



Mercator

časopis Poslovnega sistema Mercator

št. 1, januar 2000





**nudi
zaposlenim v Mercatorju izredne
ugodnosti
pri nakupu vozil znamke Renault.**

Ponudba se nanaša na vozila iz zaloge letnika 1999, velja pa do razprodaje letnika

**TWINGO BASE IN PACK
CLIO (vsi modeli)
MEGANE (vsi modeli)**

UGODNOSTI:

- 8% popust;
- kredit T+4,25% za dobo do 60 mesecev (brez pologa);
- menjava starega za novo vozilo;
- plačilo polovice cene ob prevzemu, polovico čez dve leti;
- dostava vozila na dvorišče oziroma sedež družbe, kjer je kupec zaposlen;
- vozilo ima vso obvezno opremo, kupec postane član Renault kluba in dobi kupon za 10% popust pri nakupu dodatne opreme v trgovinah Trgoavta ter do 22% popusta na delo pri rednem servisiranju v Trgoavtu;
- kredit uredi prodajalec.

Podrobnejše informacije
tel. št. 066/ 43-61-17 Koper, 066/ 77-10-23 Lucija

K A Z A L O

na kratko

O Mercatorju stran 4

Ocena poslovnih rezultatov 1999 stran 6

aktualno

Kolektivna pogodba 2000 pripravljena stran 7

mercator moje dežele

Koprska Jestvina v Mercatorju stran 10

Nagrajenci v Mercator - SVS stran 12

Jubilanti v M hotelu stran 16

Zanimanje za franšizing stran 19

Trije spet pod eno streho stran 21

Ležanje in Veselje

Potopis stran 22

Moda stran 24

Nagradna križanka stran 26

Časopis Poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana, Dunajska cesta 107.

Izdaja Center za obveščanje, Uredništvo, Ljubljana, Dunajska 107, telefon 061/160 11 31, 160 11 32.

Urednica: Vesna Bleiweis

Priprava za tisk: Delo-TČR, d.d., Ljubljana

Tisk: Delo-TČR, d.d., Ljubljana

Časopis prejemajo delavci, kmetje, učenci in upoko-
jenci Poslovnega sistema Mercator. Davek na do-
dano vrednost po stopnji 8%.

Naklada: 10.300 izvodov.



Vesna Bleiweis

Biti zraven - del poslanstva in promocija

Slovensko športno javnost je dvignil na noge uspeh slovenske državne rokometne reprezentance na Evropskem prvenstvu v Zagrebu. Uspeh sem povezala z napisom Mercator na dresih državne reprezentance. Mercator je sponzor mnogih športnih panog, ekip in posameznikov, človekoljubne in kulturne dejavnosti, kar je odraz poslanstva in filozofije podjetja - sodelovati in pomagati različnim okoljem in različnim projektom na poti do ciljev. Šport je ena od dejavnosti, ki jo Mercator sponzorira in sprenevedali bi se, da od vrhunskih športnih dosežkov ne pričakuje promocijskih učinkov. Rokometaši so sredi Zagreba, kjer gradimo nov nakupovalni center, promovirali Mercator bolje, kot ga bodo verjetno vsi načrtovani propagandni projekti.

Odprla sem drobno knjižico Športni špasi, v kateri je avtor Rajko Šugman zapisal vrsto veselih in anekdotičnih športnih prigod, v uvodu pa je o športu med drugim zapisal tudi tole:

»Če je kulturna vrednota popolnost doživetja, gibanje - tekma pa le trenutek, potem menim, da šport to je. V svojem elementarnem bistvu je šport igra; čudovita igra, osvobodjena prisile, življenjske nuje. Igra, v katero vstopajo prijatelji zaradi druženja in merjenja moči, v kateri ustvarjajo ljudje - športniki, strokovnjaki in organizatorji stvaritve in tudi bogato športno ter s tem kulturno podlago sebi in narodu. Tak šport vidim skozi razvoj in verjetno bo tak ostal tudi v prihodnje. Je in bo sestavina splošne kulture naših ljudi, slovenskega naroda. V nekem smislu je šport podoben znanosti; novo znanstveno odkritje je z osebnostnega vidika gotovo lastno iznajditelju, znanstveniku, s širšega pa vsem ljudem sveta. Tak je tudi šport.«

Šport je in bo sestavina splošne kulture ljudi, njegovo središče je človek in njegova potreba po igri in druženju. Mnogi sodobnemu športu očitajo profesionalizacijo in komercializacijo in sanjajo o športu svojih dedov. Takega športa ni več. Hitreje, višje, močnejše obvladuje in odraža današnji svet. To pot je bil Mercator zraven, jutri bo nekdo drug.

Vesna Bleiweis

Kje so naše investicije?

Že v letu 1999 smo za leto 2000 napovedovali pričetek gradnje šestih do sedmih velikih maloprodajnih objektov doma in v tujini.

Direktor investicij **Marko Umberger**, univ. dipl. ing. nam je povedal: »Začetek gradnje Mercator Centra Nova Gorica je predviden v juniju. Na Koroškem, v Slovenj Gradcu in na Ravnah je vse pripravljeno za začetek del, na Jesenicah pa je prišlo do spremembe projektne dokumentacije, vendar pričakujemo, da bomo z deli pričeli na pomlad. V Zagrebu so v zaključni fazi pripravljala dela, najhitreje pa bodo dela opravljena v Pulju, kjer bo novi nakupovalni center moral zaživeti še pred začetkom turistične sezone.«

Nadzorni svet

Kot smo že poročali, je nadzorni svet Poslovnega sistema Mercator pred iztekom leta 1999 potrdil gospodarski načrt za leto 2000 in srednjeročni načrt do leta 2003. To je bila 16. seja nadzornega sveta, ki se je nadaljevala 14. januarja 2000 in na njej so člani obravnavali vsebinsko individualnih zaposlitvenih pogodb za predsednika in člane Mercatorjeve uprave. Tema je ostala nedorečena in bo ponovljena na naslednji seji nadzornega sveta.

Dividende prvič za leto 2000

V gospodarskem načrtu za leto 2000 je predvideno, da bo Mercator delničarjem prvič izplačal dividende. Dobiček tega leta naj bi bil po načrtu tolikšen, da bo poleg vlaganja v nadaljnji razvoj, omogočil tudi izplačilo dividend. Kolikšne bodo, je odvisno od predloga uprave in nadzornega sveta skupščini delničarjev potem, ko se bodo seznanili z revidiranimi izkazi koncerna - Skupine Mercator za leto 2000.

Prvi Mercatorjevi trženjski dnevi

V prvih dneh februarja leta 2000 bo Mercator prvič pripravil trženjske



Jelka Žekar, direktorica razvoja



Marko Umberger, direktor investicij

skke dneve, namenjene pomembnejšim poslovnim partnerjem. Predstavili jim bomo svoje razvojne usmeritve, organiziranost in strategijo na področju trženja v letu 2000.

O konkurenčnem položaju slovenskih podjetij in njihovem vključevanju v globalno gospodarstvo bo spregovoril prof. dr. Janez Prašnikar z Ekonomske fakultete v Ljubljani, razvojno strategijo bo predstavil predsednik Mercatorjeve uprave, razvojne načrte Mercatorjevih trgovskih družb pa njihovi direktorji. Trženjski dnevi so prvi korak k uveljavitvi partnerstva med trgovino in slovensko proizvodnjo, o čemer bodo spregovorili mag. Marjan Sedej, član uprave, mag. Mateja Jesenek, direktorica sektorja za marketing. Beseda pa bo tekla tudi o merchandisingu, informacijski podpori poslovanju in o izhodiščih komercialnega poslovanja v letih 2000 in 2001. Jelka Žekar, direktorica za razvoj maloprodaje, Franc Kodela, direktor sektorja za informatiko in organizacijo ter Franc Prvinšek, podpredsednik za komercialno bodo nosilci navedenih tem. Mercatorjeva želja je, da postanejo tovrstna srečanja tradicionalna. Trženjski dnevi bodo hkrati tudi priložnost za individualne poslovne razgovore.

Ponovno izhajanje tedenskega informativnega biltena

Po 1. februarju 2000 bo spet začel izhajati tedenski informativni bilten, ki je namenjen predvsem tekočemu obveščanju vodilnih ljudi v Mercatorjevih družbah o pomembnejših dogodkih, sklepih in stališčih v zvezi z izvajanjem Mercatorjeve politike. Vseboval bo kratke informacije o sklepih uprave in drugih organov koncerna, podatke o načrtovanih dogodkih v koncernu in družbah, navodila, stališča in priporočila strokovnih služb koncerna, obvestila s področja standardizacije, marketinških aktivnosti, pomembnih pravnih predpisov in druge za vse družbe pomembne informacije.

Novost pa je, da ga bodo prejemniki dobili po elektronski pošti.

Kolektivna pogodba obvladujoče družbe za leto 2000 pripravljena

Pred koncem leta 1999 je projektni svet za poenotenje plačnega sistema v Mercatorju upravi, konferenci sindikata in svetu delavcev obvladujoče družbe ponudil predlog kolektivne pogodbe obvladujoče družbe za leto 2000.

Na zahtevo sindikata obvladujoče družbe je celotno področje plač vnešeno v kolektivno pogodbo. Več o tem lahko preberete v posebnem članku.



Mešano podjetje v Sarajevu - investitor v Merkator Tržni centar

Z ustanovitvijo mešanega podjetja Merkator Tržni centar Sarajevo, v katerem ima Mercator 52% lastniški delež in s soglasjem vlade Bosne in Hercegovine, so izpolnjeni pogoji za začetek gradnje nakupovalnega centra v Sarajevu, ki se bo imenoval Merkator Tržni centar Sarajevo.

Mercator in podjetje Tržni centar Sarajevo d.o.o. sta si v okviru okviru kapitalske povezave v novo družbo Merkator-Tržni centar Sarajevo postavila cilj, da bo predvidoma konec junija letos v samem centru Sarajeva (občina Novo Sarajevo) odprt sodobni nakupovalni center. Dela na obstoječem objektu Tržnega centra Sarajevo se bodo pričela februarja, celotna investicija bo veljala 21 milijonov DEM.

Družba Merkator Tržni centar Sarajevo bo zaposlovala 117 ljudi, vodi jo **Mensud Lagumdžija**, dosedanji direktor družbe Tržni centar Sarajevo.

Investitor Merkator Tržni centar Sarajevo bo na 4.500 kvadratnih metrov prodajnih površin ponudil kupcem hipermarket, trgovino Vse za dom, Cash & Carry, na preostalih površinah pa organiziral velepro-

dajo s skladišči. Celoten kompleks meri 12.200 kvadratnih metrov.

V osrednjem pritličnem delu bosta hipermarket in Cash & Carry. Prodajalna Vse za dom bo v kleti, v prvem nadstropju pa bodo urejeni poslovni prostori centra. Nakupovalni center bo lahko dostopen, nakupovalcem bo na voljo 250 parkirnih, obratovalni čas bo vse dni v tednu.

Nosilni program hipermarketa bo ponudba prehranbenih izdelkov, pomembno pa bodo zastopane tudi neživilske blagovne skupine, namenjene široki potrošnji. Nakupovalni center bo zanimiv tudi za druge trgovce, gostince in ostale podjetnike, ki bodo kupovali v sodobnem Cash & Carry-ju in v veleprodajnem skladišču. Merkator Tržni centar Sarajevo bo na svojih prodajnih policah ponudil 50% slovenskega, 30% bosanskega in 20% blaga drugih evropskih držav. Potrošniki bodo, tako kot v Sloveniji, deležni vrste ugodnosti, ki jih Mercator zagotavlja s trajno nizkimi cenami izdelkov priznanih blagovnih znamk, izdelkov trgovske znamke Mercator in privlačnih prodajnih akcij. Merkator Tržni centar Sarajevo načrtuje, da bo v

prvem letu poslovanja ustvaril 61 milijonov DEM prometa.

