

Ljubljana, 20. junija - 13. zasedanje delavskega sveta stvda je teklo v znamenju določanja osnutka pogodbe o ustanovitvi Poslovnega sistema Mercator. Delegati pa so sprejeli tudi spremembe tekočih planskih aktov.

Uvodni besedi namestnika predsednika poslovnega odbora sozda Toneta Mastnaka, so delegati skrbno prisluhnili, saj mnogim med njimi, kljub najboljši volji, verjetno še ni čisto jasno, kaj pogodba sploh pomeni.

Konkretna pripomba na predloženo gradivo je povedala le nekaj delegatov. Večina razmišljanj je bila povezana s 6., 7. in 8. členom besedila, ki pa jih lahko strnemo v dve temeljni: 1. višina vplačljivega deleža poslovnih sredstev za nastanek Poslovnega sistema Mercator kot podjetja na delnice, 2. višina kapitalskega deleža za nastanek novega Mercatorja kot holdinške družbe. Enostavno povedano: gre za 5 in 51 odstotni delež trajnih virov poslovnih sredstev, ki naj bi jih za uresničitev določb pogodbe za

gotovile podpisnice pogodbe. Zaradi vseh vrst neznank — od dokončne vsebine potrebne zakonodaje, do operativ-

Letošnje nagrade sozda bodo podeljene jeseni, ko bo osrednja proslava 40 letnice Mercatorja. Proslava bo ...predvidoma v ljubljanskem Cankarjevem domu, ni pa izključena tudi kakšna druga možnost.

nih zadev v sedanjih članicah sozda, je delavski svet sklenil, da si cer določa osnutek pogodbe v predloženem besedilu, da pa mora javna obravnava tega dokumenta do 15. septembra pokazati celovito problematiko v zvezi s pogodbo. Obenem so pripravljalci gradiva sprejeli dolžnost, da bo-

do vse obstoječe določbe pogodbe sproti usklajevali z ustrezno zakonodajo.

Posebej je nekaj delegatov izpostavilo vprašanje statusa kmetijskih zadrug, ki so se v zadnjem času našle v precepu: ali sodijo v domeno sozda ali Zadrugne zveze, ali pa bo zanje zakon prinesel spet kaj tretjega. »Vse je v vaši domeni«, je dejal predsednik poslovnega odbora Goslar.

Plan financiranja delovne skupnosti sodaja za prihodnje leto nastaja na osnovi ocene. Ta je bila za leto 1989 očitno prenizka, razkošna inflacija pa je tudi opravila svoje. Zato so delegati z razumevanjem sprejeli spremembo osnov in višine prispevkov za delovno skupnost. Po novem v letu 1989 velja: akontacija članice za financiranje delovne skupnosti znaša $\frac{1}{3}$ obračunanega dohodka v zadnjem četrtletju 1988. Prispevek se mesečno revalorizira z R.

Glasilo je namenjeno na naslov:



**Glasilo delavcev in združenih kmetov sozd
Mercator – Kmetijstvo Industrija Trgovina**

Leto XXVI

Ljubljana, junij–julij 1989

št.: 6-7

Plan investicij je pro-
žen, delavski svet je
sprejel vse, kar so pred-
lagali investitorji.

Ne prezrite

Poslovnost terja spremembe 2

Dobiček v rokah
vsakega podjetja 3

Z novosadskega
sejma 4

Ne vina, čistega
mleka 6-7

O Mercatoriadi
9-16

35 let Mipa 18–19

Seveda nas lahko
zaprejo 20

Dobri medsebojni
odnosi – dobra
trgovina 21

Podjetja in kmetijske zadruge, združene v SOZD MERCATOR-KIT, n. sub. o. smo se na podlagi zakona o podjetjih dogovorile za združevanje v poslovni sistem ter na podlagi glasovanja na delavskih oziroma zadruginih svetih, ki so bila opravljena od..... do

21

21g POSLOVNEGA uporablja pr podpredsednik MERCATOR ter

8. ČLEN

PODJETJA - DELNI SREDSTEV - DRU (1989) NA POSLOVNI ODVISNOSTI OD PRENESE TEH NA DELE2.

PODJETJA I MERCATOR, 2. člen

POSLOVNI SISTEM MERCATOR, družbeno podjetje in za svoje poslovanje zbira

1. člen

Dosedanje članice SOZD MERCATOR-KIT, n. sub. o. ustanovljamo POSLOVNI SISTEM MERCATOR, d. p. d.

POBODBO

O USTANOVITVI POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR

1. UVOD

II. STATUSNE DOLOČBE

1. Pravi Cilji zdr

2. Pravi ME - poveč

3. Pravi veči 1. ; DEL POSLOVNI SISTEM MERCATOR je pravna oseba in ima žig v popolni in

4. Pr - usk 3. KARA) skrajšane firme: POSLOVNI SISTEM MERCATOR, d. p. d.

5. p ME - poveč 4 v b) popolne firme: POSLOVNI SISTEM MERCATOR, d. p. d.

6. 1 - f CLANIL KAKO BO GLASOVAN SAMOSTOJNO ALI PREKO ORGANIZACIJE

7. - KATERO SE ZDRUŽUJE. PRVICE V POSLOVNI KAPITALOM IZ 6. ČLENA

8. DOBICEK, KI GA POSLOVNI SISTEM MERCATOR SE BO PODJETJEM - DELNICARJEM DELIL NA NACIN TEGA ČLENA. - priv.

9. DOBICEK, KI GA POSLOVNI SISTEM MERCATOR SE BO PODJETJEM - DELNICARJEM DELIL NA NACIN TEGA ČLENA. - priv.

10. druge pravice po tej pov.

Za konkurenčnost — poslovanje brez papirjev

Jože Snoj

Poslovnost terja spremembe

Računalniško izmenjavanje podatkov kot način poslovanja se v svetu hitro razvija. Specializirana agencija Združenih narodov — Unctad je izdelala prve standarde, ki veljajo oziroma se uporabljajo preko računalnikov. Kako, kdaj in predvsem zakaj, je tako komuniciranje učinkovito, vam predstavljamo v tem sestavku.

Vsa podjetja in poslovni sistemi, ki želijo ostati konkurenčni v stalnem boju za ohranitev tržišča na področju prometa, trgovine in proizvodnje, so v razvitem svetu že uvedla računalniško izmenja-

vanje podatkov kot svoj način poslovanja. Hiter razvoj telekomunikacij in računalništva je v to silil na začetku velike sisteme, sedaj pa je obseg poslovanja že tako razvit, da so že sprejeti

mednarodni standardi za računalniško izmenjavanje podatkov. Združeni narodi — preko UNCTAD-a in Ekonomske komisije za Evropo, so lani priporočili uveljavitev teh standardov pod skupnim imenom EDIFACT (Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport).

Zlasti za tiste gospodarske organizacije, ki so pomembni izvozniki (Mercator—Mednarodna trgovina), za tiste, ki imajo mnogo medsebojnih poslovnih dogodkov (primer: Mercator—Blagovni center, Mercator—Nanos in Mercator—Rožnik) in z drugimi sistemi (recimo ABC Pomurka), bo postalo računalniško izmenjavanje podatkov način poslovanja.

Po izkušnjah v razvitem delu sveta (predvsem ZDA in Kanada), kjer se je računalniško izmenjavanje podatkov že uveljavilo, so koristi, ki jih ta inovacija prinaša, velike. BREZ ZELO VELIKIH DODATNIH NALOŽB, če odmislimo potrebni organizacijski napor, si koristi zagotovita oba sodelujoča partnerja. Pri tem ne gre le za zmanjšanje stroškov, ampak tudi za skrajšanje časa v pretoku blaga in storitev. Računalniško izmenjavanje podatkov je obvezna sestavina vseh tistih organizacijskih rešitev, ki so povezane v zamisel "ravno ob pravi času" (just-in-time).

Razvoj v svetu torej govori nedvomno o tem, da bomo morali zelo hitro uvesti tudi v Poslovnem sistemu Mercator na ustreznih mednarodnih standardih zasnovano izmenjavanje listin in sporočil med računalniki Poslovnega sistema Mercator in med večimi sistemi doma in v tujini. Pripravi se moramo na uporabo ustreznih računalniških programov, skladno s standardi EDIFACT v nakupnih, prodajnih in finančnih dejavnostih, pri čemer je možna vključitev tudi EAN sistema. Naši parterji (posebno pa v tujini), bodo zahtevali ta sodoben način poslovanja kot pogoj za ohranjanje poslovnih stikov.

Poslovni sistem Mercator, posebno ob svoji transformaciji v moderen, razvitem svetu poznan

sistem, stoji pred odločitvami o spremembi načina poslovanja, ki bodo vplivale na posamezna poslovna področja in na podjetja kot celoto.

Učinkovitost poslovanja v nabavno—prodajnem procesu in v izvozno—uvozni dejavnosti zagotavlja hitrejši in cenejši prenos dokumentacije in drugih poslovnih podatkov, saj ni potrebno papirnatih listin, vse pa se odvija mnogo hitreje. Komerčialisti ozi-

— zaloge blaga je mogoče tekoče spremljati in znatno zmanjšati njihov obseg, ideal niso več čimmanjše ali optimalne zaloge, ideal je delati brez zalog;

— na zahteve kupcev za ponudbe in pošiljke se je mogoče odzivati hitreje, poslovanje postane spodbujevano s povpraševanjem;

— naročila je mogoče sprejemati in odpreme listine ter račune pošiljati tudi izven rednega delovnega časa, kar je zlasti pomembno v mednarodnem poslovanju, ko je treba upoštevati tudi časovne razlike med geografskimi področji;

— pošta se ne more izgubiti; — dobavitelj prejema povratno informacijo o tem, kdaj je kupec prevzel njegovo ponudbo; kupec prejema povratno informacijo o tem, da je dobavitelj sprejel potrditev naročila;

— zaradi manjše porabe papirja se stroški zmanjšajo;

— zmanjšajo se stroški poštne.

Na podlagi podatkov, ki jih navajajo naši strokovnjaki, predstavlja dokumentacija v nakupno—prodajnem procesu naših organizacij 3% dosežene cene pri izvozu. Torej gre za velika sredstva, od katerih znaten del lahko prihranimo z računalniškim izmenjavanjem poslovnih podatkov. Ker že sprejeti standardi omogočajo, da izstavitelj in prejemnik listine, ki imata lahko različne računalniške in vsak svoje programe, preko prevajalnega programa na enak način "vidita" podatke v zvezi z listino, je nujno, da se odločimo, da se začnemo povezovati s tistimi sodobnimi podjetji, ki to že imajo ali pa načrtujejo.

Trgovina, posebno pa tista, ki posluje z razvitim svetom, je vsakakor najbolj zainteresirana za novi način poslovanja "brez papirja". To ji bo omogočilo konkurenčnost in boljši stik s trgov. Sedaj je v svetu in pri nas jasno, da je to važna poslovna, ne pa tehnična odločitev. Torej ne zamudimo priložnosti!

V razmislek komercialistom na vseh nivojih, ki morajo biti "priganjači" uvajanja novega sistema:

UN/EDIFACT

Računalniško izmenjavanje podatkov (RIP) je na ustreznih standardih (UN/EDIFACT) zasnovano izmenjavanje listin in sporočil med računalniki dveh ali več podjetij. Računalnike je mogoče povezati neposredno ali posredno prek računalniškega omrežja (JUPAC).

Koristi so velike — posebno zmanjšanje stroškov in pospešitev pretoka blaga. Sedaj obstoja več standardov. UN/EDIFACT bo omogočil in izsilll drugačen način poslovanja.

roma podjetniki, bodo lahko veliko lažje izvajali poslovne odločitve in imeli tudi pregled nad rezultati.

Pri številnih računalniško izmenjanih podatkih torej ni potreba kakšna posebna listina. V primeru, ko imamo opravka s knjigovodskimi listinami kot pravnim dokaznim sredstvom pa je potrebno zagotoviti, da jih je možno reproducirati ob vključitvi vseh vsebinskih kontrol, ki so sicer predvidene, a so sedaj opravljene preko računalnika.

Neposredne koristi in stroški računalniškega izmenjavanja podatkov so:

— dosega se skoraj popolna točnost prenešenih podatkov;

— tok podatkov med poslovnimi partnerjema je avtomatiziran — krmili ga posebni protokol računalniškega nabiralnika;

Delovne organizacije ni več

Vesna Bleiweis

Botrovanje rojstvu in prenehanju

Kako se odrazi nedorečenost v izvajanju skupnih poslovnih funkcij, ki so jih tozdi prenesli na delovno organizacijo, se je pokazalo ob prenehanju delovne organizacije Mercator—Hoteli gostinstvo.

Kje daleč je že leto 1977 ko so se ozdi Jelka, Ajdovščina, Ilirija, Mantova in Sremič odločili za povezavo v delovno organizacijo Hoteli gostinstvo in opredelili vrsto poslovnih funkcij, ki naj bi jih opravljali skupno v delovni organizaciji. V celoti se do danes niso nikoli razvile in uresničile. Razlogi za to so različne sorte in strnjene v objektivne in subjektivne. Dislociranost temeljnih organizacij je gotovo eden med njimi, nezanimarljiva pa najbrž tudi ni okoliščina, da se tozdi pri nekaterih funkcijah svoje samostojnosti niso hoteli nikoli prav odreči. Vsakič, ko naj bi nekaj od dogovorjenega zaživelo, so se našli razlogi za sproten pokop. Najbolj je bilo to očitno ob sprejemanju planskih dokumentov delovne organizacije, ko zanje ni bilo doseženega soglasja. Različnost pri ocenjevanju pomembnosti posamezne poslovne funkcije je pripeljala do tega, da lahko ocenimo, da nobena ni zaživela in v konsekvenci pripeljala tudi do prevlade mišljenja, da vsako izvajanje poslovne funkcije izven

tozda manjša njegovo poslovno uspešnost, učinkovitost in popolnost.

Poskusov, da bi se nekaj spremenilo, je bilo več in v eni od analiz oziroma enem od gradiv o oblikovanju skupne politike in uresničevanju ciljev razvoja, je bilo ugotovljeno, da je obojemu možno dati neko podobo le, če se doseže medsebojna kadrovska in poslovna konsolidacija. Analizo so sprejele vse temeljne organizacije, vendar več kot sprejele pa tudi ne. In tako je v letu 1988 vse bolj zorela misel, da delovne organizacije Mercatorjevi gostinci ne potrebujejo, res pa je bila ta misel različno intenzivna in subjektivno pobarvana od tozda do tozda. V prvi polovici leta 1989 je referendum v vseh tozdi odgovoril: delovne organizacije ne potrebujemo.

Grešnega v tem, da je prenehala delovna organizacija, v kateri ustanovitelji vidijo le breme, niso pa znali in hoteli poiskati njenih prednosti, ni nič. Povsem drugo vprašanje pa je, s kakšnimi občutki kdo jemlje slovo.

НАРОДНА БАНКА ЈУГОСЛАВИЈЕ
NARODNA BANKA JUGOSLAVIJE
НАРОДНА БАНКА НА ЈУГОСЛАВИЈА



BA 1146317

BA 1146317

BALANON

Seja poslovnega sveta

Vesna Bleiweis

Dobiček v rokah vsakega podjetja

Ljubljana, 30. maja — poslovodni svet je premleval zasnovo pogodbe o ustanovitvi POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR, podjetja na delnice in zasnovo holdinške družbe. Na temeljna vprašanja, združena v naslednji formulaciji: smo za ali proti predlaganemu modelu, poslovodni svet ni odgovoril. Terjal je odlog.

Matica in njene sestre

Dolg je bil uvod predsednika poslovodnega odbora Mirana Goslarja. Začel je s pojasnjevanjem sprememb zakona o podjetjih, ki bodo nekoliko bolj jasno razmejile podjetja po dveh merilih: po organizacijsko pravni obliki in po lastninskih oblikah, pri čemer je prav lastninska oblika temelj za organizacijskopravno. Potem je prišla na vrsto razlaga prenašanja kapitala iz enega žaklja v drugega in nazaj, pri čemer mora vsako podjetje imeti kapital označen z "moj je". Matica, Poslovni sistem Mercator (matično podjetje po novem, po starem pa Delovna skupnost sozda in Mercator—Interna banka) ga dobi z združevanjem 5 odstotnega deleža trajnih virov poslovnih sredstev sedanjih članic sozda, po novem pa sestrskih podjetij, ki ustanavljajo Poslovni sistem Mercator. Za ta del sestre dobijo od matice imenske delnice, ki bodo kotirale odvisno od dobička, ki ga s svojim poslovanjem ustvari matica. Tako nastane matično podjetje kot delniška družba. Ker pa je to premalo za vzpostavitev medsebojnih razmerij, ki naj veljajo v novi združbi, morajo sestrška podjetja (ustanoviteljice poslovnega sistema) s finančno—knjigovodsko transakcijo v matično podjetje združiti tudi najmanj 51 odstotkov trajnih virov poslovnih sredstev, da na ta način postanejo solastnice poslovnega sistema. Z enako operacijo poslovni sistem ta sredstva vrne in postane solastnik oziroma soupravljaec v sestrskih podjetjih. V delovnem gradivu, ki je bilo obravnavano, je bil ta delež določen na najmanj 50 odstotkov. Značilnost holdinške družbe, kar naj bi Poslovni sistem Mercator postal, pa je večinski delež kapitala matičnega podjetja v sestrskih podjetjih. Večinski delež kapitala matičnega podjetja, po besedah predsednika, pomeni le obliko kapitalske povezave, ne pa gledanja matičnega podjetja v piske sestrskih podjetij. Ta so in ostanejo samostojni gospodarski subjekti, ki razpolagajo z ustvarjenim dobičkom. Vloga solastnika se pokaže le ob sprejemanju bilance in ugotavljanju kakovosti poslovanja, sicer pa drugih pristoynosti "solastništvo in soupravljalstvo matičnega podjetja in preko njega vseh sestrskih podjetij", v sestrskih podjetjih, nima.

Stvarne pristoynosti soupravljalcev oziroma solastnikov matičnega podjetja se kažejo v tistem delu, ki pomeni stvarne finančne oziroma kapitalske tokove, nastale na podlagi vplačila kapitala in zanj izdanih delnic. Ta kapital matično podjetje uporablja za svoje poslovanje in razpolaga z njim v okviru sklepov poslovodnega sveta — skupščine delničarjev. Tu tudi nastane osnova za delitev dobička na osnovi stvarnih finančnih tokov, knjigovodske preknjižbe nimajo posledic v prelivanju dohodka oziroma dobička.

Bo za vrabcem golob?

Cela vrsta dodatnih in pojasnjevalnih gradiv je spremljala de-

lovno gradivo pogodbe. Z njihovo pomočjo naj bi se dokopali do skupne ocene, ali je ponujen model prenove v smislu zakona o podjetjih, pravi ali ne. Razprava udeležencev se je pokazala dvoje: strah pred novim, neznanim in ugibanje o tem, koliko čiste odnose med partnerji ponujen model omogoča. Strah je utemeljen in dopusten v posameznih dejavnostih, predvsem v dejavnosti kmetijstva, ki po mnenju nekaterih udeležencev razprave, jamstva za svoj razvoj v ponujenem modelu ne najde. Prav tako so utemeljena tista ugibanja o ponujenem modelu, ki izhajajo iz dejstva, da do sedaj v sozdu dobrega, preiskusnega in učinkovitega, po sili novega zakona ne bi smeli rušiti in zanamriti. Če imamo zdaj vrabca v roki, kje je jamstvo, da bomo imeli jutri, po sili zakona, goloba? Navidezno enostavne rešitve imajo vsebinske posledice in za zavestno odločanje prav zanje, je treba imeti motiv. Prav tega pa delovno gradivo ne opredeljuje in ponuja v taki meri, da bi se zanj odločili "en general" že na tej seji. Od tod tudi sklep z značilnostjo vsebine neuvrščeneosti: vsi smo za mir in sožitje, le

mir ali vojno si bomo razlagali vsak po svoje.

Vprašanja za nadaljevanje

Izhajajoč iz dejstva, da je za nadaljevanje dela potrebna vsaj določena mera soglasja s predlaganimi rešitvami, so člani poslovodnega sveta sprejeli dolžnost, da bodo v določenem času odgovorili na naslednja ponujena načela za oblikovanje poslovnega sistema Mercator:

— izvedbo obojestranskih kapitalskih povezav (51 % udeležba matičnega podjetja v sestrskih podjetjih kot osnove za nastanek holdinga)

— o 5 odstotnem vplačilu trajnih virov poslovnih sredstev kot ustanovitvenega kapitalskega deleža poslovnega sistema Mercator;

— o merilih za delitev dobička samo iz razmerij, ki nastajajo na dejanskih finančnih tokovih;

— o poteh za organiziranost lastnih podjetij v skladu z zakonom o podjetjih in njegovimi spremembami (družba z omejeno zavezo ali delniška družba) in v zvezi s tem o vzporednem pre-

oblikovanju sedanjih tozdov, delovnih in združnih organizacij ter sozda;

— o financiranju Poslovnega sistema Mercator (prehodnem);

— o pogojih za izstop oziroma razdrtje pogodbe.

V predstavljanju modela poslovnega sistema, kakšen naj bi Mercator postal, se večkrat izpostavlja vprašanje nekaterih sedanjih skupnih značilnosti sozda, med katerimi je tudi časopis. Moto vseh pogovorov je: vse, kar ne prinaša dobička je treba v glavnem pospraviti. Časopis neposredno dobička ne ustvarja, ga pa je z njegovo pomočjo in ustrezno vsebinsko prilagoditvijo moč kovati. Že zdaj jadikujemo nad tem, kako malo se poznamo in malo vemo drug o drugem. Kako bo v prihodnje, če ukinemo še ta minimalen pretok informacij? Hudega nič, če gradimo na tezi, da "poznati sebe, pomeni poznati vse".

— o organih Poslovnega sistema Mercator in sestrskih podjetij;

Poletje je čas Pivovarne Union. Takole so na prodajo njenega piva opozorili v blagovnici v Trnovem ljubljanskega tozda Dolomiti. Prezreti ne more... vrček pa si že privoščiš s premislekom. Foto: Metka Novak



O YU—podjetništvu

Vesna Bleiweis

Ob "tozdovanju" zvonilo, ob "menagementu" potrkava

Zakon o podjetjih (skupaj z drugimi potrebnimi zakoni) naj bi bil magična luč, ki je zasvetila jugoslovanskemu gospodarstvu tik pred njegovim popolnim polomom. Če me spomin ne vara, je taka magija delovala tudi ob sprejemanju in izvajanju zakona o združenem delu. Direktorji so čez noč postajali predsedniki, upravniki, ravnatelji, upravitelji združenega dela. Redkokdo je imel korajžo ostati generalni direktor in si ni nakopal kolektivnega posloводства. Združeno delo je igralo na vseh strunah in nihče se na počene ni oziral. Združeno delo je odzvanjalo prek hribov in dolin. Ne morem mimo spominov na veličastna besedovanja o osvoboditvi delavcev, sprostitvi silnih energij po uveljavitvi zakona, s katerim bo usodno zaznamovana samosvoja jugoslovanska pot v socializem. Kdo bi takrat verjel v napovedano usodnost? Je pa marsikomu prišla prav za to, da je z veličastnotjo združenega dela miniral vse, kar je bilo napoti njegovi samozadostnosti. Spet slišim (besede so bile izrečene v Mercatorjevem gaju): "Združeno delo naše asociacije združenega dela, predloga ne sprejema. Dolžan sem spoštovati njegovo odločitev." In skupna, koristna ter utemeljena stvar je bila minirana. Treba je bilo na pot mešetarjenja in kompromisarstva, da je združeno delo asociacije združenega dela popustilo in privolilo v skupno.

In zdaj nove odrešujoče besede "podjetništvo", "menagerstvo", "menagement", "menager", "holdinške, komanditniške in vseh vrst zavez kompanije", vse izrekanе tako, kot da imajo že same po sebi vseodrešujočo moč. Rojen je novorek, še bolj srdit in agresiven prav iz ust dosedanjih oznanjevalcev in ideološko preverjenih vernikov združenega dela. Ne skrbijo me jugo variante lastnine, organiziranosti gospodarstva in politike, skrbijo me v novoreku govoreče glave. Preobutim se še nekaj časa pozna, da so pred čevlji nosili opanke.

Če mi je ob združenem delu zvonilo, zdaj slišim potrkavanje. Zvonovi so, žal v rokah istih mežnarjev.

Mednarodni Novosadski sejem — maj 1989

Stanko Klemenčič—Saražin

Medalje niso samo za okras

Mednarodni novosadski kmetijski sejem sodi med največje sejemске prireditve v Jugoslaviji, obenem pa med tri največje v svetu. Letos je bil že 56., odprl ga je predsednik vlade Ante Marković. Skupno ima 300.000 kvadratnih metrov površin. Na njem je letos razstavljalo preko 350 domačih in čez 50 tujih razstavljalcev.

In Mercatorjevo zastopstvo na tej prireditvi? Predstavili smo najnovejše izdelke tistih proizvodnih organizacij, ki prodajajo v jugovzhodnem delu Jugoslavije, obenem pa tudi celovito zaokroženo paleto izdelkov glavnine Mercatorjevih proizvodnih organizacij. S komercialnega vidika temu sejmu v Mercatorju do sedaj nismo namenjali posebne pozornosti. Če pa izhajamo iz dejstva, da so sejmi učinkovita zvrst tržnega komuniciranja, bomo morali temu sejmu v prihodnje nameniti enako veljavo kot drugim skupnim sejmom. To pomeni, da na sejmu ne bodo razstavljeni le izdelki, temveč da bodo prisotni predvsem komercialni delavci razstavljalcev.

Usklajen nastop Mercatorjevih proizvajalcev živilske stroke je bil izredno uspešno predstavljen z roko Mileta Bitenca, medtem ko se M—KŽK Gorenjske, TOZD Agromehanika vedno znova trudi dokazati, kako je lahko samosvoja in se predstavlja samostojno brez obeležja Mercatorja. M—Mednarodna trgovina TOZD Contal—Steklo je predstavil stroje za čiščenje oziroma njihov zastopniško prodajo.

Poleg razstavnega dela sejemске prireditve, ki je trajala od 18. do 25. maja, že tedne prej poteka ocenjevanje kakovosti razstavljenih izdelkov, ki so v redni proizvodnji.

Največ medalj so prejele M—Ljubljanske mlekarne, ki so ob 5 zlatih in 2 srebrnih medaljah za posamične izdelke, prejele tudi "srebrni šampionski pokal" za večletno visoko kakovost ocenjenih izdelkov. Štirinajst jugoslovanskih mlekar je v ocenitev poslalo 104 izdelke, med njimi so izdelki Ljubljanskih mlekar alp-ske smetana, lešnikovo mleko in sir Laščan, dobili zlato medaljo. Srebrne medalje je dobilo 48 izdelkov, od tega 2 izdelka Ljubljanskih mlekar za alpsko mleko in za Stiški sir. Tako je bilo nagrajenih vseh pet vzorcev, med preostalimi pa jih je še 24 prejelo bronasto medaljo, brez nagrad je ostalo kar 22 vzorcev. Uspeh enega od naših mlekarjev pa je nekoliko zasenčila neresnost drugega, in sicer KŽK Gorenjske, tozda Mlekarna, ki že po dani prijavi ni dostavila svojih vzorcev. To v zapisniku ocenjevalne komisije ni ostalo skrito pred javnostjo. Z usklajeno akcijo na ravni sozda oziroma med samimi proizvajalci se bomo morali izogniti nepotrebnim spodrljajem.

