razstavljalcev iz 82 držav. V petih dneh obišče razstavo okrog 200.000 obiskovalcev iz 125 držav.

Predstavitev razstave

Razstava je razdeljena na tri dele:

— CONSUMA — predstavitev mednarodnega trga živilskih izdelkov z naslednjo ponudbo: surovine in aditivi, pijače, mleko in mlečni izdelki, slaščice, konditorski in pekarski izdelki, meso in mesni izdelki, perutnina in divjad, ribe in hrana iz morja,

sadje in zelenjava, delikatese in konzervirana hrana, olja in maščobe, zamrznjena hrana, pripravljena hrana, strokovna literatura.

— GASTROMA — predstavitev opreme za hotele, restavracije in lokale za hitro prehrano z naslednjo ponudbo: oprema za kuhanje, pečenje in fritiranje, delovni pult, pomivalna opre-

ma in prezračevanje, gospodinjski stroji, oprema za hlajenje in zmrzovanje, shranjevanje odpadkov in čiščenje, transport in skladiščenje, pakiranje.

— TECNICA — predstavitev opreme za živilsko predelovalno industrijo z naslednjo ponudbo: stroji in naprave, pakirni stroji in embalažni materiali, hladilna tehnika.

Vtisi

Po pristanku na senčni strani Alp, smo se obiskovalci iz Slovenije, ki nas je bila za tri polne devetice Adria Airways, nastanili na rečnih ladjah, ki se ob vsakem sejmu zasidrajo ob Renu in tako razbremenijo bližnje in daljnje hotele. Dnevno smo se z barko prepeljali čez Ren in se razšli po razstavnih halah.

Zaradi razsežnosti razstave se je bilo treba vnaprej odločiti, katere dele razstave si bomo ogledali. Po halah pa se je bilo treba gibati le po smerokazih, ki so bili razpostavljeni po hali. Za natančen ogled etaže v eni razstavnih hali je bilo treba prehoditi 3 do 5 kilometrov.

Razstavljalci

Tudi v industriji prehrabnih izdelkov in opreme prednjačijo razvite zahodne države z raznovrstno ponudbo, visoko kakovostjo izdelkov in embalaže, z novimi tehnologijami in izdelki. Zelo se je povečala ponudba vnaprej pripravljene hrane, predvsem zamrznjene. Pri zamrzovanju se vse bolj uveljavlja tehnologija zamrzovanja z ogljikovim dioksidom. Povečuje se tudi ponudba tako imenovane »naravne hrane«. To so izdelki iz surovin, kjer pri njihovi

pridelavi ne uporabljajo zaščitnih sredstev in umetnih gnojil, izdelkov pa ne dodajajo nobenih kemijskih konzervansov, postopki predelave so naravni. Zaradi majhnih serij so cene teh izdelkov primerno visoke. Pojavilo se je veliko novih izdelkov na bazi žitaric, ki jih izdelujejo s postopkom ekstrudiranja. Skandinavske države, Nova Zelandija in ZDA so prikazale veliko prehrabnih izdelkov, pridobljenih iz morja. Države daljnega vzhoda (Malezija, Singapur, Koreja, Tajvan in Japonska) tudi v prehrabni industriji držijo korak z razviti. Predvsem so ponudile raznovrstno hrano in napitke na osnovi soje in drugih, nam neznanih surovin.

Zahteve glede kakovosti in oblikovanja embalaže so izredno visoke. Več kot 90 odstotkov prehrabnih izdelkov je označenih s črtasto kodo (EAN, UPC), kar proizvajalcem omogoča natančno in racionalno načrtovanje proizvodnje, zalog in prodaje s pomočjo računalnika.

Ponudba jedilnih olj in maščob je bila raznovrstna, srdozemske dežele so razstavljale predvsem olivno olje, vzhodno azijske pa palmino. Embalaža je pretežno steklena, pločevinasta in plastična, uveljavlja pa se poliestrska, PET embalaža. Povečuje se ponudba zeliščnih in hladno prešanih olj. Razlike v ceni med kakovostnimi in slabšimi olji so tudi nekajkratne.

YU stvarnost

Jugoslovanski razstavniki so postavili v družbo nerazvitih. Naši sosedi so bili Etiopija, Kenija, Gana, Zimbabve... čeprav bi po razstavljenih izdelkih sodili v nekoliko uglednejšo družbo. Vseeno pa ne dosegamo tudi tistega, kar so pokazali naši vzhodni sosedi: Madžari, Poljaki, Čehoslovaki, Grki in Turki.

Naš razstavniki prostor — štant, se je od ostalih razlikoval po tem, da se je na njem vedno gnetla množica »poslovnežev«, ki so ob povsem zasedenih mizah pili kavo, grizli bobi palčke in glasno sklepali kupčije v vseh jezikih narodov in narodnosti Jugoslavije. Za ostale vsiljive obiskovalce, ki niso obvladali naših jezikov, se večinoma niso zmenili.

Razstavljalci iz razvitega sveta pa so imeli na svojih razstavnih prostorih kvečjemu dva človeka, ki sta dajala vse informacije s tehničnega ali komercialnega področja, nudila različne prospekte, marsikje pa je bil mogoče izdelke tudi pokusiti. Očitno si gnili kapitalizem nekoliko drugače predstavlja poslovnost kot si jo pri nas.

Zaključek

Veliko število obiskovalcev iz Jugoslavije je prišlo z namenom, da bi našli ideje za nove izdelke, nove embalažne materiale, se seznanilo z dognano opremo. Ob vsej ponudbi idej ni bilo težko dobiti. Toda, ko jih skušal uresničiti na naših tleh, naletiš na nepremostljive ovire: predrage domače surovine in preveliki režijski stroški, ki naredijo izdelek predrag za tuje trge, nezmožnost uvoza potrebne opreme, pomanjkanje deviz in ne nazadnje... zahodni trg je z nekaterimi prehrabnimi izdelki zasičen.

MERCATORJEV MOZAIK

Končali s setvijo — TOZD Brazda iz novomeške kmetijske zadruge je, kot nam je povedal njen direktor Mlakar končala z jesensko setvijo.

Pšenico sort Zagreb 2, Dukot, Baronka in Mačvanka 2 so posejali na 260 hektarih, oljno ogrščico pa na 138 hektarih.

Setev je potekala v sorazmerno slabem vremenu. Posevki lepo kažejo in upamo, da bodo dobro prezimili.

• • •

Letošnja sadna letina je bila v kmečkih sadovnjakih letos izredno slaba, v nasprotju z lanskoletnim pridelkom, ko je na kupe lepih jabolč končalo pod snegom.