Vključitev v nov gospodarski prostor predstavlja za Mercator velik izziv in priložnost, da se uveljavi kot prvi večji trgovec, ki bo prebivalcem Sarajeva ponudil široko in kakovostno ponudbo po standardih, ki jih je razvil na podlagi zahodnoevropske prakse in lastnih izkušenj z izgradnjo več nakupovalnih centrov v Sloveniji. S tem projektom se bo tudi Mercator vključil v proces obnove in oživitve gospodarstva v Bosni in Hercegovini.

Mercatorjeva uprava in strokovni sodelavci, ki pripravljajo projekt novega centra, so obiskali Sarajevo sredi januarja in bili deležni izjemne pozornosti predstavnikov bosanske vlade. Sprejela sta jih premier vlade Republike Bosne in Hercegovine Edhem Bićakčić in kopredsednik ministrov Bosne in Hercegovine Haris Silajdić.

Da je zanimanje med potencialnimi obiskovalci oziroma potrošniki Merkator Tržnega centra v Sarajevu precejšnje, dokazujejo tudi prva sporočila, ki jih dobivamo potem, ko obiščejo Mercatorjeve spletne strani na internetu.

Ocena poslovnih rezultatov za leto 1999

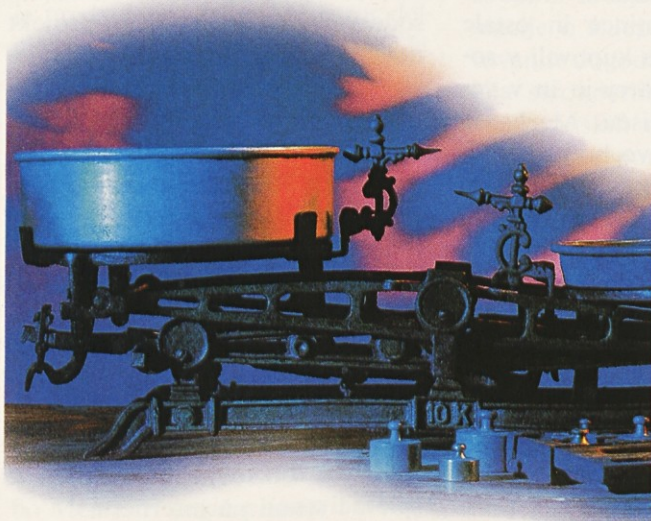
Poslovni sistem Mercator, d.d. bo poslovno leto 1999 zaključil izjemno uspešno, saj bo čisti dobiček poslovnega leta presegel 2,5 mlrd tolarjev, kar pomeni več kot 85% povečanje glede na leto 1998. Čisti prihodki iz prodaje družbe Poslovni sistem Mercator, d.d. bodo v letu 1999 predvidoma presegli 75 mlrd tolarjev, konsolidirani čisti prihodki Skupine Mercator pa 170 mlrd tolarjev.

Nakupi družb in predvidene pripojitve

Od konca leta 1998 pa do zaključka leta 1999 so obvladujoča družba in regijske trgovske družbe Skupine Mercator kupile lastniške deleže v 15 trgovskih družbah in v večini primerov z zahtevanimi dovoljenji državnih organov pridobile večinske lastniške deleže. Vse novopridobljene trgovske družbe bodo pripojene hčerinskim regijskim trgovskim družbam. 1. 1. 2000 se je družbi Mercator-SVS pripojila družba Mercator-Klas, družbi Mercator-Gorenjska se bo pripojila družba Špecerija, Bled, družbi Mercator-Goriška, sta se v začetku letošnjega leta pripojili družbi Grosist, Nova Gorica in Hubelj, Ajdovščina. Predvidoma v drugem polletju 2000 se bo družbi Mercator-Degro, Portorož pripojila družba Jestvina, Koper, družbi Mercator-Dolenjska se bosta predvidoma pripojili družbi Posavje, Brežice in Dolenjka, Novo mesto. Družbi Mercator-SVS se bosta najkasneje do konca leta 2000 pripojili družbi Planika, Slovenska Bistrica in Jelša, Šmarje pri Jelšah. V začetku leta 2000 se bo ponovil postopek za prevzem družbe Emona-Merkur, saj prevezem lani zaradi nesoglasja vlade ni uspel.

Gospodarski načrt za leto 2000

Nadzorni svet je na svoji 16. redni seji 23. 12. 1999 sprejel gospodarski načrt družbe Poslovni sistem Mer-



cator, d.d. (obvladujoče družbe) in se seznanil z gospodarskim načrtom Skupine Mercator (koncerna) za leto 2000. Obvladujoča družba v letu 2000 načrtuje 3,07 mlrd tolarjev celotnega dobička pri nekaj več kot 82 mlrd SIT planiranih čistih prihodkih iz prodaje. V koncernu pa za leto 2000 načrtujemo, da bodo konsolidirani čisti prihodki iz prodaje dosegli 200 mlrd tolarjev, predvsem zaradi razvoja maloprodajne mreže v Sloveniji ter na Hrvaškem in v Bosni in Hercegovini. Rast celotnega dobička in akumulacije bo v letu 2000 počasnejša kot v letu 1999 predvsem zaradi povečane konkurence na domačem trgu in predvidenih stroškov integrativnih procesov v koncernu. Ob soglasju nadzornega sveta in ob odločitvi skupščine delničarjev bo del čistega dobička leta 2000 namenjen za izplačilo dividend. Tudi v letu 2000 bo osnovna naloga vseh družb izpopolnjevanje ponudbe in zagotavljanje zadovoljstva potrošnikov.

Srednjeročni gospodarski načrt 2000-2003

Skupaj z gospodarskim načrtom za leto 2000 je nadzorni svet sprejel tudi srednjeročni gospodarski načrt obvladujoče družbe in se seznanil z gospodarskim načrtom koncerna za obdobje 2000-2003. Načrtujemo, da se bo kljub povečevanju konkurence na domačem trgu do leta 2003 realno povečal celotni dobiček za več kot 30% glede na oceno leta 1999, tako da bo ob predvideni inflaciji v letu 2003 znašal nekaj več kot 4,5 mlrd tolarjev. Konsolidirani čisti prihodki iz prodaje se bodo na račun širitve prodajne mreže doma in v tujini realno povečali za več kot 20% glede na oceno leta 1999, tako da bodo ob predvideni inflaciji v letu 2003 znašali približno 250 mlrd tolarjev. V koncernu bomo v obdobju 2000-2003 v naložbe doma in v tujini vložili približno 70 mlrd SIT, pretežno v osnovna sredstva. V celotnem srednjeročnem planskem obdobju bomo približno 85% vseh naložb financirali z notranjimi viri, le 15% pa bomo predvidoma trajno financirali z zunanjimi viri.

KOLEKTIVNA POGODBA ZA LETO 2000 JE PRIPRAVLJENA

Pred koncem leta 1999 je uprava Poslovnega sistema Mercator na predlog projektnega sveta za poenotenje plačnega sistema sprejela predlog kolektivne pogodbe obvladujoče družbe za leto 2000 in jo ponudila v obravnavo sindikatu in svetu delavcev družbe. Hkrati s tem predlogom pa tudi predlog pravilnika o organizaciji in sistemizaciji delovnih mest v družbi.

Tako sindikat kot svet delavcev družbe sta bila z osnutkom tedaj še pravilnika o plačah in pravilnika o organizaciji in sistemizaciji delovnih mest seznanjena že sredi lanskega poletja. Osnutek obeh aktov so članom obeh organov predstavili člani projektne- ga sveta, ki ga je vodil Aleš Čerin, član uprave. Takrat so člani obeh organov menili, da so načela za ureditev sistema plač sicer sprejemljiva, da pa so formulacije posameznih členov zapletene in dvomne, predvsem pa, da so delovna in organizacijska navodila, ki jih zahteva izvedba splošnih določb novost, ki je običajnim smrtnikom težko razumljiva.

V času od osnutka do predloga je prišlo do nekaterih sprememb. Najpomembnejša je, da je na zahtevo sindikata obvladujoče družbe celotno področje plač, ki smo ga doslej urejali s posebnim pravilnikom, postalo sestavni del kolektivne pogodbe družbe. V nastajanju predloga kolektivne pogodbe so sodelovali tako strokovnjaki iz družbe, kot tudi strokovnjaki, ki jih je za pomoč zaprosil sindikat družbe.

O merilih za nagrajevanje in napredovanje delavcev je svet delavcev družbe v skladu s 95. členom zakona o sodelovanju delavcev pri upravljanju že opravil postopek soodločanja in potrdil merila za ocenjevanje delovne uspešnosti in napredovanje delavcev. Hkrati s tem postopkom pa je končal tudi skupno posvetovanje z upravo o pravilniku o organizaciji in sistemizaciji delovnih mest tako, kot to zahteva 91. člen zakona o sodelovanju delavcev pri upravljanju. Svoje je svet delavcev povedal na seji 20. januarja 2000.

Pogajalska skupina, ki jo je imenoval sindikat družbe, se bo o kolektivni pogodbi izrekla oziroma pogodila v februarju. Od trenutka pogoditve je odvisen tudi čas, v katerem oziroma za katerega se bodo začele plače izračunavati po novih merilih.

Plače po novem

Novost, ki jo prinaša ureditev je drugače opredeljena osnovna plača, ki je praviloma višja od dosedanje osnovne plače, ki je bila izenačena z izhodiščno plačo za posamezni tarifni razred, kot jo je določala kolektivna pogodba za dejavnost trgovine oziroma naša podjetniška kolektivna pogodba.

Osnovna plača, kot jo določa naša nova kolektivna pogodba, pa je zmnožek med vrednostjo izhodiščne plače za I. tarifni razred po kolektivni pogodbi trgovine in količnikom plačilnega razreda, v katerega je

razporejeno delovno mesto. Zaenkrat je vrednost plače za I. tarifni razred določena v znesku 56.174,00 SIT, ki je veljal kot zadnji znani podatek. Zanj pa velja, da se usklajuje na podlagi veljavnih predpisov.

Poglejmo primer izračuna osnovne plače.

Delovno mesto je razvrščeno v IV. skupino, v 13. plačilni razred. Količnik za ta plačilni razred znaša 1,71. Zmnožek med vrednostjo 56.174,00 SIT in količnikom znaša 96.057,50 SIT, kar je osnovna plača. Tej osnovi se prištejejo vrednosti dodatkov iz naslova razmer na delovnem mestu (vpliv okolja, posebne nevarnosti, uporaba zaščitnih sredstev, v kategorijo dodatkov sodijo še drugi dodatki), ki v konkretnem primeru znašajo 2.881,70 SIT. Skupaj plača znaša 98.939,20 SIT. Na osnovno plačo se računa tudi dodatek na minulo delo v odstotku, ki je odvisen od delovne dobe posameznika. Vzemimo primer, da ima delavec 10 let skupne delovne dobe, za vsako leto izpolnjene delovne dobe mu pripada 0,5% osnovne plače, kar v tem primeru znese 5% na osnovno plačo ali 4.802,80 SIT. Končni seštevek plače je v tem primeru 103.742,00 SIT.

Samo po sebi pa je umevno, da se pri izračunu konkretne osnovne plače vselej upoštevajo tudi zakonske določbe o minimalni plači.

Katalog delovnih mest, ki je izvedbeni predpis pravilnika o organizaciji in sistemizaciji delovnih mest, navaja 169 delovnih mest, ki so razvrščena v deset skupin in 34 plačilnih razredov, ki so določeni v razponih, tako da so znotraj vsakega plačilnega razreda določeni tudi napredovalni razredi. Kako in kdaj je delavec upravičen do dodatka k osnovni plači iz naslova napredovalnega razreda, določa posebno organizacijsko navodilo o ocenjevanju letne delovne uspešnosti.

Plača na osnovi uspešnosti poslovanja organizacijske enote

Na višino plače neposredno vplivajo rezultati poslovanja organizacijske enote.

Kot vplivni elementi so določeni:

1. delež dobička v prihodku organizacijske enote;
2. produktivnost organizacijske enote (promet na zaposlenega);
3. razporeditev organizacijske enote v tip oziroma vrsto organizacijske enote po Mercatorjevi klasifikaciji objektov;

4. makrolokacija, v kateri posluje organizacijska enota;
5. obračanje zalog;
6. gospodarnost na osnovi količinskih in vrednostnih normativov.