Daleč največja konkurenca, če jo merimo s številom dostavljenih vzorcev — 327 vzorcev, je bila v mesni branži. Tukaj je bilo skupaj nagrajenih 183 vzorcev; med njimi od naše M—NANOS TOZD TMI Postojna, vsi trije z zlatimi medaljami. Verjeli ali ne,

Da je vse premalo pozornosti namenjeno skupnemu in usklajenemu nastopu na sejmih lahko ugotovi vsak, ki je pogledal v katalog sejma, saj se pojavlja Agromehanika v okviru KŽK brez Mercatorja pod črko A in enako Contal steklo. Vsi ostali pa so seveda zajeti pod črko M — Mercator SOZD. Upamo lahko, da nas bodo določila nove pogodbe o ustanovitvi poslovnega sistema Mercator, ki predvidevajo enotno zunanje obeležje pripadnosti Poslovnemu sistemu Mercator nekoliko bolj disciplinirale kot je to uspelo dosedanjim določilom Sporazuma.

mortadela celo z "veliko zlato medaljo", z zlato medaljo pa še "gurman" iz piščančjega mesa in kraška panceta. Med nagrajenimi je 41 vzorcev prejelo zlate (še tri velike zlate), 68 srebrne in 71 bronaste medalje. Poleg medalj so podelili tudi štiri pohvale za kakovost izdelkov. Za trajno kakovost jo je prejela tudi naša TMI iz Postojne. Druge naše članice iz mesne branže niso sodelovale pri ocenjevanju.

Dobro sta se odrezali tudi obe vinski kleti, ki sta v ocenjevanje poslali vsaka po tri vzorce in vseh šest je bilo nagrajenih. Vinariji so v ocenjevanje poslali 232 vzorcev in kar 213 je bilo nagrajenih. Od vseh jih je kar 39 dobilo

"velike zlate medalje" — med njimi tudi metliški belokranjski rose letnik 1988; 107 je prejelo "zlate medalje", med njimi Metliška črnina letnik 1987, Laški rizling letnik 1987 iz metliške vinske kleti ter Laški rizling, pozna trgatav letnik 1986 in Modra frankinja letnik 1987 iz Agrokombinatove vinske kleti. Nadalje je 67 vzorcev prejelo srebrne medalje — med njimi cviček letnik 1988 iz agrokombinatove kleti. Bronastih medalj za vino ne podeljujejo.

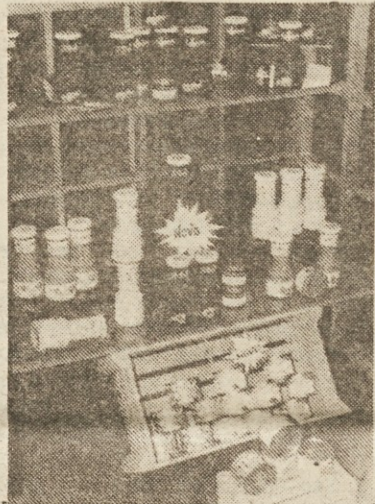
Medalje smo prejeli za kmetijsko mehanizacijo. M—KŽK Gorenjske, TOZD Agromehanika iz Kranja je prejela "srebrno medaljo" za garnituro za škropljenje krompirja in za batno črpalko 15 l/150 barov in bronasto za električni merilec pretoka.

Nagrade so spodbuda, istočasno pa poziv k ohranitvi in razvo-

ju kakovosti. O njihovem vplivu se bomo kmalu prepričali, saj že potekajo prijave in oddaja vzorcev za nagradno ocenjevanje na Radgonskem kmetijsko—živilskem sejmu, ki bo letos od 21. do 27. avgusta. Tu se bo merilo mnogo več naših članic, ki v živahni konkurenčni borbi za potrošnike, potrebujejo tudi takšne potrditve kakovosti, čeprav jih sicer premalo izrabljamo za pospeševanje prodaje.

Menimo, da bi bilo prav, da vsi proizvajalci in tudi prodajalci, te nagrade primerno predstavijo potrošnikom. Proizvajalci s konstantno kakovostjo svojih tudi nenagrajenih izdelkov in etiketiranjem nagrad na izdelke, prodajalci pa z vpadljivim in privlačnim opozarjanjem potrošnikov, ki naj z nakupom potrdijo ocene strokovnih komisij.

Novosadski sejem '89 in Mercator. Foto: Nada Podlogar



Poslovne povezave Mercatorja s podobnimi sistemi

Stanislav Klemenčič—Saražin

Bistvene spremembe v razmerjih

Mercatorjeva proizvodnja je raznolika, vendar pa predvsem vezana na regionalna tržišča in zato le v manjšem delu prodaja čez republiško mejo. Z druge strani pa enako velja tudi za trgovino, saj je v pretežni meri splošni oskrbovalec in tako še bolj vpeta v slovenski trg. Slovenski trg pa ni zaprt za blago iz drugih republik, zato smo lani v Mercatorju okoli 20 % vsega blaga kupili pri dobaviteljih iz drugih delov Jugoslavije. Istočasno smo s kupci v drugih republikah opravili skoraj 10 % celotne prodaje SOZD. Znotraj slovenskega trga smo z medsebojno izmenjavo z drugimi poslovnimi sistemi uresničili okoli 85 % celotnega nabavno—prodajnega prometa.

Pretežni del prometa z Mercatorjem opravljajo kot dobavitelji in kot kupci poslovni sistemi, ki so organizirani podobno kot Mercator. To še posebej velja za Slovenijo, kjer splošno oskrbo obvladuje 9 poslovnih sistemov (poleg Mercatorja še 8 drugih). V priloženi tabeli so podane vrednosti, indeksi in strukturni deleži posameznega sistema, ki nastopa kot dobavitelj in kot kupec. Iz teh podatkov lahko ugotovimo, da po ustvarjenem prometu vodi ABC Pomurka, Murska Sobota. Med dobavitelji ji sledita SOZD HP, Ljubljana in SOZD TIMA, Maribor, Emona pa je šele na šestem mestu — predlani je bila na četrtem. Med kupci Pomurki sledi Emona, ki je bila predlani prva. Na tretjem mestu je TIMA, sledi ji VIPA Ajdovščina.

Medsebojna menjava blagovnih tokov je le deloma usklajena. Globalni pregled pa pove, da so se razmerja v vrednosti prometa med dobaviteljem in kupcem v isti osebi zblížala; le pri dveh po-

slovnih sistemih pa razmaknila v korist večjega obsega prometa na strani dobavitelja. Glede na

razmerja v letu 1987, so se v letu 1988 zblížala razmerja pri ABC Pomurki, Hmezadu, HP Ljubljana, Timi, AIPK Bosanska Krajina in UPI Sarajevo. Za Brodokomerc Reka pa je značilno, da se je dosednji pretežni del na strani dobavitelja zasukal na stran kupca. Merx in Vipar pa sta povečala finančno vrednost v prid dobavitelja.

Če podatke izrazimo v indexih (upoštevamo splošno rast drobnoprodajnih cen okoli 350 %)

lahko ocenjujemo, da so indeksi višji od 350 znak kakovostnega premika — povečanje fizičnega obsega poslovanja, medtem pa indeksi pod 350 kažejo, da se je fizični obseg poslovanja zmanjšal. Ta ocena seveda drži le tedaj, če se tudi struktura izdelkov ni bistveno spremenila glede na leto 1987 in, če so se cene pri vseh partnerjih gibale enakomerno in v skladu s splošnim gibanjem cen. Ob teh predpostavkah se je fizični obseg prometa najbolj povečal pri dobavitelju AIPK

Bosanska Krajina, ki prednjači tudi med kupci.

Pri dosedanjih razmerjih Mercatorja z drugimi poslovnimi sistemi smo težili k uravnovešenju vrednosti medsebojnega finančnega prometa. V novih, že letošnjih sproščenih tržnih pogojih, lahko pričakujemo v teh razmerjih bistvene spremembe. Te bodo temeljile na dohodkovni motiviranosti in donostnosti, ki bo najbolj odvisna od tržnosti (prodaje) posameznih izdelkov.

PRIMERJAVA MEDSEBOJNEGA POSLOVANJA MED SOZD MERCATOR-KIT IN VEČJIMI POSLOVNIMI SISTEMI V LETU 1987 IN 1988

v 000 din											
Zap.	Poslovni sistem	D o b a v i t e l j				K u p e c				R a z m e r j e d k	
št.		1987	1988	Ind.	Stru.	1987	1988	Ind.	Stru.	1 9 8 7	1 9 8 8
1.	ABC Pomurka, Murska Sobota	20.312.433	56.120.195	276	19,0	15.726.465	48.984.568	311	22,3	1,3 : 1,0	1,2 : 1,0
2.	Emona, Ljubljana	12.080.523	30.435.540	252	10,2	18.930.089	46.842.339	275	21,4	1,0 : 1,6	1,0 : 1,5
3.	Hmezad, Žalec	11.331.345	31.687.659	280	10,7	2.885.235	16.054.149	556	7,3	3,9 : 1,0	2,0 : 1,0
4.	HP Ljubljana	13.843.286	42.912.064	310	14,5	2.228.893	9.582.436	430	4,3	6,2 : 1,0	4,5 : 1,0
5.	Merx, Celje	7.692.209	31.941.443	415	10,8	4.957.770	16.342.251	329	7,5	1,5 : 1,0	2,0 : 1,0
6.	Tima, Maribor	13.818.937	36.333.431	263	12,2	8.352.551	28.412.064	340	13,0	1,6 : 1,0	1,3 : 1,0
7.	Timav, Koper	8.464.915	15.796.482	187	5,3	5.491.226	15.998.058	291	7,2	1,5 : 1,0	1,0 : 1,0
8.	Vipa, Ajdovščina	9.767.091	29.827.763	305	10,0	8.109.167	17.744.702	219	8,1	1,2 : 1,0	1,7 : 1,0
9.	AIPK Bosanska Gradiška	1.932.136	10.490.574	543	3,5	430.917	4.075.074	946	1,9	4,5 : 1,0	2,6 : 1,0
10.	Brodokomerc, Rijeka	1.393.689	3.709.684	266	1,2	1.107.345	6.719.803	607	3,0	1,3 : 1,0	1,0 : 1,8
11.	UPI, Sarajevo	2.009.762	7.770.579	387	2,6	3.358.567	8.584.172	256	4,0	1,0 : 1,7	1,0 : 1,1

TOZD Mesoizdelki za Evropo 92

Andrej Dvoršak

Klavnica in tehnologija za nas in EGS

V tozdu Mesoizdelki v Škofji Loki načrtujejo za prihodnje leto temeljito prenovu klavnice. Čeprav je to največja klavnica v regiji, še zdaleč ni primerna za zakol živine, katere meso nameravamo izvažati na trg Evropske gospodarske skupnosti, pa tudi domači zaostreni predpisi, ki določajo sanitarno tehnične pogoje, ji bodo v kratkem zaprili vrata. Ti predpisi so namreč enako zahtevni kot tisti v državah EGS, le da bodo začeli veljati šele letos.

Miro Duić: »Iz sozda, pa naj se imenuje kakorkoli drugače, ne gremo.«



Direktor tozda Miro Duić nam je povedal, da se klavnica prostorsko ne bo širila, da pa jo bodo, kolikor se le da prilagodili urbanemu okolju v Loki. Največjo pozornost bodo namenili ekološkemu vprašanju in upajo, da jih bodo uspešno rešili.

Z uvedbo nove tehnologije bodo povečali produktivnost in zadostili tako lastnim potrebam, kot potrebam drugih po klavniških storitvah. Zlasti v zadnjem času se zelo povečuje klanje za druge naročnike, tudi za zasebni sektor, tako da bo nalozba zagotovo rentabilna.

V Mesoizdelkih ugotavljajo, da v celotnem sozdu Mercator ni niti ene klavnice, ki bi omogočala klanje za živino za izvoz. To je še dodatna spodbuda in priložnost, ki je Škofjeločani ne kanijo zamuditi.

Ta toz se v zadnjem času vse bolj tvorno vključuje v razvojni program Mercatorja in ob tem dosega tudi vidne uspehe. Najvidnejši so pri delitvi programov in sodelovanju z drugimi mesnimi industrijami sozda. Na prvi pogled se ti začetni uspehi zde majhni, a zato niso nič manj pomembni, kajti doslej še takšnih ni bilo.

Miro Duić pravi, da je povezanost med klavnično predelovalnimi obrati v sozdu nasploh zelo slaba. Morda zaradi bojazni, nezaupanja ali pretirane poslovne uvidevnosti ... Vzrokov je veliko.

A v zadnjem času so se le začele spletati drobne nitke med posameznimi proizvajalci mesnih izdelkov. Mesoizdelki jih plejejo skupaj z M—Mesno industrijjo Ljubljana, s katero so se začeli dogovarjati o skupnih akcijah in sodelovanju. Za M—Mesno industrijo Ljubljana koljejo prašiče in istočasno izmenjujejo mesne izdelke. Žal ne eni ne drugi še nimajo tako specializiranih programov, da bi lahko partnerju ponudili več. Se pa trudijo! V ta sklop sodi tudi nalozba v program suhomesnatih izdelkov v Stični. V Mesoizdelkih namreč spoznavajo, da bodo lahko uspešni le z zelo prožno poslovno politiko in z ustreznim prilagajanjem tržišču. Zato nameravajo v prihodnjih letih še bolj specializirati svoj proizvodni program in vanj vnesti številne novosti, ki bodo konkurenčne na tržišču, istočasno pa z njimi ne bodo ogrožali drugih

mesnopredelovalnih industrij v sistemu Mercatorja.

Ob tem pa ugotavljajo, da jim zadnje čase tudi prodaja v Mercatorjevi maloprodajni mreži narasča, s čimer so še posebno zadovoljni.

Duića smo vprašali, kaj meni o predlogu novega POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR. Odgovoril je, da je pobuda vsekakor dobrodošla in da tak sistem pomeni veliko prednost za tiste, ki jo znajo izkoristiti. Mesoizdelki jo zagotovo bodo. Svoje mesto bodo poiskali v okviru Mercatorja, kar je že povsem jasno. Moti jih, da še niso jasni vsi predpisi, ki se nanašajo na novo organiziranost. Zato so previdni in čakajo, kaj bo iz vsega tega nastalo. Če bo tako, kot sedaj kaže, bo njihova orientacija naravnana na kapitalske odnose s širokimi možnostmi povezave v poslovnem sistemu, ki jim tak, kot se ga trenutno načrtuje, nudi dovolj možnosti za razvoj. Vendar pa, meni Duić, bi kazalo razmisliti tudi o horizontalnih povezavah med mesnopredelovalnimi industrijami, kot tudi o odnosih v reprovirgi, od proizvajalca do potrošnika.

Stiški mesarji prodajajo kakovost

Andrej Dvoršak

S posodobitvijo do večje proizvodnje

Mesno predelovalni obrat v Stični, ki sodi v sestavo tozda Mesoizdelki Škofja Loka, je zagotovo eden tistih, ki lahko s svojimi kakovostnimi izdelki konkurira komurkoli. Že davno so si njihove klobase in salame utrle pot med potrošnike z izbranim okusom. Odlikuje jih dober okus in vedno enaka kakovost.

Imajo pa stiški suhomesnati izdelki iz trajnega programa še eno pomembno prednost — v njih, po besedah vodje obrata, Zdravka Verčiča, ni kemije. Stiški mesarji ne uporabljajo soli in drugih dodatkov. Bolj so navajeni na česen, poper in sol — začimbe, ki jih srečamo v vsaki pravi domači salami. Domača stiška salama pa je tudi nov izdelek, ki so ga pred kratkim poslali na trg. Če bi poizkušal tisto, ki jo naredijo dolenski kmetje doma in njihovo, bi težko uganili, katera je katera ...

"Domača salama je le eden od adutov, s katerimi nastopamo na trgu. A tudi vsi ostali gredo dobro v promet. Na splošno opažamo, da povpraševanje po naših suhomesnatih izdelkih iz trajnega programa iz leta v leto narasča. Nedvomno k temu veliko prispeva tudi kakovost, za katero skrbi 23 članski kolektiv obrata v Stični," nam je dejal Miro Duić, direktor tozda Mesoizdelki.

Stalno večanje povpraševanje po stiških suhomesnatih izdelkih je tudi botrovalo odločitvi za posodobitev obrata.

"Stiški mesarji so morali vse izdelke pripravljati na tradicionalen, lahko bi rekli obrtniški način. Bilo je veliko ročnega dela, ki je pri sedanjem obsegu proizvodnje že začelo zavirati učinkovitost obrata. Zato smo se odločili, da posodobimo tehnologijo in z uvedbo umetnega sušenja ter zorenja, zmanjšamo obseg fizičnega dela. Istočasno pa se bodo izboljšali tudi delovni pogoji, saj ne bo več potrebno delati v dimu prekalnevalnice. Te bodo sicer še ostale, a bolj kot tehnična zanimivost in spomin na nekdanje čase. Če pa bo potrebno, jih bomo lahko ponovno uporabili za proizvodnjo.

S klima napravami za umetno sušenje in zorenje, bomo ob enakem številu zaposlenih, pove-

čali produktivnost za 50 odstotkov, pri čemer se kakovost izdelkov ne bo bistveno spremenila. Z novo tehnologijo se bo skrajšal tudi proizvodni cikel, kar bo bistveno vplivalo na donosnost obrata. Doslej je bil ta cikel 30 dni, sedaj pa ga bomo skrajšali na štirinajst dni," sta povedala Duić in Verčič.

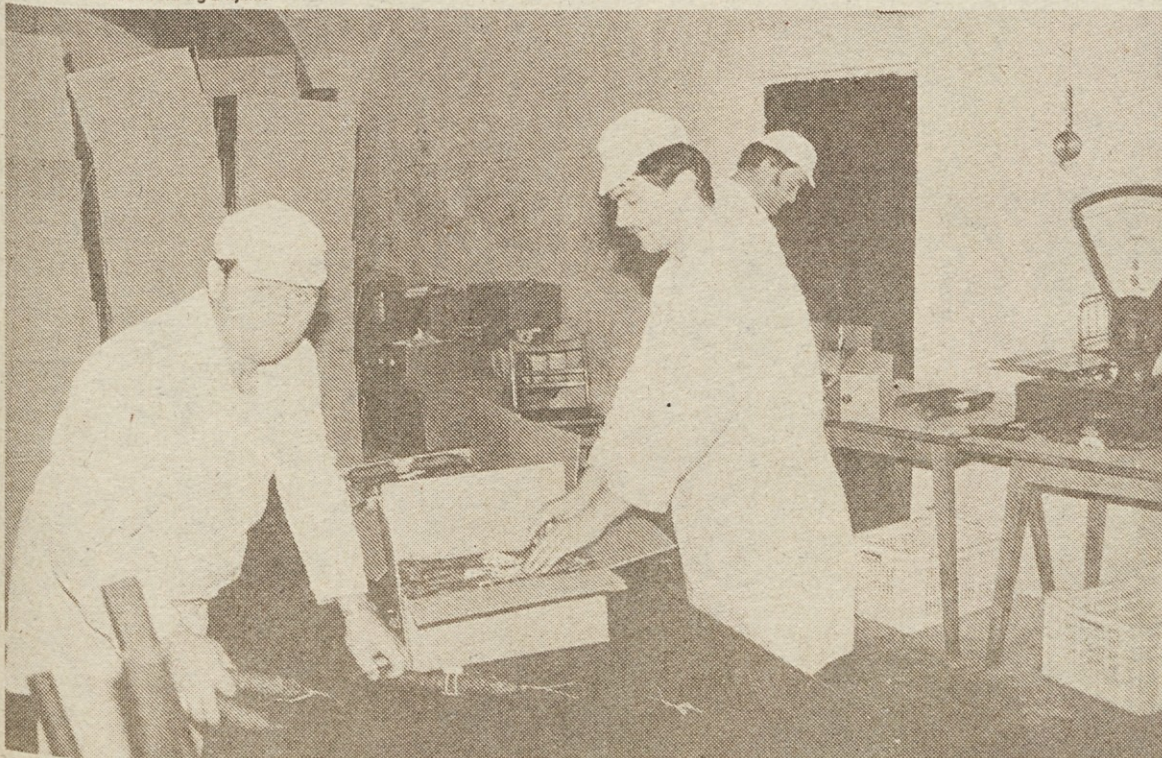
Nove zmogljivosti pa bodo stiškim mesarjem omogočile uvajanje novih izdelkov. **Poleg že omenjene odlične domače stiške salame nameravajo trgu ponuditi še budjolo in panceto.**

"Zapišite, da sodijo stiški mesarji med najboljše delavce našega tozda. So izredno prizadevni in delavni. Medtem, ko smo pripravljali nove proizvodne zmogljivosti je proizvodnja nemoteno

tekla, čeprav so bili delovni pogoji še slabši. Brez stiških mesarjev naš proizvodni program ne bi bil to kar je!" je poudaril direktor Duić.

Za skrivnost uspeha smo v Stični povprašali še vodjo obrata Zdravka Verčiča. Skrivnosti pravzaprav ni. Dvajset mesarjev, kolikor jih dela v neposredni proizvodnji, si prizadeva, da bi naredili takšne izdelke, kot jih naredijo, ko koljejo pri kmetih in doma. Tradicija in izkušnje so tisto, kar jih dviga iz sivega povprečja ... in morda še želja, da si ohranijo na trgu pridobljeno ime.

Salame v škatle in na trg z njimi!



Vodja obrata v Stični, Zdravko Verčič.



Mlečni problem

Slavko Glinšek

Ne vina, čistega mleka

SOZD MERCATOR—KIT pridela in predela približno 40 % mleka v Sloveniji. Delež v prodaji je kljub velikosti Mercatorjeve prodajne mreže manjši od 20 odstotkov.

To pomeni, da je za pametno rešitev mlečnega problema, ki ne bo veljala od danes do jutri, celoten Mercator, predvsem pa tisti njegovi člani, ki od mleka živijo, še kako zainteresiran.

Seveda velja takoj poudariti, da so interesi tistih, ki mleko proizvajajo, predelujejo in prodajo ne samo različni, ampak tudi nasprotujoči.

Razmere v proizvodnji in na trgu z mlekom je doslej urejala država. Ne preveč uspešno in preudarno. Očitno jo je tudi spoznanje, kako težavno je tako urejanje, navedlo, da se je odločila prepustiti to nalogo trgu oziroma medsebojnemu dogovarjanju proizvajalcev, predelovalcev in trgovcev.

sredno pa na razvoj in poseljenost posameznih predelov Slovenije. Mleko ima pomembno mesto v prehrani in ostaja slej ko prej najcenejša beljakovina živalskega izvora.

Zato mora država pri usmerjanju te proizvodnje imeti svojo jasno opredeljeno vlogo in začrtno strategijo razvoja, ki jo bo učinkovito uresničevala s politiko intervencij. Toda zavedati se moramo, da bo imelo mleko v našem gospodarstvu in kmetijstvu svoj polni pomen, če bo to proizvod, predelan seveda, s katerim bomo konkurenčni na domačem in svetovnem trgu.

Konkurenčnost bomo dosegali z boljšim marketingom, kakovostnejšimi proizvodi in s pocenitvijo proizvodnje. Sicer pa bo-

mo morali razmišljati ne o razvoju, ampak o zmanjševanju proizvodnje.

V okviru strokovnih služb Mercatorja smo analizirali položaj in izračunali deleže proizvajalca, predelovalca in trgovcev za konzumno mleko za mesec maj, brez upoštevanja zamika v plačevanju in z upoštevanjem tega zamika. Upoštevane so tudi premije in vrednost posnete tolšče.

Dejstvo, na katerega opozarja jo izračuni, je, da inflacija ob sedanjih plačilnih rokih jemlje denar iz žepa kmeta in ga prerazporeja trgovcem.

Po svetu je delež proizvajalcev v proizvodni ceni pasteriziranega mleka okrog 50 %, pri nas je bil do nedavnega celo okrog 60 %, sedaj pa je zdrsnil na dobrih 30 %.

Tega pravzaprav nihče ne zanika. Kako ta nesorazmerja po-

praviti, pa so zaenkrat mnenja deljena. Trgovci bi sprejeli skrajšanje plačilnega roka z 20 na 10 dni. Menim, da bi morale mlekarne ta denar prusmeriti na podoben način proizvajalcem.

Toda brez smotrne politike države do mleka, tega problema ne bomo razrešili. Predvsem je nujno, da se prepove (tako oziroma postopno) uvoz mleka in pove-

čajo odkupne cene mleka tudi v drugih republikah.

Najprej pa bo moral vendarle odigrati svojo vlogo tudi trg, ki bo kaznoval slabše in dražje proizvajalce, pa seveda tudi trgovce.

	dejanske majske cene		dejanske cene upoštevajoč zamik plačila	
	v din	deleži	v din	deleži
- osnovna odkupna cena za kooperante (3,6% T.E.)	2.207			
- razni dodatki (za kval., itd.)	83			
- povprečna premija proizvajalcem	105			
- doseženi izkupiček kooperantov	2.395	40,7	1.895	32,4
- delež zadruga (stroški odkupa, prodaje, selekcije)	160	2,7	127	2,2
- celotna proizvajalčeva cena	2.555	43,5	2.021	34,5
- delež mlekarne (zbiranje mleka, predelava, distribucija)	2.813	47,9	2.427	41,4
- delež trgovine na drobno	510	8,7	1.408	24,0
- celotni prodajni izkupiček (past.mleko TB)	5.878	100,0	5.856	100,0
od tega:				
- drobnoprodajna cena	5.610		5.610	
- vrednost posnete tolšče	163		163	
- proizvajalčeva premija	105		83	



Preveč mleka za kanglice.

Dejstvo je, da je ta sprostitve povzročila hitrejšo povečanje cen mleka in spremenila deleže posameznih udeležencev v proizvodnji oziroma poslovanju z mlekom.

Primarna proizvodnja sicer stalno povečuje cene, a zaostaja za stroški (po izračunu Kmetijskega inštituta), bistveno pa se je znižal njen delež v končni maloprodajni ceni mleka.

Delež predelave se je povečal, čeprav dokazuje, da so stroški večji.

Najbolj pa se je povečal dejanski delež trgovine, glede na inflacijo in roke plačevanja.

Več kot skromen je delež za druge, ki ni samo organizator zbiranja, ampak opravlja bolj ali manj uspešno tudi celotno strokovno funkcijo pospeševanja te proizvodnje, vključno s kontrolo in selekcijo.

Velja poudariti, da ima slovenski kmet prvič po dolgem času višjo odkupno ceno kot v drugih republikah, slovenski potrošnik pa dražje mleko. Slovensko mleko pa s tem izgublja konkurenčni boj na jugoslovanskem trgu.