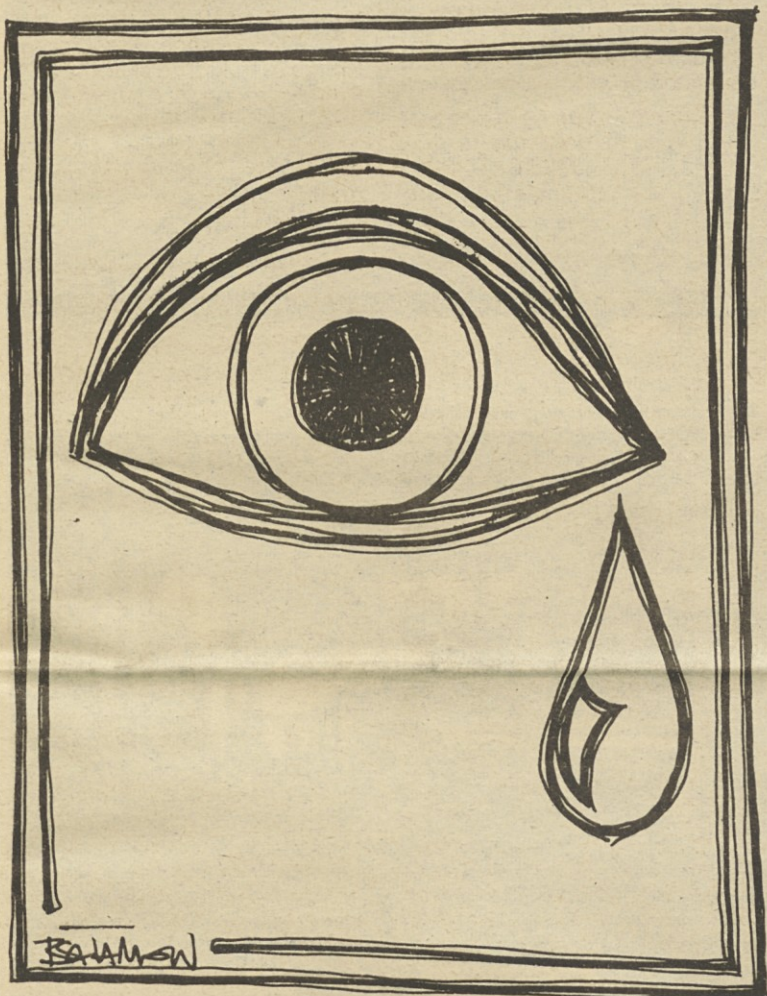
Zelo dober pridelek jabolč pa je imela letos TOZD BRAZDA v sadovnjaku Dol. Brezovica pri Pleterskem samostanu. Prodali so 412 ton namiznih jabolč sort ajdard, jonagold, gloster in jonatan.

• • •

Metliška in krška vinska klet sta sodelovali v Ajdinem tednu Martinovih dobrot. Z moštom so postregli številnim gostom. Tudi sicer so v Ajdi popestrili izbiro njihovih vin. Ta vina so tudi v vitrihah — izložbah v Kavarni.

• • •

Martin tudi v Miški teden Martinovih dobrot je v ljubljansko Miško privabil še več obiskovalcev kot sicer. Koprsko mlado vino — malvazijo in refošk so točili kar iz sodov. Ni treba posebej poudariti, da je bila ideja spet Potočnikova.



Poslovna uspešnost — da, zunanja urejenost pa...

Po ponudbi v trgovini, po raznovrstnosti in kakovosti izdelkov ne sodimo med lačne, po ugledu v svetu pa...



120 let Kavarne Evropa
Mile Bitenc

Častitljiva dama se pomlaja

Kavarna Evropa letos praznuje 120-letnico. Ob svojem rojstnem dnevu se je pokazala delno spremenjena, preurejena. Biljardni klub že deluje, povečana gostilnica Ajda pa ponudi še več dobrot. Obeta pa še nekaj novosti.

Dopoldne, 4. novembra, je bilo v Kavarni Evropa čisto drugače, kot običajno. Vse je bilo bolj urejeno, pogrinjki so bili še lepši, in iz kuhinje je še prijetneje dišalo. To dopoldne je bila v Evropi skromna, a prisrčna slovesnost ob praznovanju 120-letnice.

Kavarna Evropa je bila ob tem jubileju drugačna, polepšana, spremenjena, nova, bi lahko dejali. Ali pa tudi ne, saj je bil biljard v njej že pred sto leti. Kavarna Evropa je ena izmed redkih kavarn v našem mestu (štiri so!), natanko pred 100 leti pa jih je bilo kar štirinajst. Kavarne so bile takrat središče družabnega življenja.

Kavarna Evropa je bila v tem času zelo popularna. Stavbo je leta 1872 postavil Luka Tavčar. Tam je v 80-letih prejšnjega stoletja prirejal iitelarni in zabavni klub ob sobotah, »žurfiks« s predavanji, petjem in godbo. Poleg branja in klepetanja so družbe v kavarnah kvartale in igranje priljubljeni biljard. Gostje so v kavarni navadno naročali sladice, predvsem pa belo in črno kavo, čaj, kapucini itd. Primat Evropi je leta 1898 prevzela Narodna kavarna na Dvornem trgu.

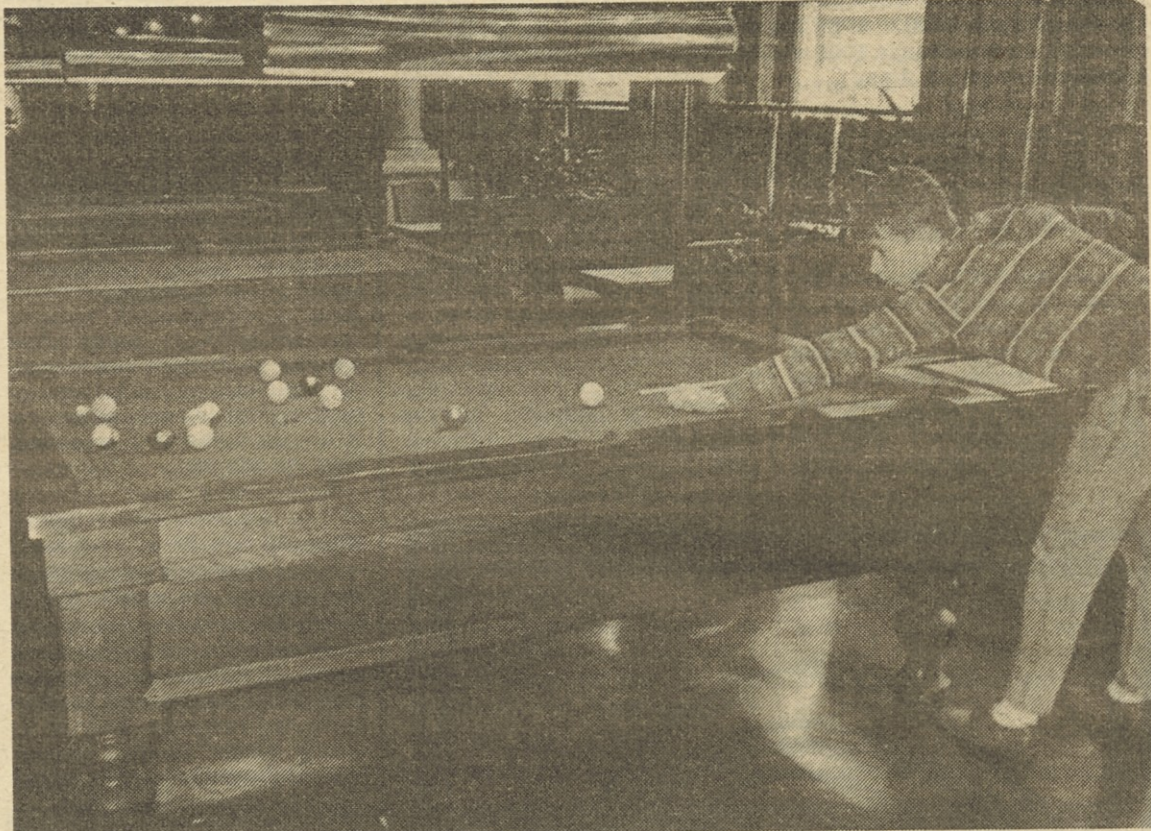
Pred sto leti se je priporočala takole: »Kavarna Evropa. S tem vijudno opozarjam na svojo povsem na novo popravljeno kavararno, v kateri so 4 novi biljardi in jako udobni prostori. Pred kavarno je lepa senčnata terasa. Za obilen obisk se priporoča z vsem spoštovanjem Ant. Krapš, kavarnar«.

