

**Predsednik
uprave o
govorica**

**Vse o
Mercatorjevih
delnicah:
trgovanje,
zamenjava...**

**Razpis
Mercatorjevih
nagrad**

**Mercatoriada
1996**

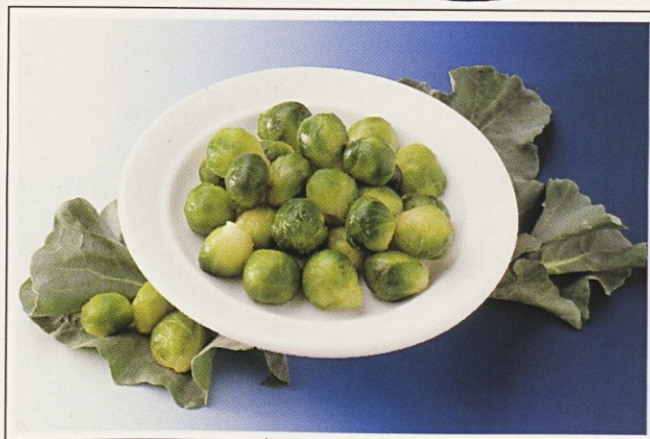
**Mipovo leto
Sejmi
Zeleni svet**

**Nagradna
križanka**

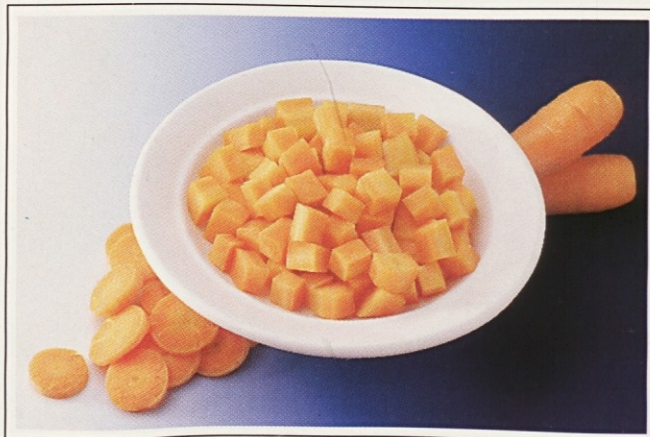
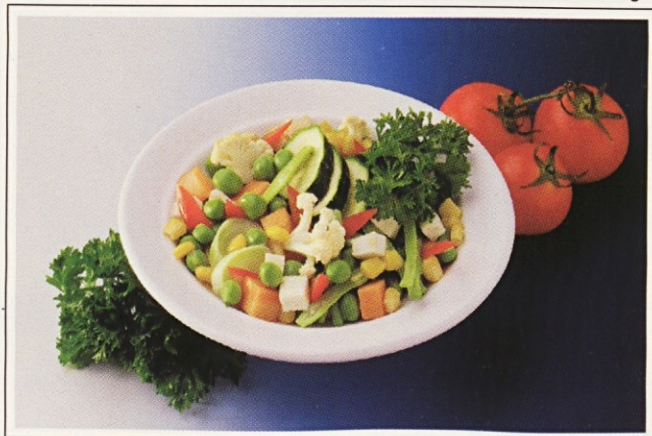




okus, ki ga spoznate



Hitro zamrznjene vrtnine v vrečkah za gospodinjstvo in v 2.5 kg vrečkah za gostinstvo.



na kratko

KRATKE VESTI IZ MERCATORJA,
O MERCATORJU IN OD DRUGOD

intervju

stran 4-7

intervju

Mercator, moderno podjetje -

pogovor s predsednikom uprave

stran 8-12

Prednost izvedbenim komponentam -

pogovor z direktorjem sektorja za

informatiko Francem Kodelo

stran 14 - 15

aktualno

Razpis Mercatorjevih nagrad za leto 1994

stran 13

Razpis Mercatoriade

stran 16-17

Vse o Mercatorjevih delnicah -

prodati ali počakati

stran 18 - 21

mercator

moje dežele

Zadnje Mipovo poslovno leto -

poročilo o poslovanju v letu 1995

stran 22-24

Gregorjev sejem v Novem mestu

stran 27

Razstave v Mercatorju

stran 28-29

Sejem Alpe Adria v sliki in besedi

stran 30-31

Branje za znanje

Preveč postelj, računi pa brez krčmarja

stran 25-26

Krka zdravilišča vabi

stran 32-33

Šport in zelene strani

stran 36-37

Nagradna križanka

stran 38

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

Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis

Priprava za tisk: Cortec Ljubljana

Tisk: Tiskarna Ljubljana

Časopis prejemajo delavci, kmetje, učenci in upokoje-
ni Poslovnega sistema Mercator.

Naklada: 10.300 izvodov.

Po mnenju pristojnega republiškega organa se od časo-
pi sa plačuje 5% prometni davek.

Vesna Bleiweis

Predsednik in njegovi fantje

Prvo besedilo uvodnika za to številko časopisa je bilo že napisano. V njem sem razglabljala o tri leta stari potici in čistem vinu, ki ga uprava ponuja zraven. Prevedeno: razmišljala sem o Mercatorjevem simbolu praznovanja (potici) medčloveške in gospodarske trdnosti in o požirku čistega vina (triletnem čiščenju poslovnih izkazov), ki ga uprava ponuja zraven. Bolj ko sem o zapisanem razmišljala, manj mi je šel uvodnik skupaj z vsebinsko naravnostjo te številke časopisa.

Kratka notica o odločitvi Združenja Manager, da bodo predsedniki uprav oziroma generalni direktorji 25 velikih podjetij v okviru stanovskega združenja ustanovili svojo sekcijo, ki bo med drugim skrbela tudi za uveljavljanje menedžerskega poklica v javnosti, me je pripeljala do uvodnika, ki ga berete.

Mercator je v svoji petdesetletni zgodovini doživel najmanj toliko refom, kolikor so jih zahtevale politične in gospodarske reforme. Vsaka med njimi je zahtevala svoj davek, nobena pa ni načela, po mojem mnenju, največje Mercatorjeve dragocenosti - medčloveških odnosov. Menedžment je tudi ob neprijetnih reformah nesporno užival velik ugled. In naj se sliši še tako bogokletno - znal ga je "skomunicirati", kar pomeni - prodajati predvsem svoji podjetniški, notranji javnosti. Orumenele strani tridesetih letnikov Mercatorjevega časopisa so eden med dokazi.

Okoliščine so narekovale, da je Mercator z reformo postal hierarhično organizirana trgovska družba, z vizionarsko in o vsem odločujočo upravo, razpredeno mrežo srednjega menedžmenta, ki vodi pa o ničemer ne odloča ter nekaj tisoč delavci, ki se vsak po svoje trudi, da bi, če nič drugega, ohranili svoje delo. Impulzivno središče dogajanja je v Mercatorju postala uprava, sestavljena iz mož, ki jih je izbral njen predsednik. Tu pa se začne zgodba, povezana z omenjeno notico.

Ugled menedžmenta v javnosti ne pride sam po sebi. Zanj so v prvi vrsti odgovorni menedžerji sami - je trdo garanje, ki ga tako v poslovnem kot zasebnem življenju vodijo etična in moralna načela, spremlja pa ustrezna komunikacijska strategija, saj so menedžerji bolj ali manj javne osebnosti in menedžerstvo javno opazno delovanje. Brez ustreznih komunikacij z javnostmi se prostor okoli obeh polni z govoricami, ugibanji, dvomi, sprevečanju, podtikanji, lažmi, medijskimi aferami... V javnostih se gradi negativna in uničujoča podoba menedžerjev in njihovega poklica. Brez pravočasnih in kredibilnih komunikacij je bitka za ugled izgubljena. Če ne verjamete, preberite intervju s predsednikom Mercatorjeve uprave Živkom Preglom.

Vesna Bleiweis

SODOBNA OPREMA ZA SODOBNEJŠO STORITEV

Ljubljana, 22.3.1996 - Evropska firma IBM in Poslovni sistem Mercator sta podpisala pogodbo o pogojih nakupa računalniške opreme za podporo maloprodajnemu poslovanju. S to opremo bo Mercator v naslednjih treh letih opremil blagajniška mesta v približno 300 samopostrežnih trgovinah po vsej Sloveniji. Tako bodo te trgovine povezane v enotni informacijski sistem. Naložba v sodobno opremo bo predvsem v korist kupcev, saj optični čital-

ci cen, ki so sestavni del nove opreme, omogočajo hitrejšo in natančnejše delo na blagajnah.

V informacijsko povezanih maloprodajnih mestih pa bo omogočeno učinkovitejše in cenejše vodenje zalog izdelkov, možna bo hitra izmenjava podatkov za distribucijo izdelkov v Mercatorjevi trgovski mreži. Vrednost naložbe je nekaj milijonov DEM. Sama naložba pa sodi v program celovite prenove storitev v Mercatorjevih trgovinah.



Podpis pogodbe

PROJEKT PRENOVE 300 TRGOVIN IN POMLADITEV CEN



Projekt teče. In kot prvi večji poseg, ki je rezultat te akcije, lahko zabeležimo popolno prenovo samopostrežne trgovine v krški blagovnici, ki bo postopno cela dobila novo podobo in vsebino. Prva faza prenove naj bi bila končana do Dneva Mercatorja - 15. junija 1996. Na vrsti pa bodo temeljitije prenove tudi v drugih Mercatorjevih blagovnicah.