Vrednost oziroma vpliv elementov, navedenih v točkah od 1 do 4 se določi na podlagi posebnih lestvic, ki jih mora uprava družbe določiti v letnem gospodarskem načrtu, v primeru spremembe pa jih objaviti pred začetkom uporabe. Elementa pod točko 3 in 4 sta v svojem bistvu korekcijska - varovalna elementa za vse tiste organizacijske enote, pri katerih je potrebno upoštevati velikost, način nudenja storitve in okolje, v katerem organizacijska enota posluje. Preprosto povedano: gre za objektivizacijo vplivov pogojev dela, saj ni vseeno ali merimo uspešnost poslovanja v hipermarketu v okolju z nadpovprečno kupno močjo, ali uspešnost poslovanja v odročni, majhni klasični trgovini z nizko kupno močjo prebivalstva. Bilo bi nepravilno, če bi sodelavce v tovrstnih organizacijskih enotah, kljub temu, da svoje delo dobro opravljajo, »kaznovali« zaradi okoliščin, na katere nimajo vpliva.

Pri delavcih, ki so odgovorni za zaloge, na delež plače iz naslova gospodarnosti poslovanja, vpliva tudi obračanje zalog. Ta delež se glede na doseženi količnik obračanja zalog lahko zviša ali zniža. Tudi vpliv tega elementa na plačo se izračuna na podlagi posebne lestvice.

V organizacijskih enotah, v katerih je prispevek delavca h gospodarnosti poslovanja moč neposredno meriti, se uporabljajo količinski in vrednostni normativi (n.pr. skladišče, transport, itd).

V organizacijskih enotah, kjer zaradi narave dela prispevka h gospodarnosti poslovanja ni mogoče ugotavljati ali kakorkoli neposredno meriti (n.pr. režijski delavci), se ta prispevek ugotavlja na podlagi povprečne gospodarnosti ostalih enot, za katere se gospodarnost poslovanja ugotavlja po prej navedenih merilih.

Uspešnost posameznega delavca

Osebna ocena, potrjena na podlagi meril in postopkov, je naslednji element, ki vpliva na velikost posameznikove plače.

Merila za osebno ocenjevanje so:

1. količina dela
2. kakovost dela
3. gospodarnost pri delu
4. kooperativnost, odnos do strank in sodelavcev;
5. iznajdljivost in prilagodljivost na delovnem mestu.

Vsako merilo je opredeljeno in ovrednoteno s petimi stopnjami, ki so pojasnjene z opisom vsake stopnje. Stopnje so ovrednotene z odstotkom, ki pomeni

pribitek na osnovno plačo. Seštevek odstotkov ocen vseh elementov pomeni končni odstotek pribitka na osnovno plačo iz naslova uspešnosti posameznega delavca.

Ocena vsakega elementa je razdeljena na pet stopenj, posamezna stopnja pa vrednotena s pribitkom na osnovno plačo oziroma z odbitkom od osnovne plače:

- zelo uspešno	6	do	10 %;
- uspešno	1	do	5 %;
- dobro			0 %;
- manj uspešno	-1	do	-5 %;
- neuspešno	-6	do	-10 %.

V Delavski enotnosti št. 4 z dne 27. 1. 2000 je objavljena nova višina izhodiščne plače za I. tarifno skupino in znaša 57. 522 sit.

Primer:

- za količino opravljenega dela je delavec ocenjen z oceno uspešno in pribitek na osnovno plačo ovrednoten s 4%;

- za kakovost opravljenega dela je delavec ocenjen z oceno dobro in pribitek na osnovno plačo ovrednoten z 0%;

- za gospodarnost pri delu je delavec ocenjen z oceno uspešno in pribitek na plačo ovrednoten z 2%;

- za kooperativnost, odnos do strank in sodelavcev je delavec ocenjen z oceno uspešno in pribitek na plačo ovrednoten z 1%;

- za iznajdljivost in prilagodljivost na delovnem mestu je delavec ocenjen z oceno uspešno in pribitek na plačo ovrednoten z 2%.

Seštevek vrednotenja je 9% in tolikšen je tudi pribitek na njegovo osnovno plačo.

Pokazali smo primer s pozitivnimi ocenami osebne uspešnosti, postopek pa je enak tudi v primeru negativnih ocen, pri čemer se vrednost pokaže v odbitku od osnovne plače. Tudi v primeru pozitivnih in negativnih ocen hkrati, seštevek pomeni pribitek ali odbitek od osnovne plače. Hkrati pa je potrebno povedati, da osebna ocena skupaj lahko pomeni največ 15-odstotni pribitek ali odbitek osnovne plače.

Po merilih za ugotavljanje uspešnosti delavca ocenjujejo sodelavce neposredno nadrejeni, oceno pa mora podpisati in z njo soglašati pristojni direktor, ki ima poleg neposredno prizadetega delavca od ocenjevalca pravico zahtevati utemeljitev predlagane ocene. Na podlagi utemeljitve ocenjevalca, lahko direktor spremeni osebno oceno. Uspešnost delavca se ocenjuje mesečno z veljavnostjo največ tri mesece.

Dodatek za napređovalni razred

Kolektivna pogodba določa, da delavec lahko iz naslova napređovalnih razredov znotraj posameznega plačilnega razreda dobi poseben dodatek po vnaprejšnjem določenem postopku in merilih. Postopek in merila navaja organizacijsko navodilo o ocenjevanju letne uspešnosti pri delu in za oblikovanje predloga za napređovanje na delovnem mestu.

Poglejmo, kaj določa to organizacijsko navodilo.

Sistematična uvedba ocenjevanja delovne uspešnosti posameznikov je hkrati tudi možnost za napređovanje nadpovprečno uspešnih delavcev v višje, napređovalne razrede znotraj posameznega plačilnega razreda. V ta namen se opravi ocenjevanje posameznikov enkrat letno, najpozneje v prvih treh mesecih tekočega leta za preteklo leto. Rezultat ocenjevanja se odrazi v treh stopnjah, in sicer: delovna uspešnost je pod pričakovanji, pričakovana in nad pričakovanji. Delavcu, ki je ocenjen z oceno nad pričakovanji, lahko neposredno nadrejeni predlaga denarno nagrado v enkratnem znesku v višini do ene delavčeve povprečne mesečne plače, izplačane v preteklem letu. Delavec, ki pa je ocenjen z oceno pod pričakovanji, lahko izgubi pravico do dela plače, ki jo prejema iz naslova delovne uspešnosti za obdobje treh mesecev. Dve zaporedni letni oceni nad pričakovanjem sta pogoj za predlaganje za napređovanje delavca v višji napređovalni razred. Dve zaporedni letni oceni pod pričakovanjem pa sta razlog za možno oblikovanje predloga o nazadovanju delavca v nižji razred. Nazadovanje, ki se ponavlja, je lahko razlog za pričetek postopka za razporeditev delavca na manj zahtevno delovno mesto.

Do ocenjevanja delovne uspešnosti so upravičeni vsi delavci družbe, razen tistih, ki so zaposleni za določen čas, pripravniki in delavci, ki imajo plače določene z individualnimi zaposlitvenimi pogodbami.

Velja pa splošna omejitev, da v ocenjevani skupini delavcev lahko oceno nad ali pod pričakovanji pridobi največ 16% zaposlenih v ocenjevani skupini.

Odločitev o dodelitvi letne nagrade oziroma spremembah v razvrščanju v napređovalne razrede na osnovi tega organizacijskega navodila sprejema uprava na predlog pristojnih ocenjevalcev.

Organizacijsko navodilo navaja tudi merila, po katerih se ugotavlja delovna uspešnost, ki utemeljujejo napređovanje oziroma nazadovanje. Pomembno pa je, da mora predlagatelj napređovanja oziroma nazadovanja s prizadetimi delavci opraviti osebni pogovor, v katerem jim je dolžan pojasniti in utemeljiti predlagano odločitev. Uprava družbe na podlagi sprejetih sklepov izda konkretne sklepe o napređovanju ali nazadovanju v plačilnem razredu.

Merila za plače so javna, plača pa zaupen podatek

Ker ob zaključku redakcije te številke časopisa še

nismo razpolagali z odločitvijo pogajalske skupine, ki jo je imenoval sindikat družbe, ne moremo trditi, da do sprememb predloga kolektivne pogodbe za leto 2000 ne bo prišlo. Malo pa je verjetno, da bi se načelna ureditev področja plač, ki smo jo navedli, lahko bistveno spremenila. Najpomembnejša sprememba, ki bi utegnila vplivati na višino osnovne plače je sprememba višine izhodiščne plače za prvo tarifno skupino oziroma prvi plačilni razred, ki bi jo pogajalska skupina dosegla nad vrednostjo veljavne višine izhodiščne plače.

Priprave na oblikovanje novega sistema plač so trajale več kot leto dni. Strokovne službe so morale sproti preverjati in ugotavljati vpliv slehernega elementa tako na obseg plač v družbi, v posamezni organizacijski enoti in navsezadnje tudi na plačo posameznika. Po zagotovilih strokovnih služb so vsi elementi korektno upoštevani, upoštevano je priporočilo sindikatov glede opustitve izhodiščne plače in namesto nje uporaba osnovne plače, sicer pa so vse določbe, ki jih vsebuje predlog kolektivne pogodbe za leto 2000 povzete po kolektivni pogodbi trgovine Slovenije.

Kar pa zadeva osebno ocenjevanje - to bo terjalo izjemno veliko osebno odgovornost in objektivnost ocenjevalcev. Hkrati pa tudi potrebno mero njihove diskretnosti, kot tudi diskretnosti vseh, ki se ocenjujejo. Ali je plačni sistem, ki ga uvajamo, transparenten in toliko enostaven, da si bo na podlagi znanih podatkov vsak zaposleni lahko sam izračunal plačo, bo pokazala praksa. Vsekakor pa del odgovornosti za slednje nosijo strokovni delavci, ki bodo morali posredovati podatke, od katerih je odvisen izračun plač.

Vesna Bleiweis

KOPRSKA JESTVINA SE JE PRIDRUŽILA MERCATORJU

Urad za varstvo konkurence je pred iztekom leta 1999 Mercator-Degroju izdal soglasje za prevzem koprškega trgovskega podjetja Jestvina. Dva doslej konkurenčna tokova sta se združila v gospodarsko močnejšo družbo, ki obvladuje prostor ob slovenski obali in njenem zaledju.



Božo Ostanek

Pogovor z direktorjem Jestvine, Božom Ostanekom in direktorjem Mercator-Degroja, Borisom Požarjem se je najprej sukal okoli morebitnega monopola nove družbe na Obali.

»Če bi gledali izključno z vidika maloprodajne trgovine na Koprskem, potem bi lahko rekli, da gre za neke vrste monopol. Ker pa je geografsko naš prostor vezan na mejo z Italijo, kjer je trgovina na evropski ravni, je treba obalno območje z vidika ostrine konkurence obravnavati nekoliko širše. Trst izgublja pomen osrednjega nakupovalnega središča ob meji, zato se krčevito bori za vsakega kupca. Predvsem v primerjavi z njegovimi konkurenti slovenska trgovina še ni konkurenčna. Res pa je, da bo združena družba na območju Obale obvladovala 80% maloprodajnega prometa, pri čemer bo levji delež v prometu odehtal naš Hipermarket,« je povedal Boris Požar.

Božo Ostanek pa je dodal, da k bolj ali manj izraziti nekonkurenčnosti trgovine ob meji prispevajo tudi različne zaščite slovenskih iz-

delkov z uvoznimi prelevmani, zlasti to velja za izdelke iz žitaric, mleka in mesa.