Po tolikih letih so v kavarni ponovno štiri biljardne mize. Gostje so jih z navdušenjem sprejeli in že kar pridno igrajo biljard. Zanimivo je, da se zanj zanimajo predvsem mladi fantje, ki igrajo tudi poznajo. Igranje biljarda vodi osebje kavarne, ki se je na krajšem tečaju seznanilo s pravili igre. Nekateri se sprašujejo, kako se je biljard znašel prav v kavarni Evropa. Razlaga, da je prav ta kavarna imela to igro že pred stoletjem, da je to nadaljevanje tradicije, je čisto prava stvar.

Da je zanimanja za biljard že po nekaj dneh veliko, pove tudi to, da se je oglašil JAT in za vsak četrtek od 19. ure dalje biljarde rezerviral zase. Morda so podobne želje tudi pri nas, v Mercatorju. V kavarni Evropa bodo z veseljem ustregli vaši želji.

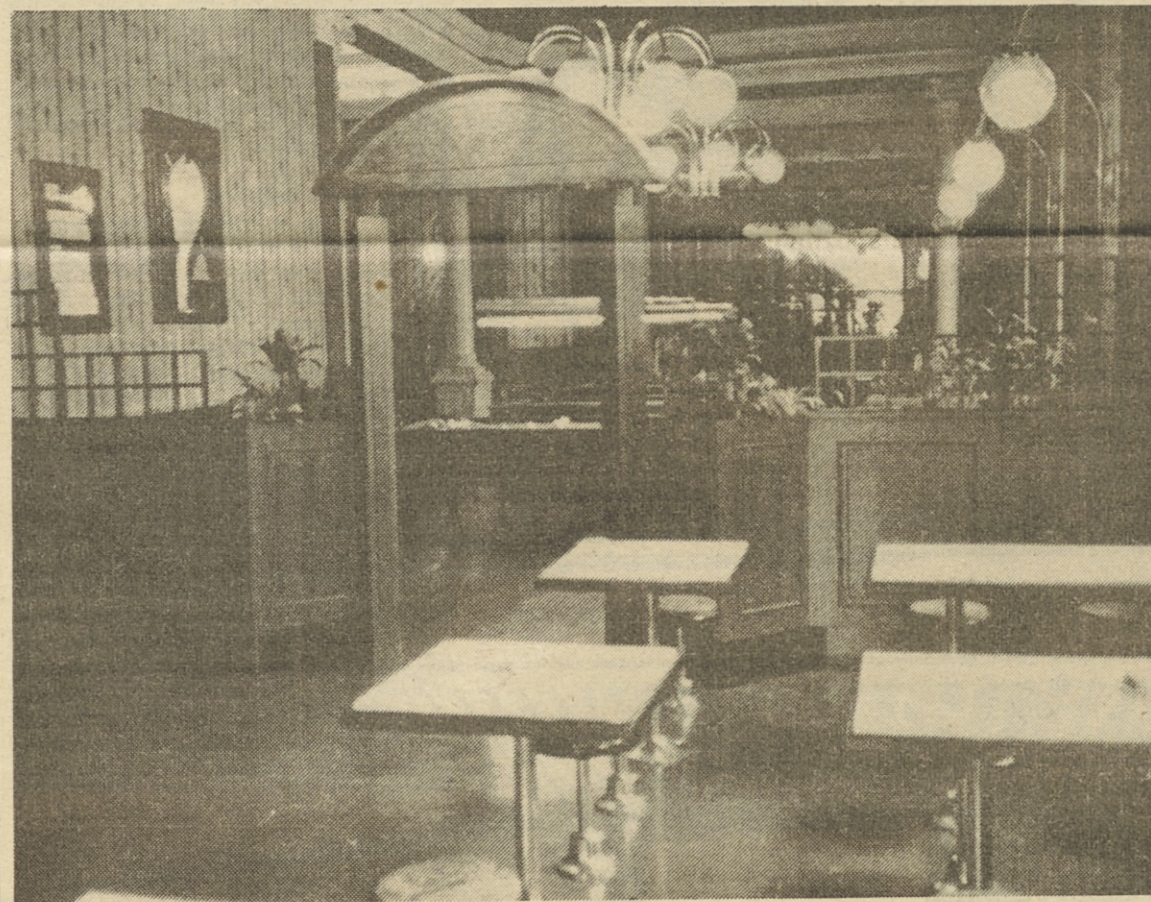
Na slovesnosti ob 120. rojstnem dnevu kavarne so nekaterim delavcem iz slaščičarne podelili tudi priznanja za uspešno udeležbo na nedavnem zboru slovenskih gostincev in turističnih delavcev v Radencih. Zlato medaljo in denarno nagrado za torto »Polnočni utrinki« sta dobila SONJA TKALČEC in STANE KRALJ.

Ob koncu še tole: direktorica tozda Ajdovščina, Tatjana Poničnik, je pogumno začela svoje delo. Načrtov ima še veliko in s sodelovanjem kolektiva jih bo lažje uresničiti. Ne samo v kavarni Evropa, ampak tudi v Nebotičniku in Delavskem domu.



Biljard v prenovljeni kavarni Evropa.

Od stare kavarne bo verjetno ostalo samo še ime. Vhod v prenovljeno kavarno je zasnoval arhitekt Matjaž Tomori.