Vzporedno s projektom prenove poteka tudi akcija "pomlajenih cen". To je cen, ki so primerljive s cenami Mercatorju konkurenčnih podjetij. Tako bo na prodajnih policah v vsem Mercatorju po enotnih "pomlajenih cenah" sto izdelkov. Bodite pozorni na posebne označevalce - cvetlične pomlajene cene.

Kolegij direktorjev profitnih centrov v družbi Mercator, d.d.

Ljubljana, 25. 3. 1996 - poslovanje koncerna in družbe Mercator, d.d. v letu 1995 in prodaja v letošnjem letu; izhodišča za gospodarski načrt 1996 in načrt operativne izvedbe marketinške strategije - to je na kratko vsebina kolegija.

Ugotovitev in potrditev poslovnih rezultatov koncerna bosta predmet revizije in skupščine delničarjev. Prodaja v prvih dveh mesecih letošnjega leta ni bistveno drugačna od prodaje v enakih obdobjih v preteklih letih. V gospodarskem načrtu pa se bo zrcalila predvsem zahteva po večji dobičkanosti profitnih centrov. Za marketinško strategijo v letu 1996 bo značilen pragmatičen pristop, posebej to velja za naložbeni del, za katerega bo v okviru finančnega sektorja v obvladujoči družbi skrbela novoustanovljena organizacijska enota. In da bi bilo vse, kar maloprodaja potrebuje vodeno in usklajeno na enem mestu, bo v sektorju za trženje in komercialo v obvladujoči družbi, odslej skrbela gospa Alojzija Zakrajšek, dosedanja direktorica profitnega centra Jelka iz Ribnice.

Nadzorni svet

Ljubljana, 20. 3. in 5. 4. 1996 - dve seji nadzornega sveta in obe v bistvu povezani s preliminarim poslovnim rezultatom koncerna v letu 1995 in s problematiko vstopa Mercatorjevih delnic na Ljubljansko borzo. Ob tem tudi o gospodarskem načrtu za leto 1996 ter zamenjavi delnic po pravilu "51 - 49".

Preliminarni rezultati poslovanja ne morejo biti predmet javne predstavitve, dokler o njih ne rečeta svojega neodvisna revizijska hiša in skupščina delničarjev.

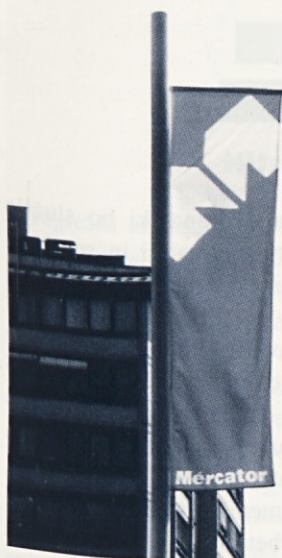
Značilna okoliščina določanja gospodarskega načrta za leto 1996 je zamuda zaradi pomanjkanja informacijskih podlag in spremembe metodolog-

NASTAJA KNJIGA O IZVEDBI CELOSTNE PODOBE

V Studiu Marketing že nekaj časa nastaja priročnik, iz katerega bo razvidna praktična uporaba novega Mercatorjevega znaka in napisa.

Izdelana bo cela vrsta primerov z grafičnim prikazom posameznih označevalnih elementov, dimenzij, kombinacij.

Pred Mercatorjevo poslovno zgradbo v Ljubljani že vihrajo nove zastave.



na kratko

ije planiranja. Druga značilnost pa je zahteva po tolikšni dobičkanosti, ki bo v zadovoljstvo Mercatorjevih delničarjev.

Na skupščini delničarjev, sprejeti odločitvi o zamenjavi delnic PSM za delnice hčerinskih podjetij, je nadzorni svet prižgal zeleno luč. V družbah, kjer to smejo storiti in so se za to odločile, je večina posla z zamenjavo delnic že opravljena.

Tudi nadzorni svet, enako kot uprava, s "potiskom" Mercatorjevih delnic na Ljubljansko borzo, ni bil preveč zadovoljen. Nadzorni svet se je največ ubadal z velikostjo in realno vrednostjo Mercatorjevega kapitala ter z zaščito interesov malih delničarjev.

V SVETU TRGOVCEV

Nakupovalne navade se temeljito spreminjajo. Pa ne zaradi tega, ker blagovnice v mestnih središčih ali pa trgovine v bližnji sosesčini, ne bi bile več prijazne svojim tradicionalnim kupcem. Spreminjajo jih drastično nižje cene v velikih diskontih na mestnih obrobjih. Pa naj gre za oblačila, prehrano, tehnične izdelke...

Z nakupi v diskontih, ugotavlja neka francoska družina, so se njeni izdatki za prehrano, ob nespremenjenih zahtevah, prepolovili. Prav tako izdatki za oblačila. Nič ne pomaga tarnanje konvencionalnih trgovcev in proizvajalcev. Ameriški način prodaje se seli v Evropo in za majhne ulične trgovce pa tudi blagovnice, prihajajo neusmiljeni časi. Ameriški sindrom- izrinjanje majhnih družinskih trgovin in blagovnic, se neusmiljeno seli v Evropo.

To ugotavljajo v Franciji, kjer znana veriga blagovnic Lafayette zapira 5 od 22 velikih prodajnih centrov. Odpustila bo preko 1000 delavcev. Švicarska veriga blagovnic Jelmoli bo zaprla 34 od 35 centrov. Podobne pojave ugotavljajo v Nemčiji, Italiji, Španiji....

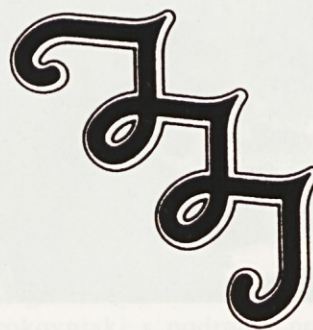
Tako Nemci ugotavljajo, da je delež prodaje v blagovnicah komaj 4,9 %, medtem ko je bil leta 1980 ta delež še 9 %. Promet v nemški trgovini na drobno pada že tretje leto zapored. "Prodaja je na ravni leta 1992, seveda ob stroških leta 1995", pravi predsednik nemškega združenja trgovcev na drobno Hubert Tassar. Po njegovem mnenju bo v Nemčiji propadlo okoli 50.000 trgovčičev. Po podatkih, jih v Italiji vsako leto propade 10.000.

Evropski trgovci si skušajo preko svojih združenj na vse načine pomagati in od svojih vlad terjajo različno zaščito - od sprememb obratovalnega časa, do predpisovanja marž. Reakcije pa se kažejo tudi v hitrem prestrukturiranju prodajnih programov, selitvi na mestna obrobja, kjer so stroški nižji in podobno.

(Prevedeno in povzeto po Business Week, 12.2.1996)

SEJA MERCATORJEVE KONFERENCE ZSS

Ljubljana, 15.4.1996 - Mercatorjeva konferenca Zveze svobodnih sindikatov se je seznanila s spremembami in dopolnitvami tarifne priloge kolektivne pogodbe za dejavnost trgovine, gostinstva in turizma ter kmetijstva in živilske industrije. O spremembah je poročal sekretar sindikata trgovine Sandi Bartol. Dodal je tudi informacijo o dopolnitvi normativnega dela kolektivne pogodbe za dejavnost trgovine. O socialnem sporazumu za leto 1996 pogajanja še tečejo, kako se bodo končala, pa je še neznanka. Tudi to je ugotovitev gospoda Bartola. Strokovno pomoč je Mercatorju za volitve koncernskega sveta delavcev ponudil Milan Utroša, član predsedstva in sveta



Zveze svobodnih sindikatov.

Konferenca sindikata pa je dobila tudi prvo informacijo o aktu o sistemizaciji in organizaciji delovnih mest v obvladujoči družbi Mercator, d.d.. Informacijo je posredoval Tomaž Ravnikar, sekretar uprave. O Mercatoriadi in Dnevu Mercatorja pa je spregovoril Jure Jež.

Dvoje v enem

Skupni projekt Poslovnega sistema Mercator in M banke - M kartica se udejanja. V času, ko to poročamo je že preko 8.000 sedanjih imetnikov stare Klub Mercator kartice prejelo novo M kartico.

Na novinarski konferenci, ki je bila obenem tudi začetek promocije M kartice, sta prvi kartici prejela direktorica M banke Sava Bergant in predsednik Mercatorjeve uprave Živko Pregl.



na kratko

MERCATOR V POSAVJU

Krško, 23.3.1996 - dobro obiskana novinarska konferenca v Krškem hotelu Sremič je bila namenjena predstavitvi Mercatorjevih načrtov v Posavju.

Poleg predsednika Mercatorjeve uprave Živka Pregla, so se s strani Mer-

tor, kjer se še obeta dobičkanosno poslovanje in pri tem posebej poudaril Posavje določeneje Krško.

Kot rezultat te strategije se bo še pred koncem marca začela prenova blagovnice v Krškem, ki bo za seboj potegnili tudi optimalnejšo organiziranost in specializacijo trgovin v profitnem centru Mercator-Preskrba.