Mleko je za slovensko kmetijstvo brez dvoma najpomembnejši proizvod. Politika spodbujanja in usmerjanja proizvodnje mleka vpliva na celotno živinorejo, po-



Kmetje o štrajku, kravah in ... volih
Andrej Dvoršak

"Zase bomo imeli vedno dovolj, kdo pa bo hranil narod?"

Pred napovedanim štrajkom, ko kmetje en dan ne bodo oddajali mleka, smo nekaj najuspešnejših, ki živijo izključno od kmetijstva, povprašali, kaj menijo o napovedani stavki, kmetijski politiki in odkupnih cenah kmetijskih pridelkov ter kako bi oni rešili to problematiko.

Prvi je odgovarjal **Martin Mis**, ki je sicer direktor v Agrotehnik Grudi, v okviru pašne skupnosti Zavrh pa je zadolžen za stike z javnostjo. Njegova sinova, veterinar Matija in bodoči agronom Tomaž pa sta čista kmeta, specializirana za prirejo mleka. Tole smo zvedeli pri Misovih:

"Ali je stavka prava rešitev ali ne, je veliko vprašanje. Za njo smo izvedeli preko sredstev javnega obveščanja. Kljub temu, da smo eni največjih zasebnih dobaviteljev mleka, nas ni nihče vprašal za naše mnenje.

Dnevno oddajamo mlekarnam in drugim okoli tisoč litrov mleka in en dan se bo poznal na dohodku ter rentabilnosti kmetije. Ker so naše zmogljivosti premajhne, mleka tudi ne bomo mogli zadržati, stran pa ga tudi ne mislimo zlit. Šolam in vrtcem ga

bomo tisti dan dobavili zastoj, kaj bomo naredili s preostalo ko-



Franc Škufca

ličino, pa bomo še videli. V mesto ga s kanglico zagotovo ne bomo vozili, je preveč dela doma na travnikih in pašnikih.

Za nas bi bila dobra rešitev, če bi s stavko dosegli takšno odkupno ceno, ki bi pokrivala vse stroške prireje.

Nikjer po svetu niso kmetje prepuščeni sami sebi in njihovo problematiko rešuje država tako ali drugače. Bodisi da regresira proizvodnjo ali pa pomaga potrošniku. Če potrošnik zaradi nizkih plač ne prenese realnih cen kmetijskih pridelkov, se v njegovem imenu vmeša država z različnimi subvencijami in regresi. Pri nas pa za to nihče nima denarja, kot kaže. Celotno M—Ljubljanske mlekarne zatrjujejo, da nimajo več notranjih rezerv, da bi lahko mleko bolje plačale. Vprašanje pa je, kdo je v reprovrigi, od kmeta do potrošnika, sposoben racionalizirati svoje delo in s tem poceniti mleko in mlečne izdelke ter tudi meso in drugo. Rezerve zagotovo še vedno so, vendar jih je najmanj pri kmetu.

Po štiridesetih letih napačne kmetijske politike, za kar do sedaj ni še nihče odgovarjal, je kmetijstvo nesposobno proizvajati ceneje in več. Dokaz za to je, da le v Sloveniji vztrajamo pri zadovoljivi proizvodnji mleka, medtem ko so v drugih republikah krave poklali in ga uvažajo."

Med pogovorom z Misovimi je v njihovem hlevu mukalo 96 glav živine, od tega 50 krav molznic, kot bi se zavedale, da tudi Misi ne bodo večno vztrajali na svoji kmetiji, če jim bo nerazumna politika za šestnajsturno garanje od ponedeljka do ponedeljka plačevala toliko, kot če bi v kakšni pisarni delali po štiri ure.

Franc Škufca, iz Ponove vasi, pri katerem na stenah visi ničkoliko priznanj za uspešno govedorejo in selekcijo najboljših krav mlekaric pravi, da ima to srečo, da mu je oče, tudi govedorejec,

poleg krav zapustil še čebele. A oboje, med in mleko postajata za pridelovalca vse bolj grenka.

"V našem hlevu je še nedavno bilo petnajst prvovrstnih krav, takšnih, kot jih ni bilo daleč naokoli. Ena je dajala več mleka od druge, vse so bile rekorderke. To je bil plod štiridesetletnega selekcijskega dela, s katerim je pričel oče in ki sem ga jaz, po povratku iz Nemčije, nadaljeval. Danes je v hlevu le še pet krav, do konca leta pa pa bodo morale še dve ali tri iz hleva ...

Škufca, ki je predsednik združenja svetov TZO Grosuplje in tudi član Kmečke zveze, nad stavko ni preveč navdušen.

"Kmečki štrajk ni štrajk! Vsaj tak ne, kot ga bomo uprizorili sedaj. To je kvečjemu opozorilo družbi, da je konec našega potrpljenja in da smo do konca izmolzeni. Mnogo bolj nevaren je tihi štrajk, ki poteka neopazno: kmetje zmanjšujejo število molznic in pitancev, kupujejo manj umetnih gnojil, zmanjšujejo proizvodnjo! To je zaskrbljujoče! Nad tem naj se zamislijo v naši politiki.

Ob nesorazmerju cen, ki je splošno znano pa je še drug problem, o katerem nihče kaj dosti ne govori, a je za nas kmete izredno pereč. To so plačilni roki. Povprečna plačilna doba od prodaje pridelka do izplačila je 40 dni, vse pa kar mora kmet kupiti za potrebe svoje kmetije in družine, mora plačati v gotovini takoj ob nakupu. Pri današnji inflaciji pomenijo ti dolgi plačilni roki čisto navadno krajo denarja iz kmetovega žepa, po domače rečeno!

Poglejte primer: prodal sem plemensko telico, za osem milijonov. Denar sem dobil po tridesetih dneh. Če je v teh tridesetih dneh bila inflacija le po en odstotek dnevno, kar je zelo optimistično povedano, sem za telico praktično dobil le 5,6 milijonov dinarjev. 2,4 milijone mi je nekdo "sunil". Kdo, me niti ne zanima, in ni moja dolžnost, da

iščem krivca. Za to so plačani drugi, bolj pametni od mene. Zame je pomembno, da za svoj trud nisem dobil plačila!

Če ne bo rešeno vprašanje izplačil, je vse drugo odveč. Res pa je tudi, da z našimi kmečkimi žulji služi še marsikdo drug, ki ni kmet, kajti pot mleka in pitancev od mojega hleva do potrošnika je dolga, predolga.

Kmetje se zavedamo, da je kos kruha pri mleku in pri mesu premajhen za vse. A če je že tako, bi ga bilo potrebno pravično razdeliti, ne pa da kmet vedno, dobi le krajec in še to le skorje.

Anton Potokar iz Male Račne ima že triinšedemdeset let, a še kar naprej kmetuje. Resda skupaj s sinom Tonetom, ki ga bo nasledil na povsem novi veliki kmetiji, na kateri je prostora za najmanj osemdeset glav živine. Toda danes je njihov hlev napol prazen. V njem je komaj 47 glav, od tega 20 krav molznic. Dnevno oddajo okoli 200 litrov mleka.

"Osebnost sem proti štrajku. Res pa je, da je položaj nemogoč. Tako slabo, kot je v kmetijstvu sedaj, ni bilo še nikoli. Takšnih razlik v cenah ni bilo!

Sem zadnjič zvedel po čem je alpsko mleko v trgovini, pa mi ni jasno, od kje taka razlika med odkupno in prodajno ceno. Če upoštevamo, da je v mojem mleku mnogo več maščobe kot v alpskem, mi je vse skupaj še manj jasno.

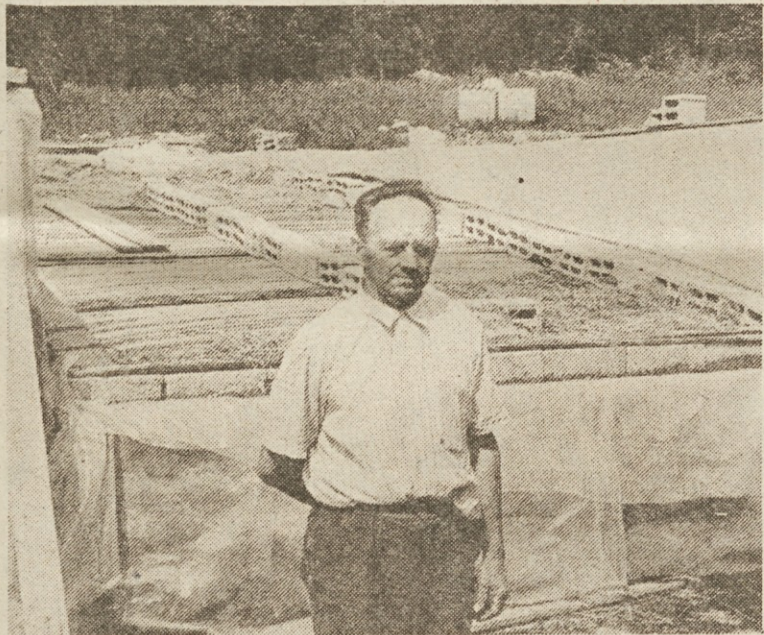
So pisali v časopisih, da bi morali kmetje deliti mleko po mestu. Ja, za božjo voljo, kje naj pa vzamem čas, da bom s kanglico letal po Grosuplju in ponujal mleko mojih sivk. Kdo bo pa na polju delal, vas vprašam?

Po drugi strani pa je tistemu, ki mu enodnevni iztržek za mleko ne pomeni veliko, ki odda deset ali trideset litrov mleka, prav vseeno ali ga bo zlit na njivo ali pa ga bo oddal mlekar-nam. Jaz mojih dvesto litrov tudi slučajno ne mislim zlit na njivo. Naredili bomo skuto in maslo, ju spravili v zamrzovalnik, pa bo.

Kaže pa, da kmetje resnično nimamo nobene perspektive več. Posredniki si prigrabijo odločno preveč in tako je hrana za potrošnika draga, kmetu pa njegov pridelek ni plačan.

Ste že kdaj slišali, da je kdaj kak Žid trgoval z mlekom? Nikoli, ker pri mleku trgovec nikoli ni mogel ničesar zaslužiti. To je vedno bila čista sociala, a vsaj kmet je lahko živel! Pri nas pa se cena začne zviševati že v zadru-gi. Poleg sedmih odstotkov, ki jih dobi od mlekar, nam pobere še dva odstotka, a za to niti s prstom ne migne. Mleko moramo hladiti sami, sami moramo pomivati posodo, kupovati detergent, plačevati elektriko in vodo, zadruga pa pobira denar. Pa ne samo zadruga ...

V zadnjem letu sem čredo zmanjšal za pet krav molznic, a do konca leta bo šla iz hleva najmanj še ena krava. Človek ob vsem tem izgublja veselje do kmetije, ki jo je ljubil vse življenje, do dela, s katerim je hranil partizane in delavce in ki ga v naši družbi ne znamo niti moralno niti materialno pravilno ovrednotiti. No, kmetje bomo zase in za svoje vedno imeli dovolj hrane, a kaj bodo jedli tisti, ki nam v pisarnah kroje usodo? Mar papir?"



Anton Potokar

Na Misovi domačiji.



Od enkrat— do dvakrat na leto

Barbara Nikolič

Spodbudna poživitev pred Preskrbinim centrom

V Mercator—Preskrbi smo 20. maja, na ploščadi pred Nakupovalnim centrom v Krškem, organizirali spomladansko prodajno akcijo, z namenom spoznati kupčeve potrebe ter se njegovim željam čimbolj približati.

Kako naj trgovina v današnjem času pritegne kupca, je vprašanje, ki si ga zastavljamo iz dneva v dan, saj je potrošnik vse bolj občutljiv in zahteven. Najti pravi recept za rešitev tega vprašanja, bi lahko šteli že kar med inovacije. Potrošnik si ne želi le dobre izbire blaga, potrebna sta tudi ustrežljivost in prijazen obraz prodajalca ter nekaj novega, kar ga bo prebudilo iz otopenosti in dolgočasne vsakdanjosti.

Mogoče smo se odgovoru malo približali, saj smo s spomladansko prodajno akcijo naleteli pri potrošnikih na ugoden odziv. Kupcu smo ponudili blago na nekoliko drugačen in prijetnejši način. Upamo, da smo ugodili njegovim željam, potrebam in vsak dan tanjši denarnici.

Prodajno akcijo smo organizirali že lani, odločili pa smo se naj postane tradicija in zato smo letos organizirali podobno, le v večjem obsegu.

Stojnice so bile bogato obložene z blagom za pomlad in poletje. Predstavili smo izdelke tekstilne industrije, športno in rekreacijsko opremo, kozmetiko, galanterijsko blago, še posebna privlačnost navedenih izdelkov pa so bile ugodne cene.

Tisti, ki so že razmišljali o dopustniških dnevih, so lahko izbrali marsikaj. Od opreme za kampiranje na morju ali v planinah, do udobnih vrtnih sedežnih garnitur. Za nakup so se nekateri odločili prav ob prodajni akciji.

K sodelovanju smo pritegnili tudi nekaj svojih dobaviteljev.

proizvajalcev živilske industrije (Carnex, Imes, MI Ptuj, MI Gornja Radgona, MI Nova Gorica) in nekateri so svoje izdelke predstavili v obliki degustacij. Tako so obiskovalci lahko najprej poskusili, nato pa se odločili za nakup. Glede na prodajo lahko rečemo, da je bila kakovost odlična, cene pa primerne.

Osrednja zanimivost so bile nedvomno tri mortadele iz Mesne industrije Primorske iz Nove Gorice. K dobri prodaji sta prispevali polovična, reklamna cena in kakovost. Sestavine so bogatejše in postopek izdelave zahtevnejši, kot za navadno mortadelo.

Nakupovanje je včasih lahko zelo utrudljivo, zato so naši gostinci poskrbeli tudi za hrano in pijačo, kruh za dobre sendviče "Tomo" pa je prispeval Žito, TOZD Pekarna Krško. K dobremu razpoloženju sta prispevali še glasba ter koncert godbe na pihala iz Senovega. Dobrega razpoloženja in dobre volje obiskovalcev in sodelujočih tudi deževno vreme ni moglo premagati.

Veseli in zadovoljni obrazi obiskovalcev ter njihove pohvale so nas prepričali, da bomo podobne akcije organizirali vsaj dvakrat letno.

Jeseni se vidimo v Krškem.



Vrvež pred krškim nakupovalnim centrom.

Mortadela je bila atrakcija prodaje.



Preurejen grajski hlev

Živko Velkavrh

Po 42, končno prava lokacija

Na Grabnu pri Novem mestu — 16. junija 1989, Mercator—KZ Krka je odprla novo predelovalnico mesa, urejeno v nekdanjem grajskem hlevu. Kar 42 različnih lokacij je bilo evidentiranih v času do odprtja tega mesno predelovalnega obrata.

Zgodovina organizacijskih sprememb novomeških mesarjev je dolga. Od leta 1973 so organizirani kot delovna enota tozda Oskrbe v Mercator—Kmetijski zadrugi Krka. Tako kot organiziranost tudi prostorsko reševanje novomeške klavnice oziroma mesnopredelovalnih obratov kaže, da je bila ta dejavnost v občini bolj ali manj prepuščena sama sebi. V zgodovini razvoja je bilo zapisanih ali kako drugače evidentiranih 42 različnih lokacij in za tri izdelana tehnična dokumentacija, za dve pa izdana lokacijska. Do gradenj ni prišlo, ker reproduktivna sposobnost občinskega mesarstva in kmetijstva zahtevne naložbe, ni prenesla.

Pred tremi leti so inšpekcijske službe dokončno ugotovile, da predelovalnica v Kandiji ni primerna za opravljanje mesne predelave. Takrat so se začele priprave na gradnjo predelovalnice na Cikavi, vendar tudi tu je vse ostalo le pri načrtih. Razlog je bi-

la utemeljitev Ekonomskega inštituta Ljubljanske banke, da bi z uresničitvijo projekta še povečali že itak samo na pol izkoriščene zmogljivosti mesnopredelovalne industrije. Tudi zadrugi organi so ugotovili, da je naložba na Cikavi neuresničljiva, zato so se odločili za preureditev gospodarskega objekta na Grabnu.

Že jeseni 1987 je bila kupljena vsa potrebna oprema, spomladi 1988 pa so se začela preureditvena dela. Seveda so bile za pridobitev potrebne upravne dokumentacije značilne številne poti, po šestnajstih mesecih pa je naložba le končana.

Nova predelovalnica ima v primerjavi s predelovalnico v Kandiji podvojeno zmogljivost. V eni izmeni bodo lahko izdelali 850 ton izdelkov.

Predelovalnica ima proizvodne, manipulativne in skladiščne prostore in 800 kvadratnih metrov dvorišča.

Pri načrtovanju so upoštevali tudi varstvo okolja in odpadne

vode speljali v čistilno napravo v Ločni. Obračunana vrednost objekta znaša 2.205 milijona din, sredstva pa so zagotovili: Ljubljanska banka, Novo mesto, Zavarovalnica Triglav, del sredstev so lastna združna sredstva, večji del pa predstavljajo združena sredstva sozda. Kar 70 odstotkov vrednosti predstavlja vrednost opreme.

Živinoreja ima v zadrugi kar 87 odstotni tržni delež. Letno pridedijo 1800 ton pitane govedu in 400 ton prašičev, živino pa redi nad 3500 kmetov. Prav v intenziviranju živinoreje je tudi pomen novega mesnopredelovalnega obrata, ki naj ne bo samo socialna varnost za zaposlene, temveč tudi za bolj oskrbovane prebivalce Novega mesta, Dolenjske in Posavja. Z ureditvijo predelovalnice, reprodukcijski krog reje živine, njenega klanja in predelave mesa, ni zaključen. Zaključena je le prva faza izgradnje živilske predelave v zadrugi. Hitrejši razvoj te dejavnosti bo prav gotovo zagotavljal pogoje za razvoj živinoreje in agroživilstva v novomeški občini.

Sergej Paternost

Pravnik svetuje

Delo za določen čas — prenehanje delovnega razmerja

Delavka je bila zaposlena za določen čas zaradi nadomeščanja delavke na porodniškem dopustu. Predno je poteklo delovno razmerje za določen čas pa je tudi sama odšla na porodniški dopust.

Postavlja se vprašanje, kdaj taki delavki poteče delovno razmerje, ali s potekom časa, za katerega je bila sprejeta v delovno razmerje za določen čas, ali pa s potekom porodniškega dopusta.

Odgovor na to vprašanje bomo našli v določilih 36. člena Zakona o delovnih razmerjih.

Po drugi alineji drugega odstavka navedenega člena je mogoče skleniti delovno razmerje za določen čas, če je potrebno nadomestiti na delu začasno odsotnega delavca. Četrti odstavek istega člena pa navaja, da takemu delavcu preneha delovno razmerje z dnem, ko se vrne odsotni delavec.

Ker že sam zakon določa prenehanje delovnega razmerja v primeru nadomeščanja odsotnega delavca velja, da preneha delovno razmerje delavke z vrnitvijo odsotne delavke, ne glede na to, da je bila v tem času na porodniškem dopustu.

Porodniški dopust torej ni ovira, da delavki ne bi prenehalo delovno razmerje, ki je bilo sklenjeno za določen čas zaradi nadomeščanja odsotne delavke.

12. Mercatorjeva olimpiada

Andrej Dvoršak

Ponovno Slogaši!

Letne športne igre delavcev, kmetov in upokojencev, Mercatoriada, so bile letos med 8. in 10. junijem v športnem parku Kodeljevo v Ljubljani. Udeležba okoli 1700 tekmovalcev iz 38 delovnih organizacij dokazuje, da nas zna šport ali pa zdrav duh v zdravem telesu trdno povezati. Značilna za letošnjo Mercatoriado je skromnost, vendar zato nič manjša prisrčnost.

Športniki, ki so prišli v Ljubljano iz vseh koncev Slovenije, so se pomerili v panogah, ki sodijo v železni repertoar te prireditve: streljanju, kegljanju, malem nogometu, plavanju, namiznem tenisu, tenisu, vlečenju vrvi, odbojki, košarki, šahu ...

Pokrovitelj Mercatoriade Mercator-Investa inženiring je skupaj z organizacijskim komitejem in KORŠEM poskrbel, da so tekmovanja potekala nemoteno in brez zastojev.

Natančnejši opazovalec je lahko opazil dokajšnjo neizenače-

nost v pripravljenosti posameznih ekip. Eni so pač prišli na izlet in zaradi družbe ter zato, da pokažejo svojo pripadnost Mercatorju, drugi pa po kolajne in pokale. Na splošno pa velja, da je v naših vrstah zelo veliko dobrih športnikov in rekreativcev, ki ne tekmujejo le enkrat ali dvakrat na leto, temveč vsak dan — s samim seboj.

Med najboljšimi športniki so vsekakor delavci Mercator—Sloge iz Gornje Radgone. Slogaši hodijo na Mercatoriado po poka-

le. Med drugimi je prav gotovo zaslužen tudi direktor Sloge Budimir Gašević, sam navdušen športnik, ki vse leto spodbuja delavce k rekreaciji in tekmovanjem.

"Letos nas je prišlo na Mercatoriado nekaj manj kot lani, le 75, a tudi to je za 240 delavcev, lepa številka. Borili smo se v vseh panogah prav zato ker branimo prehodni pokal Mercatorja, ki smo ga osvojili lani," nam je med tekmovanji povedal Budimir Gašević.

Pred Mercatoriado so Slogaši merili svoje moči že na športnih igrah pomurskih trgovcev, kjer pa praviloma ne dosežejo višjih uvrstitev. Pač niso uglašeni na športe, ki na teh igrah prevladujejo. Na Mercatoriado pa se vsako leto intenzivno pripravljajo najmanj dober mesec, rekreacijske treninge pa imajo celo leto.

Ko so organizatorji seštevali točke, je bilo že kmalu jasno, da bo Sloga spet med prvimi. In bila je. Kar za 100 točk je premagala tekmece. Ko je šel direktor po pokal, je kazalo, da bo zraven njega na zmagovalno stopničko stopilo še vseh 70 delavcev Sloge, tako so bili navdušeni. In prav je tako!

Silva Osojnik, ki je vodila namiznoteniško ekipo, je povedala, da trenirajo vse leto. Na Mercatoriadi se borijo za vsako točko, za vsako zmago, za Slogo. **Silva Kujundžić** že vrsto let nastopa v plavanju. Brez podpore delovne organizacije bi bili rezultati bolj klavrni. Sindikalno plavanje v Radinu omogoča vsem delavcem Sloge redno vadbo — od tod tudi rezultati.

Med prve tri v krosu se že dolgo leta uvršča **Štefka Kocuvan**, ki na Mercatoriadah tekmuje že

od leta 1982. Sama pravi, da ji je najboljši trening tekanje med skladiščem in trgovino. Medalja in pokal potrjujeta njeno trditev.

In tako vseh 70 Slogašev. Pravijo, da je šport v njihovi organizaciji zelo pomemben. Pravijo, da skupni treningi in tekmovanja razvijajo in krepijo boljše medsebojne odnose in pripadnost delovni organizaciji. Žal traja precej časa, da se v ekipe ključijo tudi mlajši sodelavci. Zato so športniki iz Sloge večinoma srednja in starejša generacija. Prav to predstavlja **Jože Muhič**, ki je že upokojen, a še vedno na Mercatoriadi tekmuje v streljanju.

Uspehi na Mercatoriadi so za Slogo lepa reklama. Medtem ko Slogaši nosijo na kupček pokale in medalje, se marsikateri Mercatorjevec z zavistjo sprašuje od kod majhnemu kolektivu tak uspeh. Odgovor Slogašev je enostaven: "S stalno rekreacijsko vadbo, razumevanjem delovne organizacije za šport in s pripadnostjo kolektivu!" Mi pa dodajamo, da Slogaše žene tudi prestiž.

Družabni del Mercatoriade je vselej krona našega druženja. Naj ostane to tudi, ko bomo postali poslovni sistem, v katerem naj bi prevladovale zgolj dobičkanosne dejavnosti.



Po pokale za prva tri mesta so prišli: Lojze Lihtenvalner, Ljubljanske mlekarne, za 2. mesto (levo), Budimir Gašević, Sloga, za 1. (v sredini) in tekmovalac iz ekipe Kopitarne za 3. mesto.

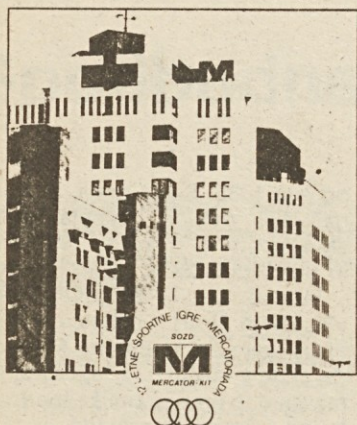
Vodje ekip dokazujejo: v Slogi je moč.



12. mercatoriada / ljubljana '89

vse športne igre delujejo združeno
in splošno dostopnovse športne igre delujejo združeno
in splošno dostopno

pokrovitelj Mercator-Investa, inženiring



SKUPNI KONČNI VRSTNI RED EKIP

1. SLOGA GORNJA RADGONA 238 točk, 2. LJUBLJANSKE MLEKARNE 157, 3. KOPITARNA SEVNICA 155, 4. M—Izbira Panonija Ptuj 152, 5. M—Mednarodna trgovina 143, 6. Nanos Postojna 108, 7. Sadje zelenjava 101, 8. Agrokombinat Krško 94, 9. Rožnik Ljubljana 84, 10. Kmetijsko gospodarstvo Kočevje 79, 11. Eta Kamnik 62, 12. Blagovni center Ljubljana 59, 13. Univerzal Lendava 45, 14. Standard Novo mesto 41, 15. KŽK Gorenjske 38, 16. Ograd Ormož 31, 17. Mesna industrija Ljubljana 31, 18. Zarja Ormož 30, 19. DS SOZD + IB 28, 20. ZKZ Mozirje 28, 21. Trgoavto Koper 27, 22. Rudar Idrija in Kmetijska zadruga Trebnje 20, 24. Kmetijski kombinat Sevnica 20, 25. KZ Krka Novo mesto 19, 26. Konditor 17, 27. Emba 15, 28. Investa-Inženiring 11, 29. Kmetijska zadruga Bled 9, 30. Hoteli—Gostinstvo 9, 31. Kmetijska zadruga Metlika 3, 32. Cibes 1.

MALI NOGOMET

1. UNIVERZAL 25 točk, 2. BLAGOVNI CENTER 20, 3. LJUBLJANSKE MLEKARNE I 15, 4. Nanos 12, 5. Sadje zelenjava I 11, 6. M—Mednarodna trgovina II 10, 7. Kmetijsko gospodarstvo Kočevje 9, 8. Rožnik I 8, 9. M—Mednarodna trgovina III 8, 10. Mesna industrija Ljubljana 7, 11. Ograd 6, 12. Emba 5, 13. Kopitarna 4, 14. Kmetijska zadruga Metlika 3, 15. Trgoavto II 2, 16. Eta I, ostali: Ljubljanske mlekarne II, M—Izbira Panonija I, Blagovni center, Potrošnik, Agrokombinat, KŽK Gorenjske, Kmetijski kombinat Sevnica, KZ Krka, Rožnik II, Trgoavto I, M—Mednarodna trgovina I, Sloga, M—Izbira Panonija II, Standard, Sadje zelenjava II.