Iz mariborske Modne hiše
Edo Kobale

Aktiv ZSMS spet zaživel

Uvedba usmerjenega izobraževanja se je v naših temeljnih organizacijah pokazala tudi v vse šibkejšem delovanju mladinske organizacije. Razlog, ugotovile so ga mladinke same, je v tem, da so se kot učenke usmerjenega izobraževanja v prodajalni redno srečevale, prihajale in odhajale so tako kot je bil izobraževalni program časovno določen. Prejšnji učenci so dalj časa spoznavali delovno okolje, delovne navade in stroko neposredno v prodajalni, zato je bila njihova povezanost lahko večja in lažje so oblikovali in uresničevali pro-

grame svojega dela. Tudi sedanjim mladim kolegicam ne moremo očitati nesodelovanja ali brezbržnosti — čeprav formalno nepovezano, so sodelovale pri vseh akcijah osnovne organizacije sindikata.

S tako obliko delovanja same niso bile zadovoljne in zato so ob enotni podpori vseh struktur v temeljni organizaciji sklenile, da oživijo delo mladinske organizacije. Sredi letošnjega oktobra je bila organizirana programsko-volilna konferenca. Na tej konferenci so mladinke sprejele pro-

gram svojega delain izvolile vodstvo aktiva. Predsednica je Doroteja Smodiš iz aranžerskega oddelka, sekretarka je Anka Soršak, za blagajničarko pa je bila izvoljena Janja Žmut.

Dekleta so svoje delo vzela resno. Najprej so se lotila priprav za proslavo Dneva republike, razmišljajo pa tudi že o novoletnem obiskovalcu, Dedku Mrazu. Zavzetost, ki te dni vlada med mladimi v mariborski Modni hiši je vredna pohvale in verjetno se ni bati, da sprejeti program ne bo uresničen. Bravo dekleta!

Mirko Vaupotič

10 let KORŠA

Polnih deset let v sozdu že deluje koordinacijski odbor za rekreacijo in šport ali kot ga popularneje imenujejo KORŠ.O samem delu KORŠ-a je bilo že veliko zapisanega, zato ob tej priliki samo krajši zapis o proslavi, ki jo je KORŠ organiziral ob koncu počitniške sezone v počitniškem domu v Dajli.

Po opravljeni večini letošnjih aktivnosti je imel KORŠ izredno slavnostno sejo na katri smo analizirali delo v preteklih letih in razdelili priznanja vsem tistim, ki so ustvarjalno prispevali k uspešnemu delu v preteklem obdobju.

Prejeli so jih: Vukadin Nedeljković, Anton Kočever, Marko Glažar, Vesna Bleiweis, Polde Srebotnjak SOZD, Peter Markovič, (Sremič) Sonja Bastar Konditor) Iztok Mislej, Peter Urbančič, Peter Mrinšek, Zlata Vasle, Zdenka Ščuka(Nanos), Anton Košir, Marina Marn, JOže Čandek, Igor Černčec(M-Rožnik DS), Tone Roblek, Slavko Ivančič, Alenka Por(KŽK), Željko Pijetlovič(M-Sadje zelenjava), Tolbuhin Bjedov(Modna hiša), Alojz Lihentvalner (Ljubljanske mlekarne), Franc Zadravec, Ivan Drozdek(Sloga), Marko Nered(KZ Cerknica), Janez Košer(KK Sevnica), Boris Štimec(Trgopromet), Dušan Bohinc(Tehna, tozd Investa), Janez Meglen(HG, tozd Ilirija), in Brane Bajc(Agrokombinat). Posebno priznanje pa so prejeli še Stanko Hribar, Cvetka Kumar, Ida Primožič, Peter Pušlar(Rožnik), Tugo Marinček, Jure Jež, Tomo Vovčko SOZD, Herman Küssel(Nanos), Vinko Zalokar, Sonja Dolinšek(MT), Polona Grzinič, Matjaž Kandus(Emba), Ivan Brečko(Tehna, tozd Investa), Ljuba Suković(Standard), in Mirko Vaupotič(Sadje zelenjava).

Sergej Paternost

20 let uspešnega dela blagovnice Postojna

Na današnji dan, 6. 11. 1987, mineva točno 20 let, odkar je bila v centru Postojne odprta nova dvonadstropna blagovnica.

V tem dolgem času je blagovnica opravičila takratno naložbo, predvsem pa je s svojimi 800 m² prodajne površine precej povečala izbiro blaga.

Pred kratkim je bila celotna blagovnica prenovljena in tako bo še vrsto let lahko opravljala svoje poslanstvo. Delavci in vodstvo blagovnice so za ta jubilej pripravili skromno slovesnost in okrasili notranjost blagovnice ter v dopoldanskem času pogostili kupce.

V blagovnici, ki dela »non stop«, je zaposlenih 34 delavcev, od teh jih je šest, ki praznujejo skupaj z blagovnico 20 let nepretrganega dela v tej trgovini.

Vsem zaposlenim, predvsem pa jubilarom, iskrene čestitke in še vrsto let uspešnega dela.

Vodja blagovnice Postojna, Edo Elešini, s sodelavcem ob simboličnem znaku, ki ponazarja 20 let uspešnega dela blagovnice.



Potovanje — prijetno spoznanje

Cvetka Debelak

Izlet ni bil zaman

V M-Rožnikovem tozdu Jelka smo se odločili za dvodnevni izlet v sosednjo Avstrijo, pokukali pa smo tudi na italijansko stran. Jutranja zaspanost ob odhodu ni dala slutiti, da se bomo razživel in doživeli dva dneva prijateljstva, zabave, odprtih src. Z nami so bili tudi upokojeanci našega tozda.

Potovalna agencija Mercator-Turist je poskrbela za pester program potovanja in ogledov kulturnih in zgodovinskih znamenitosti. Še posebej tistih, ki so pomembni za našo slovensko zgodovino.

Ob ogledu trgovin se je marsikomu med nami utrnila pametna ideja, kako urediti svojo trgovino, da bo blago pritegnilo kupca. Pot nas je peljala preko Celovca, Št. Vida do Osoj proti Beljaku in čez Korensko sedlo nazaj v Kranjsko goro. Večerno

razporejen se je poznalo ob jutranji vožnji čez Trbiž. Avtobus je lezel po furlanskih in rezijskih cestah, potniki pa smo se začeli prebujati iz zaspanosti. Ko pogledaš čez mejo, se osebnim nakupom ne moreš odreči, čeprav veš, da te budno carinikovo oko kaj hitro najde. Z nami so imeli kar precej dela.

Kljub nekoliko slabemu vremenu, razliki v letih in carinskemu »prešlatavanju« je bilo zabavno. Domislice so letele na vse strani — Ribničani smo še-

gavi ljudje, smeh in dobra volja sta za nas enako značilna kot reta in lesena žlica.

Marsikdo bo dejal, da smo se odpeljali le na nakupovalni izlet in veseljačenje. Toda, ko smo se razhajali na domove, je bilo v nas novo spoznanje. Tak izlet stke ali pa utrdi nevidne vezi medsebojnega spoštovanja in prijateljstva. Oboje nam je v tem brezosebne in razosebljenem času potrebno, potrebno pri vsakdanjem delu in skrbah za vsakdanji ljubi kruhek.