Mercator-Agrokombinat je po odprodaji poslovne enote sadjarstvo ohranil vitalne poslovne funkcije v proizvodnji in predelavi. Zanimivi so razvojni načrti za prašičjo farmo na Pristavi, ki naj bi postala osrednji posavski oziroma dolenski razplodni center. Seveda pa še čakajo odločitve o ekološki sanaciji farme. Pripravljajo se na proizvodnjo gob, prihodnost poljedelske proizvodnje vidijo v proizvodnji semenskih žit in drugega semenskega blaga. Testirali so tudi primernost pridelave sladkorne pese. Mesne izdelke, ki prihajajo iz klavnice, bodo označili z novo blagovno znamko.

Mercator-Sremič se zaveda, da bo treba gostu, če ga bodo hoteli zadržati dlje od sedanjega povprečja, to je 2,3 dni, ponuditi kaj več kot sobo in krožnik. Že opravljena prenova hotela za 30% presega standarde, ki jih za uvrstitev v B kategorijo zahteva Evropa. To je premalo, zato bo v neposredni bližini hotela zrasla

večnamenska dvorana, ki bo služila kulturi, športu, rekreaciji in seminar-ski dejavnosti. Po novem se bodo gostje v krškem hotelu lahko zabavali v nočnem zabavišču, ki ga bo odprl zasebnik. Še vedno pa v Sremiču niso opustili idej o izkoriščanju termalne vode v Kostanjevici, kjer naj bi zrasel turistični center.

Sevnčani so menili, da bo treba v Mercatorju poskrbeti tudi za uravnotežen razvoj, pri čemer naj bi tudi Sevnica dobila svoj delež.

Direktor Evrosada ima s svojim podjetjem velike načrte, čeprav ga trenutno tarejo skrbi okrog postaranih nasadov in plasamaja pridelka. Vendar se trg za kakovostni pridelek odpira in posodobljena hladilnica bo kakovost pridelka zagotavljala od sezone do sezone. Letni pridelek jabolk, hrušk in breskev znaša 600 do 700 vagonov. Pet kg sadja na prebivalca Slovenije, ko bo ta štela 2 milijona duš, je prestižni cilj Evrosada - to je 1000 vagonov prvovrstnega sadja s Krškega polja in njegovih obrobij.

catorja novinarske konference udeležili tudi direktorji Mercatorjevih profitnih centrov oziroma družb iz Posavja. Gost na konferenci je bil tudi Ivan Kozole, direktor sadjarskega podjetja Evrosad.

V odgovorih na novinarska vprašanja je Pregl poudaril nekatere točke Mercatorjeve razvojne strategije. Ta temelji predvsem v naložbah v pros-

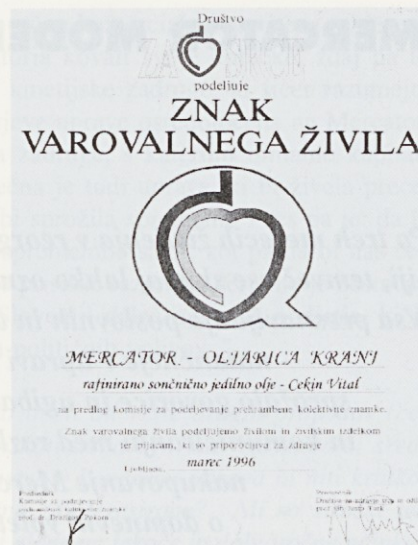


Cekin Vital z znakom varovalnega živila

Nov izdelek iz Mercator-Oljarice - rafinirano sončnično jedilno olje **Cekin Vital** je marca 1996 prejelo znak varovalnega živila, ki ga podeljuje Društvo za zdravje srca in ožilja. Še bolj spodbudni pa so podatki o siceršnji kakovosti olj, izdelanih v Oljarici. Center za dom, ustvarjalnost, svetovanje - **DOMUS** je konec leta 1995 opravil peto primerjalno ocenjevanje rafiniranih rastlinskih olj. Ocenjenih je bilo enajst olj domačih proizvajalcev in dve uvoženi olji.

Odlično oceno je prejelo olje **Cekin Vital**, olje **Cekin Special** je prejelo prav dobro oceno med sončničnimi olji. Med rastlinskimi olji je prejelo odlično oceno olje **Konsum**, **Cekin** jedilno rafinirano olje je prejelo prav dobro oceno. Celotna proizvodna paleta olj, izdelanih v Oljarici je bila v primerjavi z drugimi olji, odlično uvrščena.

Zanimivo pa je, da ocenjevalec opozarja: večina olj se na deklaraciji ponaša z oznako "brez holesterola". Dejstvo pa namreč je, da rastlinske maščobe ne vsebujejo holesterola in je zato taka oznaka nepotrebna.



na kratko

V SVETU TRGOVCEV

Hitra reakcija na nore krave

"Angleški zrezek?" "Ne, hvala." Tega je v Veliki Britaniji ob razvpiti bolezni norih krav slišati vse več. S težavami se otepajo vsi po vrsti.

Tudi največja drobnoprodajna veriga Sainsburys, ki ima 341 super in hiper marketov, se jim ne more izogniti. Toda hitro je poskrbela za obveščanje kupcev in s posebnim letakom opozorila na strogo kontrolo vzreje in zakola govejih živali. Že od leta 1990 izvaja strogo kontrolo vseh živali, katerih meso in mesni izdelki se prodajajo v tej trgovski verigi. Dokazano je, da za boleznijo norih krav zbolijo ali pa jo prenašajo le starejše živali. Zato je bila pozornost Sainsburja usmerjena v strog nadzor zakola, tako da za njegove potrebe koljejo le živali mlajše od 30 mesecev. Organizirali so posebno proizvodno verigo, v katero so povezani rejci živali, klavniška in predelovalna industrija ter prodajalci na drobno. Določen je način reje, krmljenje in zakol, ki preprečuje stik z okoljem, kjer bi se lahko razvila bolezen. Tako so v sodelovanju z zainteresiranimi dosegli visok živinorejski standard. Proizvodno verigo nadzorujejo neodvisni strokovnjaki, vanjo pa je vključenih okoli 9.000 živinorejcev iz Velike Britanije in Irske.

Poleg pojasnila o vzreji mesa, ki ga prodajajo v tej trgovski verigi, pa ta veriga potrošnikom ponuja tudi informacije o izdelkih, ki nadomeščajo izdelke iz govedine in so v prehrani enako pomembni in kakovostni. Na koncu sledi še zagotovilo, da se bo nadzor še nadaljeval in da bodo kot odgovorni trgovci kupce tekoče seznanjali z vsemi izsledki o za Veliko Britanijo skoraj usodni bolezni norih krav.



Zdrava hrana

Na pobudo Mercatorjeve marketinške službe je bil konec marca 1996 seminar o zdravi prehrani. Seminar je bil v prvi vrsti namenjen Mercatorjevim komercialistom in poslovodjem večjih trgovin. Ti naj bi se seznanili z doktrino o zdravi prehrani in to znanje prenesli tudi v trgovanje z živili. Naše prodajne police naj bi tako v večjem



obsegu zasedala tista živila, ki jih strokovnjaki s področja prehrane priporočajo kot bolj zdrava.

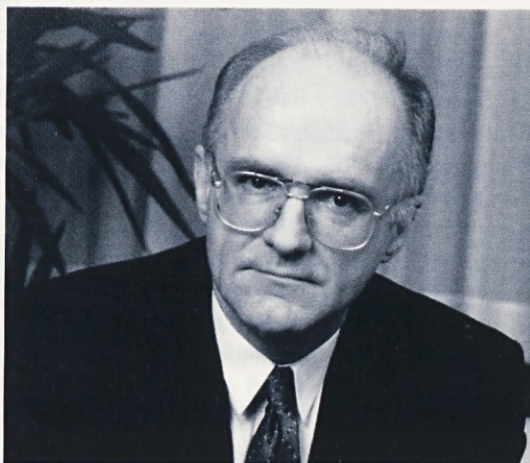
Seminarja se je udeležilo 40 komercialistov in poslovodij, ki so z zanimanjem poslušali predavanja **prof. dr. Dražigosta Pokorna**, **prof. dr. Jožice Pokorn** in **mag. Verene Koch**. Tudi razstava zdravih živil je bila deležna velike pozornosti. Teknilo je tudi kosilo, pripravljeno iz bolj zdravih živil, receptura **Anton Strajnar**.

MERCATOR MODERNO PODJETJE - PREDAN SEM MU OD GLAVE DO PETE

Po treh mesecih življenja v reorganiziranem Mercatorju ne moremo več govoriti zgolj o reorganizaciji, temveč vse skupaj lahko označimo kot temeljito prestrukturiranje vseh dejavnosti v Mercatorju. Vsa presnavljanja poslovnih in drugih funkcij, ki so dobila impulzivno središče v obvladujoči družbi

- natančneje v upravi koncerna, v delovnih okoljih v Mercatorju in izven njega, sprožajo govorice in ugibanja o Mercatorjevi stabilnosti, kakovosti medsebojnih odnosov in komuniciranju med različnimi ravni organiziranosti. Svoje govorice dodaja "črno" nakupovanje Mercatorjevih delnic, olja pa priliva medijsko proženje afer o domnevni vpletenosti Mercatorjevega prvega moža v nečedne posle.