STRELJANJE MOŠKI — EKIPNO

1. KOPITARNA II 693 krogov, 25 točk, 2. M—IZBIRA PANONIJA 690, 20, 3. KOPITARNA I 668, 20, 4. Ograd I 651, 15, 5. Nanos I 646, 12, 6. Ljubljanske mlekarne 646, 11, 7. Univerzal 637, 10, 8. Sadje zelenjava 635, 9, 9. M—Izbira Panonija 624, 9, 10. M—Mednarodna trgovina 596, 8, 11. Ograd II 581, 8, 12. KZ Krka 569, 8, 13. Sloga 569, 6, 14. Eta 553, 5, 15. KŽK Gorenjske 548, 4, 16. Rožnik I 538, 3, 17. Sadje zelenjava II 536, 3, 18. Mesna industrija LJ.



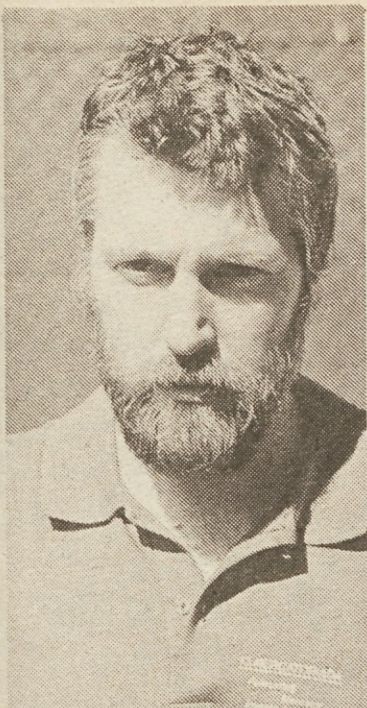
Za sodniško mizo.



Zlata, srebra in bron ni nikoli preveč, nikoli dovolj... kot Peko čviljev.

Rezultati sproti na tabli.





Matjaž Kandus, referent za šport in rekreacijo v sozdu, se je prvič spopadel z organizacijo Mercatorlade.



Mirko Vaupotič (levo), predsednik Korša, in Jože Vidmar, direktor pokroviteljice.



I 523, 2, 19. Kmetijska zadruga Bled 510, 1, 20. Kmetijski kombinat Sevnica 493, 21. Emba 473, 22. Zarja 461, 23. Cibes 453, 24. Standard I 395, 25. Rožnik III 387, 26. Sora 350, 27. Rožnik II 288, 28. DS SOZD 275.

STRELJANJE ŽENSKESKIPNO

1. KOPITARNA 476 krogov, 25 točk, 2. SLOGA 454, 20, 3. M—IZBIRA PANONIJA I 412, 15, 4. Nanos 379, 12, 5. Ljubljanske mlekarne 373, 11, 6. Kmetijski kombinat Sevnica 313, 10, 7. Ograd 304, 9, 8. M—Mednarodna trgovina 300, 8, 9. M—Izbira Panonija II 279, 8, 10. KŽK Gorénjske 246, 7, 11. Rožnik IV. 227, 6, 12. Standard 218, 5, 13. Konditor 216, 4, 14. Rožnik I 139, 4.

STRELJANJE MOŠKI — POSAMEZNO

1. Matjaž ŠULIGOJ, Nanos, 185 krogov, 2. Slavko ZAKOŠEK, Kopitarna 180, 3. Zvonko PETER, M—Izbira Panonija 178, 4. Alojz Trstenjak, M—Izbira Panonija 175, 5. Danilo Janžekovič, M—Izbira Panonija 174.

STRELJANJE ŽENSKESKIPNO

1. Milka NJEGOŠ, Kopitarna 169 krogov, 2. Slavica RAŠČAN, Sloga, 157, 3. Mojca JEKOŠ, Kopitarna 155, 4. Elka Brezec, Nanos 155, 5. Milena Žgajnar, Sloga 153.

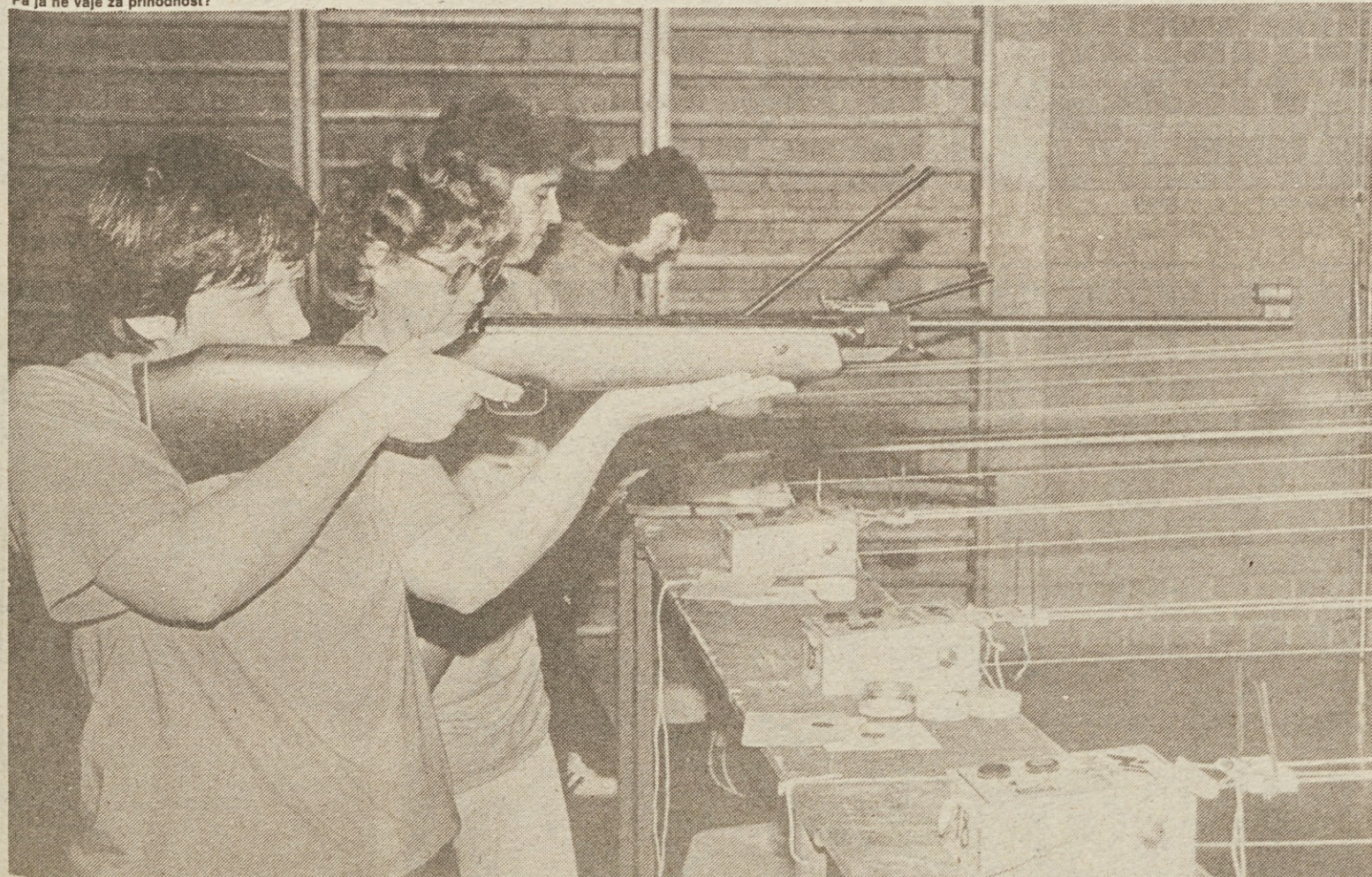
KEGLJANJE ŽENSKESKIPNO

1. NANOS I, 722 kegljev, 25 točk, 2. KZ TREBNJE, 688, 20, 3. ZARJA, 673, 15, 4. Rožnik I, 663, 12, 5. Sadje zelenjava, 649, 11, 6. M—Izbira Panonija, 612, 10, 7. Nanos II, 602, 10, 8. Hoteli—Gostinstvo 594, 9, 9. Eta, 578, 8, 10. Kmetijski kombinat Sevnica, 578, 7, 11. Agrokombinat 585, 6, 12. Rožnik II, 570, 6, 13. Mesna industrija, 564, 5, 14. Sloga 509, 4, 15. Ljubljanske mlekarne, 486, 3, 16. KŽK Gorénjske, 461, 2, 17. Emba, 456, 1, 18. Ograd, 439, 19. Univerzal,



»Kako sem se vrgel, pa je šla mimo!«

Pa ja ne vaje za prihodnost?





427, 20. M—Mednarodna trgovina 405, 21. Potrošnik, 360.

KEGLJANJE ŽENSKE — POSAMEZNO

1. Milena NADRIH, KZ Trebnje, 234 kegljev, 2. Zdenka JELEN, Nanos I, 202, 3. Olga STAROVASNIK, Eta, 198, 4. Stanka Okoren, KZ Trebnje, 194, 5. Ida Golčman, Sadije zelenjava, 191, 6. Lili Drekonja, Nanos I, 190, 7. Milena Šmalc, Rožnik I, 188, 8. Majda Mlakar, Nanos I, 187, 9. Cvetka Kuhar, Rožnik II, 181, 10. Sonja Ivačić, Sloga, 177.

KEGLJANJE MOŠKI — EKIPNO

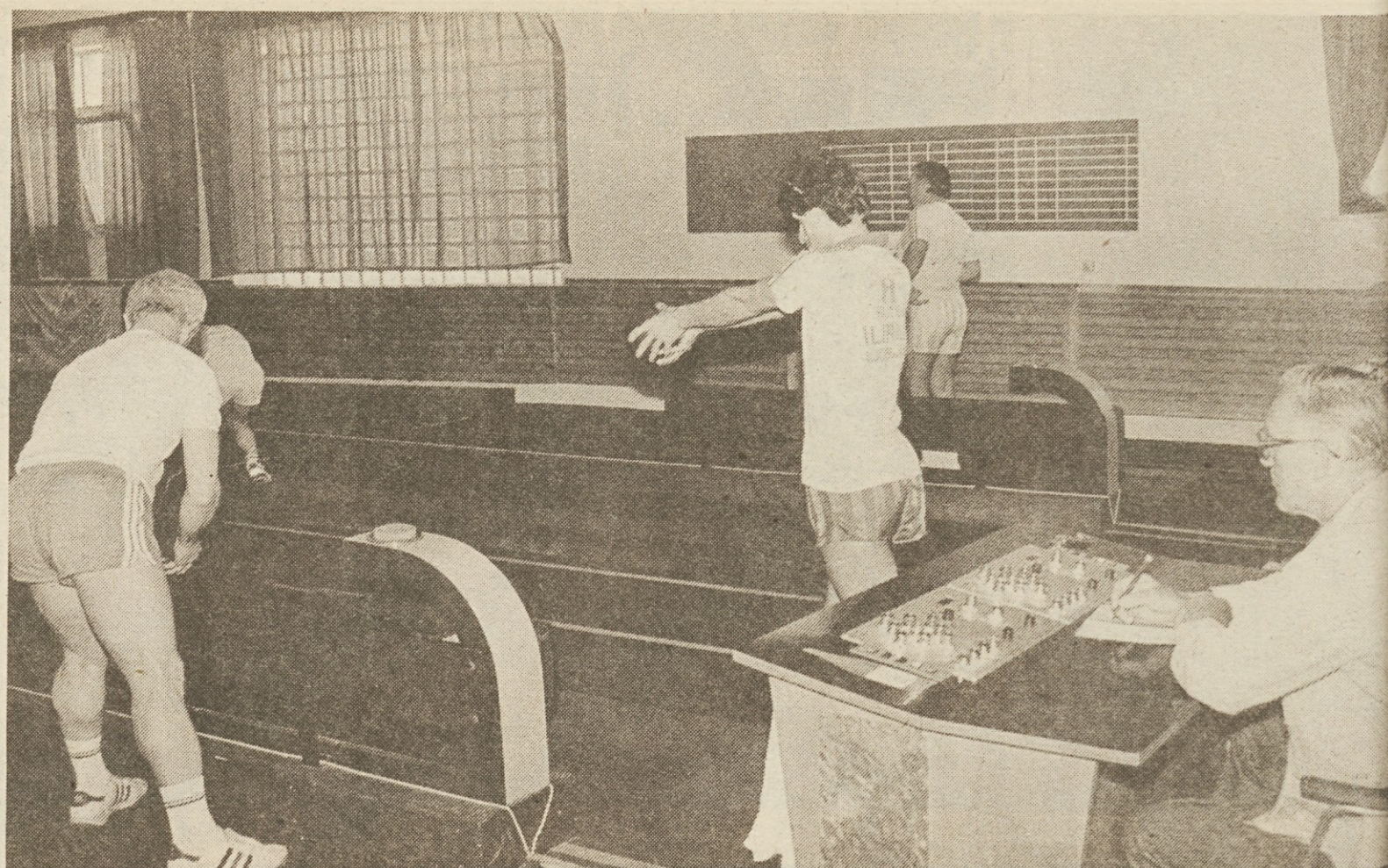
1. SADJE ZELENAVA I, 1148 kegljev, 25 točk, 2. SADJE ZELENAVA II, 1101, 25, 3. ROŽNIK II, 1099, 20, 4. Nanos I, 1090, 15, 5. Kopitarna 1086, 12, 6. Ljubljanske mlekarne II, 1072, 11, 7. Rožnik I, 1071, 11, 8. Ljubljanske mlekarne I, 1071, 11, 9. Univerzal, 1061, 10, 10. M—Izbira Panonija I, 1042, 9, 11. Trgoavto 1014, 8, 12. Mesna industrija II, 1001, 7, 13. Agrokombinat 994, 6, 14. Blagovni center I, 979, 5, 15. M—Mednarodna trgovina I, 978, 4, 16. DS SOZD, 973, 3, 17. ZKZ Mozirje, 972, 2, 18. M—Izbira Panonija II, 971, 2, 19. Ograd 969, 1, 20. KZ Krka, 964, 21. Rožnik III, 957, 22. Emba I, 953, 23. Hoteli—Gostinstvo, 933, 24. Blagovni center II, 914, 25. KZ Trebnje, 911, 26. Mesna industrija I, 897, 27. Kmetijski kombinat Sevnica, 895, 28. Zarja, 891, 29. Emba II, 885, 30. M—Mednarodna trgovina II, 877, 31. Nanos II, 873, 32. Kmetijska zadruga Bled, 842, 33. Sloga, 817, 34. Eta, 774, 35. Sora, 764, 36. KZK Gorenjske, 705, 37. Standard, 695. Diskvalifikaciji: Konditor in Kmetijsko gospodarstvo Kočevje.

KEGLJANJE MOŠKI — POSAMEZNO

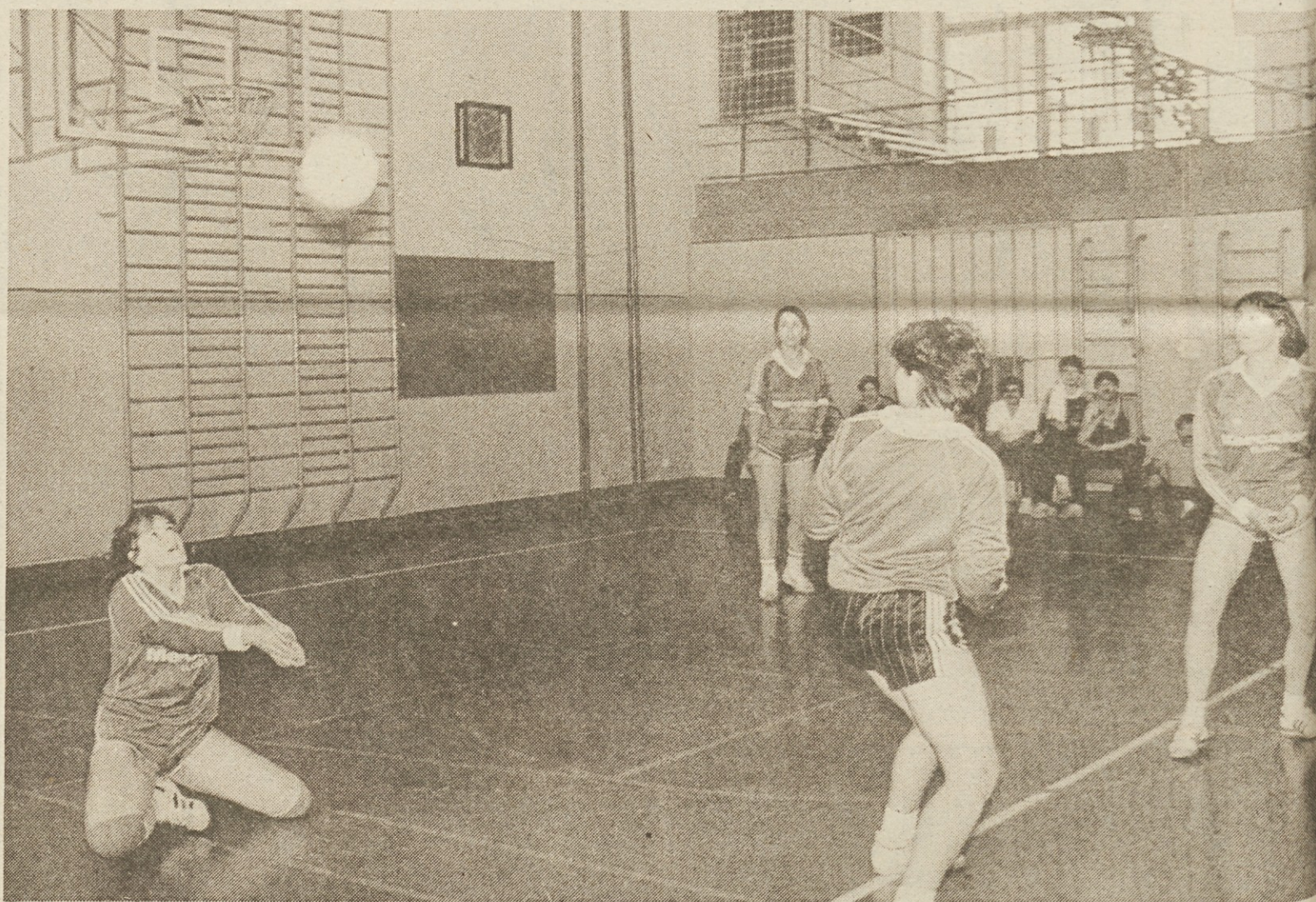
1. Alojz NAGLIČ, Rožnik I, 219 kegljev, 2. Ivan OŠENJAK, Sadije zelenjava I, 216, 3. Ante GLAVAN, Kopitarna, 210, 4. Janez Meglen, Hoteli—gostinstvo, 210, 5. Đuro Gradišar, Sadije zelenjava I, 208, 6. Mavrizio Černac, Nanos I, 208, 7. S. Nikolič, Sadije zelenjava II, 205, 8. Tomislav Pasar, Nanos I, 205, 9. Jože Pelko, KZ Krka, 200, 10. Boris Kurent, KZK Gorenjske, 199.

ODBOJKA ŽENSKE

1. KMETIJSKO GOSPODARSTVO KOČEVJE 25 točk,



Mirna roka, gladka steza, nad vsem pa sodnikovo oko.

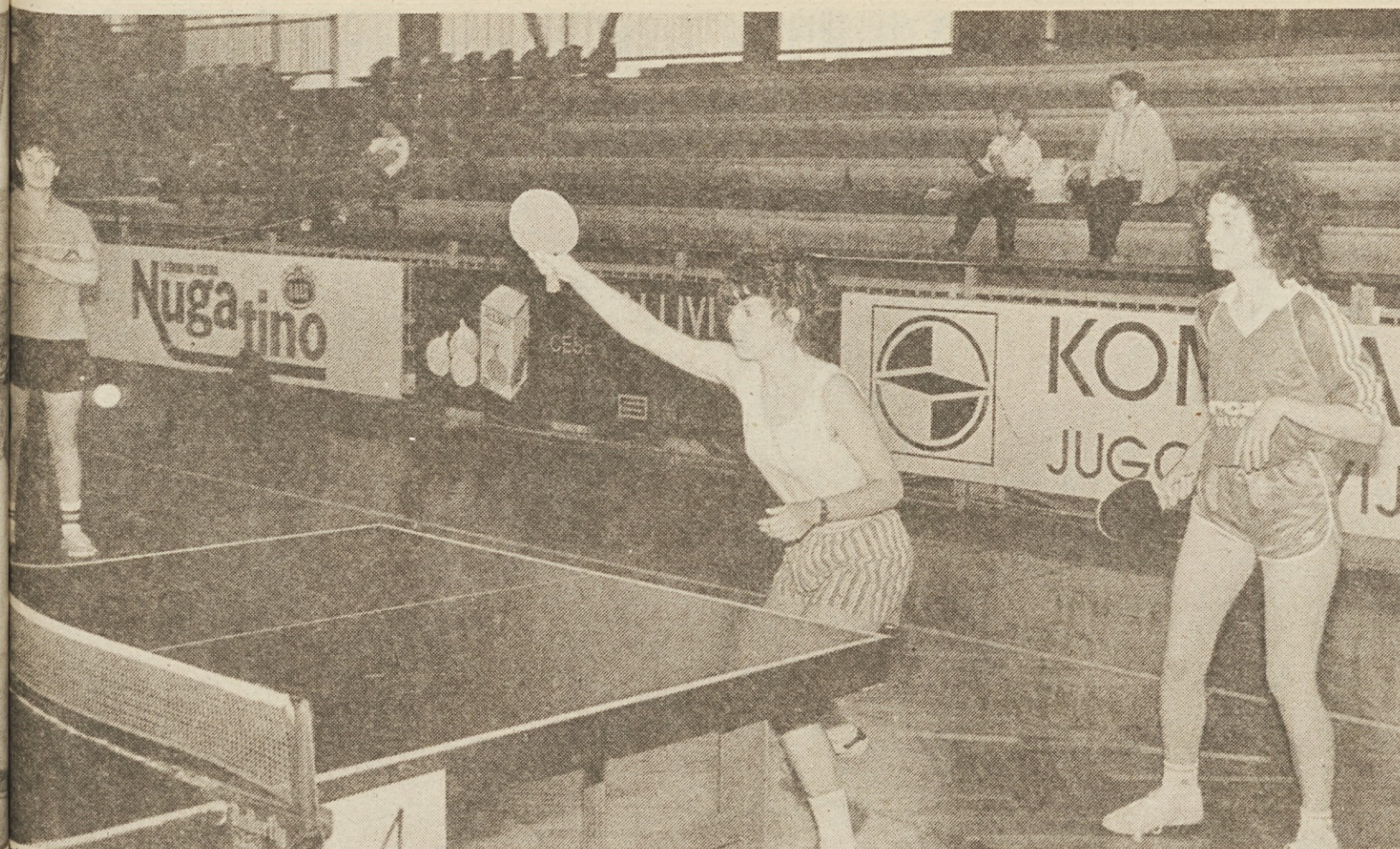


V boj za točke — tudi po kolenih!



Organizacijski komite in predstavniki pokroviteljice, Investe-Inženiringa.

Zagrizeni Peter Škerlavaj iz investe.



Prilagoditev bele žogice...



Na tem igrišču imaš več možnosti,« sta ugalbala tenisača.

Dala je okusiti moč «levih» — Sonja Vidic, zmagovalka v tenisu.



2. SLOGA 20, 3. KOPITARNA 15, 4. Krka 12, 5. ZKZ Mozirje 11, 6. KZK Gorenjske 10, 7. Agrokombinat 9, 8. M—Mednarodna trgovina 8, 9. Eta 7, 10. Ljubljanske mlekarne 6.

ODBOJKA MOŠKI

1. KMETIJSKO GOSPODARSTVO KOČEVJE 25 točk, 2. KOPITARNA 20, 3. SLOGA 15, 4. Eta 12, 5. Trgoavto 11, 6. Ljubljanske mlekarne 10, 7. M—Izbira Panonija 9, 8. Kmetijska zadruga Bled 8, 9. M—Mednarodna trgovina 7.

NAMIZNI TENIS — MOŠKI

1. NANOS 25 točk, 2. SLOGA 20, 3. M—Izbira Panonija I 15, 4. Kopitarna 12, 5. Blagovni center II, 6. Standard 10, 7. Eta I 9, 8. Agrokombinat 8, 9. Eta II 8, 10. M—Mednarodna trgovina 7, 11. Sadije zelenjava I 6, 12. M—Izbira panonija II 6, 13. Sadije zelenjava II 6, 14. Konditor 5, 15. Ljubljanske mlekarne 4, 16. Kmetijski kombinat Sevnica 2, 17. Mesna industrija II 2, 18. Cibes I, 19. Sadije zelenjava III, 20. Rožnik I, 21. Mesna industrija I, 22. Emba, 23. Rožnik II, 24. Trgoavto I.

NAMIZNI TENIS — ŽENSKE

1. LJUBLJANSKE MLEKARNE 25 točk, 2. RUDAR 20, 3. STANDARD 15, 4. M—Izbira Panonija, 5. Investa—Inženiring II, 6. Eta I 10, 7. Sloga 9, 8. Eta II 9.

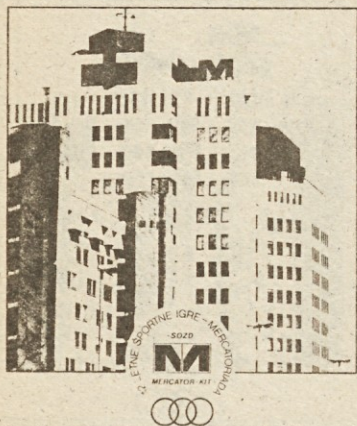
TENIS EKIPNO

1. DS SOZD I 25 točk, 2. M—MEDNARODNA TRGOVINA 20, 3. SLOGA 15, 4. DS SOZD II.

TENIS — MOŠKI A

1. MERSLAVIČ, Kopitarna, 2. KOTAR, DS SOZD, 3. ŠKERLAVAJ Investa—Inženiring, 4. Melavc, ZKZ Mozirje, 5. Kne KZK Gorenjske, 6. Filipčič, Trgoavto, 7. Vovk, Eta, 8. Čikovin, Trgoavto, 9. Bujišič, Trgoavto, 10. Kamenšek, Blagovni center, 11. Strniša, KZK Gorenjske, 12. Forjan, Blagovni center, 13. Šmid, E., Sloga, 14. Bešter, Rožnik, 15. Vrhunc, Investa—Inženiring, 16. Paravinja, M—Mednarodna trgovina, 17. Jazbec, Rožnik, 18. Ogrin, Hoteli—Gostinstvo, 19. Pijetlovič, Sadije zelenjava, 20. Rožič, M—Mednarodna trgovina, 21. Kvas, DS SOZD, 22. Zor, Sadije zelenjava, 23. Krivec, DS SOZD, 24. Sladič, Emba, 25. Krivorotov, Emba, 26. Drozdek, Sloga, 27. Jarc, DS SOZD, 28. Košak, Sadije zelenjava, 29. Šilkovič, Slo-

12. mercatorjada / ljubljana '89
 največje športne igre (plavalstvo, atletika, tenis, rokomanipulacija, odbojka, košarka, nogomet) in splošneštevni število
 vsakega mercatorja - 100 / ljubljana '89
 pokrovitelj Mercator-Investa, inženiring



ga, 30. Goslar, Investa—Inženiring, 31. Merzdovnik, Sadje zelenjava, 32. Wildman, DS SOZD, 33. Mirnik, DS SOZD, 34. Šmid I., DS SOZD, 35. Lacijan, DS SOZD, 36. Marinček, DS SOZD, 37. Lenaršič, Konditor, 38. Pezdirc, Trgoavto, 39. Šenk, KŽK Gorenjske, 40. Draksler, Rožnik, 41. Zakrajšek, Trgoavto, 42. Juvan, ZKZ Mozirje, 43. Rutar, Emba.