Zadovoljni so bili predvsem naši upokojeanci. Njim srečanje z nami, še aktivnimi delavci pomeni, da niso pozabljeni in priznanje, da mi spoštujemo njihovo, minulo delo.

Ribničani pred zibelko slovenstva — Gospo Sveto.



Prenovljena samopostrežba

Cvetka Debelak

Prav je, da smo zahtevnejši

Kljub majhnosti naše Jelke, tozda v sestavi Mercator-Rožnika, hočemo oplemeniti vsak pridobljen dinar z boljšo ponudbo in posodobitvijo prodajnih mest.

Že nekaj let naš TOZD posveča veliko pozornosti razvoju trgovske mreže. V začetku smo imeli trgovine v najemu, danes pa imamo v vseh večjih vaseh nove trgovine. Tako TOZD pridno obnavlja in gradi, saj je v zadnjih letih veliko obnovil in zgradil veliko novega. Največ zasluga za uresničevanje take politike imajo vodilni v TOZD, pa tudi razumevanje samoupravnih organov in vseh zaposlenih.

V letošnjem letu bomo odprli novo trgovino v naselju GRČARICE, te dni pa smo končali z obnovitvenimi deli v samopostrežni trgovini in bifeju v središču Ribnice.

Slaba instalacija, tla ter iztrošena oprema so narekovale prenovo. V slabem mesecu in pol so dela stekla in danes potrošniki že lahko kupujejo v prenovljeni trgovini.

Prepričani smo, da bodo krajanji, ki so bili tudi do sedaj njeni zvesti kupci, v njej kupovali s še večjim veseljem. Naloga zaposlenih v tej enoti pa je skrb za dobro založenost in kulturno postrežbo. Oboje je povezano z interesom kupca in prodajalca.

Mercator-Rožnik, TOZD Jelka le s težavo uresničuje srednjeročni program razvoja in težko sledi vsem zahtevam potrošnikov. Ekonomska politika ni naklonjena trgovini in jo z administrativnimi ukrepi na področju cen in marž zavira v njenem razvoju, še zlasti na podeželju. Tudi uresničevanja nadaljnjih programov so močno odvisna od tega, kakšen odnos bo imela družba do trgovine in kakšna bo ekonomska politika v prihodnjem obdobju.

Uresničevanje dosedanjih ciljev na področju investicij oziroma preurejanja trgovin je v veliki meri temeljilo na samoodpovedovanju delavcev in nižjih osebnih dohodkih.

Dopolnilno izobraževanje poslovođij

Jože Kirm

Znanja ni nikoli dovolj

M-Kmetijska zadruga Krka in M-Kmetijska zadruga iz Stične sta v sodelovanju s strokovnimi službami созda organizirala 43 urni seminar za strokovno usposabljanje trgovskih poslovođij.

Strokovne teme, kot so trgovsko poslovanje, psihologija prodaje in obligacijska razmerja, knjigovodstvo, vodenje skupin in motivacija za delo, organizacija dela predavajo strokovnjaki Delavske univerze Cene Štupar iz Ljubljane.

Na koncu seminarje je predvidena še obravnava uresničevanja sprejetih usmeritev na področju trgovine v sozdu MERCATOR-KIT, preizkus znanja in strokovna ekskurzija za udeležence seminarja. Udeleženci si bodo ogledali nekaj večjih prodajalnih v sozdu.

Seminar je v prostorih uprave novomeške zadruga izven delov-

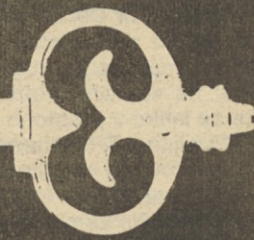
nega časa, popoldne trikrat tedensko.

Udeležuje se ga trideset poslovođij iz novomeške in pet poslovođij iz stiške kmetijske zadruge.

Prvi odmevi udeležencev seminarja so zelo pozitivni, kar pomeni, da je tak način izobraževanja potreben in zaželen. To potrjuje tudi redno udeležbo in zanimanje poslovođij. Pridobljeno znanje jim bo v današnjem trenutku zelo koristilo pri njihovem delu. Na znanje smo bili premalo pozorni, čeprav trgovina ustvarja pomemben del dohodka.

inles

inles · RIBNICA



Skupščina SPIZ

Jože Kirm

Starostna kmečka pokojnina

Skupščina Skupnosti pokojninskega in invalidskega zavarovanja Slovenije je 19. oktobra 1987 obravnavala nekaj pomembnih zakonov za kmetovalce in upokojece. Sprejeto je bilo:

— Pokojnine upokojevcev starostnega zavarovanja kmetov se s 1. oktobrom 1987 povečajo na 70.000 dinarjev.

— merila za določitev sicialno ogroženost zavarovanca kmeta; skupaj z dohodki člana gospodinjstva ne smejo presegati letno 922.428 dinarjev na posameznega člana. Po tem sklepu bodo uveljavili zmanjšanje ali oprostitve prispevkov za pokojninsko in invalidsko zavarovanje od 1. januarja 1988, tisti kmetje, ki so

še naprej ostali zavarovanci starostnega zavarovanja kmetov.

— novi, večji zneski denarnih nadomestil za telesno okvaro.

Skupščina kljub prizadevanju delegatov iz kmetijskih organizacij ni sprejela predloga o znižanju prispevkov za pokojninsko in invalidsko zavarovanje kmetov.

Zelo burna je bila razprava zaradi sprejetega zveznega zakona o prehodu izplačila pokojnin za nazaj. Delegati so se pridružili protestu Društva upokojevcev, ZB in SZDL.

Draga nemarnost

Jože Kim

Požrešen paragraf

Tako bi lahko rekli členu 29. Zakona o zdravstveni neoporečnosti živil in predmetov splošne rabe. Po tem členu so sodišča posegla v denarnico prenekateremu poslovojni živilskih prodajaln. Še bolj pa ubčutijo to na koži pravne osebe, to je trgovske TOZD.

Posebno v odročnih manjših vaških prodajalnah, koder se živilsko blago počasi obrača inšpektorji pogosto najdejo živila, ki jim je potekel rok uporabe in jih zaradi tega štejejo za oporečne. Promet s takimi živili pa štejejo za gospodarski prestop. Te zadeve sodišča rešujejo pospešeno. Kazni so dokaj visoke. V neki poslovalnici, v kateri je inšpektor našel pet zavirkov (1.25 kg) čajnega masla je bila poslovodkinja kaznovana z denarno kaznijo 30.000 dinarjev, TOZD pa s 450.000 dinarjev kazni in 70.000 dinarjev povprečnine.

Če bi sešteli vse kazni po tem členu, ki so jih morale plačati trgovske OZD le na Dolenjskem bi s tem denarjem lahko posodobili nekaj trgovin.

Na sodišču ne pomaga noben izgovor o pomanjkanju kadra, zaposlenosti itd. Prav bi bilo, da bi poslovodji tej zadevi posvetili več pozornosti in redno skrbeli za izločanje blaga s pretečenim rokom. OZD pa naj bi organizirale občasne kontrole po prodajalnah.