Govorice kaj slabo vplivajo na Mercatorjev ugled v javnostih, ogniti se jim je težko, saj jim botruje negotovost in neorientiranost v spremembah, ki so doletele Mercator, bile pa so nujne za njegov zunanji in notranji preporod.



Živko Pregl,
predsednik
Mercatorjeve uprave

O vseh govoricah smo se odkrito in zelo naravnost pogovarjali s predsednikom uprave gospodom Živkom Preglom. Razumljivo je, da na nekatera zelo neposredna vprašanja neposrednih odgovorov nismo dobili, saj je predsednik uprave dolžan varovati poslovne skrivnosti, obenem pa o poslovnih rezultatih ne razpravljati prej, dokler jih ne potrdi neodvisna revizijska hiša. Hvalevredna pa je predsednikova pripravljenost, da tudi na najbolj pravokativna vprašanja odgovori in predvsem njegova želja, da v prihodnje vse morebitne nejasnosti pojasni še preden bi prerasle v velike govorice.

Normalno je, da se je predsednik vprašal po leglu govorice in do kam segajo.

"Tudi pri vaših vprašanjih se pojavlja standardni problem. Ko moraš določene neresnične govorice zanikati, ljudje rečejo: "Aha, nekaj že mora biti na tem, saj sicer ne bi

imel potrebe, da to zanika." Pri vaših vprašanjih tudi ne vem čisto dobro, koliko so prisotna med zaposlenimi v Mercatorju, koliko pa so le sladostrastna zabavica razmeroma majhnega kroga ljudi v in izven Mercatorja. Konec koncev nismo več samoupravno podjetje, kjer bi vse prek govorili o čemer koli - odnosi so glede odgovornosti jasno postavljeni. Uprava odgovarja delničarjem, zaposleni v Mercatorju pa upravi. Vseeno pa me vedno vodi načelo, da pojasnim raje več kot manj. Naj bo moja iskrenost pri odgovarjanju namenjena temu, da boste vsi moji sodelavci v Mercatorju vedeli, da sem do vas iskren. Resnično vas vabim k temu, da iz Mercatorja naredimo moderno podjetje. Temu skupnemu cilju sem predan od glave do peta."

Koliko je resnice na tem, da nameravate zapustiti Mercator in se poskusiti v diplomaciji? Mnogi vas vidijo že v Beogradu.

"Ne odpravljam se v vode izven Mercatorja. Ne grem za veleposlanika v Beograd, ne v Washington, ne v New York, ne v London... o vsem tem se šušlja. Resnici na ljubo naj povem, da mi tega tudi nihče ni ponudil. Nisem prepričan, če sem za to sposoben. Če bi mi to kdo ponudil, bi bil počaščen, a bi se vljudno zahvalil. V Mercatorju imam veliko dela. Če bodo delničarji zadovoljni, bom v njem z veseljem ostal do konca delovne dobe."

Kaj in koliko veste o nakupovanju Mercatorjevih delnic po sramotno nizkih cenah, ki so jih kupovali anonimneži in povsem neznane firme. Govori se, da so jih preko tako organizirane mreže kupovali ljudje iz Mercatorjevega vrha in iz tujine. Bo Mercator varoval ceno svojih delnic na borzni kotaciji C?

"Pred uvrstitvijo Mercatorjevih delnic na borzo ni bilo veliko transakcij z njimi. Po oceni je bil prodan 1% Mercatorjevih delnic. Tudi za cene se ne ve, saj so tekli nakupi in prodaje po neregistriranih cenah. Realno je, da bo cena Mercatorjeve delnice v začetku kotacije na borzi nižja od revalorizirane knjigovodske vrednosti. Ponudba delnic na trgu je velika, povpraševanje je majhno in zato cena ne bo imela nobene zveze z in zato cena ne bo imela nobene zveze z resnično vrednostjo in poslovnimi uspehi Mercatorja. Člani Mercatorjeve uprave doslej nismo kupovali Mercatorjevih delnic, zdaj pa - vsaj zase lahko to rečem - ko so te kupoprodaje zaradi uvrstitve na borzo javne, bom del svojih prihrankov zagotovo namenil za njihov nakup. Zaupam Mercatorju, vanj sem pripravljen vložiti svoj denar in želim, da to moji sodelavci in javnost vedo."

Za zaščito cene svojih delnic na borzi Mercator ne bo investiral denarja. Vrednost Mercatorjevih delnic je ogromna in bi bili za zaščito njihovih cen na borzi potrebni zelo veliki denarji. Verjamem, da so Mercatorjevi delničarji zvesti in ne bodo hiteli s prodajami. Za zaščito cene Mercatorjevih delnic bomo največ storili z izboljšanjem poslovnih rezultatov."

Kako gledate na nezadovoljstvo, ki ga sproža vsebinsko nedorečena izpeljava reorganizacije Mercatorjevega trgovskega dela in na odrinjenje proizvodnih podjetij in kmetijskih zadrug iz kolikor toliko enakopravnega članstva v koncernu?

"Res je, trenutno v Mercatorju in v zvezi z njim, vzdušje ni dobro. Nesrečni smo vsi: zaposleni, ker vsaka reorganizacija vnaša negotovost; mnogi direktorji, ki so doslej vodili podjetja, odslej pa so na čelu profitnih centrov; konkurenca, ki v Mercatorjevi reorganizaciji vidi nevarnost zase; dobavitelji, ki spremljajo nastajanje močnega in homogenega Mercatorja, ki ni enostaven pogajalec; nesrečni so

posredniki, ki so na račun komercialno razvitega in decentraliziranega Mercatorja kovali svoje dobičke, zdaj pa to ne bo več mogoče; kmetijske zadruge, ki sicer razumejo, da je skrb Mercatorjeve uprave osredotočena na Mercator, ne pa več toliko na zadruge, s katerimi nimamo kapital-skih povezav. Nesrečna je tudi uprava, ki bi živela precej bolj udobno, če ne bi sprožila sprememb - res pa je, da je bolje, da smo šli v spremembe sami, kot pa da bi nas čez nekaj let vanje grobo prisilile razmere. Verjetno je nesrečen še kdo, saj smo v Sloveniji daleč največje podjetje, ki je samostojno in izven političnih vplivov."

Kakšne koristi bodo imeli od vrste dragih projektov (celostna podoba, informatizacija ...), tisti združevalci sredstev, za katerih članstvo v koncernu uprava ni niti kratkoročno niti dolgoročno zainteresirana? Ali so stroški teh projektov upravičeni glede na tekoče in dolgoročne učinke?

"To samo po sebi niso bili dragi projekti, res pa je, da je Mercator velik in vsaka številka izgleda precej velika, je pa daleč manjša, kot če bi se s temi zadevami ukvarjalo vsako Mercatorjevo podjetje posebej. Vodstvo vsake firme je pred večno dilemo, kaj storiti na kratkoročni podlagi, kaj pa investirati v dolgoročni uspeh. Ocenili smo, da je bilo lani potrebno, da v okviru projekta s Studiom Marketing raziščemo notranjo klimo, notranjo kulturo in zunanji image Mercatorja ter na tej osnovi osvežimo Mercatorjevo celostno grafično podobo. Izsledki tega projekta so daleč širši in dalekosežnejši od tistih, ki jih bomo uporabili pri celostni grafični podobi. Gre za informacije, ki nam bodo še kako koristile na marketinškem področju. Prav tako smo morali oblikovati koncept Mercatorjeve informatizacije, saj moramo narediti dve stvari: informatizirati ves Mercator, ki je glede tega v zaostanku in to storiti na osnovi enotne filozofije. Pri reorganizaciji so nastopili določeni neposredni stroški (angažiranje zunanjih in notranjih strokovnjakov itd.), vsekakor pa jih bodo že kratkoročni prihranki daleč presegli. V lanskem letu smo pri ključih za sofinanciranje projektov upoštevali, v kolikšni meri bodo koristili posameznim delom Mercatorja: trgovini, proizvajalcem, zadrugam, itd."

Intenzivna vključitev Unileasinga in Unimercata v Mercatorjevo mednarodno finančno in zunanjetrgovinsko poslovanje poraja govorice o osebnih interesih članov uprave. Vaš komentar?

"Izvedba teh poslov je poslovna odločitev strokovnjakov, ki te posle izvajajo. Kot predsednik sem z načinom izvedbe teh poslov seznanjen, saj tako pomembne odločitve vedno obravnavamo na upravi, kjer se odločamo za sistem boljše rešitve. Tako kot upravljamo in poverjamo prioriteto pri poslih podjetjem, ki imajo svoje deleže v proizvodnji in



podjetjih, ki se bavijo s storitvami, je logično, da poverjamo tudi posle podjetjem v tujini, kjer imamo svoje deleže. Vsa ta podjetja imajo prednost pri sklepanju poslov ob vsaj enakovrednih pogojih, kot jih imajo njim podobna podjetja. Takšen je slučaj tudi z Unimercom v Muenchnu in Unileasingom v Ljubljani.

Del poslov na investicijskem področju opravljamo preko slovenske firme Unileasing, katere solastnik je Poslovni sistem Mercator. Unileasing nudi konkurenčne pogoje. Leasing je normalna oblika financiranja investicij, ki se pojavlja kot ena od variant v kombiniranju različnih virov: leasing, krediti, gotovina. Doslej je Mercator praktično vse svoje investicije financiral z gotovino, kar ni dober način gospodarjenja z denarjem. Gotovino lahko uporabimo precej bolj donosno, potrebujemo jo tudi za dividende delničarjem. Zato iščemo variante - vključno z leasingom, ki so pri investicijah za Mercator boljše."