TENIS — MOŠKI B

1. POTOČNIK, M—Mednarodna trgovina, 2. GOSLAR, DS SOZD, 3. TOMORI, Investa—Inženiring, 4. Škulj, M—Mednarodna trgovina, 5. Vizjak, M—Mednarodna trgovina, 6. Kusel, Nanos, 7. Benko, Sloga, 8. Prvinšek, DS SOZD, 9. Velkavrh, DS SOZD, 10. Deu, M—Mednarodna trgovina.

TENIS — ŽEN-SKE

1. VIDIC, DS SOZD, 2. LUKŠA, DS SOZD, 3. JANKOVIČ, M—Mednarodna trgovina, 4. Peharc, Rožnik, 5. Borko, Sloga, 6. Ambrožič, KŽK Gorenjske.

KOŠARKA — MOŠKI

1. M—IZBIRA PANONIJA 25 točk, 2. KMETIJSKO GOSPODARSTVO KOČEVJE 20, 3. ZKZ MOZIRJE 15, 4. Blagovni center 12, 5. Sloga 11, 6. Ljubljanske mlekarne 10, 7. Emba 9, 8. Konditor 8, 9. Nanos 7, 10. Trgoavto 6, 11. Standard 5, 12. Sadje zelenjava 4, 13. Rožnik II 3, 14. Kopitarna 2, 15. Rožnik III 2.

KOŠARKA — ŽENSKE

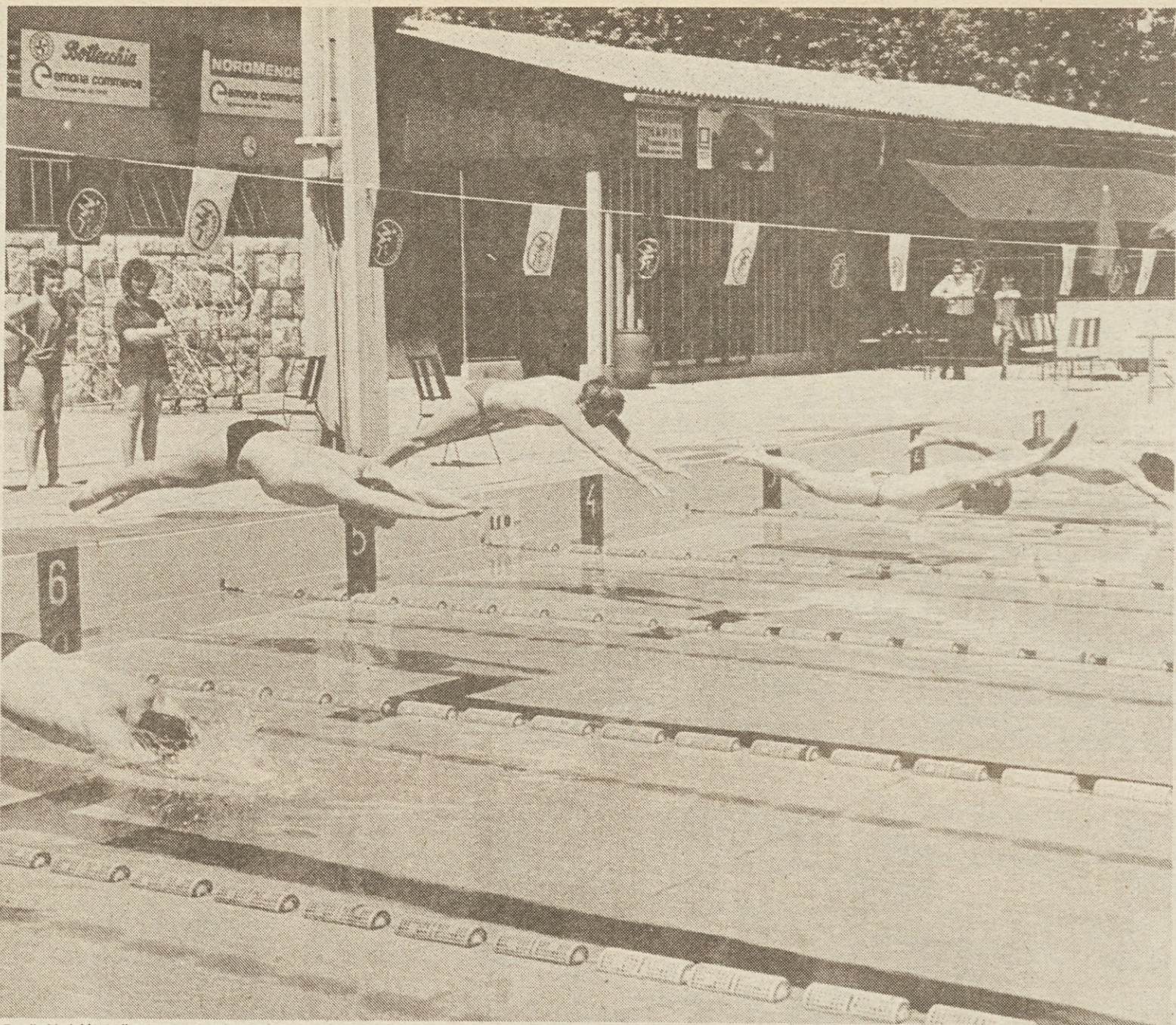
1. M—MEDNARODNA TRGOVINA 25 točk, 2. SLOGA 20, 3. M—IZBIRA PANONIJA 15.

PLAVANJE MOŠKI — EKIPNO

1. SLOGA 25 točk

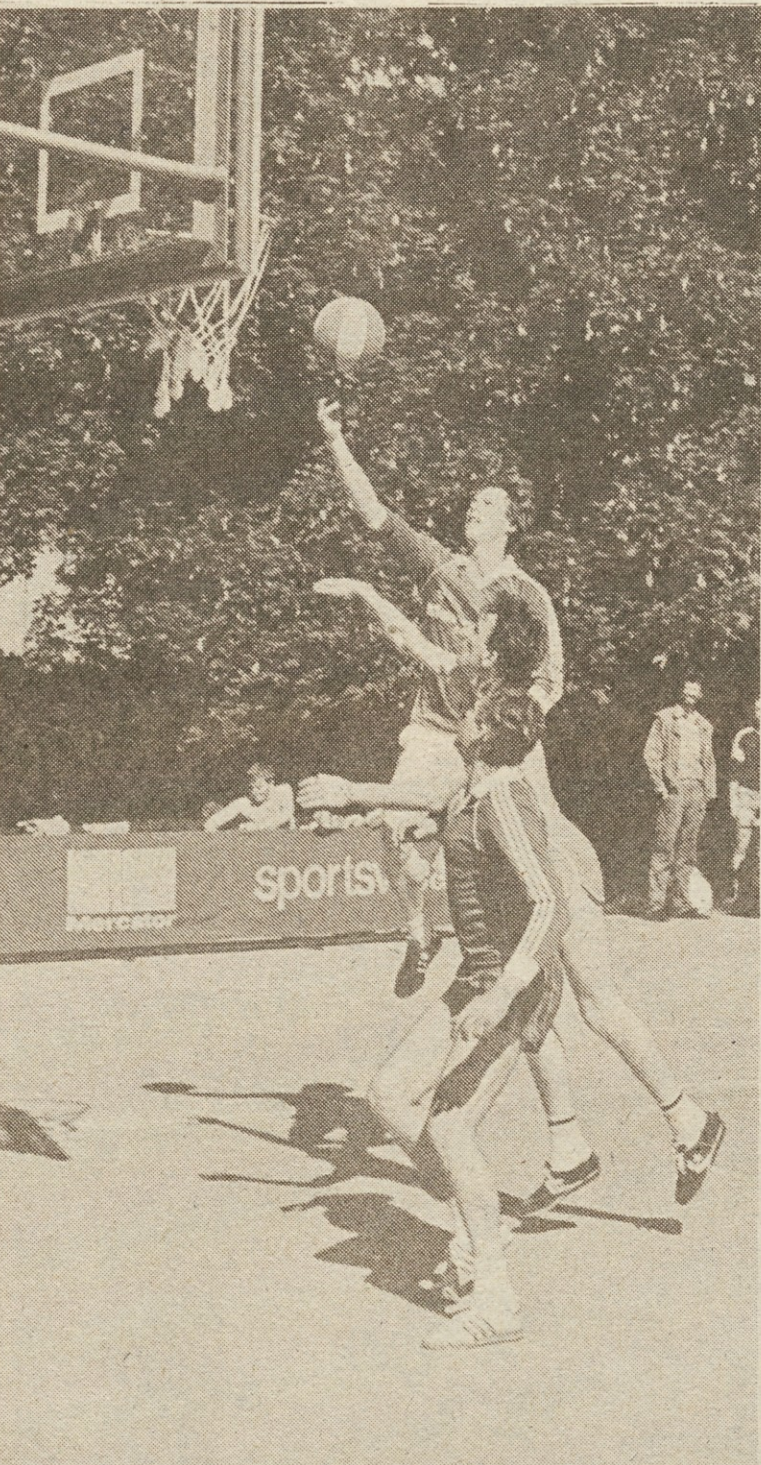
PLAVANJE MOŠKI — KATEGORIJA A

1. Marko KREBS, M—Mednarodna trgovina, čas: 29.70, 2. Miro STRAJNAR, Sadje zelenjava, 32.14, 3. Miha KOŠAK, Sadje zelenjava, 32.72, 4. Slavko Petrič, Agrokombinat, 33.24, 5. Anton Belak, Sloga, 33.96, 6. Izток Lacijan, DS SOZD, 34.25, 7. Bojan Sinkovič, Kmetijski kombinat Sevnica, 34.61, 8. Tone Košir, Sadje zelenjava, 36.34, 9. Polde Tomc, M—Mednarodna



Za njimi je lahko tudi potop — vsi znajo plavati.

Eurobasket na Mercatorjev način.



Po bitki so generali tudi utrujeni.



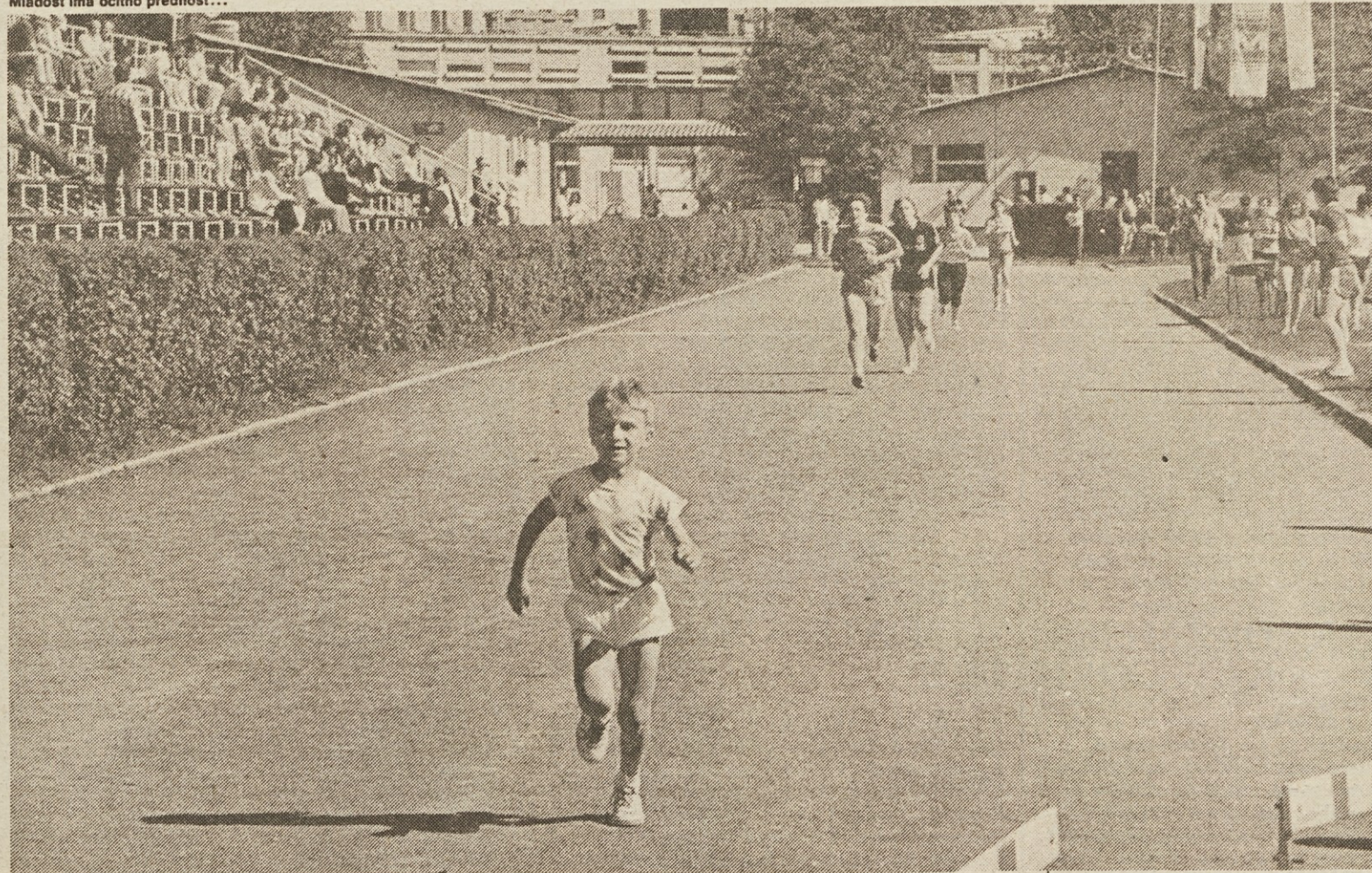


Ostani z nami do jutra... Marsikdo bi.



Beograđani so na Mercatorjadi vedno dobrodošli gostje.

Mladost ima očitno prednost...



12. mercatoriada ljubljana '89

veleposrednik igre delavcev, zdravstvenih inštitucij
in drugih organizacij delavcev

izdajatelj: M. Ljubljana '89

pokrovitelj Mercator-Investa, inženiring



trgovina, 39.56, 10. Robert Narobe, Ljubljanske mlekarne, 39.56, 11. Zlatko Žunič, Sadje zelenjava, 41.97, 12. Primož Murtezanovič, Ljubljanske mlekarne, 43.41.

PLAVANJE MOŠKI — KATEGORIJA B

1. Zlatko ŠORMAN, Sloga, čas: 31.63, 2. Drago BLATNIK, KŽK Gorenjske, 32.27, 3. Brane KNE, KŽK Gorenjske, 33.72, 4. Andrej Kos, Ljubljanske mlekarne, 38.15, 5. Polde Petrič, Agrokombinat, 40.27, 6. Vlado OMAHEN, DS SOZD, 44.97, 7. Franc OREŠNIK, 45.06.

PLAVANJE MOŠKI — KATEGORIJA C

1. Vlado OSLAVNIK, Kmetijski kombinat Sevnica, čas: 32.17, 2. Jože RIBARIČ, Sloga, 36.84, 3. Jože KORTNIK, Sadje zelenjava, 37.90, 4. Bojan Lisec, Kopitarna, 39.06, 5. Jože Zadnik, Sadje zelenjava, 44.00.

PLAVANJE ŽENSKE EKIPNO

1. M—MEDNARODNA TRGOVINA 25 točk, 2. SLOGA 20, 3. LJUBLJANSKE MLEKARNE 15.

PLAVANJE ŽENSKE — KATEGORIJA A

1. Bernarda LOGAR, Agrokombinat, čas: 39.42, 2. Marjeta KOVIČ, Rožnik, 43.44, 3. Barbara MLAKAR, M—Mednarodna trgovina, 53.02, 4. Majda Režonja, Ljubljanske mlekarne, 58.44, 5. Brigita Gomboc, Sloga, 59.59, 6. Andreja Sinkovič, Kmetijski kombinat Sevnica, 1.02.11, 7. Mihaela Činžar, Agrokombinat, 1.07.54, 8. Bisera Kasedar, Rožnik, 1.26.77.

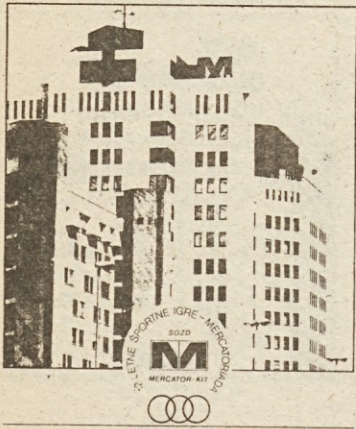
PLAVANJE ŽENSKE — KATEGORIJA B

1. Silva KUJUNDŽIČ, Sloga, čas: 46.67, 2. Špela ROJC, M—Mednarodna trgovina, 51.86, 3. Zdenka KOVIČ, Rožnik, 55.74, 4. Venci Habjan, Rožnik, 1.03.19, 5. Sabina Modic, Ljubljanske mlekarne, 1.13.37.

PLAVANJE ŽENSKE — KATEGORIJA C

1. Sonja DOLINŠEK, M—Mednarodna trgovina, 46.46, 2.

12. Mercatorijada / Ljubljana '89
 12. Mercatorijada / Ljubljana '89
 pokrovitelj Mercator-Investa, inženiring



Maja OTRIN, Ljubljanske mlekarne, 58.16, 3. Betka LONČAR, Agrokombinat, 1.07.21, 4. Jožica Grosman, Sloga, 1.31.53, 5. Finika Svenšek, Sloga, 1.53.33.

KROS MOŠKI — EKIPNO

1. LJUBLJANSKE MLEKARNE 25 točk, 2. SADJE ZELENJAVA 20, 3. AGROKOMBINAT KRŠKO 15, 4. Sloga 12.

KROS ŽENSKE — EKIPNO

1. AGROKOMBINAT KRŠKO 25 točk, 2. SLOGA 20, 3. ZARJA 15, 4. M—Mednarodna trgovina.

KROS MOŠKI — KATEGORIJA A

1. Janez IMPERL, Kmetijski kombinat Sevnica, čas: 4:24, 2. Dušan FAJDIGA, Ljubljanske mlekarne, 4:28, 3. Silvo BRLEK, M—Izbira Panonija, 4:30, 4. Bine Kranjc, Kopitarna, 4:36, 5. Franc Golob, Sloga, 4:39, 6. Bojan Štih, Eta, 4:49, 7. Janko Kavčič, Sloga, 4:50, 8. Tomaž Premec, Sadje zelenjava, 4:59, 9. Matjaž Ulčar, M—Mednarodna trgovina, 5:02, 10. Stane Ilar, Krka, 5:07, 11. Fajfar Vlado, Sloga, 5:12, 12. Marijan Šemrl, Sloga, 5:13, 13. Slavko Petrič, Agrokombinat, 5:18, 14. Jože Sever, Ograd, 5:20, 15. Robi Ribič, Emba, 5:21, 16. Roman Golob, Eta, 5:27, 17. Bojan Skok, Sadje zelenjava, 5:36, 18. Maks Begič, Emba, 5:58, 19. Danilo Brezinšek, M—Izbira Panonija, 6:04, 20. Srečko Bodanec, Sloga, 6:10, 21. Tone Fajdiga, Rožnik, 6:15.



To potezo je potegnil Spaski pred tremi leti...

Misel na jugoslovansko stanje je namerna.



1. Anton VENCELJ, Pekarna Grosuplje, čas: 5:50, 2. Stane KAVČIČ, Konditor, 5:18, 3. Jože ZADNIK, Sadje zelenjava, 5:38, 4. Jaka Reš, KŽK Gorenjske, 5:39, 5. Branko Stopar, Agrokombinat, 5:47, 6. Lojze Lihtenvalner, Ljubljanske mlekarne, 5:51, 7. Janez Košar, Kmetijski kombinat Sevnica, 5:53, 8. Nikolaj Krajnc, Sadje zelenjava, 5:56, 9. Tonček Gerič, Sloga, 5:57.

KROS ŽENSKE — KATEGORIJA A

1. Ida PERŠOLJA, Agrokombinat, čas: 1:31, 2. Ferida KOSTIČ, Mesna industrija, 1:33, 3. Daniela BAUMAN, Potrošnik, 1:35, 4. Cvetka Zupan, Sloga,

1:36, 5. Jožica Petek, M—Izbira panonija, 1:37, 6. Stanka Nahtigal, M—Mednarodna trgovina, 1:41, 7. Bojana Župančič, Investa-Inženiring, 1:43, 8. Majda Legat, KŽK Gorenjske, 1:44, 9. Irena Sever, Sloga, 1:45, 10. Jasna Vlašič, Zarja, 1:46, 11. Simona Rupnik, Rudar, 1:50, 12. Dorotheja Pestotnik, Eta, 1:52, 13. Marijana Tropenaver, Sloga, 2:01.

KROS ŽENSKE — KATEGORIJA B

1. Venci HABJAN, Rožnik, čas: 3:05, 2. Bernarda LOGAR, Agrokombinat, 3:07, 3. Darinka MEŠKO, Zarja, 3:10, 4. Anica Petrovič, Sloga, 3:15, 5. Marija Dolinar, Zarja, 3:33, 6. Šemsa Čoralič, M—Mednarodna trgo-

vina, 4:02, 7. Darinka Šorc, M—Mednarodna trgovina, 4:04

KROS ŽENSKE — KATEGORIJA C

1. Darinka STRAŠEK, Emba, čas: 3:05, 2. Štefka KUCOVAN, Sloga, 3:07, 3. Betka HORVAT, Zarja, 3:13, 4. Betka Lončar, Agrokombinat, 3:23, 5. Ivica Šircelj, M—Mednarodna trgovina, 3:39, 6. Marija Zupan, Sloga, 4:09, 7. Kati Zagorc, M—Mednarodna trgovina, 4:11.

ŠAH

1. ROŽNIK I, 30, 25 točk, 2. KOPITARNA, 24, 20, 3. ROŽNIK III, 21 1/2, 20, 4. KŽK Gorenjske, 18 1/2, 15, 5. M—Izbira

panonija, 13, 12, 6. Blagovni center, 12 1/2, 11, 7. Eta, 9, 10, 8. Sloga, 8, 9, 9. M—Izbira Panonija II, 7 1/2, 9.

VLEČENJE VRVI

1. AGROKOMBINAT 25 točk, 2. KOPITARNA 20, 3. SADJE ZELENJAVA 15, 4. SLOGA 12, 5. Ljubljanske mlekarne I 11, 6. M—Izbira Panonija 10, 7. M—Mednarodna trgovina 9, 8. Mesna industrija 8, 9. Rožnik II 7, 10. Standard 6, 11. Rožnik I.

KROS MOŠKI — KATEGORIJA B

1. Srečko KONČINA, Ljubljanske mlekarne, čas: 4:28, 2. Stane GREGORČIČ, Sadje zelenjava, 4:39, 3. Marko PAJNTAR, Rudar, 4:52, 4. Stane Tomelj, Eta, 5:01, 5. Stjepan Jačmenik, Agrokombinat, 5:08, 6. Rafael Kodra, Eta, 5:25, 7. Marjan Rihtar, M—Mednarodna trgovina, 5:26, 8. Rantaša, Sloga, 5:30, 9. Matjaž Kandus, DS SOZD, 5:36.

KROS MOŠKI — KATEGORIJA C

Tiha poroka Grmade z Modno hišo

Andrej Dvoršak

Da kupec ne bi obračal hrbta

Nenavadno tiho je bila opravljena poroka dveh Mercatorjevih tozdov in še ene delovne organizacije za povrh. Grmada je vzela Mercator—Modno hišo, bolje rečeno njen ljubljanski del. Če bo vse po sreči, bodo Ljubljancani iz tega zakona dobili prenovljeno staro Modno hišo, v drugi prodajalni, Centru mode pa spremenjen in za kupce privlačnejši program.

Potem, ko je v Modni hiši uspel referendum o združitvi z Grmado, so pripravili še zbor delavcev, na katerem so se pred-

stavili novi vodilni kadri in pojasnili svoja stališča in poglede. Zbor je bil kar v prodajnih prostorih Centra mode.

Povedano je bilo, da bo način dela v nekdanji Modni hiši ostal podoben, kot je bil doslej, le da bodo morali poslovanje in pretok poslovnih podatkov prilagoditi sistemu, ki ga imajo v Grmadi. Sicer pa Grmada ponuja novim poslovnim enotam strokovno pomoč, razvoj in napredek, nena- zadnje pa tudi večjo socialno varnost.

To, da bo imela Modna hiša v Grmadi neprimerno večje možnosti razvoja, kot če bi še naprej sama životarila, je bilo večkrat poudarjeno. Glede na podjetnost vodstva Grmade in finančne zmogljivosti, to niso bile le prazne besede.

Spregovorili so tudi o prenovi stare Modne hiše, ki takšna kakršna je, ne sme in ne more več

ostati. Direktor Grmade **Edvard Gabrovšek**, se zavzema za to, da bi prihodnje poletje prodajalno zaprli za tri mesece in potem v jeseni kupcem ponudili novo z novimi bogatimi kolekcijami. Obnavljanje po etažah ne pride v poštev, ker bi to pomenilo, da bi nekaj mesecev s hrupom, prahom in vsem drugim, kar spada k gradbišču, odbijali kupce.

V Grmadi pa razmišljajo tudi o novem programu, ki bo moral zaživeti v lani odprtem Centru mode na Kraigherjevi ploščadi. Konfekcija v njem namreč ne gre tako v promet, kot bi želeli. Je konkurenca prehuda, saj je okoli cel kup tekstilnih trgovin, ki znajo blago ponujati drugače kot naša.

Kaj bo vseboval nov program zaenkrat še ni jasno. Slišati je bilo predlog, naj bi v pritličju prodajali igrače, v kleti pa opremo za šport in rekreacijo, pri čemer naj bi bila polovica iz uvoza, za kar bi lahko poskrbela M—Mednarodna trgovina. Toda to so le prva razmišljanja ...

Poudarjeno je bilo le, da mora biti atraktivno blago, ne pa trgovina, ob tem pa mora biti odnos prodajalcev do kupca takšen, da se bo vsak rad vračal v trgovino.

Precej kritičnih besed pa je bilo tudi na račun Bajsija, ki sedaj širi vonjave po hamburgerjih na vse strani, tudi med obleke, ki visijo nad njim. Te prelestne vonjave naj bi odpravili s podaljšanjem zračnika tri metre nad streho in zapiranjem vhodnih vrat v trgovino.