Iz "Kluba upokojevcev"

Janez Volaj

Družabnost upokojevcev

Prijateljska in tovariška srečanja članov "Kluba upokojevcev" M-Ljubljanskih mlekar, so priložnosti za klepet o starih, sedanjih in prihodnjih časih. Rodijo pa se tudi koristni predlogi za delovanje kluba. Tako srečanje smo imeli 23. oktobra v Ljubljani.

Na srečanju smo se dogovorili, da bomo del prostega časa preživeli skupaj in ga izpolnili z ročnim delom. Ustanovili smo krožek za ročna dela. Tovarišice se bodo srečevale vsakih štirinajst dni. Krožek bosta vodili tovarišica Milena Kreč in Cenka Kesic. Vabimo vse, ki rade pletejo, vežejo, ali pa imajo rade druga ročna dela, da se nam pridružijo. Prijavite se lahko v prostorih kluba v M-Ljubljanskih mlekarah.

Novoustanovljeni komisiji za kulturno-izobraževalno dejavnost smo naložili pripravo programov za ogled kulturnih prireditev, obisk kulturnih in zgodovinskih znamenitosti, organizacijo obiskov v delovnih organizacijah.

Čeprav že nekoliko v letih, pa vendar ne brez primerne telesne aktivnosti, smo se odločili, da bo z delom pričela tudi športno-rekreativna sekcija. Sklenili smo, da bomo priredili svoje tekmovalno športno srečanje.

Na srečanju pa nismo samo načrtovali dela. Ogledali smo si diapozitive s posnetki jadranske obale, prav do Grčije. Mnogi med nami smo prvič videli lepote, ki jih imata naša domovina in grška soseda.

Kava in alpsko mleko, s katerima so nas »pocrkljale« M-Ljubljanske mlekarne, sta nam dobro dela. Družabnosti se upokojevci našega kluba ne odrekamo. Marsikdo od »aktivnih« delavcev nam jo zavid.

Če želite, tudi vsak dan

Alenka Medved

Orehova potica

Potica je slaščica, ki na slovenskem že stoletja spremlja družinsko kosilo ob najrazličnejših priložnostih. Osnova za pripravo potice je ponavadi kvašeno vzhajano testo, različni nadevi pa so odvisni od prazničnega dogodka. Tako se ocvirkovka speče ob kolinah ali pred pustom, skutino in pehtranovo potico gospodinje ponudijo poleti, ob žetvi, rozinova, rožičeva, lešnikova, orehova in druge pa zaradi visoke cene nadeva pridejo na mizo samo ob največjih praznikih.

Že od nekdaj je orehova potica na praznično pogrnjeni slovenski mizi pomenila največje družinsko veselje. Gospodinje so jo zamesile vsaj dvakrat na leto: za Veliko noč so ponudile orehovo potico k dobri domači šunki namesto kruha, postavile so jo tudi na slovesno pogrnjeno Božično mizo.

Seveda je bila potica nepogrešljiva tudi ob raznih družinskih dogodkih kot so krst, poroka, smrt. Tradicija peke orehove potice je tako povezana z najbolj pomembnimi trenutki družinskega življenja.

Težko bi našli vse znane recepte za pripravo orehove potice, saj jih je skoraj toliko, kot je vasi v Sloveniji. Osnovnih receptov je sicer le nekaj. Razlike so v testu, obliki potice in nadevu. Toda skoraj vsaka dobra gospodinja pozna skrivnost, ki je včasih že kar družinska tradicija.

Priprava in peka orehove potice zahteva veliko znanja in izkušenj in vzame veliko dragocene časa, že tako zaposleni gospodinj. Včasih je pred prazniki v kuhinji vladalo pravo obsedno stanje. To je bil dan, ko gospodinja niti vrat ni dovolila odpreti »da se potica ne bi prehladila«. Za res dobro potico pa je potrebna tudi dobra moka, ki je je žal vse manj na našem tržišču, tako, da se včasih potica ravno zaradi te surovine »ponesreči«.

Tako je vedno več, zlasti mladih gospodinj, ki zaradi strahu pred neuspehom za praznike ne pečejo več orehove potice. Čar slovesnosti ob praznično pogrnjeni mizi tako počasi tone v pozabo.

V Zmajčkovem butiku je bila orehova potica izdelek, ki smo ga v večjih količinah zamesili le štirikrat na leto. Manjšo količino potice smo ob koncu tedna ponudili tudi v naših slaščičarnah. Zaradi boljšega življenjskega

standarda in spreminjanja navad, do katerih je prišlo zaradi vse večjega števila zaposlenih žensk pa v zadnjih letih opažamo močno povečanje povpraševanja na ljubljanskem trgu. Tako smo v letošnjem aprilu napekli enkrat več orehovit potic kot lansko leto. Večajo se tudi tedenska naročila, ki kažejo, da se z orehovo potico radi posladkamo tudi ob čaju in po nedeljskem kosilu.

Raziskave potreb in želja potrošnikov, ki jih redno opravljamo, kažejo, da naši potrošniki pogosteje kupujejo orehovo potico, zvedeli pa smo tudi, da najraje pojedjo košček dobre, prave orehove potice. Pravijo tudi, da je Zmajčkova potica po videzu in okusu podobna potici, ki jo je znala speči njihova babica.

V Zmajčku smo si zelo dolgo prizadevali, da smo dosegli videz in okus obeh potic: podolgovate praznične orehove potice in okrogle domače orehove potice.

Predstavljajte si, da doma pripravite naenkrat sedemdeset potic iz istih surovin kot vedno: moka, oreh (30 dag na kilogram potice), mleka, sladkorju, surovo masla, jajc, rozin, smetane, ru-

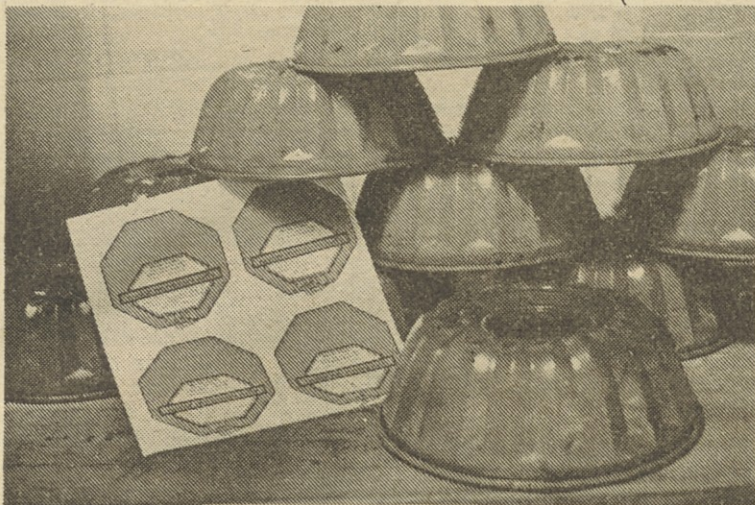
ma, kvasa, piškotnih drobtin, soli, medu in dodatka za pecivost. Vidite, problem ni v sestavinah, ampak v količini. Našim mojstrom res velik mešalec stepe testo in vmeša nadev, testo jim razvalja stroj, toda mazanje nadeva, vzhajanje in peka potice je popolnoma odvisno od mojstra. Vse mora biti opravljeno ob pravem času, kajti surovinam niso dodani razni kemični dodatki, ki podaljšujejo trajnost izdelka, saj v Zmajčku vemo, da so zdravju škodljivi.