Tudi polarizacija med člani uprave je predmet govoric. Vaš komentar?

"Vzdušje v upravi ni nekaj, s čemer bi se lahko ukvarjal vsakdo - štejeva tudi to za enega tistih odgovorov, ki kažejo mojo dobro voljo in iskrenost s ciljem, da okrepimo medsebojno zaupanje v Mercatorju in da se skupaj potrudimo. Seveda ne bom rekel, da je uprava popolnoma enotna o vseh vprašanjih. O ključnih vprašanjih in pri sklepih smo enotni in to je za učinkovito delovanje uprave dovolj. Nekdo je pred časom dejal: dialog med prijatelji da najboljše rezultate.

Dodal bi še: po Zakonu o gospodarskih družbah ima uprava posebno odgovornost, takšno, kot nihče drug v Mercatorju. Brez pojasnila je lahko razrešena in izgubi službo. Odgovarja njegovim delničarjem oziroma nadzornemu svetu kot njihovem predstavniku. Vsaka pametna uprava in mislim, da v Mercatorju imamo takšno - pa rada prisluhne različnim mnenjem, da bi sprejemala čimboljše odločitve. Imamo upravo, za kakršno sem presodil, da jo Mercator potrebuje, povabil vanjo sodelavce, ki jim zaupam, jo predlagal nadzornemu svetu, ta pa jo je potrdil. Pred očmi imam

tole: z lansko reorganizacijo organizacijske strukture Mercatorjeve trgovine se je težišče premaknilo na reorganizacijo procesov: izboljšati moramo gospodarjenje z denarjem; vzpostaviti moramo racionalnejši pretok blaga od domačih in tujih dobaviteljev do kupcev; izpeljati moramo informatizacijo, sistemizacijo in sistem plač, itd. Zaradi reorganizacije mnogi procesi, ki so se prej opravljali v posameznih podjetjih, v mnogovečjem obsegu potekajo neposredno na ravni koncerna. Zato potrebujemo ljudi, ki zadeve obvladujejo teoretično, imajo praktične izkušnje in jih znajo konkretno izpeljati do konca. Takšno upravo imamo. Pri tem se pogosto srečuje s situacijami, ko ni časa za široka pojasnjevanja, pač pa je treba stvari spreminjati - in to hitro. Vsi se moramo navaditi delati hitreje. Smer je očitno prava, tempo pa moramo pospešiti."

Nekdanjemu krovnemu podjetju - sedanji obvladujoči družbi se očita zapravljivost, zaposlovanje na delovnih mestih, ki so odlično plačana in jih spremljajo mnoge bonitete. V govoricah izvor izgube krovnega podjetja tiči tudi v teh dveh zadevah. Vaš komentar izgube?

"Nekdanje krovno podjetje ni v izgubi. "Optično" se izguba tu kaže zato, ker je potrebno zaradi računovodskih standardov amortizacijo "good-willa" vsega koncerna Mercator izkazati na krovnem podjetju; če bi tovrstno amortizacijo izkazali pri podjetjih, kjer nastaja, bi imela ta podjetja slabše rezultate, bivše krovno podjetje pa dobiček. Seveda s tem ne mislim, da v bivšem krovnem podjetju ni potrebno zmanjševati stroškov. Kot veste, novi sistem OPI-jev (obračunsko poslovnih izidov) predvideva spremljavo prihodkov in stroškov po organizacijskih enotah tudi v bivšem krovnem podjetju tako da bomo stroške v resnici poznali in jih zmanjševali. Plače v bivšem krovnem podjetju so pač takšne, kot jih narekuje trg delovne sile. Bonitete zaposlenih, ki imajo individualne pogodbe, so na spodnji meji tistih, ki jih predvidevajo tovrstne uzance.

Pomembno pa je naslednje: skrb uprave Mercatorja ni več le poslovni izid bivšega krovnega podjetja. Uprava se mora ukvarjati z donosnostjo vsega Mercatorjevega kapitala, ki je razporejen v vsa Mercatorjeva podjetja; zato smo se v zadnjih dveh letih intenzivno ukvarjali z Mercator-Nanosom, zato smo ugasnili delovanje podjetij Mercator-Mego, Mercator-Nebotičnik itd. Za takšno delo pa mora biti vodstvo Poslovnega sistema Mercator primerno, tudi kadrovsko ekipirano."

Sedanji Mercatorjev in Unimercatov prostor v Rusiji in Mercatorjev v Ukrajini - zapreti ali se ga lotiti z novo strategijo? Kakšna je vloga družbe Unimercat v moskovski družbi Triglav?

"Na vzhodnih trgih je bil Mercator uspešen, saj je šlo za nekonkurenčne trge in se je splačalo ukvarjati tudi s posamičnimi trgovinami. Konkurenca se tam zastruje in razmisliti moramo: ali bomo mrežo na vzhodu širili ali pa maloprodajno poslovanje opustili in se osredotočili na grosistične tokove. Mešana družba Unimercat, kjer je Mer-

cator eden od lastnikov, je eden od partnerjev v mešani družbi Triglav v Moskvi, ki ta prodajni center oskrbuje s tistim, s čemer drugi partnerji (Mercator, Kovinotehna, IBN JT, ruski partner) ne razpolagajo."

Nadzorni svet je obravnaval preliminarne poslovne rezultate koncerna za leto 1995. Z njimi ni bil zadovoljen, kaj jim očita, posledice in kdaj bodo javni?

"Nadzorni svet je ob predhodni razpravi o rezultatih koncerna za leto 1995 želel, da bi bil rezultat boljši, kar je samoumevno. Po drugi strani pa je podprl čiščenje iz naših bilanc vsega tistega (zapadle terjatve, nekurantne zaloge, prenizka amortizacija itd.), kar navidez izboljšuje rezultat. Kljub temu je Mercator v letu 1995 ustvaril dobiček, ki je velikokrat večji od dobička v letu 1994. Meri se v stotinah milijonov tolarjev, a je vseeno prenizek, da bi bili z njim zadovoljni vsi; nadzorni svet in uprava. Zato si za leto 1996 postavljamo še zahtevnejše cilje. V zvezi z rezultati v letu 1995 so že, in morda še bodo, opravljene kadrovske spremembe na čelu nekaterih naših podjetij. Na vrhu podjetij potrebujemo ljudi, ki so sposobni uresničiti realistično postavljene planske cilje. Večina naših direktorjev je temu kos, glede tega sem zadovoljen in sem jim hvaležen."

V letih 1994, 1995 je bil napovedan investicijski zagon - gradnja velikih nakupovalnih centrov. Kako sta bila uresničevana gospodarska načrta za leto 1994 in 1995?

"Glede leta 1994 in uresničevanja tedanjega gospodarskega načrta je vse zapisano v poslovnem poročilu, ki ga je novembra 1995 sprejela skupščina Poslovnega sistema Mercator. Enako bo glede realizacije leta 1995.

Naložb v Mercatorju v preteklih letih je bilo kar nekaj in pri večini se je angažiralo tudi vodstvo Mercatorja: pri urejanju urbanistično-zemljiških vprašanj, pri oblikovanju in nadzoru projektov, pri zapiranju finančnih konstrukcij, pri urejanju tipizacije itd. Nekaj pomembnih objektov bo letos odprtih, nekaj jih bomo začeli. Zdaj imamo definirane lokacije in vsebino nekaj večjih centrov. Temeljito bomo prenovili nekaj deset samopostrežb in "pomladansko uredili" nekaj sto drugih naših trgovin. Slednje že teče. Tudi sam bi želel, da bi šlo hitreje. Nepremičninska problematika pa je zelo zapletena in marsikdaj nimamo škarij in platna v rokah, saj so vpletene lokalne skupnosti, druga podjetja, lastniki, razni interesi itd.. Intenzivno delamo s tujimi finančnimi institucijami. Ob tuji strokovni pomoči, ki jo financira program Phare Evropske unije, pripravljamo predlog, kot ga zahtevajo tuje banke. Zdaj postaja ključno: kako investicije izpeljati čim ceneje. Trenutno se v Sloveniji razmeroma malo investira. Zato bi se rada na Mercator obesila cela kopica posrednikov, prekupčevalcev in drugih "pijavk", ki želijo na Mercatorju zaslužiti - to moramo preprečiti."

O gospodarskem načrtu za leto 1996 tudi ne govorimo preveč jasno. Kakšno mesto imajo v njem Mercatorjeva proizvodna podjetja?



"Glede gospodarskega načrta ni vse tiho. Te dni tečejo obdelave podatkov iz podjetij. Uprava jih bo pregledala in posameznim podjetjem postavila cilje glede profita. Nadzorni svet smo informirali o možnih rezultatih za leto 1996. Nadzorni svet se je zavzel, da skušamo doseči še več. Proizvodna podjetja v koncernu bodo v planu dobila profitne cilje, v trgovskem delu pa bo plan nekoliko bolj razdelan, saj gre za poenotenje standardov poslovanja v komerciali, financah, informatiki in na drugih področjih."