Sicer pa se je direktor Jestvine pohvalil z doto, ki jo prinaša v združeno podjetje. »V letih 1997 in 1998 je bila Jestvina med trgovskimi družbami z živili in drugimi izdelki za dnevno rabo v Sloveniji na 10. mestu. Med slovenskimi podjetji pa se je uvrstila med 100 največjih. Rast prometa je bila dinamična, saj je v teh letih znašala 14-16%, ustvarjeni netto dobiček na revaloriziran kapital pa je bil med 7-9%. Jestvina se je razvijala kot lokalno občinsko podjetje, ki je svojo mrežo razširila tudi izven koprške občine še v občini Piran in Izola. Spoznanje, da je Jestvina kot podjetje hkrati premajhna in prevelika, da bi obstala nepovezan gospodarski subjekt, je staro že 4 leta. Ob gradnji koprškega Mercator centra smo dokončno spoznali, da prostora za širitev na Koprskem ni, zato smo se usmerili na slovensko južno mejo v Slovensko vas in v Dobovo. Prav ti dve naložbi odločilno vplivata na izid poslovanja

celotne družbe. V letu 1999 smo v Jestvini ustvarili okrog 10,5 milijarde SIT prometa in priznati moram, da je vpliv Hipermarketa na doseženi promet očiten, hkrati pa tudi, da je blažilno deloval seštevki prometa v Slovenski vasi in Dobovi. S pripojitvijo Jestvine se bo število zaposlenih v Mercator-Degroju povečalo za 620 delavcev, število maloprodajnih objektov pa za 39. Povečale pa se bodo tudi skladiščne in hladilniške površine.« »Že prej sem omenil, da je Jestvina prevelika ali premajhna, da bi samostojno delovala. Ko se je razbila skupina Emona, ki bi bila lahko v sedanjem času tako kot Mercator vodilna v slovenski trgovini, smo se podali na samostojno pot, ki nas je sedaj pripeljala v Mercator. Globalizacija je na pohodu in je nezadržna in nima je smisla obremenjevati z ugibanji o stopnji prijaznosti prevzemov, ki se zgodijo na tej poti. Prevzem Jestvine je bil prijazen in mislim, da pridružitve Mercatorju, ki ima jasne razvojne cilje in predvsem dovolj energije za dinamični razvoj, zaposle-



Boris Požar in Božo Ostanek med pogovorom

nim v Jestvini zagotavlja socialno varnost, je moj odgovor na vaše vprašanje o motivih za združitev.« Združeno podjetje se bo v prvi vrsti srečalo s podvajanjem posameznih poslovnih funkcij. Prednosti in slabosti tako Jestvine kot Mercator-Degroja so v glavnem razčistili že v predhodnih postopkih, dokončno pa bo zlitje družb oziroma harmonizacija poslovanja pravnoformalno zaživela sredi letošnjega leta. V vmesnem času bo postavljen koncept organiziranosti družbe, določena bodo izhodišča za optimalno, ekonomsko učinkovito poslovanje družbe. Vse bo torej podrejeno pretehtanemu čiščenju posameznih poslovnih funkcij z namenom, da se čimprej dosežejo ekonomski učinki združitve.

Jestvina je v svoje prodajalne že vpeljala vse Mercatorjeve prodajno pospeševalne akcije in druge potrošnikom namenjene Mercatorjeve aktivnosti in postopno se njen prodajni program identificira z Mercatorjevim.

»O pravih učinkih združitve bomo lahko govorili šele, ko se bodo nabavni in prodajni procesi odvijali preko enega logističnega oziroma distribucijskega centra na Obali, od koder se bo celovito oskrbovalo celotno območje. Jestvina ima distribucijski center v Kopru, hladilnico v Dekanih, skladišče v Luciji pa je bilo že pred odprtjem hipermarketa v Kopru ozko grlo. Razen za hladilnico v Dekanih je za oba distribucijska centra značilna predvsem lokacijska nefunkcionalnost. V Mercator-Degroju smo že imeli v načrtu gradnjo skladišča v obrtni coni v Luciji, vendar se nam ponuja možnost, da nov distribucijski center zgradimo v bližini koprškega hipermarketa. Kje bo stal nov logistični center, bosta pokazala ekonomska računica in čas. Nagibamo pa se k novogradnji blizu hipermarketa. Programsko se maloprodaja obeh družb bolj ali manj pokriva, tudi lokacijsko smo si zelo blizu. Zato bo treba pri razporeditvi prodajne mreže združene družbe kar najbolj upoštevati ekonomičnost oziroma dobičkanost



organizacijskih enot. Regionalizacija Mercatorjevih trgovskih družb bo Jestvini oziroma Mercator-Degroju odnesla dve, z vidika prihodka in dobička uspešni organizacijski enoti v Dobovi in Slovenski vasi, ki bosta organizacijsko prešli v družbo Mercator-Dolenjska. Hkrati še ni dorečen bodisi prenos hladilnice Dekani v Mercator Trgovino Ljubljana oziroma ni določen njen domet v Mercator-Degroju, razširil pa se bo tržni prostor nove družbe, ki bo oskrbovala vse trgovine Dan in noč Emone Obale in črpalke Istrabenza v Sloveniji. Predvidevamo tudi, da bomo iz naših skladiščnih mest oskrbovali tudi hipermarket v Pulju. Vsekakor pa bo dekanska hladilnica kupovala sveže sadje in zelenjavo tudi za potrebe ljubljanske enote za sveži program. Hkrati pa menimo, da prav zaradi hladilnice lahko izkoristimo priložnost, da potrošnikom na Obali ponudimo sadje in zelenjavo, ki bo po izbiri in kakovosti ustrezala po - nudbi v bližnji Italiji. Če strnem najbolj aktualne zadeve, ki jih moramo z združitvijo rešiti, bi jih glede na učinke strnil takole:

1. gradnja logističnega oziroma distribucijskega centra;
2. vzpostavitev racionalne organizacije uprave družbe in strokovnih služb s kadrovskimi okrepitevami nekaterih poslovnih funkcij;
3. vzpostavitev racionalne in ekonomske učinkovite maloprodajne mreže;
4. poenotenje informacijskega siste-

ma za spremljanje poslovanja in poenotenje plač, »je povedal Požar.

Tako Ostanek kot Požar zatrjuje, da ne bodo odpuščali, presežek delavcev bodo v prvi vrsti reševali s prerazporeditvami na druga in ustrezna delovna mesta, z dokupom delovne dobe in drugimi »mekinimi« ukrepi. Oba sobesednika sta bila enotnega mnenja, da bo potrebno Mercatorjevo kulturo in poslanstvo v kar najkrajšem času približati in prenesti v dosedaj Jestvino okolje in s tem podreti morebitne delitve, od kod je kdo, kdo je kdo.

Nova družba bo imela okoli 2,5 milijarde osnovnega kapitala, ob koncu leta 2000 pa več kot 1 milijardo brutto akumulacije in čez 23 milijard SIT konsolidiranega prometa.

Povprašali smo tudi o rezultatih hipermarketa oziroma kako se je Mercator center prijel.

»Če me je bilo še pred letom in pol nekoliko strah, sem sedaj popolnoma pomirjen in tudi zadovoljen. Tekoče plačujemo obresti za posojilo. Hipermarket je v letu 1999 ustvaril 5,1 milijarde SIT prometa, zadovoljni so tudi najemniki v Mercator centru. Predvsem pa me veseli, da so zadovoljni potrošniki in da smo v hipermarketu vzgojili kader, ki je lahko vzor dobrega trgovca,« je še povedal Požar. Statistični podatki kažejo, da je okoli 25% vseh kupcev v hipermarket prišlo s hrvaške strani.

Vesna Bleiweis

NAGRAJENCI PRAZNIČNEGA DECEMBRA

V družbi Mercator-SVS že kar nekaj let nagrajujejo najlepše praznično urejene trgovine. Ocenjevanju so se pridružile tudi trgovine pridruženih družb Mercator-Jelše, Mercator-Planike in Mercator-Klasa.

Vse prodajalne z market programom so bile razvrščene v skupine, natečajni pogoji pa so bili enaki za vse vrste in tipe trgovin in znani vnaprej.

Skupine trgovin z market programom:

- skupina A - hipermarketi;
- skupina B - prodajalne s povprečnim mesečnim prometom nad 15 mio SIT;
- skupina C - prodajalne s povprečnim mesečnim prometom od 10-15 mio SIT;
- skupina D - prodajalne s povprečnim mesečnim prometom do 10 mio SIT.

Ocenjevanje trgovin z market programom je bilo celovito, saj je bila v skupno oceno šteta tudi urejenost oddelkov s sadjem in zelenjavo in delikatesami.

Ocenjevali so tudi prodajalne s tehničnim blagom, kjer so bile trgovine s pohištvom v skupini A, v skupino B pa so bile uvrščene prodajalne z gradbenim materialom in druge tehnične trgovine.

V skupini prodajaln tekstila in galanterije so se v skupino A uvrščale prodajalne s tekstilom in obutvijo, v skupino B pa bolj ali manj specializirane galanterijske prodajalne, kot so papirnice, drogerije, trgovine s steklom, porcelanom in posodo, zlatarne, itd.

Merila za ocenjevanje:

- razvrščenost blaga in splošna urejenost;
- založenost in pestrost izbire glede na predmet poslovanja;
- uporaba celostne podobe (ceniki, označevalci, izveski);
- primernost ravnanja in upravljanja z blagom;
- uporaba zavojnega materiala;
- kakovost postrežbe;
- osebna urejenost;
- higienski režim;
- posebna dodatna ponudba;
- smiselna predstavitev praznične ponudbe;
- urejenost na posebej domiselni način;
- urejenost in čistost parkirišča, vhoda in okolice trgovine.

Največje možno število točk: 60

Deset ocenjevalnih skupin si je med 1. in 15. decembrom 1999 nenapovedano ogledalo vse prodajalne in z ocenami 1-5 ocenile vsako merilo.

Uprava družbe je nagradni sklad oblikovala v višini 1.440.000,00 SIT ter določila za vsako skupino

trgovin tri nagrade, in sicer:

- prva nagrada v vrednosti 120.000,00 SIT;
- druga nagrada v vrednosti 60.000,00 SIT;
- tretja nagrada pa je bila darilna košara.

Na prazničnem srečanju 17. decembra 1999 so nagrade tudi slovesno izročili. Uvrstitve pa so naslednje:

SKUPINA A - HIPERMARKETI - doseženo število točk in ime poslovođje

1. MO I HIPERMARKET PTUJ, 60, IVO VALAND
2. MO III HIPERMARKET MURSKA S., 59, CVETKA REPOŠA
3. MO II HIPERMARKET MARIBOR, 58, FRANC GOLNAR

SKUPINA B-PRODAJALNE NAD 15 MIO SIT PROMETA

1. MO II, SP MARJANCA GORNJA RADGONA, 60, JOŽE MAKOVEC
2. M-KLAS, BH TEZNO, 58, ANTON KENIK
3. M-JELŠA, SP TOPLICE PODČETRTEK, 57, DUŠAN VAH

SKUPINA C-PRODAJALNE OD 10 DO 15 MIO SIT PROMETA

1. MO I, SP DORNAVA, 59, Marija BEZJAK
2. MO I, SP VELIKA NEDELJA, 58, IRENA HLEBEC
3. M-KLAS, SP ANKA, LJUTOMER, 57, FRANC MARTINEC

SKUPINA D-PRODAJALNE DO 10 MIO SIT PROMETA

1. MO III, SP ODRANCI, 60, CECILIJA ZELKO
2. MO I, SP CIRKOVCE, 58, DARINKA HORVAT
3. MO II, SP ŽIVILA SV. ANA, 57, KATICA BAUMAN

PRODAJALNE S TEHNIČNIM BLAGOM:

SKUPINA A-POHIŠTVENE PRODAJALNE

1. MO I, BL POHIŠTVO PTUJ II. ETAŽA, 56, SLAVKO ERŽEN
2. MO III, BL. POHIŠTVO LENDAVA, 52, ROBERT ŠABJAN
3. MO II, BL. POHIŠTVO LENART, 50, ANICA FEKONJA



Darinka Horvat

SKUPINA B - PRODAJALNE Z GRADBENIM MATERIALOM IN OSTALE TEHNIČNE PRODAJALNE

1. MO II, GRADBENI CENTER LENART, 57, MARJAN ZOREC
2. MO I, KOVINA PTUJ, 53, JOŽE KLINC
3. M-PLANIKA, ADUT SLOV. BISTRICA, 50, ROZALIJA BOBIK LORBEK

TEKSTILNO-GALANTERIJSKE PRODAJALNE SKUPINA A - TEKSTILNO OBUTVENE PRODAJALNE

1. MO I, BL. PTUJ, I. ETAŽA, 58, ANICA PURG
2. M-PLANIKA, BL., CENTER ODD. ŠPORT, 57, DANICA POTOČNIK
3. MO III, TEKSTIL ČRENŠOVCI, 56, ANICA KULČAR

SKUPINA B - GALANTERIJSKE PRODAJALNE (PAPIRNICE, KOZMETIKA, STEKLO, PORCELAN, POSODA, ZLATARNA)

1. MO I, DROGERIJA PTUJ, 59, MARIJA BELČIČ



Katica Bauman



Marija Bezjak (levo)

2. MO II, PAPIRNICA LENART, 57, DRAGICA ROŠKARIČ
3. MO I, DROGERIJA PAP. ORMOŽ, 55, BREDA ZABAVNIK

Čestitamo vsem dobitnikom nagrad!