Nasploh pa delavci Modne hiše niso kaj dosti spraševali in govorili. Vdani v usodo čakajo, kaj se bo izcimilo, ali se bo njihov standard, se pravi plače, popravil v novi organiziranosti. Na to vprašanje jim je bilo posredno odgovorjeno tudi na zboru, saj je bilo rečeno, da bo njihov dohodek odvisen predvsem od prometa, ki ga bodo ustvarili. Za promet pa se bodo morali potruditi, kajti v zadnjem času je Modni hiši obrnilo hrbet veliko kupcev.



Delavke Modne hiše so bolj malo govorile.

Zbor delavcev ... Nova vodilna struktura: Edvard Gabrovšek, direktor Grmade (levo): stara vodilna struktura Tolbuhin Bjedov (v sredini), zraven pa še Vasja Lenardič, kot sozdov sindikat.



Piši, piši mi ...

Marija Avsec

Za moje je poskrbljeno, za družbeno ...

Za uvod naj omenimo, da sem upokojenka enega vaših posestev. 25 let sem delala na kmetijskem posestvu. Takratni direktorji — še posebej tovariš Pucelj, so bili zelo vestni in strogi glede reda in gospodarjenja.

V ponedeljek 29. maja letos sem prišla na obisk na Selo in v Šentvid pri Stični. In imela sem kaj videti! Na Selu je grozen nered, vsa grajska okna in vrata so polomljena, okolica gradu pa zelo zanemarjena.

V Šentvidu pa sem opazovala tri vestne in delovne traktoriste, za katere je bilo videti, da so zadolženi za prevoz sena s travnika oziroma pašnika v Stično. Vozil je od časa do časa eden, dva pa sta se menjaje ustavljala v vinotoču na Studencu. Seno je bilo suho. Brez truda bi ga zvozili pred dežjem, ki je začel rositi kmalu po 14. uri. Eden od traktoristov (visok mlajši moški) je imel naloženo polovico nakladalke, ko je videl, da se bliža ploha. Lahko bi še določil suhega sena in odpeljal pod streho, pa ni. Skupaj s traktoristom, ki je grabil (sivolasi južnjak) sta celo uro sedela v senci prikolice in čakala malico. Dežurni, ki je pripeljal malico (mlad manjši človek) tudi ni reagiral na bližajoči se dež. Že ko je začelo hudo deževati, bi se lahko zapeljal vsaj to kar je bilo naloženo pod streho v Šentvid. Ampak ni. Oblekli so si jope in sedli v kabinu, počasi malicali, dež pa je lepo močil suho seno na prikolici. Po malici je v dežju traktor počasi odpeljal v Stično. Tako je večina suhega sena ostala na dežju, na travniku. Res lepo, ali ne? Traktorist (moški srednjih let), ki je bil zadolžen za obračanje sena je šel na travnik, ko je dež prenehal in ponovno obračal to, kar je bilo pokošeno tega dne, čeprav je videl, da se bo kmalu spet ulilo.

Sprašujem se, kje so ob takih prilikah vodilni in zakaj kmetijski tehniki in agronomi prejema plače, če jim je podjetje in kmetijstvo sploh deveta briga. Verjetno bi opazovalec lahko videl še veliko podobnega kot sem jaz 29. maja v Šentvidu in na Selu.

35 let Mercator— Izbire Panonije

Franc Zadravec

Iz preteklosti v prihodnost

V vročih junijskih dneh bodo delavci Mercator-Izbire Panonije proslavili 35. obletnico svoje delovne organizacije. Iz razdobljene ptujske trgovine je v 35 letih zrasla močna trgovska in proizvodna organizacija, ki danes skupaj s konkurenčnimi firmami skrbi za prebivalstvo Haloze, Slovenskih goric, Dravskega in Ptujkega polja.

Ptujška občina

Po velikosti je ptujška občina na šestem, po številu prebivalstva pa na tretjem mestu med slovenskimi občinami. Šteje skoraj 70 tisoč prebivalcev. Hribovite in vinorodne Haloze na jugu, na severu gričevnate Slovenske gorice, med njimi pa Dravsko in Ptujsko polje, so geografske značilnosti ptujske občine. Ob Dravi kraljuje starosta slovenskih mest Ptuj, ki letos slavi 1920 let svojega obstoja. Častitljiva starost občinskega središča pomeni veliko odgovornost za ohranitev starega mestnega jedra, za vse, kar se skriva pod vidnim in za vse, kar se bleščeče obnavlja v mnogim obiskovalcem in domačinom.

V občini je zaposlenih blizu 20.000 prebivalcev, približno ena osmina se jih vozi na delo v Maribor, Celje in druge kraje, prav toliko jih je v tujini, nekaj manj pa jih išče zaposlitev.

Največji delež v družbenem proizvodu občine imajo industrija (42%), trgovina (18%) in kmetijstvo (15%). Po družbenem proizvodu na prebivalca je občina Ptuj na 50. mestu med 65 slovenskimi občinami.

Tako kot je dolga zgodovina mesta Ptuja je dolga tudi tradicija trgovine. Ptuj je bil križišče trgovskih poti in trgovina v njem je cvetela, cveti še danes, čeprav je odliv kupne moči v sosednji Maribor, Varaždin, Čakovec, Zagreb in ne nazadnje tudi v Avstrijo, močan. S trgovino se v občini ukvarja več organizacij, od čistih trgovskih, do kmetijskih. V ptujski občini je 210 prodajal in v družbenem sektorju, devet pa so jih odprli še zasebniki. Značilno pa je, da nerazvite Slovenske gorice in Haloze zanje niso zanimive. Prodajni in skladiščni prostori trgovine so v glavnem v samem mestu, kjer je tudi njihova opremljenost mnogo boljše kot v ostalih predelih občine, vendar se položaj iz leta v leto izboljšuje.

Dve na mah

Sredi leta 1954 sta bili izdani odločbi o ustanovitvi prednikov sedanje Mercator—Izbire Panonije. Trgovskega podjetja naveliko Panonija, Ptuj in Trgovskega podjetja na malo Izbira, Ptuj. Sama izdaja odločbe ni nič kaj dosti pripomogla k večji kakovosti trgovine, saj so bili poslovni prostori obeh raztreseni po celem mestu, neustrezni in neprimerni. Skupaj sta na začetku šteli 77 delavcev. Vsa ostala trgovina je bila močno razdobljena, saj je bila praktično vsaka prodajalna samostojna trgovska organizacija, z majhno akumulacijo in tako brez možnosti razvoja. Tako se je v letih 1957 in 1958 prav to spoznanje odrazilo v združevanju in organiziranju v sestavu Panonije in Izbire. Nastala je vsaj minimalna podlaga, da se je začela ptujška trgovina modernizirati in razvijati. To so bila leta, ko je trgovina pretežno poslovala v najetih prostorih, z zelo zastarelo opremo, vendar pa z ljudmi, ki so imeli svoj trgovski poklic radi in so zato začeli iskati pota in načine kako naprej, saj sta ptujski trgovini pričeli groziti stagnacija in nazadovanje.

V prvih prizadevanjih za združitev ptujske trgovine so bile okoliščine še take, da so bili

osebni razlogi močnejši od dejstev, ki so dokazovali prednosti združitve. Tudi iskanje povezave z mariborskimi in celjskimi sosedmi, ni obrodilo. Panonija se je obrnila na ljubljanski Mercator in v njem našla poslovnega partnerja, ki je bil pripravljen nositi del bremena za razvoj ptujske trgovine. Tako leto 1970, leto združitve Panonije z Mercatorjem, pomeni novo poglavje razvoja trgovine v Ptuj.

Referendumska vročica

Uspešne predhodne pogovore je bilo treba potrditi tudi z osebnim odločanjem delavcev. Referendum. Drhtavica in nemir, običajna za tak dogodek. Ali je vodstvo Panonije uspelo prepričati delavce? Kakšen bo rezultat tajnega glasovanja? Nekaj nad 400 delavcev je glasovalo. Vprašanja so vrtala, dan je bil izredno dolg, ozračje napeto. Sredi popoldneva so komisije začele ugotavljati rezultate glasovanja. Na veliki večini glasovnic zaokrožena beseda "ZA", le na nekaj lističih "PROTI". Neopredeljenih je bilo zelo, zelo malo. Rezultat glasovanja je bil več kot odličen, lahko bi rekli "hura" in v nove čase. Pa ni bilo vse tako gladko, mnogi zapleti so spremljali uresničevanje programa dogovorjenega ob združitvi. Prenekatera pot je bila opravljena v Ljubljano, odpirala so se vrata marsikateri banke in še marsikateri organ. Kolektiv Panonije si je prizadeval dobiti vse, kar mu je bilo obljubljeno pred združitvijo. In to je tudi dobil.

Mercator se proslavi

Vročega 5. avgusta 1972, ko je Ptuj vrvel od praznovanja občinskega praznika, je bila odprta blagovnica s 3800 kvadratnimi metri površine. Kdo je bolj prekipel od navdušenja, ali delavci Panonije, nekaj nad 100 zaposlenih, ali prebivalci občine Ptuj, ne vemo. Naslednji meseci in leta so pokazala, da je bila ta naložba zelo koristna. Blagovnica je postala in ostala osrednji nakupovalni center v Ptuj, obenem pa središče družabnosti, kjer se odvijajo mnoge komercialne, turistične in zabavne prireditve. Mercator se je na Štajerskem proslavil.

Že v naslednjem letu je ob Rogozniški cesti stalo regalno skladišče s skoraj 5500 kvadratnimi metri površin. Za tiste čase in potrebe dovolj, za preselitev skoraj vse grosistične dejavnosti Panonije na eno mesto. Obdobje nekaj let v sedemdesetih letih, je za trgovino pomenilo dobro obdobje.

Tudi podjetje Izbira v tem času ni mirovalo. Razvijalo se je v skladu s svojim konceptom in obe trgovski organizaciji sta kar tekmovali v tem, katera bo naredila oziroma zgradila več. Obe podjetji je ves čas spremljala tudi proizvodnja zaščitne oziroma modne konfekcije.

Vzporedno sta tekla in se uresničevala dva podobna razvojna programa vse dokler se nista stekla v skupno spoznanje o združitvi v enoten koncept, v eno delovno organizacijo. Tako se je rodila nova delovna organizacija MERCATOR-IZBIRA PANONIJA, PTUJ. Seveda ni vse teklo gladko. Odkriti "za" in "proti", še več pa takih, ki so prikriti čakali na

mi Vossen in Marck Avreli iz ZRN izdeluje modno konfekcijo. Pri vsem tem pa je treba zaznamovati še razvoj informativne dejavnosti na podlagi računalniškega spremljanja poslovnih podatkov oziroma dogodkov.

Brez človeka ne gre

Pri predhodnikih MIP—a je bilo pred davnimi 35. leti zaposlenih 77 delavcev, danes jih je 1480. V vseh teh letih se je menjalo osem direktorjev. Iz skromnih začetnih vlaganj v počitniške objekte je v MIP—u zrasla cela vrsta počitniških objektov v različnih krajih. Danes ima MIP 133 ležišč, kar sicer še ni dovolj, vendar pa toliko, da večina delavcev lahko preživi del dopusta v domači hiši. Večina MIP—ovih delavcev stanuje v lastnih hišah ali pa pri starših in pri ustvarjanju novih domov je delež, sicer v primerjavi z lastnim deležem delavcev majhen, toda omembe vreden. Delovna organizacija je kupila v teh letih 77 stanovanj, v sodelovanju z drugimi OZD pa še deset.

V zadnjih desetih letih se je bistveno spremenila tudi izobrazbena sestava delavcev. V letu 1979 je imelo le 7 delavcev visoko izobrazbo, danes jo ima 20. Višjo izobrazbo je imelo 21 delavcev, danes 54, število delavcev s srednjo izobrazbo se je v teh letih povečalo za 114, medtem ko se število delavcev s poklicno oziroma brez izobrazbe ni bistveno spremenilo.

Za vse ustvarjeno se so morali delavci pošteno spotiti in marsikdaj marsičemu odreči.

Nov zakon o podjetjih je pri Ptujčanih dodatno spodbudil željo in težnjo po dobrem in trdnem trgovskem in proizvodnem podjetju. To podjetje bo organizirano kot družbeno podjetje, v katerem se bodo dosedanje dejavnosti tozgov razvijale kot podjetniške dejavnosti družbenega podjetja. Podjetje ima veliko premoženje in novo materialno osnovo za prihodnji razvoj, poleg tega pa tudi dovolj strokovnih delavcev z bogatim znanjem in delovnimi izkušnjami.

razvoj dogodkov. Novo podjetje je nastalo z večino glasov "ZA" v obeh podjetjih.

Od tod naprej je šel razvoj ptujske trgovine navzgor. Veliko število novih in preurejenih prodajal, v zadnjem času pa pospešen razvoj specializiranih prodajal, ugotovitev potrjuje. Povsem enakovreden trend je tudi v razvoju trgovine na debelo, ki ga je kronalo odprtje osrednjega blagovnega centra. Vzporedno s tema dvema temeljnima dejavnostima sta se razvijali tudi proizvodnja zaščitne konfekcije in kooperacijsko sodelovanje z obrtniki. Poudariti velja dejavnost tozda Zaščite, ki za fir-



Najnovejši skladiščni objekt, na dvorišču pa že priprave za nadaljevanje gradnje.



Blagovnica je bila prva uresničena naložba pod Mercatorjevo streho.

Pakirnica sladkorja v skladišču: manjše količine Terezija Bohl še vedno polni ročno. Od 2 do 4 tisoč kilogramov na dan...



V trgovini, kjer ustvarjajo največ prometa na zaposlenega, je poslovodja Aleksander Podkrižnik.



MIP Ptuj ima jasno strategijo

Andrej Dvoršak

Odpadejo naj pred podpisom pogodbe

Mercator-Izbira Panonija Ptuj — MIP, ki letos praznuje 35 let uspešnega delovanja, je že pred časom začrtala svojo strategijo in opredelila razvojne cilje. O tem je tekel pogovor z direktorjem Francem Tomaničem.

"Glede na položaj MIP—a v regiji, kjer predstavlja področnega grosista za vse članice Mercatorja v severovzhodni Sloveniji ter drugo trgovsko mrežo od Maribora do Celja in Hrvaške, so

bila vprašanja strategije razvoja hitro rešena. Veleprodaji smo namenili doslej največ pozornosti in uresničili sprejete cilje. Na Rogozniški cesti smo zgradili nova skladišča — blagovni center in združili na enem mestu vso grosistično dejavnost vključno s ko-

merciale in drugimi službami.

Pozornost, ki jo namenjamo grosistični dejavnosti ni naključna, kajti želimo povečati svoj delež kot dobavitelji tako pri članicah Mercatorja kot pri drugih kupcih. Za to pa so potrebni ustrezni pogoji dela, ki jih sedaj

končno imamo. Z naložbo, ki ni bila majhna, smo posodobili in pocenili poslovanje tako, da bomo lahko tudi bolj konkurenči.

Vzporedno z grosistično dejavnostjo pa razvijamo tudi malo-prodajo. Pri tem je v manjši meri gradimo nove objekte, raje se odločamo za prenove že obstoječih. V zadnjem času odpiramo zlasti na Ptuj majhne specializirane trgovine, kar se je pokazalo kot dobra rešitev. Načrtujemo, da bomo v ožjem središču Ptuj počasi preuredili prav vse lokale, ki jih imamo in v njih ponudili drugačno blago na drugačen način.

Ob trgovski dejavnosti imamo v MIP—u še proizvodnjo, ki jo v glavnem predstavlja tozid Zaščita Kidričev. Tu bo še naprej poudarjena proizvodnja zaščitnih sredstev, pri čemer bomo skušali povečati izvoz, predvsem usnjenega programa. Razen nove opreme v tozidu Zaščita niso predvidena kakšna večja vlaganja.

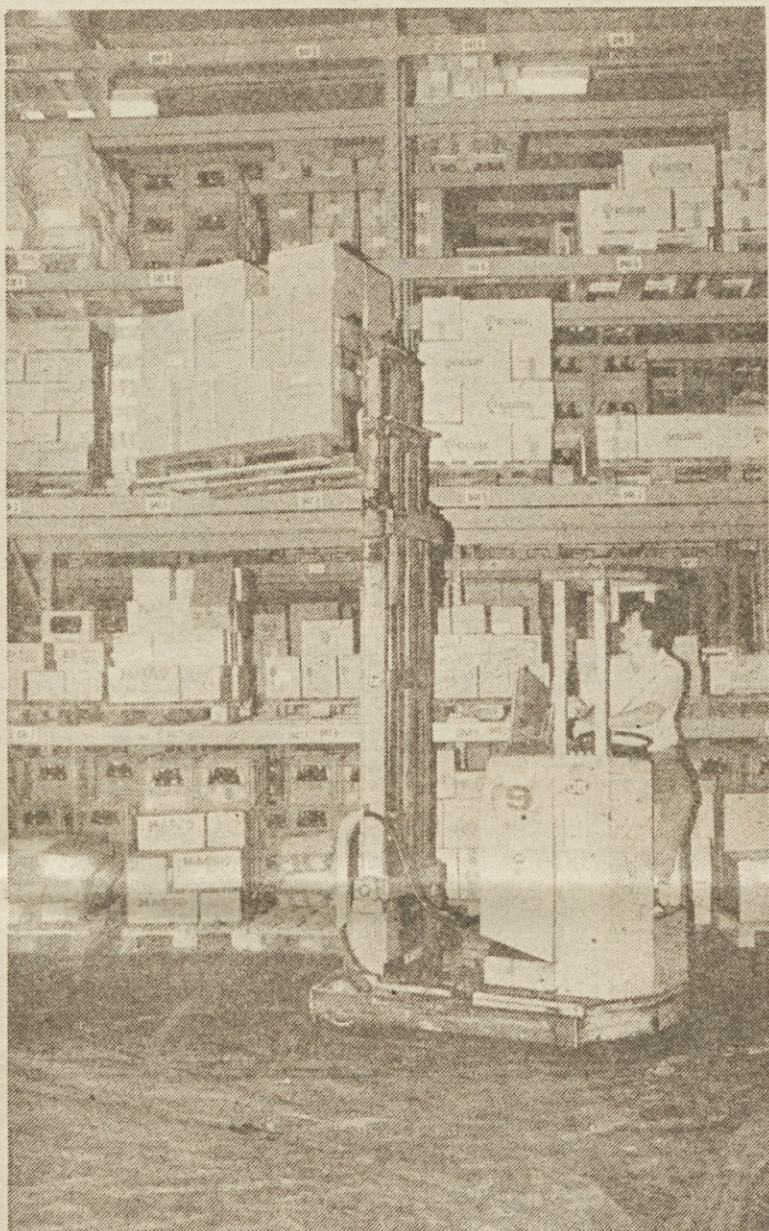
V zadnjem času v okviru MIP—a dobiva vse večji pomen tudi kooperacija, ki smo jo organizirali v Mariboru, Ptuj in Ljubljani. Na tem področju je še veliko neizkoriščenih možnosti razvoja in ustvarjanja dohodka. Odločili smo se, da bo naša kooperacijska usmeritev vezana predvsem na industrijo, gradbeništvo, še posebej pa na posamezne panoge, ki bodo omogočale izvoz.

Za uresničitev vseh ciljev smo morali že ob njihovem načrtovanju razmišljati tudi o ustreznih kadrih. Danes imamo v kolektivu nekaj mladih strokovnjakov, ki se že vključujejo v vodenje organizacije in so jim zaupane najodgovornejše naloge na področju prodaje, proizvodnje in kooperacije. Vse te dejavnosti pa so močno podprte z računalniško obdelavo podatkov.

Vse te naše usmeritve so skladne s cilji poslovnega sistema Mercator, v katerega se nameravamo tudi vključiti. Skladno s temi načrti v delovni organizaciji že potekajo priprave na njeno preoblikovanje v podjetje.

Reči moram, da nam dosedanja osnutki pogodbe poslovnega sistema Mercator ne odgovarjajo v celoti. Toda to ne bo bistvena ovira za naše vključevanje. Verjetno potrebujemo vsi nekoliko več časa za razjasnitev pojmov, ki so za nas novi. Potrebna bo sprememba miselnosti. Nas moti 51 odstotni delež predviden v pogodbi, določila o izstopu iz poslovnega sistema se nam zdijo nejasna, nedorečena pa so tudi možnosti hkratnega sodelovanja z drugimi sistemi. Še najbolj sporno je področje dejavnosti služb sistema in služb posameznih podjetij. Gre za prekrivanje dejavnosti in pristojnosti obeh, predvsem na komercialnem področju, kreditno denarnem itd.

Prepričan sem, da bomo vse nejasnosti uspešnosti razčistili in našli ustrezne rešitve. Menim pa, da je bolje, da vsi ki se niso sposobni vključiti v sistem Mercatorja v smislu kapitalističnih odnosov, odpadejo že pred podpisom pogodbe. Vse kaže, da bo gospodarjenje končno postalo to, kar bi že davno moralo biti in preživeli bodo le tisti, ki so prilagodljivi ter imajo jasno razvojno strategijo.



Visokoregalno skladišče — začetek, s katerim se je Mercator proslavil na Štajerskem.



Trgovina v Škalah, odprta med praznovanjem 35-letnice Mipa.



Tudi v Cirkulanah je bila odprta nova trgovina.

Še danes integralni del Mipovega transporta na ovsov pogon.



10. srečanje "tovarniških rač"'

Vesna Bleiweis

Seveda nas lahko zaprejo

Gozd Martuljek, 27. do 29. maja — na tradicionalnem X. srečanju novinarjev in organizatorjev obveščanja v organizacijah združene-ga dela naše republike, se nas je zbralo okrog stoštirideset "tovarniških rač". Moto srečanja pa poleg medsebojnega spoznavanja še aktualnosti v gospodarstvu, zakonodaji o obveščanju in kdaj in zakaj nas lahko zaprejo.

Pričakovani gost našega srečanja je bil predsednik slovenskega predsedstva Janez Stano-
novnik, vendar ga je častno in prijetno zamenjal predsednik Gospodarske zbornice Slovenije

Marko Bulc. Kaj posebej novega nam v svojem stvarnem pripovedovanju na temo gospodarske reforme ni povedal. Prej bi lahko rekli, da je za reformistična prizadevanja grmel, da pa tudi sam obilice dežja na izsušeno jugoslovansko gospodarstvo ne pričakuje, čeprav za gospodarsko

mo razmerja sil prav v tem prostoru, predsednik zbornice ni bil. O nas, nosilci obveščanja v podjetjih pa je menil, da smo lahko pomemben dejavnik v ustvarjanju in spodbujanju klime, da bi razumna beseda o reformi v konkretnih okoljih, meso postala.

Vsega tega se organizatorji obveščanja sicer tudi zavedamo, vendar pa je prav možnost ustvarjati, spodbujati in vplivati zanka, v katero smo se, lahko se in se še bomo ujeli. Toliko lažje v prihodnje, ker zakon o podjetjih le z enim stavkom opravi z obveščanjem, pa še to v smislu poslovnega obveščanja. Od vsakega podjetja posebej bo v prihodnje še bolj odvisen položaj obveščanja, predvsem tistega dela obveščanja, ki se kaže v

že do sedaj dobro opravljalo, potem je prav pripadnost delavcev eden od elementov podjetništva, na katerega se pripravljamo. Treba ga bo le znati prav ovrednotiti v vseh okoljih. Prav je, da se ravnamo po tem, koliko in kakšnega dobička prinaša posamezna vrsta poslovanja, obveščanje ga neposredno ne prinaša, ga pa lahko pomaga kovati. Dejstvo je, da bo treba, tudi v prihodnje zadeve, ki naj bi bile strogo "menagerske", ljudem preprosto povedati.

In če že imamo možnost vpliva, kako jo izkoristiti, da ne bi ne sebi, ne podjetju delali škode? Novinarska vest in etika sta zadevi, ki od novinarja terjata znanje, objektivnost in celovitost. Informacija obdelana po vseh prej navedenih načelih, ni predmet kazenskega niti civilnega pregona. Je pa lahko razlog za silovit pritisk okolja, predvsem tistih, ki so z informacijo prizadeti, zlasti če so to ljudje z nekaj oblasti. Smo tovarniške račke, nad kate-

Na 10. srečanju novinarjev in organizatorjev obveščanja v OZD SR Slovenije, je glavna in odgovorna urednica glasila Mercator prejela Voljčev nagrado, najvišje priznanje, ki ga prejmejo "tovarniške račke". Ob taki priliki se pač ni mogoče izogniti pogovoru z nagrajenko. Opravila ga je sama s seboj in zajamčila, da za objavo intimnega pomenka ne bo zahtevala prepovedi.

"Nagrada me je razveselila iz več razlogov. Prvič, ker je nisem sprejela kot izključno priznanje sebi, temveč predvsem kot priznanje vsem, ki mi pomagajo, da časopis sploh nastane, izide in pride v roke dvajsetstisoč ljudem, torej kot nagrado vsem, ki delamo v Mercatorju. In drugič, ker me je nagrada prisilila razmišljati o vseh miselnih in drugih potencialih, ki jih imamo, pa jih ne izkoristimo dovolj, da bi bil časopis poslovni in človeški most med nami. In tudi zato, ker se je potrdila pravilnost usmeritve, da v vsebini časopisa segamo čez tovarniške plotove v prostor, v katerem živimo in se ga lotevamo z ironično distanco.

Mene samo najbolje ilustrira Jerica Hudorovac, ženska, ki ji posodim svoj nabrušeni jezik in iskričnost. Mislim hitro, rečem še hitreje. Nisem perfekcionista, od tod prej omenjene neizkoriščene rezerve in zato mi nekateri očitajo lenobo. Od tod tudi vtis, da večino stvari počnem z levo roko. To je usoda vseh privzgojenih desničarjev.

Najraje koketiram s Švejkom in njegovim atom Haškom. Neuničljivi izvir inspiracij za današnji jugo—time sta. Od posrane cesarjeve slike, policijskega, vojaškega, psihiatrijskega, dušebrižniškega, dobrodelniškega in še kakšnega aparata, najdeš. Nad vsem pa v invalidskem vozičku kraljuje superabitrirani notorični bebec, dobrodušni Švejk, ki se pelje na "fronto" in oznanja "Na Belgrad".

Pravijo, da bi se pri drugem mediju obveščanja bolje obnesla. Že mogoče, jaz pa se tudi pri svojem Mercatorju čisto dobro počutim, čeprav ne vedno. Objektivno mi je bolj kot mojim mnogim kolegom, ker me je sredina, v kateri delam sprejela tako, kakršna sem in se mi ni treba sprenevedati. In tudi nad klimo oziroma odnosom do časopisa kot osrednjega izdelka službe za obveščanje, s strani poslovnih delavcev, ki imajo v rokah škarje in platno, se ne morem pritoževati. Sicer pa me toleranca, ki velikokrat izhaja iz ignorance in vzvišenega odnosa do obveščanja kot ene od prvih sedanjih samoupravnih ureditve, moti. Eni temu pravijo, da organsko ne prenesem "hierarhičnih avtoritet". Nekaj resnice je v tem. To pa je že zasebni del, ki ima zvezo tudi s poslom in ki daje časopisu, včasih tudi očitano noto Vesne Bleiweis. Zaradi tega mi je lahko včasih subjektivno težje kot mojim kolegom."