Zmajčkovi potici sta po sestavinah enaki, razlikujeta pa se po obliki. Praznična orehova potica je podolgovata. Prodajamo jo pakirano v kosu: teže od cca 500 do cca 1000 g.

Damoča orehova potica je okroglo zavita in nekoliko višja. Ena potica tehta od 900 do 1200 g.

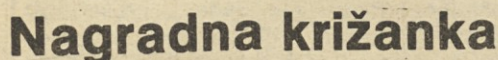
Zmajčkove slaščičarne prodajajo potico tudi narezano na koščke, ki jih pred izsušitvijo zaščitijo s celofanom. Če kupec želi, mu potico tudi ogrejejo v mikrovalovni pečici. Tako kupec, ki prvič kupuje našo potico, najprej poskusi in se nato odloči za nakup.

Povpraševanje po Zmajčkovi potici nenehno narašča. Od vseh naročil pa nas najbolj razveselijo naročila delovnih organizacij, ki za slovesne priložnosti kot sladico naročijo narezano orehovo potico. Takrat vemo, da je to organizacija, ki skrbi za prijateljsko domačnost v svojem kolektivu.



V M-Zarji se vedno kaj dogaja. 18. novembra so v Tomažu pri Ormožu odprli novo trgovino. Tomašovčarji so se trgovine razveselili in na otvoritev prišli vsi.

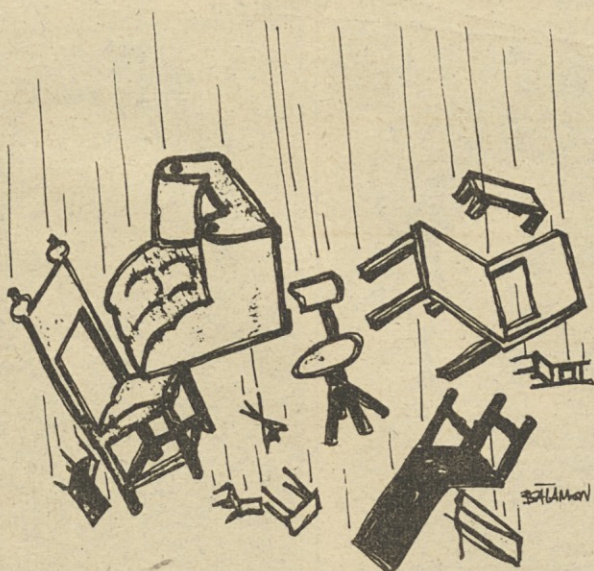




2. nagrada – izdelek M-Nanos – TMI Postojna, Stane Po-

Izpolnjeni kupon priložite rešitvi križanke, na ovojnico pa obvezno prapišite »Nagrada križanka«, sicer rešitve, čeprav bo pravilna, pri žrebanju ne bomo upoštevali.

Teden martinovih dobrot v gostilnici Ajda je privabil veliko obiskovalcev. Pečene gosi z raznimi prilogami je s pomočjo svojih delavk izvrstno pripravil Vine Lipuš. Guestje so bili z jedmi nad vse zadovoljni in v Ajdi pravijo, da bodo s tovrstno ponudbo nadaljevali.



Iz partijske delavnice

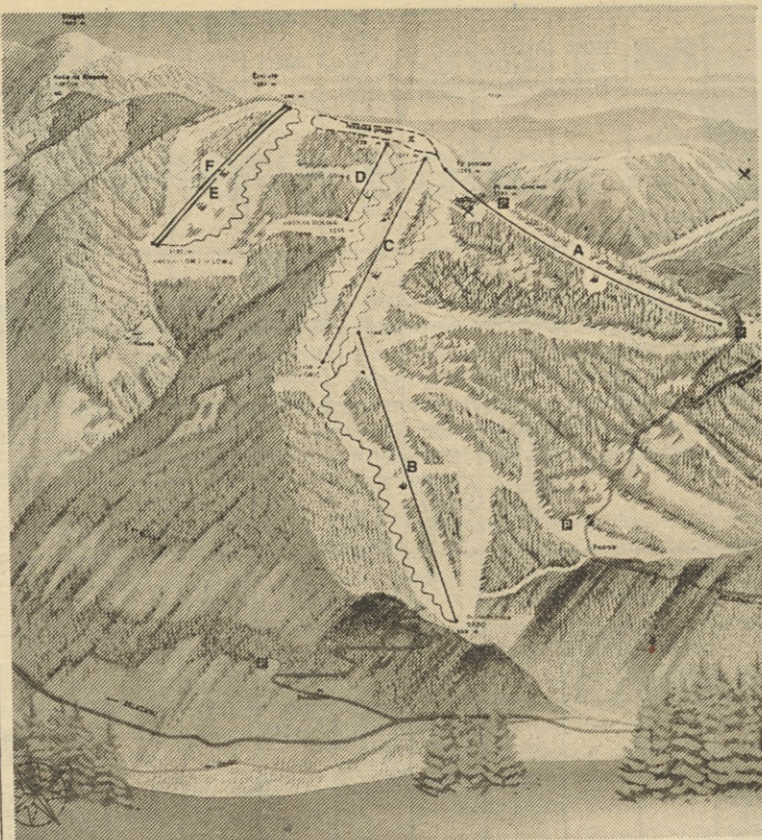
Zimska Mercatoriada bo v Cerknem

Zimska Mercatoriada bo prihodnje leto 5. marca v Cerknem nad Idrijo. Cerkno je znano kot pomembna postojanka med NOB, kot kraj, kjer so doma značilne pustne maske in šege ter kot smučarsko središče, ki v zadnjih letih postaja vse bolj vabljivo za številne Notranjce, Primorce, Gorenjce in Ljubljance.

Smučarski center »Cerkno leži na pobočjih Črnega vrha (1291 m nadmorske višine). Smučišča so po težavnosti prog prilagojena začetnikom in zahtevnejšim smučarjem, ki imajo skupno na voljo 40 hektarov dobro urejenih smučišč. Ta so opremljena s sedežnico »Počivalo«, ki je dolga 1114 metrov, višinska razlika je 336 metrov, zmogljivost pa 790 smučarjev na uro. Druga sedežnica »Brdo«, je približno 100 metrov krajša in ima 238 metrov višinske razlike ter zmogljivost 1.200 smučarjev na uro. Na smučiščih so še tri vlečnice z zmogljivostjo 3.000 smučarjev na

uro, prav tako pa je tu še tekaška proga, dolga 1.500 metrov. Smučišče je od Cerknega oddaljeno 10 km, od Idrije 30 km, od Ljubljane pa 90 km. Cesta je, kot pravijo domačini, vso zimo dobro vzdrževana, snega pa je običajno tudi dovolj.