Ob tem pa v razmislek drugim Mercatorjevim trgovcem - vsaj enkrat na leto bi kazalo spodbuditi tekmovalnega duha in na osnovi rezultatov posebej nagraditi izstopajoče!

Vesna Bleiweis



Marijan Zorec



razkošje



Mercator Kmetijsko gospodarstvo Kočevje



Čista, ohranjena narava in zdrava prehrana sta vsaj dve vrednoti, o katerih še včeraj nismo kaj dosti razmišljali. Danes pa sta postali razkošje, ker zahtevata, da si zanju vzamemo čas. Prav čas pa določa vaš stil in z njim kvaliteto življenja. Morda se vam zdijo vrednote, ki jih ponujamo nedosegljive, a prav gotovo vas vznemirjajo. Ker so vam blizu. V bližini. Pri nas na Kočevskem, kjer poleg čudovite narave, ki se ponuja sama, ponujamo še naravno, zdravo pridelano hrano. Mi vemo, da gredo užitki narave in dobre hrane skupaj z roko v roki, zato jih združujemo. Od njive do mize, za vse, prav za vse poskrbimo sami. Na skrbno pogrnjeno mizo vam polagamo izbrane dobrote narave. Naj bodo to vaši dragoceni trenutki. Trenutki stika z lepoto kmečke zemlje.

V OKROGLEM LETU 2000 - 40 OKROGLIH JUBILEJEV V M HOTELU

Mercator-Hotel Ilirija, sedaj prenovljen in preimenovan M Hotel v Ljubljani, je poleg novega zunanjega in notranjega videza, zastavil tudi novo poslovno strategijo. Posrečena marketinška poteza je tudi povabilo na praznovanje okroglih jubilejev.

40 gostov, ki bodo s svojimi 20 povabljenici brezplačno praznovali svoj okrogli jubilej v M Hotelu so izžrebali 6. januarja 2000 v Mercator Centru Ljubljana. Na povabilo oziroma udeležbo v nagradnem žrebanju se je odzvalo okoli 18.000 prebivalcev Slovenije, ki so povabilo prebrali v Mercatorjevi reviji Mesec december.

Ker je bilo povabilo zelo odmevno, se je vodstvo M Hotela odločilo, da bo vsem, ki bodo praznovali rojstni dan v hotelu, ne glede na oglato ali okroglo obletnico, dalo za naslednje obiske celoletni 10% popust za izbrani menu.



10 let bodo v M Hotelu praznovali:

1. ZALA SLAPAR, Duplje
2. TEA OSTERC, Ljubljana
3. ANA VTIČ, Ljubljana
4. KATJA PAVLIN, Ljubljana
5. BARBARA DEBEVC, Postojna

20 let

1. MAJA KOMAR, Mežica
2. HELENA PEZDIR, Notranje Gorice
3. ANJA STIPANOVIČ, Kranj



4. MAJA CAR, Loški Potok
5. JERNEJA ORTHABER, Maribor

30 let

1. LORENADA SOKAČ, Ljubljana
2. MAJDA COTIČ, Renče
3. ANDREJA JUG, Šmarje pri Jelšah
4. KRISTINA VUKOVIČ, Miklavž na Dravskem polju
5. MAJK DROBNIČ, Ankaran

40 let

1. FRANCI VODENIK, Zagorje ob Savi
2. IGOR DOLINŠEK, Domžale
3. ANDREJ PATERNOSTER, Litija
4. SANDI PETERCA, Kresnice
5. CVETKA DOBRAVEC, Litija

Abrahamovci

1. MILAN RUTAR, Škofja Loka
2. ZVONKO PETROV, Šentjernej



3. JOŽICA VERTL, Ljubljana
4. MUSTAFA REDŽEPI, Portorož
5. Marija GRACAR, Gabrovka

60 let

1. IVANA KLOPČIČ, Moravče
2. KRISTINA APFEL, Ljubljana
3. FERDINAND ZAGORC, Litija
4. MARJETA POLUTNIK, Celje
5. ANA GAZVODA, Dobrnič

70 let

1. VLASTA VUNGLING, Ljubljana
2. FRANC ZOREC, Miren pri Novi Gorici
3. EDITA ALEŠ, Blejska Dobrava
4. IVANA-IVICA MIHELIČ, Šmartno pod Šmarno goro
5. SLAVKA BRAVHAR, Medvode

80, 90 in 100 let

1. ANA PODLOGAR, Turjak
2. IZIDOR BREMEC, Kranj
3. STANISLAV BAVČAR, Črniče
4. JOŽEF WEINDORFER, Murska Sobota
5. ROZALIJA BRECELJ, Ajdovščina

Vsem, ki se boste zabavali in praznovali okroglo število let v M Hotelu, čestitamo in želimo veliko sreče.

Vesna Bleiweis



V novih prostorih je celo prostor za oldtimerja

222 HENKLOVIH NAGRAD RAZDELJENIH

V soboto, 15. januarja, je bilo v Mercator Centru Ljubljana dolgo pričakovano žrebanje nagrad, ki sta jih svojim potrošnikom namenila Mercator in Henkel.

Kar 222 nagrad je bilo razpisanih in na prireditvi smo pred številnim občinstvom izžrebali 22 glavnih nagrad. Dvajsetkrat po 20 tisočakov v Mercatorjevih bonih in dvakrat po 200 tisočakov.

Žrebali so obiskovalci, ki so si ob raznih nagradnih igrah v zahvalo prislužili lepo Henklovo nagrado. Ob tem in tudi ob nastopu skupine FOXY TEENS je bilo obilo zabave in veselja.

Najbolj veseli pa sta bili nagrajenki, ki sta bili izžrebani za prvi dve nagradi. To žrebanje sta opravila predstavnica Henkla, gospa Darinka Merc in predsednik uprave Mercatorja, Zoran Jankovič.



Poklicali smo nagrajence. Novakovi v Novem mestu so bili nagrade nadvse veseli, še bolj presenečeni. Presenetili pa smo jih tudi mi, saj smo jim nagrado javno izročili ob žrebanju avtomobila v Mercator-Centru na Cikavi, kar je pripravila Mercator-Dolenjska.



Presenečeni pa smo bili, ko smo poklicali drugega nagrajenca, gospoda Koprivca na Črni Vrh nad Idrijo. Oglasila se je njegova družica in bila našega sporočila nadvse vesela. Rekla je, da ji bo nagrada prišla še kako prav, saj živi v precejšnji stiski. In ker le-to dobro pozna, od nagrade odstopa 50 tisočakov za nezaposleno mater z otrokom, ki je prav tako v stiski. Ko sem te besede povedal navzočim naglas, so seveda zaploskali. Zoran Jankovič pa je dodal, da k temu dodaja še 50 tisočakov Mercator. Lepa gesta, ni kaj.

Tako Mercator v letu 2000 že deli srečo. Prireditve ne manjka in načrtov za naprej tudi ne.

Mile Bitenc



ZANIMANJE ZA MERCATORJEV FRANŠIZING RASTE



Mercator je pričel s franšizingom že leta 1991, ko so se pričeli oddajati v t.i. franšizing Mercatorjevi manjši, pretežno gostinski lokali. Ker Mercator ni bil nikoli specialist za gostinsko ponudbo v lokalih, ki so bili praviloma ob prodajalnah z market programom, tudi ni imel izdelane prave franšizne ponudbe za tovrstno dejavnost. V teh primerih je šlo v bistvu za najem z uporabo trgovske znamke. Časi pa so se spremenili in zanimanje za Mercatorjev franšizing počasi, toda vztrajno narašča.

Trdne osnove za razvoj franšizinga so bile postavljene šele v drugi polovici leta 1998, potem, ko je uprava sprejela dopolnjeni in izpiljeni koncept Mercatorjevega franšizinga predvsem za prodajalne z market programom. Franšizne pogodbe za gostinske lokale in mesnico so bile ob izteku oziroma sporazum-



no še pred iztekom, prekvalificirane v klasične najemne pogodbe, tako da je ostalo v uporabi le šest franšiznih pogodb, ki smo jih dopolnili in jih uskladjili z novim konceptom.

Mercatorjev koncept franšizinga temelji na osnovnem načelu kar največjega izenačenja franšiznih prodajal z Mercatorjevimi prodajalnami, kar velja tako glede notranje in zunanje podobe, prodajnega programa kot tudi nabavnih pogojev, ki so jih deležni prejemniki franšize. Tak sistem je ugoden tako za prejemnika, kot tudi za dajalca franšize. Prejemnik franšize je deležen celovite podpore dajalca franšize pri ureditvi lokala, nabavnih pogojih z vključevanjem v vse pospeševalno prodajne aktivnosti, svetovanju na področju konkurenčnih maloprodajnih cen, pomoči aranžerske in kontrolne službe, izobraževanju... Navodila, kako poslovati z Mercatorjevo franšizo, so zbrana v priročniku. Glavna prednost za dajalca franšize pa je v širjenju maloprodajne mreže brez veza-ve lastnega kapitala na območju, kjer sicer ni prisoten z lastnimi enotami ter zagotovitev stabilnih kupcev grosistični dejavnosti.

Tak sistem je postal zanimiv ne le za potencialne najemnike Mercatorjevih lokalov, ampak predvsem za samostojne trgovce, ki že poslujejo v lastnih prodajalnah ali pa se odločajo za njihovo odpiranje. Na tej osnovi smo že v letu 1998 podpisali franšizne pogodbe za štiri prodajalne, pravi razcvet franšizinga pa se je pričel v letu 1999, ko smo javnost seznanili z našim novim konceptom z oglasi v javnih glasilih, s posredovanjem podatkov o našem franšizingu novinarjem strokovnih časopisov, ki so pripravljali članke o franšizingu na Slovenskem, z objavo osnovnih podatkov o franšizingu na Mercatorjevi spletni strani, precej zanimanja pa se je pojavilo tudi s strani Mercatorjevih eksternih kupcev.

Interesentov je bilo zelo veliko. Vsem smo omogočili podrobno seznanitev s sistemom našega franšizinga, saj je zaradi zlorab imena franšizing v Sloveniji cela vrsta trgovskih podjetij nudila t.i. franšizing, ki pa je bil še najbolj podoben komisijski prodaji in daleč od zahtev Slovenskega franšiznega združenja, katerega ustanovni član je tudi Mercator ter stališč Urada Republike Slovenije za varstvo konkurence.

Resne kandidate za prodajalnami, ki so ustrezale okvirnim kriterijem našega franšizinga, smo preverili s pomočjo pooblaščenec za franšizing v Mercatorjevih družbah, na območjih, kjer ima interesent prodajalno. Vključili pa smo tudi sektor za razvoj, ki je ocenil primerost prodajalne. V letu 1999 smo tako v franšizing vključili 7 prodajal t.i. individualnih prejemnikov franšize.