Utemeljitev nagrade:

Vesna Bleiweis, glavna in odgovorna urednica glasila Mercator ter voditeljica Centra za obveščanje SOZD MERCATOR—KIT, Ljubljana, prejme nagrado za urejanje glasila in vzorno uresničevanje njegove temeljne vsebinske zasnove in uredniške politike.

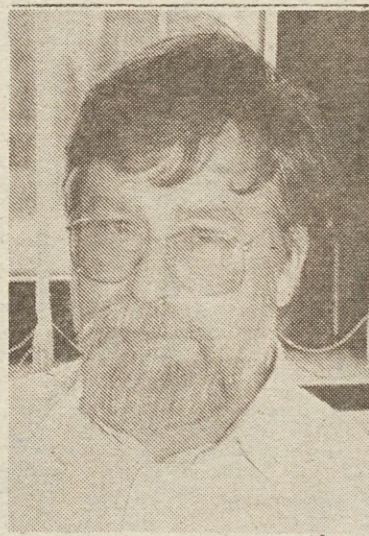
Glasilo delavcev in združenih kmetov SOZD MERCATOR—Kmetijstvo, Industrija, Trgovina, ki ga ureja in odgovarja zanj Vesna Bleiweis, ima tako v vsebinskem kot grafičnem—likovnem pogledu podobo pravega časopisa.

Njegova poglobljena odlika je zlasti izpolnjevanje zahteve, da morajo biti v vsaki številki glasila kar najbolj enakopravno zastopane in predstavljene vse gospodarske dejavnosti sozda, aktualni dogodki v posameznih delovnih organizacijah ter sklepi in stališča organov sozda, kar potrjujejo tudi objavljeni prispevki oziroma njihova vsebinska zasnova in novinarski prijemi v obravnavanju posredovanih tem.

Klasično umirjena tehnična ureditev glasila z ustrezno prostorsko razmestitvijo prispevkov, vključno z ilustrativno fotografijo, zagotavlja preglednost vsebine. Strani poživlja karikirano likovno upodabljanje dogodkov iz družbenega in gospodarskega življenja, ki odmevajo v zavesti oblikovalcev glasila.

Prisotnost lektorske roke izpričuje tudi skrb za lepšo slovenščino, zavoljo česar so objavljeni prispevki kljub strokovni zahtevnosti in zapletenosti obravnavanih tem, razumljivi širšemu krogu bralcev.

Opazen je tudi osebni novinarski prispevek Vesne Bleiweis k uresničevanju vsebinske zasnove in trajnejše opazne uredniške politike, saj se ta oblikuje od številke do številke, nagrajenka pa je po svoji funkciji predlagateljica in sooblikovalka zasnove. Njeni novinarski prispevki posegajo na področje upravljanja in samoupravljanja, gospodarjenja in poslovanja, pri čemer je opazen sproščen način sporočanja in komentiranja, vnašanje domiselnih mednaslovov in reportažnih razpoložljivih vložkov, s čimer daje prispevkom osebno novinarsko noto.



Na dobrih temeljih je lahko graditi. Nekdanji urednik Mercatorja in vodja Centra za obveščanje, Jaro Novak.



Med prejemniki Voljčevih priznanj je bil tudi naš stalni sodelavec, karikaturist Brane Šalamon.

reformo ne bo ustvarjenega potrebnega demokratičnega in pluralističnega političnega prostora. Kaj posebej zgovoren pa na te-

izdajanju glasil. Če je glasilo ena od možnosti za negovanje in vzgojo v smislu razvijanja pripadnosti podjetju in je to nalogo tudi

rimi ni nobenega patrona ali vsaj urednika nad uredniki, sposobne zdržati ta pritisk? Odgovor ve vsak zase, ker ima vsak svoje izkušnje. Zato na dolgo in široko razpravljati o tem, ali nas lahko zaprejo ali ne, nima smisla, ker nas lahko. Vendar nas še prej lahko (in to je bolj učinkovito) spravijo ob kruh.

O organizatorju in gostitelju srečanja

Organizator jubilejnega srečanja je bil Gorenjski aktiv Društva novinarjev, konkretni nosilci pa predvsem sodelavci jeseniškega Železarja. Pokroviteljice srečanja so bile delovne organizacije: Železarna Jesenice, IMV Renault, Sava Kranj, Gorenjska oblačila Kranj, Merkur Kranj, Elan, TE-ENS Novo mesto, Turistična agencija Irena Jesenice, Iskra—sistemi, naprave in elementi avtomatizacije, TIO Otiški vrh.

Gostitelj srečanja je bil Petrolov hotel Špik v Gozd Martuljku. Redkokdaj dosežena skladnost med nameni organizatorja in gostitelja z željami in pričakovanji udeležencev, je bila prijetna in hvale vredna značilnost srečanja.

Stroj, ki v sozdovem Centru za obveščanje »naredi časopis« (z leve): Katja Jesenovec, tajnica Centra in redakcije, Andrej Dvoršak, novinar, Nina Vintar, tajnica samoupravnih organov sozda, in Mojca Starič, tipkarka. Za zanesljivost vseh jamči Vesna Bleiweis.



Prvič skupno v javnosti — člani uredniškega odbora Mercatorja. Stojijo (z leve): Sergej Peternost iz Nanosa, Marko Glažar iz delovne skupnosti sozda, Ljuba Suković iz Standarda in Miro Vaupotič iz Sade zelenjave. Posedli pa so (z leve): Matjaž Marinček, tehnični urednik, Suzana Modričan iz Blagovnega centra, Kristina Antolič, predsednica odbora iz Milpa in Alenka Por iz KZK Gorenjske. Manjkata Meta Potočnik iz delovne skupnosti sozda in Jože Kirm iz KZ Krka.



Najboljši v Golovcu
Andrej Dvoršak

Dobri medsebojni odnosi — dobra trgovina

Med samopostrežnimi trgovinami, na katero se v tozdu Golovec še posebej ponosni, je trgovina na Proletarski ulici nasproti občine v Mostah. Direktor Golovca Andrej Skrt in namestnica Marija Potokarjeva sta povedala, da je ta trgovina po produktivnosti že dalj časa v samem vrhu. Je med vodilnimi pri doseganju dohodka na delavca, poleg tega pa izredno uspešna pri prodaji kuponov Mercator.

Sogovornika sta dejala, da je nos med poslovdjo in drugimi zaposlenimi. Poleg tega pa po-

slovdkinja Nežka Belcijan izredno skrbno spremlja vsa dogajanja v poslovni enoti ter jih primerja s sorodnimi trgovinami v okviru tozda pa tudi celotnega Mercator—Rožnika. To neprestano analiziranje lastnega položaja omogoča kolektivu te trgovine, da hitro zazna morebitne napake ter reagira na spremem-

be na tržišču. Ob tem pa kolektiv samopostrežne trgovine na Proletarski dosledno uresničujejo sprejete usmeritve na ravni tozda in vidno aktivno sodeluje pri njihovem oblikovanju. Posledica vsega tega so rezultati, mimo katerih ne more noben analitik.

Trgovina na Proletarski je bila v maju, kot tudi v vseh drugih mesecih letošnjega leta, med 28 samopostrežnimi trgovinami tozda, po produktivnosti stalno na prvem mestu. Nadpovprečna je tudi glede na rast prometa. V maju je bil indeks rasti prometa te trgovine 579, medtem ko je bil povprečni v tozdu 559.

Takšni rezultati so po mnenju vodstva tozda rezultat dobrih medsebojnih odnosov v kolektivu, dobrem vodenju trgovine in složenem delu. Že v začetku meseca se delavci te poslovne enote dogovorijo, koliko prometa morajo narediti, če hočejo doseči določeno višino osebnih dohodkov. Kar se dogovorijo, tudi naredijo. Človek bi pričakoval, da ob vseplošnem padcu kupne moči kaj takega ni več mogoče, delavci na Proletarski pa pravijo, da to še zdaleč ni res. Potrebno se je pač potruditi, dobro napolniti police ter biti priprazen s kupci, kot bi trgovci na sploh morali biti. Ravno prijaznost do kupcev jim zagotavlja pol uspeha, drugo polovico pa dobra založenost z blagom, po katerem je največ povpraševanja.

Ob samopostrežni trgovini sta še bife, v katerem kuhajo odlične malice in salon pohištva. Koordinator vseh treh poslovnih enot je Nežka Belcijan. Vse tri poslovne enote delujejo usklajeno in složno skrbijo za urejenost in čistotno okolje. Kadar samopostrežna trgovina organizira pred vhodom akcijsko prodajo, to vpliva tudi na promet v bifeju in na zanimanje kupcev za pohištvo.

Toliko o samopostrežni trgovini. Ko smo jo obiskali, pa smo se pogovorili še s poslovdkinjo Nežko Belcijan in njenim namestnikom Štefanom Trčkom. Oba sta v njej že od prenove, ki je bila opravljena pred šestimi leti.

"Trgovca ne moreš postati. Trgovca se rodi. Pri nas doma smo

imeli trgovino in gostilno, zato tudi moja odločitev za poklic trgovke ni bila težka. Izučila sem se v Mercatorju in sem mu tudi ves čas zvesta," nam je povedala Belcijan. Njen namestnik Štefan Trček pa je dodal, da mora biti trgovec dober psiholog, če hoče uspeti pri kupcih. Še zlasti zadnje čase, ko so stranke precej razburjene zaradi stalnega zviševanja cen. Poslovdja in njegov namestnik tako predstavljata širelovod, v katerega trešči vsa jeza nezadovoljnih kupcev. Če jo znata prav prestreči, ni težav, sicer pa lahko trgovina začne izgubljati stanke, kar pomeni manj prometa.

Ko smo se takole pogovarjali, se je med policami prikazal "strah in trepet" trgovcev Vlado Omahen iz interne kontrolne službe Rožnika. Pregledal je trgovino, se dalj časa zadržal pri pregledovanju delikatesnih izdelkov in drugih standardnih opravil, za katera je zadolžena interna kontrolna služba. Na vprašanje, kaj meni o tej trgovini, je odgovoril, da je to ena boljše založenih trgovin tozda Golovec, v katerem je založenost na sploh zadovoljiva. Vse največje trgovine, vključno s Proletarsko, so po njegovem mnenju dobro urejene, medtem, ko pri manjših opaža pomanjkljivosti. Menil je, da je število delavcev na Proletarski premajhno glede na promet, zato tu in tam ugotavlja pomanjkljivo higijensko tehnično ureditev. Ornahen nas je opozoril še na to, da bo trgovina na Proletarski ena izmed petih specializiranih trgovin za diabetike.

Ob slovesu smo povprašali za težave, s katerimi se v trgovini srečujeta prijazna poslovdkinja in njen namestnik sta nam potožila, da imajo v zadnjem času največ težav z gotovino. Dan pred našim obiskom, ki niti ni bil tipičen nakupovalni dan, so na SDK odpeljali dve kartonski škatli bankovcev, ki sta tehtali skoraj 30 kilogramov. V trgovini, kjer imajo povprečen dnevni promet med 60 in 70 milijoni dinarjev, se zato zavzemajo za nove rešitve, ki bi jih razbremenile štetja in prenašanja velikih vsot. Zelo radi pa bi tudi dobili računalniške blagajne — ROP, ki bi jim omogočile hitrejšo in bolj učinkovito poslovanje.



Nežka Belcijan in Štefan Trček enoglasno: »Za uspešnost so v prvi vrsti pomembni dobri medsebojni odnosi.«

Notranja kontrola v Rožniku — ostremu očesu Vlada Omahna nič ne uide.



Kruh naš vsakdanji... Prodajalki v Proletarski ulici se trgovskega ne otepata.



M—Rožnik pripravlja nagrade za najboljše
Andrej Dvoršak

Promet, založenost, urejenost....

Delavski svet Mercator Rožnika je sprejel Pravilnik o podeljevanju denarnih nagrad s plaketo in priznanj Mercator Rožnika za najboljše urejene prodajalne. Vsako leto bodo podeljene najboljšim prodajalcem po tri denarne nagrade s plaketo in šest priznanj.

Namen podelitve nagrad in priznanj je spremljanje in spodbujanje delavcev v prodajnem procesu, urejenosti trgovin ter prijaznost prodajalcev. Vsako leto bodo podelili denarno nagrado s plaketo eni prehrabeni trgovini z območja mesta Ljubljane in eni na ostalih prodajnih območjih, tretjo nagrado s plaketo pa bo dobila ena izmed tehničnih trgovin, medtem ko bo šest priznanj podeljenih najboljše ocenjenim prodajalcem.

Med merili, ki bodo pomembna za pridobitev nagrade ali priznanja, so odnos do strank, urejenost prodajalne, okolice, prodajalcev, preglednost blaga, poslovnost itd.

Kot nam je povedal Jože Kopušar, namestnik direktorja M—Rožnika, želi delovna organizacija s temi nagradami dati predvsem moralno priznanje posameznikom in kolektivom, ki si prizadevajo, da bi za svojo organizacijo in ne nazadnje za potrošnika, naredili nekaj več. Poleg nagrade Mercatorja, bo Rožnikova nagrada ali priznanje pomembna spodbuda delavcem za uspešno delo in prizadevanje za ustvarjanje čimvečjega prometa.

Nadaljevanje iz prejšnje številke

Tone Mastnak

Uveljavljanje tržne poslovne miselnosti in podjetništva

Z organiziranim in kvalitetnim delom oziroma upravljanjem se lahko tudi v novih razmerah problem podjetniškega rizika precej omili. K lažjemu obvladovanju kriznih razporedov lahko v določeni meri pripomorejo naslednje usmeritve:

— ohranjanje obstoječega oziroma navajenost na obstoječe oblike tržnega in proizvodnega organiziranja že lahko predstavlja začetek krize, ne zavedajoč se, da je tisto, kar je danes uspešno, lahko že jutri neuspešno. Truditi se moramo za spreminjanje, vendar spet ne zaradi samega spreminjanja, ampak le za tiste spremembe, ki na podlagi strokovne proučitve znanih dejstev, obetajo uspeh. Pri tem tudi ne smemo nikoli oklevati s prenehanjem delovanja, če še predvidevanja ne uresničujejo oziroma se pogoji spreminjajo;

— velikost podjetja je lahko v precejšnji meri varnostni mehanizem proti kriznim razmeram. Res je, da so manjša podjetja bolj prilagodljiva tržnim razmeram v notranji organiziranosti (kar je tudi protikrizni faktor), vendar pa imajo večja podjetja prednost zaradi večje finančne moči;

— raznovrstnost prodajnega oziroma proizvodnega programa je protikrizni faktor, ker zmanjšuje ranljivost podjetja v primeru spremenjenih pogojev. Vendar je po drugi strani prav ta raznovrstnost običajno neekonomična. Najboljši ekonomski rezultati se dosegajo s specializacijo in velikimi serijami. Verjetno je najbolj preimerno, da s spremljanjem tržišča ugotavljamo, če sta posamezen izdelek ali storitev začela izgubljati tržno dinamiko oziroma preti, da jo izgubita in svoj program takoj poskušamo obogatiti z novimi storitvami oziroma izdelki (najbolje je imeti v rezervi šele okvirno obdelane programe);

— pravilna prilagoditev zmogljivosti konjunkturi je izredno težavna. Običajno se podjetja preveč usmerjajo po zadnji konjunkturi ali dekonjunkturi ali pa poskušajo najti neko sredino, kar ni dobro. V tržnih gospodarstvih si praviloma sledijo razne faze konjunkturalnega cikla: konjunktura oziroma dekonjunktura, nato je izjemnega pomena, da znamo približno ocenjevati trenutek in obseg bodočih sprememb in poskušati plavati s konjunkturalnim valom s čim manjšo neizkoriščenostjo zmogljivosti. Ta vprašanja bodo tudi v našem gospodarstvu postala mnogo bolj pomembna kot doslej, ne samo zaradi razvoja trga blaga, temveč zaradi uveljavljanja cene za angažiranje produkcijskih sredstev. Pri nas je, vsaj zaenkrat, še močno prisotna klima (pogojena z neustreznim ekonomskim sistemom), da n.pr. lastna sredstva ali nepovratno pridobljena sredstva, nimajo cene (to klimo najbolje ilustrira zelo pogosto stališče: "šli bi v investicijo, če ne bi bilo potrebno najemati posojil"). To stanje se bo z razvojem tržnega gospodarstva spreminjalo. Popolnejša izkoriščenost vseh produkcijskih sredstev (kapitala) bo postala eden najpomembnejših elementov kvalitetnega gospodarjenja;

— povečevanje števila zaposlenih — povečanje kadrovskega potenciala ima podobne učinke kot povečanje obsega produkcijskih sredstev. Kljub predvidenim večjim zakonskim možnostim, odpuščanje delavcev ni posebno verjetno. Da bi lahko v

bodoče naša podjetja uravnavala svoj kadrovski potencial z enostavnim tekočim odpuščanjem eventuelnih viškov, brez materialne obveznosti za njihovo ponovno zaposlitev, takšna rešitev bi namreč bila dokaj edinstvena v svetu. Še vedno je potrebno računati na to, da vsako novo angažiranje delavcev pomeni avtomatičen dvig fiksnih stroškov podjetja za daljše obdobje, se pravi za zaposlovanje povezano z dokajšnjo stopnjo rizičnosti. Presežene zaposlitvene zmogljivosti so lahko pomemben razlog krize podjetja, zaradi česar je potrebna primerna previdnost oziroma dovolj temeljita ekonomska presoja upravičenosti vsakega večjega povečanja zaposlenosti;

— prihodkovna uspešnost (iztržek) se včasih zanemari na račun, v svetu izredno razširjenih informacijsko—analitskih sistemov za spremljanje in zniževanje stroškov (pri nas so ti sistemi še dokaj nerazviti, vendar se bo njihova uporaba širila z razvojem tržnega gospodarstva), zato je tudi pri uveljavljanju teh sistemov potrebna določena previdnost. Tako nam npr. obračun po variabilnih stroških lahko prinaša velike kratkoročne koristi, ker nam pri danih zmogljivostih omogoča optimalizirati poslovni uspeh, pri tem pa se dogaja, da zanemarjamo dolgoročno naravnost in cenovni položaj posameznih enot. Za preprečevanje kriznih razmer je koristno, da analitsko obdelujemo tudi celovit rentabilnostni položaj posameznih tehnoloških celot in tiste stroškovne nosilce - enote, ki se pokrivajo s proračunom;

— podobno kot za razvijanje novih izdelkov in dejavnosti morajo imeti podjetja tudi sposobnost za pravočasno in pazljivo ukinjanje proizvodnje. Podjetja se morajo otresti tistih dejavnosti, ki jim prinašajo izgube (če za njih ne najdemo razloga nadaljnji razvoj) dokler imajo za takšne korake še dovolj sil;

— kvalitetno planiranje je pomemben element protikriznega ukrepanja, vendar ne planiranje, ki predstavlja neko predvidevanje oziroma prerokovanje in prognoziranje globalne prihodnosti, temveč kot sil razmišljanja in delovanja s spremljanjem parcialnih ciljev in ukrepov za doseg globalnih ciljev. Nobene potrebe ni, da plan vedno in čimboli točno zadene prihodnost, temveč naj prepreči takšne napake, ki lahko ogrožajo podjetje in njegov obstoj. S planiranjem se predvsem lažje identificirajo in realizirajo lastne možnosti, potrebna pa je vedno ustrezna previdnost in sprotna prožnost v postavljanju ciljev in ukrepov.

— Financiranje običajno izvajamo na podlagi rivo pridobljenih sredstev od kreditorjev ali vlagateljev ali na podlagi nove lastne akumulacije, premalo pa se v podjetjih upoštevajo možnosti predisponiranja lastnih sredstev iz ene v drugo obliko. Notranja finančna sposobnost se lahko bistveno povečuje npr. z odprodajanjem slabše koriščenih poslovnih sredstev, zmanjševanjem zalog, opuščanjem slabših dejavnosti in s tem povezano sprostitvijo finančnih sredstev. Vedno mora biti celotna finančna sposobnost podjetja (ne samo trenutno likvidna denarna sredstva) na razpolago za poslovno razvojne cilje organizacije. Nadalje se sposobnost predisponiranja fi-

nančnih sredstev lahko povečuje tudi z združevanjem manjših podjetij v večja (združena, sestavljena in druga podjetja). Vse to povečuje protikrizno sposobnost podjetij.

Preprečevanje krize oziroma izvajanje lastnih protikriznih ukrepov v začetni fazi, je mnogo cenejše kot v primerih, kjer pride do prisilnega zunanjega upravljanja oziroma reorganiziranja, ko se je le težko izogniti večji izgubi premoženja in zmanjšanju zaposlenosti. Znaki, ki napovedujejo krizno stanje nam lahko služijo za opozorilo in kot spodbuda za lastno radikalnejše ukrepanje. Da se ne bo v krizi samo govorilo, kar se v takih primerih pogosto dogaja.

Glavni krizni znaki so naslednji:

- stagniranje prometa in zmanjševanje tržnega deleža,
- poslabševanje poslovnih rezultatov,
- porast zadolženosti in majhne investicije,
- nelikvidnost,
- fluktuacija delavcev,

Če nastopi več teh znakov nenkrat, je potrebno takojšnje ukrepanje, po možnosti tudi s kadrovskimi spremembami, kar običajno močneje aktivira podjetja za iskanje novih rešitev. Obstaja pa tudi nevarnost, da je zlasti v večjih podjetjih, preveč in premalo kritičnih zaščitnih mehanizmov, ki lahko zakrivajo posamezne podjetniške slabosti. Velika podjetja se morajo še posebej usposabljanje za hitro reagiranje na spremembe, kar lahko dosežejo predvsem s proučevanjem in spreminjanjem okolja, neprestanim učenjem in kadrovskim izpopolnjevanjem.

Operativna organiziranost poslovnih sistemov za učinkovito uveljavljanje tržne strategije.

V sedanjem času se posveča veliko pozornost tudi organizacijskim vprašanjem, še zlasti po sprejemu novega Zakona o podjetjih, ki omogoča in zahteva podjetniško naravnano organiziranost. Čeprav so sedanja pričakovanja od sprememb v organiziranosti na splošno nekoliko pretirana (pravo podjetništvo ni samo takšna ali drugačna organiziranost, temveč predvsem ustrezno znanje in podjetniški duh, ki se lahko le postopoma razvijata), vendar nove oblike organiziranosti niso nepomembne. Sedanja organiziranost posebno v delovnih organizacijah s tozdi je dokaj komplicirana, tako da je možno s poenostavitvijo organizacije marsikje bistveno povečati učinkovitost gospodarjenja. Analiza stanja v delovnih organizacijah (zadrukah) s temeljnimi organizacijami največkrat pokaže:

- da je večina poslovnih funkcij (razvojna, investicijska, nabavna, prodajna, računovodska, načrtovalna, informacijska) razdeljena med temeljne organizacije in delovno organizacijo (zadruko) in se zato dokaj neučinkovito in nepopolno izvajajo,
- da se zaradi enotnega izvajanja nabave, prodaje, oblikovanja zaloga in oblik financiranja povečuje neracionalnost pri uporabi finančnih sredstev in poslabšuje likvidnostni položaj TO in delovne organizacije,
- da se težje združujejo poslovne funkcije ter težje dosega

delitev dela in medsebojno sodelovanje med TO,

— da organiziranost TO povečuje administrativne postopke, evidence in s tem stroške, da so poslovodni organi v TO preobremenjeni z administrativnimi opravili in da se kljub povečanju števila administrativnih kadrov mnoga zahtevana administrativna opravila ne izvajajo zadovoljivo,

— da organiziranost TO pogosto povečuje stroške (žiro računi, periodični in zaključni računi, provizije bankam in slično),

— da sedanji razvejan sistem samoupravljanja (številni organi upravljanja, samoupravni akti, razni odbori in komisije) bistveno povečuje stroške upravljanja, ne povečuje pa učinkovitosti, ker je večji del odločanja dokaj formalističnega značaja,

— da tudi sistem vodenja in koordinacije ni enoten, običajno dokaj dolgotrajen in zato tudi neučinkovit.

Stroški, ki bi jih lahko zmanjšali z organiziranjem enovite organizacije zaradi zmanjšanja števila obračunov, viranskih nalogov, poročil, evidenc, samoupravnih aktov, enotnega žiro računa, zmanjšanja provizij SDK, zmanjšanja števila sestankov oziroma izostankov, režijskih stroškov, so precejšnji, ob tem pa ni upoštevana eventuelno večja razvojno poslovna učinkovitost enovitega podjetja.

Ob nedvoumni koristih, ki jih lahko pridobimo z organiziranjem enovitega podjetja pa se pojavljajo tudi problemi in sicer predvsem:

— kako ohraniti oziroma povečevati motiviranost za učinkovito poslovanje v vseh delih organizacije,

— kako razrešiti npr. problem upravljalke dvojnosti (člansko upravljanje in upravljanje zaposlenih) v kmetijskih organizacijah z združnimi člani.

Optimalna organiziranost podjetja je dokaj zahtevna naloga in zahteva premišljeno uveljavljanje sprememb. Izhajati bi morala predvsem iz osnovnih ciljev, ki jih želi organizacija doseči v svojem razvoju.

Sodobna organiziranost podjetja

Notranja organizacija naj bo tako zastavljena, da bo čimboli olajševala in spodbujala dolgoročne procese povečevanja akumulativnosti v celotni organizaciji. Temeljna principa pri tem bi morala biti naslednja:

— usmerjanje razvoja naj poteka v čim širšem okviru, torej na nivoju podjetja oziroma zadruge, da bodo pri tem lažje izbrane razvojno najučinkovitejše naložbe. Vsekakor pa bi lahko bilo dopustno, da imajo določeno prioriteto pri razvoju vendar tiste enote (delovne in združne enote, temeljne organizacije), ki ustvarjajo večje prihranke za razvoj (npr. tiste, ki so v preteklem letu ustvarile večji pozitiven saldo pridobljenih finančnih sredstev nad skupno vrednostjo naložb kot so osnovna sredstva, zaloge in finančne terjatve). Tako bi npr. lahko zagotovili vsaki enoti, če to zahteva, tekoči letni investicijski program v vrednosti najmanj 40 % ustvarjenega salda neporabljenih finančnih sredstev ob koncu preteklega leta oziroma bi morali s srednjeročnim planom pri vsaki enoti, ki to zah-

teva, predvideti investicije v višini recimo najmanj 50 % predvideno ustvarjenih finančnih virov za investicije v tej enoti. Sicer pa se selekcija med naložbami izvaja strogo po predvideni učinkovitosti naložb,

— ugotavljanje finančne uspešnosti poslovanja naj se izvaja za čim manjše enote in za čim krajše obdobje tako, da bo možno na tej osnovi uveljavljati učinkovito poslovno ukrepanje in nagrajevanje zaposlenih. Obračuni pa morajo biti močno poenostavljeni in vsebovati le postavke, na katere je možno v okviru posamezne enote vplivati in jih spreminjati. Torej je potrebno uveljavljati predvsem obračun po variabilnih stroških. Merjenje poslovne uspešnosti naj se izvaja po enoti poslovnega faktorja, ki najbolj omejuje kapacitete in ga je najtežje spreminjati s ciljem, da se doseže čim višja akumulacija po enoti tega omejenega faktorja (največkrat je to vrednost angažiranih osnovnih sredstev in zaloga, v posameznih primerih pa je lahko to tudi enota površine, stojišče, enota dela, enota surovine ipd.) in s tem najvišje dosegljiva skupna akumulativnost organizacije. Tekoče usmerjanje poslovanja in nagrajevanje zaposlenih naj se čimboli ravna po doseženem finančnem presežku teh enot nad variabilnimi stroški, ki služijo za pokrivanje fiksnih stroškov in akumulacije. Pri obračunavanju poslovne uspešnosti je potrebno čimboli uveljavljati mesečne obračune in uporabljati predvsem LIFO metodo (zadnje cene) določanja vrednosti porabljenih zaloga ter uveljavljati normativne revalorizacijske faktorje. Kjer je spremljanje sprememb v višini zaloga in njihovih trenutnih vrednosti oteženo, bi na ta način zagotovili večjo aktualnost obračunov finančnega poslovanja po enotah. Za potrebe razvojnega usmerjanja pa je potrebno ugotavljati celovito rentabilnost posameznih tehnološko—ekonomsko zakroženih celot, upoštevajoč pri tem tudi dolgoročno potrebo pokrivanja fiksnih stroškov in ustvarjanja primerne akumulativnosti na enoto angažiranih poslovnih sredstev.