Mercator v Cerknem najbolj poznajo po trgovini tozda Rudar, pa tudi po hotelu Bor na Črnem vrhu. Ko sem se pogovarjal s posamezniki iz Cerkna, ki bodo sodelovali pri izvedbi naše Mercatoriade, so mi zagotovili, da se bodo potrudili in poskrbeli, da se bomo v njihovem kraju in na njihovih smučiščih prijetno počutili.



Glasilo delavcev in združenih kmetov sozd Mercator - Kmetijstvo Industrija Trgovina

Glasilo delavcev in združenih kmetov sozda Mercator-KIT, n. sub. o., Ljubljana, Emonska 8. Izdaja Center za obveščanje SOZD Mercator-KIT. Uredništvo: Kardeljeva 17, 61000 Ljubljana. Tel. 215-173. Ureja uredniški odbor: Kristina Antolič, Marko Bokal, Marko Glažar, Jože Kirm, Suzana Modrija, Sergej Paternost, Marjeta Potočnik, Ljuba Sukovič in Miro Vaupotič. Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis. Novinar: Andrej Dvoršak. Vse fotografije - nepodpisane - Andrej Dvoršak. Tehnični urednik: Matjaž Marinček. Tiska ČGP Delo Ljubljana. Glasilo prejema delavci, združeni kmetje, učenci in upokojenci sozda Mercator-KIT. Izhaja zadnji petek v mesecu. Naklada 18.600 izvodov. Po mnenju pristojnega republiškega organa je glasilo oproščeno temeljnega davka od prometa proizvodov.

Republiki za rojstni dan

29. novembra je rojstni dan naše države, tako so nas učili v šoli. Navada je, da se slavljenču čestita, ga obdari... Darila je država dobila od ZIS-a, za čestitke pa so poskrbeli njeni državljani. Vprašali smo nekaj delavcev našega sozda, česa želi svoji republiki za njen rojstni dan:

Mira Huič, administratorka v DS SOZD: Predvsem ji želim, da bi svojim državljanom nudila in zagotovila višji standard, kot ga imajo sedaj - vsaj mi delavci. Želim, da bi vsi živeli srečno, da bi ena delavska plača zadostovala za preživljanje cele družine. Želim ji, še mnogo rojstnih dni, in da s starostjo ne bi pozabila, kaj je bilo rečenega ob njenem rojstvu na zasedanju AVNOJ-a v Jajcu.

Marinka Zgonc, prodajalka M-KZ Logatec: Le kaj naj ji želim, saj se moje želje tako ne bodo uresničile, tudi če jih povem. Kljub vsemu pa ji želim, da bi se inflacija zmanjšala in da bi zaslužek delavcev bil takšen, da bi z njim brez skrbi lahko preživeli. Želim, da bi se cene blaga ustalile, saj se sedaj tako hitro dvigajo, da jih nihče več ne dohaja. Želim, da bi se kupna moč njenih prebivalcev povečala in s tem promet v trgovinah in proizvodnja v gospodarstvu.

Karel Šinkovec, direktor M-KZ Logatec: Naši Socialistični federativni republiki Jugoslaviji želim, da bi se uredilo področje cen, predvsem kmetijskih proizvodov: mleka, mesa, žitaric. Te cene so neurejene, kmetje pa dovolj pametni, da si izračunajo, kaj se jim izplača, in zato proizvodnja v kmetijstvu pada. Zato želim, da bi čim prej rešili vprašanje kmetijstva, ki je osnova vsake urejene države. Ne smemo pozabiti, da vsaka država živi od kmetijstva, ki daje hrano njenim državljanom.

Darja Vrčan, prodajalka pohištva, blagovnica tozda Izbira, Ajdovščina: Moji domovini želim kaj lepega, denimo, da bi izplavala iz dolgov - država kot celota, ne le mi, njeni prebivalci. A se bojim, da bo še slabše, kot je že! Sicer pa o tem sploh ne razmišljam. Imam druge skrbi, kako prodati pohištvo, ki je za naveden žep že predrago. Če ne bi bilo posojil, bi blago na našem oddelku ostalo neprodano. Zato želim, da bi se dvignila kupna moč vseh državljanov.

Mira Malbašič, tajnica samoupravnih organov TOZD Hotel

Mantova, Vrhnik: Moji državi in domovini želim, da se izvleče iz ekonomske krize in zniža inflacija. Mislim, da bi to bilo najlepše darilo zanje. Želim, da bi se stanje tako spremenilo, da bi imeli vsi njeni državljani boljše življenjske pogoje, če ne moja generacija, pa vsaj naši otroci. Želim ji tudi, da bi dobila boljšo vladno vodstvo, kot ga ima sedaj.

Olga Ajdič, tajnica M-TEHNA Ljubljana: Predvsem ji želim dobro vladno, ki bi vedela kaj dela in kako dela, da bodo državljani srečni. Zdi se mi, da sedaj vlada brezvladje, ki nam vsem greni življenje. Jugoslaviji pa želim, še veliko rojstnih dni, bolj veselih kot so bili zadnja leta, ko stalno poslušamo o gospodarski krizi, inflaciji, administrativnih ukrepih in padanju življenjskega standarda....

Lučka Klemenčič, višji referent zunanje trgovine, TOZD CONTAL-STEKLO, Ljubljana: Želim ji vse najboljše, kot se ob

rojstnih dneh spodobijo. Želim, da bi Jugoslavija izplavala iz krize, da bi v svetu spet pridobila nekaj ugleda in veljave in da bi bili vsi mi, njeni državljani, srečni. Če bomo izplavali iz krize, bodo rešeni vsi naši problemi, od težav pri izvozu, do mednarodnih razprtij... A zdi se mi, da ne plavamo, ampak samo čofotamo na mestu.

Marjan Curk, sekretar OO ZK in predsednik delavskega sveta M-LJUBLJANSKE MLEKARNE, Ljubljana: O tem vprašanju nisem nikoli razmišljal, ker me tudi nihče vprašal ni. Vsekakor pa ji

želim več reda in discipline na vseh ravneh, predvsem pa več pametnih in odgovornih ljudi na vodilnih položajih, ki bodo znali zakrmariti našo državo v mirne vode in njene državljane pripeljati do trdnih temeljev AVNOJ-a, za kakršne smo se domenili v Jajcu 1943. Sedaj je preveč korupcije, podkupovanja, brezpravnosti, nezakonitosti in nezadovoljstva, da bi lahko bili srečni in brezskrbno gledali v prihodnost.

Spraševal je Andrej Dvoršak



Mira Huič

Mira Malbašič



Marinka Zgonc

Olga Ajdič



Karel Šinkovec

Lučka Klemenčič



Darja Vrčan

Marjan Curk