Kot mencanje uprave in konference Mercatorjevega sindikata lahko označimo dejstvo, da v nadzornem svetu zaposleni v Mercatorju nimamo svojih predstavnikov. Vaš pogled na zadevo?

"Mercatorjeva uprava ne menca v zvezi s soupravljanjem zaposlenih in okrog volitev članov nadzornega sveta, ki naj bi zastopal interese zaposlenih. Sam sem dal več pobud za to, da bi zaposleni čimprej izvolili svet delavcev in svoje predstavnike v nadzornem svetu. Mislim, da gre to prepočasi. Menim pa, da mora biti v nadzornem svetu zastopstvo vseh desetstisoč zaposlenih, torej ne le obvladujoče družbe in še manj samo zaposlenih v poslovni zgradbi v Ljubljani, Dunajska 107. Pri tem je pomembno upoštevati, da tipičen Mercatorjev profil zaposlenega ni uradnica, pač pa prodajalka. Verjetno bi bilo koristno, da bi zaposleni izbrali tudi kakšnega zunanje strokovnjaka, ki bi v nadzornem svetu zastopal njihove interese.

Glede sporazuma o delovanju sveta delavcev in z njim povezanih organov ter sindikata v Mercatorju, je usklajevanje v teku. Uprava ni ničesar zavrnila. Res pa je, da nima pravice širiti materialnih pravic (plače sindikalnih in delavskih funkcionarjev itd.) nad tiste, ki jih določa zakon. Vsekakor pa bo uprava zelo prožna glede možnosti informiranja, pojasnjevanja, zaščite pravic delavcev itd."

V zvezi s pripravami različnih aktov s področja notranje organizacije in sistemizacije, ki naj bi veljali predvsem v obvladujoči družbi se govori, da bo številka "nekaj 10 zaposlenih", kakor ste izjavili v intervjuju za naš in tudi druge

časopise, kar krepko presežena. Kolikšno je v resnici realno ocenjeno število presežnih delavcev?

"Presežki med zaposlenimi so zelo resna tema. V tem trenutku nihče ne ve, o kakšni številkah bo govora - niti jaz. Če torej kdorkoli maha s kakršnokoli številko, je to izvito iz trte. Do vpogleda v to bomo prišli, ko bo delovna skupina končala sistemizacijo, ki jo bomo primerjali z dejanskim številom zaposlenih. Ključno pri tem je, da smo v reorganizacijo stopili v trenutku, ko ima Mercator dovolj rezerv za humano reševanje teh vprašanj. Če bi šli v spremembe šele čez nekaj let - ko bi nas konkurenčni položaj na trgu v to prisilil - bi imeli rezerv manj in bi bile rešitve manj sprejemljive za zaposlene."

Slišati je, da uprava v zvezi s plačami Mercatorjevega trgovskega dela zagovarja stališče, da je delodajalec kot maksimum dolžan tekoče izplačevati le tisto, kar določa kolektivna pogodba. Kakšno je v zvezi s plačami v resnici stališče uprave?

"Uprava ne zagovarja stališča, da je delodajalec kot maksimum dolžan tekoče izplačevati le tisto, kar določa kolektivna pogodba. Vemo, da je v Sloveniji kolektivna pogodba neke vrste minimum in plače v skladu z njo prejema le okrog 7 % zaposlenih v Sloveniji. Res pa je, da so se plače v vsem Mercatorju v letu 1995 povečale bolj, kot poslovni rezultati. Takešen trend se ne more nadaljevati. V povezavi s sistemizacijo pripravljamo sistem plač, ki bo vezan na plan: če bo profitni center izpolnil plan, bodo zaposleni dobili "normalno" plačo, ki bo nad kolektivno pogodbo; če bo plan presežen, bo del nagrade za to lahko namenil direktor profitnega centra, od neke ravni preseganja plana navzgor pa tudi uprava Poslovnega sistema Mercator. Enak princip - v obratni smeri, bo seveda moral veljati tudi za neizpolnjevanje plana."

Govorice kalijo v strahu in v nezadovoljstvu s spremembami, medijske afere prilivajo olja, skupaj pa plodijo padanje ugleda Mercatorja v javnosti. Kakšna bo Mercatorjeva

Najpomembnejše za boljšo klimo je, da čimprej zaključimo to fazo reorganizacije: oblikovati moramo novo sistemizacijo in nov sistem plač - to se tiče predvsem naše daleč največje, to je obvladujoče družbe. Izboljšujemo komercialne rešitve, rešitve v financah in v informatiki in prepričan sem, da rezultati ne bodo izostali. To bo gotovo izboljšalo klimo. Seveda pa je pomembno, da smo še naprej odprti drug do drugega in si pojasnujemo morebitna vprašanja. Ne glede na kapitalne odnose, ki jih v skladu z ekonomskim sistemom vpeljujemo v Mercator, še naprej ostaja resnica: Mercator je storitvena dejavnost in še kako pomembno je, da računa na svoje zaposlene, da mu zaposleni verjamemo in da za izboljšanje svojega ekonomskega položaja in socialne varnosti vsi storimo vse, kar je v naših močeh. Iskreno vas vabim k temu!"

komunikacijska strategija, predvsem na področju odnosov z notranjo javnostjo, v katero štejem tudi delničarje?

"Afere skušajo ustvariti nekateri mediji, ki so že večkrat dokazali, da jim ni do resnice. Pred volitvami bo tega vse več. V zvezi s tem sem prilično hladnokrven, saj ne počnem ničesar takšnega, kar bi mi bilo treba pred komerkoli skrivati. Tisto, česar ne želim razkazovati pred javnostjo, je samo dvoje: Mercatorjevih poslovnih skrivnosti in mojega zasebnega življenja. Želel bi, da bi vseh mojih deset tisoč sodelavcev v Mercatorju razumelo, da govorice v zvezi z vsako izpostavljeno osebnostjo, v zvezi z vsakim velikim in uspešnim podjetjem, itd. nastopajo neprestano. Zaupajmo si med seboj: ni potrebno, da bi nas takšne govorice begale. Če kdaj kdo v zvezi z njimi morda ne bo v celoti vedel, kaj je res in kaj ni, naj ne okleva in me vpraša - če bo šlo zame ali za Mercator. Kakorkoli se trudimo in še se bomo trudili, da bomo sodelavci o vsem čimbolje obveščeni, temu služi tudi naš časopis in nenazadnje tudi ta moj intervju, vedno bodo obstajale vrzeli, v katere bo možno lansirati govorice. Vsaka minuta, porabljena za govorice, je izgubljena minuta: je izguba časa in je ustvarjanje slabe volje."

Najpomembnejše za boljšo klimo je, da čimprej zaključimo to fazo reorganizacije: oblikovati moramo novo sistemizacijo in nov sistem plač - to se tiče predvsem naše daleč največje, to je obvladujoče družbe. Izboljšujemo komercialne rešitve, rešitve v financah in v informatiki in prepričan sem, da rezultati ne bodo izostali. To bo gotovo izboljšalo klimo. Seveda pa je pomembno, da smo še naprej odprti drug do drugega in si pojasnujemo morebitna vprašanja. Ne glede na kapitalne odnose, ki jih v skladu z ekonomskim sistemom vpeljujemo v Mercator, še naprej ostaja resnica: Mercator je storitvena dejavnost in še kako pomembno je, da računa na svoje zaposlene, da mu zaposleni verjamemo in da za izboljšanje svojega ekonomskega položaja in socialne varnosti vsi storimo vse, kar je v naših močeh. Iskreno vabim k temu!"

Pogovarjala sem se Vesna Bleiweis

RAZPIS MERCATORJEVIH NAGRAD ZA LETO 1995

Odbor za podelitev nagrade Poslovnega sistema Mercator objavlja razpis za podelitev nagrad Poslovnega sistema Mercator za leto 1995.

I. Nagrade lahko prejmejo:

- delavci in kmetje iz družb in kmetijskih zadrug v Poslovnem sistemu Mercator za dosežke na področju inovacijskega, tehnološkega, proizvodnega in organizacijskega delovanja, pomembnega za Poslovni sistem Mercator, delavci in kmetje, ki so pomembno prispevali k uveljavljanju firme in blagovne znamke Mercator doma in v tujini, delavci in kmetje, ki so vidno prispevali k urejanju medsebojnih odnosov v družbi ali Poslovnem sistemu Mercator, delavci in kmetje, ki so dosegli viden ugled in spoštovanje med ljudmi zaradi delovnih in osebnostnih vrlin ter vsestranskih aktivnosti;
- izjemoma tudi posamezniki izven Poslovnega sistema Mercator, kot priznanje za uspešno poslovno sodelovanje oziroma za prispevek k uresničevanju razvojnih usmeritev Poslovnega sistema Mercator.

II. Nagrade

ne morejo prejeti direktorji družb in kmetijskih zadrug ter delavci, ki imajo sklenjene individualne pogodbe o zaposlitvi v Poslovnem sistemu Mercator.

III. Kandidate za nagrado lahko predlagajo

organi upravljanja družb in zadrug ter delavci in kmetje, ki delajo v Poslovnem sistemu Mercator. V primeru posebej vidnega ugleda in spoštovanja delavcev in kmetov med ljudmi, lahko nagrado predlagajo tudi posamezniki in pravne osebe izven Poslovnega sistema Mercator.