Sedanja organiziranost po temeljnih organizacijah za uveljavljanje učinkovitejšega razvoja, tekočega poslovnega usmerjanja in motivacije, ni najprimernejša. Enovita organizacija, ki ima v svojem sestavu delovne in združne enote (lahko tudi s svojimi organi upravljanja, ki odločajo v okviru dogovorjenih pristojnosti), le—te pa obračunske enote, je organizacijsko mnogo bolj prilagodljiva poslovno razvojnim potrebam in se lažje prilagaja neprestanim spremembam v okolju in znotraj organizacije. Manevrski prostor za uveljavljanje sodobne organizacije, sodobnega obračunskega sistema, organiziranosti po profitnih centrih in sistema spodbujevalnega nagrajevanja, je v enoviti organizaciji vsekakor večji, kot v togi samoupravno razdeljeni organizaciji, ki je težko prilagodljiva za številne spremembe, ki jih življenje neprestano na novo prinaša.

Predstavljamo vam
Lek — tozd Kozmetika

Vaše želje, vodilo poslovanja Lek—Kozmetike

Priljubljenost izdelkov Lekove kozmetike, je rezultat vseh marketinških dejavnosti, od načrtovanega razvojnega dela, sodobne tehnologije proizvodnje v novi tovarni v Lendavi, skrbnega zagotavljanja kakovosti ter hitrega prilagajanja celotne poslovne dejavnosti Lekove kozmetike željam in potrebam potrošnikov.

Predstavili bi vam radi šampone, zobne kreme, in zobne ščetke, to je tiste izdelke, s katerimi se srečujete iz dneva v dan ali pa skoraj vsak dan.

Dnevno se srečujemo s problemi urejenega in negovanega

videza. In kaj je tisto, kar je najbolj izpostavljeno pogledom drugih? Prav gotovo je to obraz, ki ga krasijo zdravi, negovani in svilnati lasje.

V razvojnem oddelku Lekove kozmetike znamo prisluhnuti

vsem potrebam in željam potrošnikov v zvezi z negovanostjo las in lasišča.

Za tiste, ki so radi moderni in je njihov stil življenja hiter in intenziven, smo razvili blag in nežen šampon za vsakodnevno umivanje las. Ko ga boste iskali na prodajnih mestih, ga goste našli po imenu DAN NA DAN šampon. Skupina DAN NA DAN šamponov vsebuje blaga penilna sredstva in posebne dodatke, ki las in lasišča ne izsuše, lasem pa vračajo naraven svilen sijaj. Posebna privlačnost uporabe DAN NA DAN šamponov so različni sadni vonji, po katerih bodo dišali vaši lasje. Odločitev za izbiro sadne note med limono, jagodo, jabolkom, boročnico, kivijem ali ananasom, pa prepuščamo vam.

Ali veste, da so lahko v enem šamponu združene hkrati vse tiste funkcije, zaradi katerih šampon postane resnično dober šampon? Funkcije umivanja, regeneriranja in utrjevanja so združene v Lekovem 3 — šamponu. Priročamo ga za trajno ondulirane, barvane ali na kakršenkoli način poškodovane lase, ker se lasje po pranju s 3 — šamponom lažje razčešejo. Trajno delovanje šampona poenostavlja nego las, le pravilno ga morate izbrati, saj imamo v paleti dva šampona, enega za mastne in drugega za suhe lase.

Za vse tiste potrošnike, ki imajo probleme z lasmi, smo v Leku razvili visoko kakovostne naravne šampone KLAS.

Imajo uravnotežen pH, kar pomeni, da z umivanjem las s KLAS šamponom ne spremenjamo naravnega pH lasišča. KLAS šamponi so namenjeni vsem tistim potrošnikom, ki se zavedajo pro-

blemov svojih las in jim žele vrniti naravno lepoto.

Ko boste posegli po KLAS šamponih, dobro pogledajte na etiketo, saj so vam na voljo kar štiri izdelki:

— KLAS šampon, ki preprečuje in odstranjuje prhljaj,

— KLAS šampon, ki oživilja suhe in poškodovane lase,

— KLAS šampon, ki zmanjšuje maščenje las in lasišča,

— KLAS šampon, ki vrača sijaj normalnim lasem.

Za vse tiste pa, ki se skupaj z nami držijo gesla naj nasmehe preraste v zdrav smeh, smo v Lekovi kozmetiki skupaj s priznanimi stomatologi, razvili kakovostne in klinično testirane zobne kreme in zobne ščetke DAN NA DAN.

1. DAN NA DAN biflour zobna krema je učinkovito sredstvo za nego in zaščito zob pred kariesom.

Vsebuje dve aktivni sestavini flouora, ki utrjujejo zobno sklenino in tako preprečujeta nastanek kariesa. Prvenstveno je namenjena otrokom in odrasčujoči mladini, saj je to populacija, ki je najbolj podvržena kariesu. Aroma zobne paste ima prijeten, blag okus peperminta.

2. DAN NA DAN antiplaque zobna krema s fluorom je namenjena negi dlesni in zob.

Zobna krema ima povečano antibakterijsko delovanje, s čimer zmanjšuje nastajanje zobnih oblog, s pravilno in redno nego pa jih odstranjuje. Zobne obloge so eden glavnih povzročiteljev obolenja dlesni. Dodatek flouora utrjuje zobno sklenino in napravi zobe odpornejše proti zobni gnilobi. Prijetna aroma spearminta

daje po umivanju v ustih svež dah.

3. DAN NA DAN aktiv zobna krema z zdravnimi zelišči je namenjena vsem tistim, ki imajo probleme z obolenji dlesni (parodontopatijami).

Kombinacija zeliščnega ekstrakta in alantoina (specialni adstringens) utrjuje in krepi občutljive dlesni ter preprečuje njihova vnetja in krvavenja.

Le zdrave dlesni zagotavljajo čvrste zobe.

Zelo osvežilna aroma zobne kreme DAN NA DAN aktiv zagotavlja dolgo trajajoč svež dah.

Za učinkovito nego zob je potrebna kakovostna zobna ščetka. V Lekovi kozmetiki smo razvili prav take. Zobne ščetke iz programa DAN NA DAN izdelkov so razvite na osnovi najsodobnejših spoznanj o kakovosti zobnih ščetk.

Kakovostno zobno ščetko spoznamo po anatomsko—ergonomski obliki držala in kakovostnih umetnih vlaken. Umetna vlakna so manj porozna od naravnih ščetin, bakterije se v takih vlaknih ne zadržujejo, hkrati pa so dovolj mehke, da ne poškodujejo dlesni ali sklenine.

Izbirate lahko med:

— zobno ščetko Dan na dan za čiščenje zob s koničasto pristrženimi vlakni,

— zobno ščetko Dan na dan za masažo dlesni z ravno pristrženimi zaobljenimi vlakni,

— zobno ščetko Dan na dan special za mladino in odrasle z dvojno debelino in dolžino vlaken,

— zobno ščetko Dan na dan za otroke z dvojno dolžino vlaken in tako obliko držala, da omogoča čiščenje vsakega zoba posebej.

Prepričani smo, da izdelki iz programa DAN NA DAN predstavljajo korak pri izboljšanju higijene zob in dlesni.

Sežite po paleti Lekovih kozmetičnih izdelkov in prekusite njihovo kakovost, vaše želje po lepih laseh in zdravih zobeh bodo uresničene.

JE NASMEH IN JE SMEH!



ZOBNA GNILOBA

Slaba volja in bolečine zaradi gnilih zob so največkrat posledica slabe ustne higijene in preveč sladkarij.

Zobna gniloba je najpogostejša bolezen otrok in mladine.

Korak dalje za zdrave zobe!

Specialna zobna ščetka in zobna krema **danna dan** bifluor sta rezultat znanja in izkušenj Lekovih strokovnjakov. Zobna krema **bifluor** z učinkovito kombinacijo fluorovih sestavin uspešno preprečuje nastajanje zobne gnilobe.



Lek ljubljana
TOZD Kozmetika

M—Sadje zelenjava: iz sadne in zelenjavne ponudbe

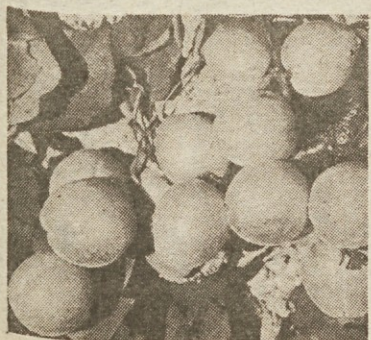
Jana Klenar

Marelice — Prunus armeniaca

Včasih je bilo marelic veliko več v prodaji, danes pa v času sezone že kar težko naletiš nanje. Letos pa menimo, da bomo tega vitaminskega sadeža ponudili več, kar naj bi bilo tudi v skladu z modo poletne marelične barve ...

Botaniki so v preteklosti menili, da je bila prvotna domovina marelice Armenija v srednji Aziji. Kasnejša odkritja pa so dokazala, da so jo gojili na Kitajskem že pred 5000 leti. Prevladuje mnenje, da se je marelica razširila po trgovskih poteh iz Kitajske preko srednje Azije v Evropo že v antiki. Evropske države so s širjenjem svojega kolonialnega imperija prenesle marelico tudi na ostale celine, kjer je danes cenjeno sadno pleme. Marelico gojijo v deželah s primernim podnebjem, največ pa jih pridelajo v Sovjetski zvezi, Španiji, Avstriji, Turčiji in na Madžarskem.

V Evropi je najbolj uspešno gojenje mogoče le v vinorodnih



območjih. Že zaradi svojega izvora marelica potrebuje veliko toplote, zato jo posadimo na sončno rastišče. Marelica bolje uspeva v območjih z nizko relativno zračno vlažnostjo, predvsem v času dozorevanja plodov in lisa. Težko prenaša megleno in slabo zračna področja z nizko relativno zračno vlago, saj je v takih območjih večja možnost za razvoj glivičnih bolezni. Drevo je sorazmerno odporno proti mrazu, vendar jo zaradi zgodnjega cvetenja ogroža predvsem spomladanski mraz. Temperaturne konice in sušo dobro prenaša. Marelici ustrezajo lažja humusna tla z ne preveč apna, saj v nasprotnem lahko oboli za klorozo. Sadimo zmeraj zdrave sadike z bujno razvitim koreninskim sistemom. Večina sort je samoplodnih in le nekatere izjeme potrebujejo opraševalce.

Marelica je pri nas dokaj zdravno drevo. Le v Vipavski dolini se pojavlja kodravost, ki jo je potrebno ustrezno zatirati. Zelo značilno za marelico je, da jo v neustreznih življenjskih razmerah zadane kap oziroma apopleksija. Vzroki tega pojava še

niso dokončno raziskani, zato tudi ni ustreznega zdravila. Drevo doseže starost od 25 do 35 let, na prve pridelke pa lahko računamo šele 4 do 6 let po sajenju. Povprečni pridelek na drevesu je 25—30 kg ali več.

V sortimentu najdemo predvsem starejše francoske sorte kot Patriot in Royal, grške Trynthos, armenske Castelbute in Tiltan, dokaj razširjena je tudi italijanska Cafona. Pri nas so poleg Madžarke razširjene še Debeli flokarji, Kereške, Narcyske in Pišeške.

V Sloveniji gojimo marelico le v manjših nasadih predvsem na brežiško-bizeljskem področju, v Pišecah in zgornji Vipavski dolini. V Jugoslaviji v dolini reke Neretve, deloma okoli Skadarskega jezera, v dolini Vardarja, Smedereva in v Vojvodini. Med evropskimi državami so največje proizvajalke marelic: Grčija, Italija in Španija. Mercator—Sadje zelenjava dobi marelice predvsem iz Makedonije. V okolici Titovega Velesa je cca 100 hektarski nasad marelic, v katerega je sovalgal tudi SOZD Mercator. Za marelico vladajo na tem področju izredno ugodne klimatske razmere. Nasad leži nekoliko in ne povsem pomaknjen v dolino, v zavetni legi. Drevesa so bujno in lepo razvita. Vzgojna oblika je enotožna palmeta. Obrezujejo

navadno po obiranju. V nasadu je 60.000 dreves, ki so cepljena na divjo marelico, vinogradniško breskev in slivo. Nasad je sedaj v 5. letu starosti. Sortiment je glede na čas dozorevanja zelo raznolik in dosleden, saj si sorte ne prestopajo sledijo. Sortiment se začne s Šanturesko, kasneje s SKOPSKO I, SKOPSKO II, SKOPSKO III, MADŽARKO, MADŽARSKO BOLJŠO, ROKSANO, AMBROZIO in kot zadnjo, konec julija KEČKEMEČKO ROŽO.

Marelice so v zadnjem času redkeje v ponudbi zaradi njihove občutljivosti na spomladanske mrazove. Isto se je dogodilo lansko leto v okolici Skopja in v Vojvodini. To leto pa upamo, da bo marelic več. Marelica je koščičast sadež zato pravimo, da spada med koščičarje. Plodovi so lahko okrogle ali ovalne oblike, rumene ali oranžne barve, rdeče obarvane na sončni strani. Na trebušni strani ima izrazit vzdolžen šiv, meso je sladko, močno aromatično, koščica pa je pri nekaterih sortah zraščena z mesom, pri drugih zlahka ločljiva. Plodove lahko uporabljamo sveže, jih predelujemo v marmelade, sokove, džeme in vlagamo. Marelice lahko tudi sušimo. Shranjujemo jih do 3 tedne pri temperaturah od 1 do 0 stopinj Celzija, v hladilniku pa se ohrani do 2 tedna, ne da bi plodovi izgubili armo ali snovi.

Kaj vsebujejo marelice, da se jim ne splača odreči? Marelice so že na oko prijetne barve, ki zelo zamikajo, in če so še pravilno užito zrele, se jim ne moremo upreti. Energijska vrednost je le 69 kalorij, tako da si jih lahko privoščite v neomejenih količi-

nah. Med vitamini vsebujejo največ vitamina A in beta karotina, manj pa ostalih vitaminov, ki pa so tudi prisotni. Med univerzalnimi snovmi je največ kalija, nato fosforja in magnezija. Vsebujejo še ogljikove hidrate, beljakovine in vodo.

Vitamin A redno potrebujemo za dober vid in pri zdravljenju očesnih bolezni, pomemben je pri gradnji odpornosti proti infekcijam dihalnih organov, deluje proti ustvarjanju starostnih peg, pospešuje rast, krepi kosti, ugodno deluje na kožo, lase, zobe in dlesni, pomaga pa tudi pri zdravljenju aken in čirov.

Za konec pa si privoščimo še MARELIČNE CMOKE. Za dve osebi potrebujemo:

250 g skute, nastrgano limono, malo soli, 2 jajci, 200 g moke, 16 zrelih marelic, 16 kock rjavega sladkorja, 75 g masla ali margarine, 4 žlice drobtin, 75 g rjavega sladkorja in četrtno žličke cimeta.

Skuto, nastrgano limonino lupino, sol, jajca in moko damo v skledo ter zamesimo testo. Ko je gladko, ga razvaljamo v dolgo klobaso. Marelice umijemo, razpolovimo, odstranimo koščico in v vsako marelico vložimo kocko rjavega sladkorja. Testo narežemo na 16 koščkov, vsak košček z dlanjo sploščimo, nato pa vanj zavijemo sladkano marelico. V veliki kozici zavremo vodo, osolimo in damo vanjo cmoke. Kuhamo jih na majhnem ognju 15 minut. Ko splavajo na površje so kuhani. Poberemo jih in povlijamo v drobtinah. V ponvi segrejemo maslo in na njem hitro popečemo cmoke. Zmešamo sladkor in cimet ter ponudimo posebej k cmokom. Dober tek!

Srečanje iz oči v oči

Vesna Bleiweis

Najprej skupno partnerstvo, potem TIMA proti Mercatorju

Ljubljana, 8. junija — v poslovnem cetru sozda Mercator—KIT so predstavniki sozda TIMA iz Maribora in Mercatorja ocenili poslovno sodelovanje v letu 1988 in tekoče poslovanje v letošnjem letu. Obe strani sta v glavnem zadovoljni, nekaj problemov pa bosta reševali na neposrednih razgovorih o konkretnih zadevah. Poslovni del se že leta izteče v tradicionalno merjenje moči na teniških igriščih. TIMA je proti Mercatorju zaigrala z vso silo in - ni zmagala.

TIMA je bila v letu 1988 po obsegu 3. največji Mercatorjev kupec in dobavitelj. Osnova za blagovne tokove med obema sistemoma je sprejet načrt oziroma protokol o medsebojnem sodelovanju in v zvezi z njim sta sogovornika ugotovila, da se sprejeta politika tudi izvaja. Povsem normalno pa je, da so opazna tudi nihanja in odstopanja. Ta so problematična, če jim lahko tako rečemo, predvsem na področju trajnega sodelovanja proizvodnih organizacij obeh sistemov. Enostavno povedano: izdelkov živilsko predelovalnih organizacij, ki so v sestavu enega ali drugega sistema, je v njuni trgovski mreži premalo. Prav za te izdelke je bi-

lo protokolirano skupno načelo o odprtosti obeh trgovskih mrež za izdelke, ki niso neposredno konkurenčni, značilnost velja predvsem za izdelke mesnopredelovalnih organizacij. Ker tak pogovor dolgovnega razpredanja ne prenese, so bile vse ugotovitve argumentirane s številkami in prav na njihovi podlagi in prej omenjenega načela odprtosti, bodo potekali nadaljnji operativni pogovori o mleku, pivu, testenah, mesu in mesnih izdelkih, olju in še o kakšnem živilu.

Škriplje pa pri usklajenosti trgovanja s kmetijsko mehanizacijo in kmetijskimi zaščitnimi ter drugimi sredstvi. Mariborski gostje so izrazili nezadovoljstvo

z obnašanjem Mercator—KŽK Gorenjske, tozda Agromehanika, ki v poslovanju s Timino članico, specializirano za tovrstno trgovanje, vsaj tako so trdili gostje, ne ravna korektno. Zadeva bo preverjena tudi z druge strani in naša naj bi se ustrezna rešitev.

Zakon o podjetjih je zamajal sozde in te dražljivosti pogovor ni obšel. V obeh sozidih je odmev članic na predlagan model organizacijske in vsebinske prenove naletel na različen odmev. Medtem, ko se bodo pri TIMI morali spopasti s spreminjanjem že zarisane modela sestavljenega podjetja (sprememba zakona o podjetjih), bomo v Mercatorju nadaljevali razpravo o delničarski (tudi holdinški) družbi oziroma o poslovnem sistemu, ki naj bi tudi po prenovi zadržal in razvijal tisto, kar se je v sozdu pokazalo kot koristno in učinkovito. Povsem jasno pa je, da na drugačnih vsebinskih - lastninskih zasnovah. Sogovorniki so opozarjali

na vrsto pasti, ki nas čakajo na poti spreminjanja in soglašali v ugotovitvi, da so najnevarnejše tiste, ki jih producirajo samozadostnost, ozkost in kratkovidnost. Prav optimističnega ozračja ne napovedujejo niti v Ljubljani, niti v Mariboru.

Je pa bilo tega več, kljub cmi-zdravemu popoldnevu, na teniških igriščih za Ljubljano. Drugo mesto v boju na teniških igriščih so osvojili mariborski tenisači.

Za barve Mercatorja se je levje boril Lojze Kotar.



Festival sladoleda

Mile Bitenc

Sladkosnedov živ — žav

Ljubljana, Krško, Vrhnika — v vseh teh krajih je bil v zadnjih dneh junija festival sladoleda. Pripravili so ga Mercatorjevi gostinski obrati v sodelovanju z ljubljanskimi mlekarnami, bolje rečeno z njihovim znamenitim sladoledom Sladkosnedom. Festival je bil združen z različnimi družabnimi prireditvami, je pa komercialno različno uspel. Natančneje vam lahko predstavimo le ljubljansko prireditev.

Mercatorjev teniški turnir

Mirko Vavpotič

Opojnost belega športa

Ko je prireditev organizirana že šestič, lahko zanjo trdimo, da je postala tradicionalna. To velja tudi za naše teniško tekmovanje v Portorožu, ki vsako leto v organizaciji Nanosovega tozda Preskrba iz Portoroža, privabi vse več tenisačev.

Gonilna sila in alfa in omega te prireditve je Herman Kussel, ki vsako leto poskrbi za res prijetno počutje vseh tekmovalcev, predvsem pa za skoraj ide-

alne pogoje tekmovanja. Letos je bila rekordna udeležba — kar 44 tekmovalcev v treh kategorijah.

Poglejmo, kako smo tekmovali. V ženski konkurenci je superiorno zmagala Sonja Vidic pred Meto Košak in Tatjano Luksa, vse tri DS SOZD. Na naslednja mesta med šestimi tekmovalkami so se uvrstile Ivanka Kuzmanovič, Marjeta Kamenšek in Marta Kogej iz Rudarja. Marta je za teniški lopar resneje prišla lani na seminarju, ki ga je organiziral KORŠ, letos pa je marsikateri boljši tekmovalki že povzročila precej preglavic. Med tekmovalci starejše skupine moških (nad 45 let) je bila konkurenca dokaj izenačena saj je za drugo mesto odločala podaljšana igra. Vrstni red pa je : zmagovalci Matjaž Tomori, drugi Herman Kussel, tretji Miran Goslar, četrti Janez Deu, peti Jože Škulj in zadnji, a ne najslabši je bil Vladimir Vizjak. Za dvoboje med moškimi v mlajši kategoriji, bi lahko rekli "ne boj, mesarsko klanje" saj so se vsi res srčno borili. Zmagal je Brane Kne iz KŽK Gorenjske pred Antonom Melavcem iz ZKZ Mozirje ter Ervinom Filipčičem, ki je v igri za tretje mesto premagal Alojza Kotarja. V tolažilni skupini, kjer so nastopali poraženci iz prvega kola, je bil najboljši Borut Wildman, ki je v tolažilnem finalu premagal Boštjana Merdovnika.

Festivali običajno trajajo več dni. Mi Mercatorjevci pa smo pripravili sladoledni festival za en dan. Pred ljubljanski hotel Ilirija se je preselil živ žav, ki je bil uspešnejši od marsikaterega tridnevnega festivala.

Festival je pokazal, da je naš sladoled, seveda SLADKOSNED, zvezda ena A. Kvizi, nagradne igrice, tekmovanja in seveda celodnevno lizanje Sladkosneda v različnih oblikah, popestrijo dan marsikateremu naključnemu obiskovalcu.

Zabavno je bilo za mlade in stare, saj se je dogajalo veliko stvari. Otroci so do poznega večera upodabljali Sladkosneda z barvicami Romi in narisali čez 300 čudovitih risb, ki jih bomo kasneje razstavili v sladolednem butiku, ljubljanski Miški, Muci in še kje. Otroci so bili lahko tudi pesniki, saj so iskali rime na besedo Romi (barvice) in sladkosned.

Za otroke so sladoledne nagrade kar deževale, posebej pa

so se razveselili nastopa čarovnika.

Modna revija otroškega butika Sonček iz Vrhnike, nastop Lito-strojske pihalne godbe, ljubljanskih mažoret in velika nagradna odkrivanka za odrasle, so dale prireditvi piko na i.

Dela je bilo čez glavo predvsem za pripraviljalce sladolednih dobrot. Pod taktirko Zdenka Počtnika so na mize prihajale tak-

šne sladoledne kupe in napitki, kakršnih Šiška še ni videla.

Pester in zabaven program na sceni, ki so jo domiselno pripravili malčki iz VVO Andersen III, je povezoval Mile Bitenc, skupina Peter Pan pa je skrbel za glasbo.

Festival je minil, ostal pa je sladoledni vrt, ki bo dobrote ponujal vse do jeseni, ko naj bi pod geslom "SLADOLED NE ODHAJA S POLETJEM", prireditev ponovili.



Glasilo delavcev in združenih kmetov sozda Mercator — Kmetijstvo Industrija Trgovina

Glasilo delavcev in združenih kmetov sozda Mercator-KIT, n. sub. o., Ljubljana, Titova 137. Izdaja Center za obveščanje SOZD Mercator-KIT. Uredništvo: Titova 137, 61113 Ljubljana. Tel. 373-047. Ureja uredniški odbor: Kristina Antolič, Marko Glažar, Jože Kirm, Suzana Modrijan, Sergej Paternost, Alenka Por, Marjeta Potočnik, Ljuba Suković in Miro Vavpotič. Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis. Novinar: Andrej Dvoršak. Vse fotografije — nepodpisane — Andrej Dvoršak. Tehnični urednik: Matjaž Marinček. Tiska ČGP Delo Ljubljana. Glasilo prejemajo delavci, združeni kmetje, učenci in upokoenci sozda Mercator-KIT. Izhaja zadnji petek v mesecu. Naklada 20.000 izvodov. Po mnenju pristojnega republiškega organa je glasilo oproščeno temeljnega davka od prometa proizvodov.

Spominska listina ob 100 letnici Srednje gradbene šole

V zahvalo za dolgoletno sodelovanje Mercatorja oziroma njegovih članic Konditorja, Rožnika, TOZD Grmada, Investe inženiringa ter Delovne skupnosti SOZD Mercator—KIT, ki so občasno sodelovale kot sponzor za izvedbo posameznih dejavnosti, je Srednja gradbena šola v Ljubljani ob svoji 100—letnici gradbenega šolstva podelila Mercatorju spominsko listino. Ob srečanju nekdanjih in sedanjih učiteljev, diplomantov in učencev te šole, je vodstvo šole poudarilo pomembnost sodelovanja med združenim delom in šolo, saj se to sodelovanje kasneje pokaže kot dobra naložba za sodelovanje z izvajalci gradbenih in obrtniških del.