Precejšnji interes za naš franšizing pa se je pojavil tudi pri t.i. kolektivnih prejemnikih franšize. Tako

smo v letu 1999 sklenili pogodbe o franšizingu z 11 kmetijskimi zadrugami, ki so v preteklosti v svojem imenu nosile ime Mercator in s podjetjem Alpkomerc, z nekaterimi pa so pogovori še v teku.

Kmetijskim zadrugam je bilo zaradi sodelovanja v preteklosti ponujeno, da v franšizni odnos vključijo vse svoje prodajalne z »market programom«, kar je večina tudi storila. Prednost tega pristopa je v tem, da je vsem enotam omogočena enotna nabava po t.i. franšiznih pogojih, slabosti pa so predvsem v tem, da so združne prodajalne v veliko primerih relativno blizu Mercatorjevih in da del prodajaln v celoti ne ustreza minimalnim kriterijem za vključitev v franšizni sistem (kvadratura prodajnega prostora, mesečni promet). Pričakovati je, da bo zaostrovanje pogojev na trgu postopno prisililo zadruge k posodobitvi in razširitvi oziroma zapiranju premajhnih prodajaln. Čeprav je Mercator s kmetijskimi zadrugami sodeloval že v preteklosti, pa je bilo to sodelovanje zelo ohlapno in predvsem nestabilno. To dejstvo med drugim potrjuje tudi podatek, da so se združni nakupi v Mercatorju po podpisu pogodb o franšizingu več kot podvojili, tako da je vrednost nakupov v tretjem kvartalu 1999 presegla vrednost nakupov v celotnem prvem polletju istega leta s tem, da se še povečuje.

Alpkomerc ima podobno kot kmetijske zadruge vrsto premajhnih oziroma drugače neprimernih prodajaln z market programom. Dogovorili smo se, da se v prvi fazi v franšizing vključi 8 od skupno 22 prodajaln, preostale pa postopno in selektivno, če bodo urejene v skladu z Mercatorjevimi standardi.

Leto 1999 smo tako zaključili z 80 franšiznimi enotami, od tega jih je bilo v tem letu v franšizni sistem vključenih kar 70.

V povprečju znaša kvadratura prodajnega prostora franšizne prodajalne 130 m², od tega pri t.i. individualnih prejemnikih franšize 100, pri kmetijskih zadrugah 127 in v Alpkomercu 233 kvadratnih metrov.

Leto 1999 je bilo pomembno še z enega vidika. V tem letu so bila pripravljena in sprejeta tudi pravila za delovanje franšizinga v okviru ISO standardov, ki bodo ob vseh ostalih naporih še povečala doslednost sistema in enakost vseh prejemnikov franšize, kar je eno od zagotovil, da bo sistem uspešno deloval.

Teoretične osnove so dosegle visoko raven, veliko dela pa nas čaka pri izvajanju vsega sprejetega. Tako bo potrebno zagotoviti večjo koordinacijo dela med službo za franšizing in t.i. podpornimi službami, ki delujejo v okviru trgovskih družb in na nivoju koncerna, pomoč in istočasen nadzor dela obstoječih franšiznih prodajaln, posebno pozornost pa bo potrebno posvetiti doslednemu zagotavljanju vsega, kar je bilo prejemnikom franšize obljubljenega ob njihovi vključitvi v franšizni sistem (vključevanje v nabave direktnih dobaviteljev, pomoč aranžerske službe, izobraževanje ...).

Zaradi racionalnosti, predvsem pa zaradi nujnosti sožitja med franšizno in Mercatorjevo mrežo prodajaln, je najprimernejša sedanja oblika organiziranosti



službe za franšizing - ob koncernski koordinaciji tudi nudenje storitev in podpore pristojnih služb v trgovskih družbah, kjer so franšizne enote in ki jih te družbe grosistično oskrbujejo. Ob vsem tem pa bo treba čim prej preseči razmišljanje o medsebojnem konkuriranju in franšizne enote upoštevati kot »posvojene« enote, ki nemalokrat potrebujejo celo več pozornosti kot lastne enote.

Želja je, da bi s franšizno mrežo pokrili vse tiste kraje, kjer še nimamo svojih lastnih oziroma franšiznih prodajaln, zato bomo še naprej selektivno sprejemali v naš franšizni sistem vse ustrezne prejemnike franšize, ki se bodo javljali sami oziroma jih bomo k sodelovanju povabili. Prav tako že dalj časa obstaja želja, da bi izdelali ustrezne franšizne pakete tudi za druge prodajne programe in jih ponudili zainteresiranim trgovcem.

Eden glavnih problemov franšizinga v Mercatorju je preveliko število ravni delovanja in odločanja, kar kljub sprejetim navodilom v okviru ISO standardov in kljub določitvi pooblaščenec za franšizing v trgovskih družbah, lahko povzroči nepovezano delovanje in onemogoči kvalitetnejše delovanje franšiznega sistema. Ker obstajajo realne možnosti, da v bližnji prihodnosti v »market programu« doseže grosistična prodaja v franšizne prodajalne desetino vse eksterne grosistične prodaje v Mercatorju oziroma da malo-prodaja v franšiznih enotah predstavlja dvajsetino vse Mercatorjeve maloprodaje, bi moral franšizing vse bolj globoko vrtati v misli in načrte Mercatorjevih trgovskih družb. Le tako bo moč nadgraditi kvalitete Mercatorjevega franšiznega sistema.

Stanislav Tomšič

TRIJE SPET POD ENO STREHO

Prve dni v letu 2000 je Okrožno sodišče v Novi Gorici vpisalo pripojitev trgovskih družb Hubelj iz Ajdovščine in Grosist iz Nove Gorice k prevzemni družbi Mercator-Goriška.

Tako so pod isto streho trgovci, ki so pod eno streho bili že pred leti. Vsi trije so bili namreč člani velikega trgovskega sistema Primorje. Zdaj so spet skupaj, vendar v eni družbi, ki sodi v Mercator.

Slavica Velikonja, do združitve z Mercator Goriško, je bila direktorica trgovske družbe Hubelj, se spominja



Slavica Velikonja

dobrih in slabih časov podjetja. »Bili so časi, ko se je blago samo prodajalo. V krizo je podjetje zašlo zaradi nekaterih nepravilnih odločitev v

letih 1990-1993. Likvidnostno je bilo podjetje »v podnu«, svoje je dodala še denacionalizacija 30 trgovskih lokalov. Že takrat se je število zaposlenih zmanjšalo za 180. Če so zaposleni s štrajkom prisilili vodstvo, da je pobralo šila in kopita, potem lahko verjamete, da je bilo hudo. V stečaj, ali pa zbrati vse sile in potrpati na razumevanje upnikov, da se izmazemo, je bilo vprašanje, na katerega sem morala v letu 1994, ko sem postala direktorica podjetja, najprej poiskati odgovor. Prisilna poravnava je bila rešitev, hkrati pa začetek iz nič. V letu 1996 smo že poslovali brez izgube iz rednega poslovanja. Drastično smo znižali število prodajal, danes nas je v podjetju sto, imamo pa 11 prodajal različne velikosti in tipov. Razvojno največ pričakujemo od postavitve manjšega nakupovalnega centra, ki bo v sedanjem ajdovškem BIS centru.

Dragan Valenčič, direktor dosedanje trgovske družbe Grosist pa je družbo predstavil takole: »Tudi v Grosistovi trgovini so značilna združevalna in razdruževalna obdobja,



Dragan Valenčič

vzporni in krize. Kritično je postalo na začetku leta 1991, ko smo izgubili hrvaški trg. Ta izguba je pomenila 25 % nižjo realizacijo. V letu 1993 smo pridelali okrog 60 milijonov izgube. Takrat smo izoblikovali novo poslovno strategijo, ki je bila v kratkem naslednja: oskrbovanje oziroma grosiranje na lokalnem trgu tudi novega segmenta kupcev - privatnikov, trženje uvoznih programov in razvoj lastne maloprodajne mreže, katere osrednji del je Nakupovalni center Grosist. Že leta 1994 smo poželi 12 milijonov tolarjev dobička, v naslednjih letih pa povprečno 100 milijonov. Od takrat do danes je letni promet znašal med 5 in 7,5 milijarde tolarjev, pri čemer je dobra tretjina ustvarjena z uvozom, 10% ustvari naš nakupovalni center, 10% pa je prispeval promet z Goriško. Ostalo je promet z lokalnimi kupci. V sedanji družbi oziroma v Mercatorju je za nas pomembno, da obdržimo predvsem uvozne programe in z njimi povečamo promet tako znotraj kot izven Mercatorja. Okrog 10.000 kvadratnih metrov skladiščnih površin, namenjenih živilskim in neživilskim izdelkom, so možnost, da promet iz naslova oskrbovanja goriške regije še povečamo ter hkrati izkoristimo vse prednosti dobavnih tokov v Mercatorju. Iz Grosista je v novo družbo prišlo 230 zaposlenih. In še en zanimiv podatek iz naše zgodovine bi navedel. Sredi devetdesetih let smo že razmišljali o morebitnih povezavah s sedanjo Goriško in tudi v velik sistem in Mercator se nam je zdel prava izbira.

vzporni in krize. Kritično je postalo na začetku leta 1991, ko smo izgubili hrvaški trg. Ta izguba je pomenila 25 % nižjo realizacijo. V

Toda dlje od predlogov oziroma pogovora nismo prišli. Za Mercator bi bili zanimivi le povezani z maloprodajo oziroma z Goriško.

In kaj o novi, pred dnevi uradno registrirani pripojitvi dveh družb meni direktor Mercator Goriške **Silvan Makuc**? Predvsem poudarja odprte razvojne možnosti, ekonom-



Silvan Makuc

ske učinke in socialno varnost zaposlenih v novi družbi. »Tri uprave, tri skladišča, tri ..., vse to je treba čimprej harmonizirati, racionalizirati, konsolidirati. Rezul-

tati združevanja bodo vidni hitro, odvisni niso samo od vodilnih ljudi, temveč od vseh nekaj manj kot 800 zaposlenih v novi družbi. Ker se nam odpirajo nove naložbe - tu mislim predvsem na Mercator Center Nova Gorica, nakupovalni center v Ajdovščini in na še nekaj manjših naložb v okolici Nove Gorice, odpuščanja zaposlenih ne predvidevamo. Kot prednostno nalogo smo postavili ureditev vseh naših maloprodajnih enot po Mercatorjevi celostni podobi (najprej zunanja obeležja, postopno pa tudi notranjost), kar nas bo letos veljalo okoli 30 milijonov tolarjev, veliko pozornosti bomo namenili izobraževanju zaposlenih v smeri spoznavanja Mercatorjevih standardov. Sicer pa bomo letos v objekte investirali med tremi in štirimi milijardami tolarjev, v kar je všteto tudi odkup blagovnice v Ajdovščini, ki sodi v Mercator Trgovino Ljubljana. Čaka nas poenotenje informacijske podpore poslovanju, poenotenje plač in postavitve racionalnih strokovnih služb družbe.

Vesna Bleiweis

PRESTOLNICA LIMA JE BILA NEKDAJ MESTO KRALJEV

V popotniškem hotelu

Pustite me spati! Edina misel, ki jo zmorem. Neprestano prižiganje in ugašanje luči je pravi »lajtsou«, ki mi žre živce. To je slaba stran vseh skupinskih sob v cenених popotniških hotelih, ki jo moraš vzeti v zakup. Za dobra dva dolarja pač ne moreš pričakovati udobja in še zasebnosti povrh.



Ena od sten ima razmeroma veliko odprtino, ki ni ne vrata, še manj okno. Odprtina je prehod v sosednjo, še eno popotniško sobo. Promet skozi ta navidezna vrata je vse bolj gost in glasen. »Vstanite v suženjstvo popotništva zakleti«, si rečem in zbujam svojo drago sopotnico. Jutra že zdavnaj ni več, spat je šlo s časovno razliko. Morda še ujameva nekaj dnevne svetlobe. Mračiti se je tiste dni začelo že okoli šestih popoldne, saj je Lima blizu ekvatorja, kar pomeni, da sta noč in dan približno enako dolga ne glede na letni čas.