IV. Predlog za podelitev nagrade mora predlagatelj utemeljiti s predložitvijo naslednje dokumentacije:

- osebne podatke (ime in priimek, rojstni podatki, poklic, izobrazba, delovno mesto, čas trajanja delovnega razmerja v družbi, čas trajanja statusa zadruženika in druge podobne podatke),
- dokaz o statusu delavca v družbi ali kmeta zadruženika na dan predlaganja (fotokopija delavske knjižice ali fotokopijo dokaza o članstvu v zadrugi),
- oceno delavčevih ali kmetovih dosežkov oziroma prispevkov na področju inovacij in njihovega uvažanja v proizvodni in delovni proces,
- navedbo trajnejšega doseganja proizvodnih oziroma delovnih rezultatov nad običajnimi v družbi ali zadrugi,
- oceno predlagatelja o delavčevem oziroma kmetovem prispevku k urejanju odnosov v družbi ali zadrugi,
- navedbo javnih priznanj in odlikovanj za družbeno in strokovno delo. Podatki se morajo nanašati na najmanj štiriletnoobdobje.

V. Rok za predlaganje kandidatov je 25. maj 1996

VI. Predloge pošljite na naslov

Poslovni sistem Mercator, d.d., odbor za podelitev nagrade (Center za obveščanje), 1000 Ljubljana, Dunajska 107, priporočeno s povratnico.

VII. O predlogih za podelitev nagrade

bo sklepal odbor za podelitev nagrade Poslovnega sistema Mercator, nagrade pa bodo svečano podeljene ob "Dnevu Mercatorja", 15. junija 1996.

PREDNOST IZVEDBENIM KOMPONENTAM

Sodobnega poslovanja si ni mogoče več zamisliti brez ustrezne informacijske podpore. Eden od velikih projektov, ki naj bi podprl Mercatorjev razvoj in konkurenčnost, je tudi "Integrirni informacijski sistem".

Projekt je nastal v sodelovanju med Mercatorjevimi in zunanjimi strokovnjaki.



Franc Kodela,
direktor sektorja
za informatiko

O informatizaciji oziroma informatiki, ki jo zahteva reorganizirana Mercatorjeva trgovina, smo se pogovarjali z gospodom Francem Kodelo, direktorjem sektorja za informatiko v obvladujoči družbi. Naš sogovornik je človek prakse, saj je pod njegovo taktirko v nekdanjem Mipu nastal računalniško podprt informacijski sistem, ki ga prevzema tudi Poslovni sistem Mercator.

Informatika v Mercatorju je že dolga leta eden od ključnih problemov. Spominjam se časov, ko so težnje po enotnem informacijskem sistemu zaustavili močni tozdi in praktično sami vsak zase razvijali tako strojno kot programsko opremo. Koliko nam nasledstvo tega škoduje ali koristi?

"Odkar delam v Mercatorju, to je od leta 1976, je ena od stalnih tem enotni informacijski sistem. V začetku smo temu rekli enotna računalniška obdelava podatkov. Vendar so to bile le želje vodstva, za izvedbo pa ni nihče poskrbel. Posamezne delovne organizacije oziroma tozdi so kmalu spoznali, da se morajo zadeve lotiti sami, če hočejo zadovoljiti svoje potrebe po računalniški podpori poslovanju. Težko je govoriti o škodi, saj bi bila škoda največja, če podjetja sploh ne bi imela računalniške podpore. Seveda bi bilo danes veliko lažje vsem, če bi imeli enoten informacijski sistem v Poslovnem sistemu Mercator."

V sklopu o modernizaciji Mercatorja je kot separat nastal projekt "Integrirni informacijski sistem v Poslovnem sistemu Mercator". Avtorji tega projekta prihajate iz naše hiše in od zunaj. Katere so temeljne značilnosti tega projekta, cilj projekta je informacijsko medsebojno povezan poslovni sistem z namenom, da tudi informatika pomembno prispeva k njegovi konkurenčnosti.

"Projekt 'Povezani informacijski sistem' je vsekakor prvi dejanski korak k vzpostavljanju enotnega informacijskega sistema v Poslovnem sistemu Mercator. Načrt in cilji projekta odsevajo potrebo po informatizaciji vseh procesov delovanja naših trgovskih podjetij. Prav zaradi tega je njegov obseg zelo velik. Vsi skupaj, domači in zunanji strokovnjaki, smo vložili ogromno truda in časa v ta projekt. Naše delo je bilo usmerjeno v načrtovanje informacijskega sistema. Glede na to, da imamo informatiki ob reorganizaciji veliko dela s prilagajanjem oziroma predelavami obstoječih informacijskih sistemov, bomo nadaljevanje projektov 'Povezani informacijski sistem' zastavili nekoliko drugače, kot je bil prvotno mišljen. Upoštevali bomo poslovne prioritete in poudarili izvedbene komponente. Uporabili pa bomo seveda vse, kar je v tem projektu koristnega nastalo."

Koliko se iz navedenega projekta že konkretno udejanja?

"Delo na projektu se je nekoliko upočasnilo, saj projekt v svoji zasnovi ni bil naravnán na reorganizacijo Mercatorjeve trgovine. Začenja pa se postavljanje enotnega POS sistema za maloprodajo. Izbira POS sistemov je bila opravljena v okviru projekta "Povezani informacijski sistemi Poslovnega sistema Mercator". Izbran je bil tudi sistem za upravljanje s podatkovnimi bazami s pripadajočimi orodji, kar bo osnova za igradnjo podatkovnega skladišča in drugih novih oziroma prenovljenih informacijskih sistemov."

Prihajate iz družbe Mercator-SVS d.d., nekdanjega Mipa, ki slovi po informacijskem sistemu, ki zagotavlja celovito poslovno sliko družbe v vsakem trenutku. So praktične izkušnje te družbe upoštevane tudi pri izhodiščih za informatizacijo koncerna Mercator. Če so, katere?

"Ne samo, da so praktične izkušnje upoštevane, ampak so vgrajene v finančno računovodski informacijski sistem, ki podpira poslovanje novo nastale obvladujoče družbe. Dela so bila opravljena v nenormalnih rokih, saj je od odločitve, da delo prevzame ekipa nekdanjega MIP-a, do zagona preteklo dva meseca in pol. V tako kratkem času se običajno ne uspe skleniti niti poštena pogodba, kaj šele narediti finančno računovodski informacijski sistem. Močno dvomim, da obstaja v Sloveniji ekipa, ki bi uspela v tako kratkem času povezati heterogene informacijske sisteme 22 podjetij in spotoma narediti še informacijsko podporo za 5 podjetij, ki so se združila v Mercator-SVS. Ekipa zasluži vso pohvalo za opravljeno delo, pa tudi nekaj več potrpljenja tistih uporabnikov, ki niso pripravljeni upoštevati nemogočih rokov."

Ob tej priložnosti se je tudi pokazalo, da informatiki znamo stopiti skupaj, saj so pri povezovanju finančno računovodskega sistema z drugimi obdelavami sodelovali vsi informacijski centri iz Poslovnega sistema Mercator in zunanji izvajalci. Rad bi poudaril, da je nevzporedno s tem izvedena prva faza računalniškega komunikacijskega omrežja Mercator. Seveda bomo tudi pri ostalih projektih upoštevali praktične izkušnje iz vseh dosedanjih informacijskih centrov, predvsem pa praktičen in življenjski pristop, ki je bil na Ptuju močno razvit."

Kolikšno vlogo pri uveljavljanju projekta informatizacije pripisujete znanju kadrov, ki projekt operativno izvajajo? Ali imamo v Mercatorju teh kadrov dovolj in kakšni so načrti za njihovo strokovno usposabljanje?

"Če se vrnem na stanje v Mercator-SVS lahko rečem, da uspešna informacijska podpora temelji na spoznanju vodstva po potrebi za takšno podporo. Iz tega izhaja podpora vodstva, ki je zagotovilo poleg vsega ostalega, tudi ustrezne kadre. Moje osebno prepričanje je, da ni mogoče izgraditi dobrega informacijskega sistema brez dobrih lastnih kadrov. V Poslovnem sistemu Mercator je kadrov s primernimi izkušnjami in strokovnimi kvalifikacijami premalo. Poizkušali bomo pridobiti nekaj ustreznih ljudi od zunaj, čeprav menim, da je dolgoročno pametneje, da sami poskrbimo za ustrezne kadre. V vsakem primeru je šolanje stalna naloga informatikov, saj se stvari na tem področju zelo hitro spreminjajo."

Informatizacije se marsikdo boji, saj se prav zaradi nje lahko pokažejo slabosti v delovanju nekega sistema in s tem marsikje tudi pokaže na subjektivno napako oziroma odgovornost zanjo. Kakšen je vaš odnos do tega vprašanja?

"Bojazen, da bo dobra informacijska podpora razkrila slabosti posameznikov ali nekega sistema je, realna. Vendar se brez tega ne da uspešno poslovati. Ker pa je možno število napak zmanjšati s kvalitetnimi informacijami, večina zelo hitro vidi v tem svojo priložnost za boljše in lažje delo."

Za izvedbo projekta informatizacije je odgovorna uprava. Na kakšen način teče sodelovanje med upravo in sektorjem za informatiko, ki ga predstavljate vi? Kaj bi bilo potrebno v tem komuniciranju izboljšati z namenom, da bo, ne ravno poceni projekt, razmeroma hitro dal tudi pričakovane rezultate?