Oglašati se je začela lakota. »Mnm, ni slaba tale mešanica koščkov mesa in različne zelenjave, a?«, izdavam po nekaj zaužitih grizljajih v »hotelski restavraciji«. Tanja mi je pritrdila, glasen in jasen odgovor pa je prišel od čevkave papige, ki se je šopirila na ograji. Klepetulja je bila ljubljenska gostov. Kot spogledljiva, vendar fina dama se je sprehajala po ograji in ogovarjala goste. Če si se ji približal, se je odmaknila in spustila pravo besedno ploho. Bolj malo sem razumel, španščina pač.

Spozna sva še eno prebivalko hotelske restavracije. Počasno stoletno želvo, ki se nama je prišla pokazati. Lezla je počasi, iz oklepa stegovala nagubano glavo in zvedavo ogledovala omizja. Najinemu se ni uspela približati več kot dva metra, očitno sva za njeno centimetrsko napredovanje prehitro jedla. Njena prizadevanja, da bi si naju ogledala od blizu sva skrajšala in ji z božanjem po podbradku dala vedeti, da sva zelo vesela njenega obiska. Okorna, počasna žival se je raznežila.

Nedelja v Mestu kraljev

»Če prav berem zemljevid La Ciudad le Los Reyes oziroma Mesta kraljev, kot se je današnja Lima uradno imenovala vse do konca 16. stoletja, sva čisto blizu Plaze de Armas, osrednjega limskega trga,« se bolj kot s Tanjo pogovarjam sam s sabo. V nos mi sili neznosen smrad. Mešanica vonjav, ki prihajajo z uličnih stojnic, s kupov vreč in nesnage ob hišah... Izpušni plini, kanalizacijske odplake, ki se stekajo v

reko Rimac... zdi se mi, da smrad zanesljivo sega do neba. V času, ko se je Lima še imenovala Mesto kraljev, je morala biti reka Rimac zanesljivo bolj čista in gotovo ni zaudarjala po gnojnici.

Zemljevid sem dobro bral. Ozka ulica se je nenadoma razprla v ogromen park. Sveže zasajene in okopane zelenice, v središču parka pa razkošna fontana, ki so jo postavili že v letu 1650. Okolica vodnjaka je idealen prostor za takšno in drugačno poziranje sprehajalcev nedeljskim fotografom. V ozadju, za mamo, atom, strici in tetami, pa svakom in njegovimi brati, mora biti razkošna vladna palača (Palacio de Gobierno), mogočna katedrala, limski magistrat ali pa najmanj pročelja sveže prepletkanih hiš iz časov, ko je kolonialno stavbarstvo obvladovalo mestno središče. Vse te umetelnosti obdajajo park oziroma veličasten trg. Videz moči in gosposkosti hkrati.

Po trgu oziroma parku se podijo razposajeni otroci, ki jim je malo mar za sveže trate. Na gubastih obrazih starcev in stark, ki posedajo na obledelih klopcah, nad tem živ žavom ni videti ne veselja, ne ogorčenosti. Otopeli, pogreznjeni vase, čakajo... le kaj čakajo?

Na trgu se zbirajo prodajalci in preprodajalci vsega mogočega, pripadniki različnih verskih skupin, med katerimi ne manjka niti Hare Krišna, poulični glasbeniki, poklicni čistilci čevljev, indijanske družine odete v živopisane noše, ki se pustijo fotografirati le proti prgišču kovancev. Ne manjka frčave mladine v hlačah z žepi do kolen, majicami do popka in tudi ne številnih policajev. Konglomerat vsega in vseh, ki ga le redko srečaš na enem samem mestu.

Ta pisana množica te na nek način ali prisili, da se z njo zliješ in jo sprejmeš za svojo, začneš »dihati« po njeno ali pa da jo gledaš z določene distance, jo ujameš le v objektiv in o njej razmišljaš šele potem, ko si v domačih logih.

Nedeljski sprehod po prepolnih ulicah in trgih Mesta kraljev sva končala na trgu Plazi San Martin. Prepustila sva se toplim žarkom sonca. Mučila naju je časovna razlika, saj bi morala po našem času že spati. Pohajkovanja po ulicah osem milijonskega mesta je bilo končano. Končan je bil najin edini dan, namenjen Limi. Še skodelica lepljivega mlečnega riža za okrepitev... veke so se zapirale same od sebe. Le še načrt za naslednje dni sva potrdila.





Tisoči policajev in varnostnikov

Kasneje, ko sva se zaradi sile razmer ponovno vrnila v Limo in jo prečesala, sva ugotovila, da je kljub slovesu nevarnega in kriminalnega mesta, razmeroma varno pribežališče popotnikov. Seveda, če prav izbereš kraj in čas svojega potovanja po mestnih četrtih. Občutek varnosti daje obiskovalcem prava armada mestne policije in varnostnikov.

Še posebej se to čuti v središču mesta in okoliških ulicah, kjer je varuhov miru in reda resnično kot listja in trave. Na skoraj vsakih 100 je najmanj eden, najpogostejša pa v parih patrolirajo po svojem rajonu. Poleg tega, da skušajo preprečiti vse oblike kriminala, je njihova naloga tudi razganjanje beračev. S tem naj bi naredili na obiskovalce vtis - v Limi ni revščine. Pa jim ne uspeva preveč dobro. Reče so v Limi na vsakem koraku, proseče roke se stegujejo in spremljajo jih včasih že prav boleči pogledi. Peščici lahko daš kosček sreče v obliki kovanca ali dveh, večini pa lahko nameniš le razumevajoč pogled v upanju, da se ga bodo usmili drugi.

Bolj kot se oddaljuješ od mestnega središča, manj je mož postave, vendar občutek varnosti ostaja. Zlasti v poslovnemu San Isidriu, bogataškemu Mirafloresu ter umetniškemu Barrancu.

Raziskovanje primestnih naselij, zlasti okoli limske Šmarne gore, hriba San Cristobal ter pristaniškega naselja Callao terja že kar malo poguma. Sicer pa, če se znajdeš ob napačnem času na napačnem kraju, se ti neprijetnost zgodi tudi v naši Ljubljani, kar sem že izkusil na lastni koži.

Slovo od železnice, zato pa v Pisco in na mali Galapagos

Sprva sva nameravala pot iz Lime nadaljevati z železnico, ki je najvišje speljana železna cesta na svetu. Z znane limske železniške postaje zapuščenec (Desemparados) se ta cesta vijuga preko 61 drzno zgrajenih mostov in skozi 65 nič manj drznih predorov, od morske gladine na nadmorsko višino 4.829 metrov, v mrzlo višavje andskega Altiplana. Ponekod je baje pobočje tako strmo, da na kačasto zaviti progi ni bilo mogoče zgraditi primernega ovinka, zato mora vlak zapeljati najprej na slepi tir, počakati, da premaknejo krenico in se nato vzvratno vzpenjati po naslednjih zavojih.

Najin cilj je bilo pristrčno mesto Huancayo, ki leži dobrih 3.000 metrov visoko v dolini Mantaro, kjer bi imela enkratno priložnost srečanja z življenjem tamkajšnjih Indijancev ter popotovati po najbolj nenavadni in slikoviti krajini na zemlji. Vedela sva, da

vlak sicer vozi tja gor, vendar le vsako zadnjo nedeljo v mesecu. To časovnico sva sicer vzela v zakup, upala pa sva, da so morda dodali še kakšno dodatno vožnjo. Zaman. Eno največjih inženirskih čudes sodobnega sveta so gradili po načrtih Američana Meigsa, ki je trmasto trdil, da koder hodijo lame, lahko pelje tudi njegova železnica. Na železniški postaji izveš, da je tudi edina vožnja povsem vprašljiva, saj vlak včasih zamuja tudi po nekaj dni ali pa sploh ne odpelje. Zanj si moraš vzeti čas. In prav čas mi je odnesel to pot mojo največjo popotniško željo - vožnjo z znamenito železnico.

Pisco, nekdanji san Clemente de Macera, kot se je kraj imenoval v zgodovini, razen lokalnega konjaka, popotniku nima kaj dosti ponuditi. Tu se obiskovalci ustavljajo le zato, ker je izhodišče za plovbo do otočja Ballestas, ki ga nekateri imenujejo kar mali Galapagos. Otočje je v bližini Paracaškega zaliva, slabo uro vožnje s hitrim gliserjem. Obisk skupine otokov, kjer so kolonije morskih levov, pingvinov ter številnih vrst obalnih ptic, med katerimi izstopajo ptiči Inka, je svojevrstno doživetje.

Sonce se kljub spodbudni napovedi še vedno skriva za trdovratno garuo in nič en kaže, da bi videli otočje in njene prebivalce v objemu sonca in morja. V soju jutranjih meglic, ki se podijo ob skalah, zagledamo prve prebivalce otočja. Ne dajo se dosti motiti. Vajeni so obiskovalcev, uživajo v jutranjem kopanju in zajtrku. S čolnom se pripeljemo čisto blizu skal in prikupnih levčkov bi se lahko dotaknil z roko. Eni se nemirno presedajo, drugi se leže pretegujejo, spet treji uganjajo vragolije in razkazujejo spretnost v skokih v vodo. Med njimi so tudi pravi mojstri prosjačenja, saj s čolna pogosto prileti slasten grizljaj. Preletavajo nas jate morskih galebov, znamenitih Inka ptic ter še cela vrstih drugih majhnih ptic.

Kolonija pingvinov. Bele srajčice, čeznje ogrnjen elegantni črni frak, nerodno stopicanje na kopnem, v vodi pa spretne, hitre živali pokažejo vso iskrivost. Nam v pozdrav, menda. Pokažejo vragolije, ki jih znajo le še delfini.

Ob otočju se širi smrad, ki je posledica iztrebkov številnih ptičev. Guana, kot se tem debelim skladom iztrebkov strokovno reče, je toliko, da je odlični izvozni artikel, ki ga predelujejo v naravno gnojilo.

Otočje je razglašeno za naravni park in ogled je možen le z morske strani. Neposvečena noga nanj ne sme. Čeprav nisem pestoval ljubkega morskega levčka, bom še nekaj časa pestoval spomin na mali Galapagos. Primož Godler



LEPA, VESELA IN PRAKTIČNA SMUČARSKA MODA

Letošnja zima je zima v pravem pomenu besede. Sneg nas je kmalu razveselil in za spremembo od preteklih let, ga je tokrat padlo dovolj in obdržal se je. S tem pa je povezano smučanje, s smučanjem pa tudi smučarska moda.

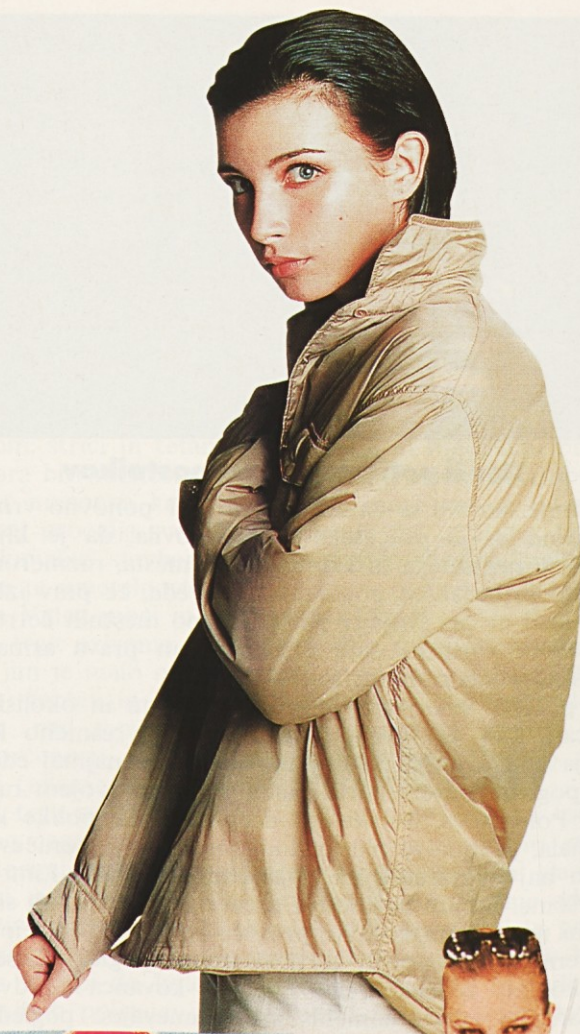
Ko gre za šport, je moda podrejena namenu. Nič odvečnega, nobenih dodatnih okraskov, ki ovirajo. Skratka, smučarska oblačila morajo biti funkcionalna, lahka, topla, pa kljub temu lepa in izrazita. Zato so pri njih poudarjene barvne kombinacije manjših, neobremenjujočih dodatkov, ki polepšajo oblačila. Na ženskih kombinezonih so tako pogosto celo vezane aplikacije, moški kombinezoni pa tudi niso neizraziti, saj je prav to oblačilo, v katerem si »mačoti« lahko dajo duška, ne da bi svojo moškost zato postavljali pod vprašaj! Sicer pa kombinezone, ki so dolgo prevladovali na smučiščih, zamenjujejo dvodelna ali celo tridelna oblačila - bunda, brezrokavnik in hlače, ki so lahko v barvno precej drznih kombinacijah.

Letošnji stil smučarskih bund, ki so tanjše in iz kompaktnejšega nepremočljivega, pa kljub temu dovolj zračnega materiala, je krajši, oblikovan po telesu in prepasan. K živahnejšim barvnim kombinacijam bund sodijo enobarvne hlače, v enakem tonu pa naj bi bila tudi kapa oz. trak in rokavice. Hlače so lahko z naramnicami in sežejo malo nad pas ali pa sežejo le do pasu, pri teh pa je priporočljiva nekoliko daljša bunda. Sicer pa kratke bunde niso čisto zapovedane, saj je velika izbira tudi bund, ki sežejo do sredine bokov in celo pokrijejo ritke. Novost pa so zgornja oblačila iz velurja, ki so skoraj praviloma nežnejših barv in nežnejših kombinacij, čez to pa brezrokavnik, v enakem tonu kot hlače. Skratka, izbira za smučarke in smučarje je zares velika.

Drugačna pa je moda za deskarje. Nekoliko bolj »mestno« je videti, je pa tudi manj barvno atraktivna. Za vse pa je zelo pomembno tudi smučarsko perilo. Sodobni materiali omogočajo, da je to tanko in zares lahko perilo tudi nadvse praktično, kajti prepušča znojenje in tako koža ostaja suha. Torej, ne le kar je videti, še pomembnejše je tisto, kar je spodaj. In pri tem ne smemo gledati na ceno, kajti razlika v kvaliteti in funkcionalnosti je veliko večja od razlike v ceni. Tudi nogavičarji niso zaspali - oblikovali so tople nogavice, okrepljene na prstih in petah, tako da je noga v smučarskih (pa tudi v plininskih) čevljih kar se da zaščitena.

Za smučarje pa je pomembno še marsikaj. Oblačilo - kombinezon ali komplet naj bi imelo tudi sponke za smučarske karte, pa sponke za rokavice, kadar jih ne potrebujejo, žepi naj bi bili primerno veliki za vse potrebščine, ki jih prenašajo s seboj - od očal do robčkov ... Skratka, nič ni prepuščeno naključju. Tako pretehtano oblačilo pa mora vendarle delovati lahkotno, lepo in veselo. Zato je pogled na strmine, po katerih se spušča pisana paleta barv, tako vesel in lep.

Lidija Jež



Majhen strok - velik učinek

Že cremonski škof Luidprant, ki se je kot poslanik nemškega cesarja mudil na bizantinskem dvoru, se je pritoževal nad vonjem po česnu, ki je krasil bizantinskega cesarja. V zavzemanju za ali proti česnu in predvsem v vsakodnevem jedilniku se jasno kaže razlika med severnimi in južnimi deželami. Po mnenju znanstvenikov, ki se ukvarjajo s to rastlino, je razlog za to dejstvo, da česen izvira iz južnih območij, kjer ga ljudje bolj poznajo in cenijo njegov zdravilni učinek.

Česen učinkovito deluje proti poopnenju žil, t.i. arteriosklerozi. Ovira namreč nastajanje holesterina v celicah jeter, s čimer postane raven ožilju nevarnega holesterina v krvi nižja. Holesterol velja namreč za glavnega krivca za poopnenje žil. Zdravo ožilje pa pomeni zmanjšano tveganje za srčni infarkt ali kap.

Na danski univerzi v Aarhusu pa so odkrili še enega izmed učinkov česna. V laboratorijskih poskusih so dokazali, da dodatki česnovih izvlečkov zadržujejo staranje celic kože, zato pri jedcih česna kožne celice ne živijo le dlje, temveč so tudi videti mlajše in bolj vitalne. Česen deluje torej pomlajevalno in vpliva na elastičnost kože.

Leča prinaša srečo in zdravje

Ljudsko izročilo v nekaterih državah pravi, da kuhana leča, pripravljena ob praznovanju novega leta, prinaša srečo. O leči piše tudi Sveto pismo. Odkrili pa so jo celo na slikah v grobovih faraonov.

V Louvru, v Parizu so razstavljena tri zrna leče iz egiptovskih grobov izpred več kot dvatisoč let. Rimljani so vedeli, kako jo vzgajati in kuhati v kislu. Stari Židje so lečo jedli v trenutkih žalosti, v Toscani pa lečo uživali na sedminah.

Leča (*Lens esculenta*) je stročnica oziroma metuljnica in je izjemno hranljiva, saj vsebuje veliko beljakovin. Prav tako ima veliko vitaminov, predvsem iz skupine B. Kljub vsem tem njenim značilnostim, pomembnim za človekovo zdravje, se je pridelovanje leče v Evropi zmanjšalo. Na drugi strani pa je leča na primer v Indiji in Pakistanu eno najbolj cenjenih živil. Prav tako lečo uporabljajo tudi pri kolobarjenju, saj se kakovost tal, če so npr. revna z dušikom, bistveno izboljša, če na njih gojimo to metuljnico. V nekaterih državah pa lahko iz leče uporabljajo v tekstilni industriji zaradi stabilne viskoznosti njenih snovi pri visoki temperaturah. V Italiji je pridelovanje leče upadlo zaradi širjenja škodljivcev in spremembe prehranskih navad Italijanov. K splošnemu upadanju pridelovanja leče pa je prispevala tudi slaba kmetijska politika. V nasprotju z Italijani, pa sta leča in bob vse bolj priljubljena pri Britancih, kjer njuna poraba skokovita narašča.

Recept

Iz leče lahko pripravljamo razne pireje, slastne priloge k pečenkam, zrezkom in divjačini, največkrat pa iz nje pripravimo enolončnice s krompirjem ali cmočki ter jih dopolnimo s suhimi slivami, porom, korenčkom ali čebulo. Primerne začimbe so kis, pehtran, nageljnovе žbice, paprika v prahu, peteršilj, poper, limonov sok ali sladkor.

Lečna kremna juha

*20 dag leče, 10 dag krompirja,
1 žlica olja, čebula, česen,
lovorov list, peteršilj
in 4 žlice kisle smetane*

Če je bila leča namočena, jo z začimbami kuhamo pol ure. Ko je leča s krompirjem kuhana, jo pretlačimo, dodamo popraženo čebulo, pokuhamo, na koncu pa zgostimo s kisló smetano in potresemo s sesekljanim peteršiljem.

Leča z gobami

*30 dag leče, 10 dag suhih gob, 3
stroki česna, žlica moke, olje, sol,
poper in drobnjak*

Lečo skuhamo v osoljeni vodi. Na maščobi prepražimo namočene in ožete gobe. Proti koncu dodamo strt česen, pomešamo, da česen za-diši, malo pomokamo in zalijemo z vodo, v kateri se je kuhala leča. Primešamo odcejeno lečo in malo pokuhamo. Na koncu popopravimo in potresemo s sesekljanim drobnjakom.

Andrej Remškar

NAGRADNA KRIŽANKA



POJAV, KO NEČESA NE OPAZIMO, NE VIDIMO (NPR. PROMETNEGA ZNAKA)	ČLOVEK, KI KAJ URAYNAVA	BANJICA ZA SEDECE KOPELI	NASLANJANJE NA PALICO	LIVADA	IME PISCA FLEMINGA	VRBI PO- DOBNO DREVO 4. JN 23. CRKA
PREBIVALEC MESTA V S. BACKI						
STANJE NPR. SPORTNIKA PRED TEKMO						
ENOTA KOTNE ALI LOČNE MERE						PREBIVALKI LETONIJE
AMERIŠKA TENISKA IGRALKA (CHRIS)					TRETJINA BESEDE CVETJE	SODOBNI FRANC. KARIKATURIST
TRETJINA BESEDE MAGNET		MESTO NA Z. NEMCIJE D. PRITOK SENE				
ZGODO- VINSKO MESTO V SZ FRANCIJI				KRMILLO PRI AVTOMOBILU OČE		
PREROK V IZRAELU V CASU AHABA					ŽIVALI, KI KOTIJO ŽIVE MLADIČE TONE KRALJ	
1 10.000						
SESTAVIL: JOŽI PETELIN	AVTOMOB. OZNAKA CELJA			SLIKAR Z VOĐENIMI BARVICAMI		

NASLOV ZNANEGA ROMANA LEVA NIKOLAJEVIČA TOLSTOJA	RANDEVU, RANDI	NAŠA PRIPOVEDNICA (MINIKA)	GR. REKA POZABLJENJA (IZ CRK TELE)	NABOŽNA PRAVO- SLAVNA PODOBA	MAJHEN DELCEK, ZLASTI TEKOCINE
GLASNO IZGOVORJENA BESEDA					
IGLASTO DREVO					
PRIPADNIK TEVTONOV					
PRITOK TIBERE V ITALIJI					
JAPONSKI DENAR			SIMBOL ZA AKTINU		
AM. IGRALKA (LUCILLE)					
				VELIKA RUSKA REKA	IME VEČ REK V BRITANIJ
					VRTNA LOPA
		GRŠKA CRKA	NAŠ ARHITEKT (MARKO) DEL PRSTA		

Rešitve pošljite do 20. februarja 2000 na naslov:

Poslovni sistem Mercator, Center za obveščanje, Dunajska 107, 1000 Ljubljana.

Za pravilno rešitev križanke v prejšnji številki časopisa, nagrade prejmejo: Viktor Maček, Pod Žirkom 15, 4226 Žiri, Marija Salobir, Malikova 48, 1000 Ljubljana in Julija Zbačnik, Vojkova c. 73, 1113 Ljubljana.

Nagrade bomo poslali po pošti.

Loka kava[®]

Zdrami in premami

Poslej v novi podobi.





Vas vabi

DOŽIVITE

Kaj morate narediti?

ZIMSKO

V kuverto vložite tri ovitke katerega koli izdelka Milka. Na kuverto razločno napišite svoje ime, priimek, naslov in odgovor na nagradno vprašanje:

Katero čokolado ima

Milkin snežak najraje? Nalepite pošto znamko in kuverto najkasneje do 21. februarja 2000 pošljite na naslov:

Milka
p. p. 5660, 1001 Ljubljana



PRESENEČENJE!

Vmesni žrebanji sta bili 2. in 30. januarja 2000.

veliko zaključno žrebanje pa bo 27. februarja 2000, vsa na Kanalu A.

Morda prav vi DOŽIVITE ZIMSKO PRESENEČENJE!



www.milkaski.com

URADNA ČOKOLADA SVETOVNEGA PRVENSTVA V ALPSKEM SMUČANJU

Nakup izdelkov Milka ni pogoj za sodelovanje v tej igri. Če želite sodelovati v žrebanjih, nam na naslov VLB, p. p. 4400, 1001 Ljubljana pošljite prošnjo in svoje podatke. Prejeli boste kupon, s katerim lahko sodelujete v nagradni igri. Organizator: Kraft Jacobs Suchard, Export Division Avstrija, Dunaj, tel. 0043-1-97044-0.



ZellamSee · Kaprun
EUROPA SPORTREGION