"Najprej bi rad povedal, da informatizacije ne vidim samo kot projekt, ampak kot stalno nalogo brez konca. Sodelovanje med upravo in sektorjem za informatiko poteka dobro in upam, da bo tudi v bodoče. Moj trenutni položaj in položaj informatike v Poslovnem sistemu Mercator sicer ni tak, kot ga predstavlja članek v februarški številki glasila Mercator. Stvari se bodo sčasoma zagotovo spremenile, predvsem zaradi preoblikovanja poslovnih procesov, ki jih ni možno izvajati brez informacijske podpore. Sodelovanje informatike v fazi načrtovanja preoblikovanja poslovnih procesov in neposredno komuniciranje z vodstvom bo postal nujen pogoj za zagotovitev učinkovite informacijske podpore poslovanju."

Pogovarjala sem se: Vesna B.

18. MERCATORIADA IN DAN MERCATORJA

RAZPIS TEKMOVANJ ZA 18. LETNE ŠPORTNE IGRE POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR

Poslovni sistem Mercator bo v aprilu, maju in juniju 1996 organiziral 18. letne športne igre Poslovnega sistema Mercator - MERCATORIADO.

Rok prijav je 17. april 1996, vendar priporočamo vsem družbam in kmetijskim zadrugam, da se prijavijo kar najhitreje, ker nam bodo s tem omogočili lažjo in boljšo organizacijo tekmovanja.

Na 18. MERCATORIADI bodo organizirana tekmovanja v naslednjih športnih panogah:

1. MALI NOGOMET

- Ekipa šteje 8 igralcev (od katerih je pet igralcev, en vratar in dva rezervna igralca).
- V predtekmovanju je igralni čas 2 x 15 minut, v finalu pa 2 x 20 minut.
- Tekmovanje bo organizirano po izločilnem sistemu.

2. KOŠARKA - MOŠKI IN ŽENSKJE EKIPNO

- Ekipa šteje 8 igralcev (5 igralcev in 3 rezervni).
- Igralni čas je 2 x 15 minut "kosmate" igre.
- Tekmovanje bo organizirano po izločilnem sistemu.

3. ODBOJKA - MOŠKI IN ŽENSKJE EKIPNO

- Ekipa šteje 8 igralcev (6 igralcev in 2 rezervna).
- Vse tekme se igrajo na dva dobljena seta.
- Tekmovanje bo organizirano po izločilnem sistemu.

4. NAMIZNI TENIS - MOŠKI IN ŽENSKJE EKIPNO

- Tekmovanje bo organizirano samo ekipno.
- Ekipa šteje 2 tekmovalca (tekmovalki).
- Igra se po naslednjem sistemu: 2 igri posamezno, igra parov: igra se na dva dobljena seta, vsaka dobljena igra prinese ekipi točko, igra pa se do treh dobljenih točk.
- Tekmovanje bo organizirano po izločilnem sistemu. (Igralci teniške žogice prinesejo s seboj).

5. KEGLJANJE - MOŠKI IN ŽENSKJE EKIPNO IN POSAMEZNO

- Tekmovanje bo organizirano ekipno in posamično. (Šteje rezultat iz ekipnega tekmovanja).
- Ekipa šteje pri moških 6 tekmovalcev in 4 tekmovalke pri ženskah.
- Tekmuje se v disciplini 100 lučajev mešano za moške in 100 lučajev mešano za ženske. V primeru velikega števila prijav bo število lučajev nižje.

6. STRELJANJE - MOŠKI IN ŽENSKJE EKIPNO IN POSAMEZNO

- Tekmovanje bo organizirano ekipno in posamično (šteje rezultat iz ekipnega tekmovanja).
- Moško ekipo sestavljajo 4 tekmovalci, lahko je tudi mešana. Vsak tekmovalac ima 5 preizkusnih in 20 strelav za rezultat. Čas streljanja je 30 minut.

7. ŠAH - MOŠKI ALI MEŠANO

- Ekipo sestavljajo 4 tekmovalci, lahko je tudi mešana.
- Igra se s šahovskimi figurami (ki jih ekipe prinesejo s seboj), igralni čas je 10 minut.
- Sistem tekmovanja bo prilagojen številu ekip (ne bo izločilen).

8. VLEČENJE VRVI

- Ekipa šteje 10 tekmovalcev in 2 rezervi.
- Vsak poteg prinese 1 točko; zmaga ekipa, ki prva doseže dve točki.
- Tekmovanje bo organizirano po izločilnem sistemu.

9. KROS - MOŠKI, ŽENSKJE - posamezno in ekipno

- Tekmovanje bo organizirano posamezno in ekipno.
- Moški in ženske tekmujejo posamično v treh starostnih skupinah in sicer:
A. do 30 let starosti (letnik 1966 in mlajši)
B. od 31 do 40 let (1956 - 1965) C. starejši od 40 let (1955 in starejši).
- Najbolje uvrščeni tekmovalci iz vseh starostnih skupin sestavljajo nato ekipo, ki se upošteva za ekipno uvrstitev. Uvrščajo se samo ekipe, ki imajo uvrščene tekmovalce v vseh starostnih skupinah.
- Dolžina proge je za moške cca 1.500 m, za ženske pa cca 800 m.

10. TENIS - MOŠKI IN ŽENSKJE - posamezno in ekipno

- Tekmovanje je organizirano v moški konkurenci v dveh starostnih kategorijah:
A. do 45 let starosti (1951 in mlajši)
B. nad 45 let starosti (1950 in starejši) in v enotni kategoriji za ženske.
- Ekipo tvorijo najbolje uvrščeni tekmovalci iz vseh treh kategorij (moški A, moški B in ženske). Uvrščajo se samo ekipe, ki imajo uvrščene tekmovalce v vseh treh kategorijah.

11. PLAVANJE - MOŠKI IN ŽENSKJE - posamezno in ekipno

- Tekmovalne kategorije za moške in ženske so enake.

KRŠKO, 15. JUNIJ 1996

- A. do 30 let starosti (1966 in mlajši)
- B. od 31 do 40 leta starosti (1956 do 1965)
- C. od 40 leta starosti dalje (1955).

Organizator ne odgovarja za škodo ali posledice, ki bi nastale med ali zaradi tekmovanja in ki bi jih tekmovalci povzročili sebi, med seboj ali tretji osebi.

Poleg tekmovanj v posameznih športnih panogah, je organizirano na osnovi rezultatov ekip iz vseh panog, tudi tekmovanje v skupni uvrstitvi za najuspešnejše podjetje oz. KZ. Osnova za izračun je uvrstitev v posamezni panogi, kjer prejme prvouvrščena ekipa 25 točk, drugouvrščena 20 točk, tretje uvrščena 15, četrtouvrščena 12, petouvrščena 11 in nadalje vsaka uvrščena ekipa po eno točko manj do petnajstouvrščene ekipe, ki prejme 1 točko.

Nekatera tekmovanja bodo potekala dva dni. Predvsem to

velja za discipline, kjer je tekmovanje, zaradi načina tekmovanja in velikega števila prijavljenih, trajalo že do sedaj zelo dolgo.

Organizator si pridružuje pravico, da bo o tekmovanju v teh panogah odločal na osnovi prijav.

PRIJAVE:

Vsako podjetje oziroma KZ mora do razpisanega roka poslati prijavo na obrazcu, ki so ga prejeli nosilci prijav za Mercatoriado. Pri športnih panogah, kjer so tekmovalci razvrščeni v kategorije, navedite vse tekmovalce z imeni in priimki in letnicami rojstva.

Opozarjamo, da za panoge, kjer je tekmovanje organizirano po izločilnem sistemu, poznejših prijav ne bomo sprejemali.

Prijave pošljite na naslov, ki je naveden v prijavnici.

PREGLED TERMINOV POSAMEZNIH TEKMOVANJ

- 20.4.1996 **PLAVANJE**, Kranj, zaprt olimpijski bazen v Kranju, organizator: Oljarica, Kranj
- 11.5.1996 **KOŠARKA**, Postojna, dvorana Srednješolskega centra v Postojni, organizator: PSM - PC Nanos
- 11. in 12.5.1996 **KEGLJANJE**, Ljubljana, Kegljišče Maks Perc in Društva invalidov, organizator: PSM - PC Sadje zelenjava
- 25.5.1996 **ODBOJKA**, Novo mesto, športna dvorana Marof, organizator: M-Dolenjska
- 25.5.1996 **ŠAH**, Kočevje, Hotel Valentin, organizator: PSM - PC Trgopromet
- 1. in 2.6.1996 **TENIS**, Portorož, teniška igrišča v Luciji, organizator: PSM, d.d. in M-Degro
- 1.6.1996 **MALI NOGOMET**, Koper, nogometna igrišča pri šoli Pinka Tomažiča, organizator M-Trgoavto
- 8.6.1996 **NAMIZNI TENIS**, Ptuj, športna dvorana Mladika, organizator: M-SVS
- 8.6.1996 **STRELJANJE**, Ptuj, športna dvorana Mladika, organizator: M-SVS
- 15.6.1996 **KROS, VLEČENJE VRVI, FINALNE TEKME V KOŠARKI, ODBOJKI, MALEM NOGOMETU**



TRGOVANJE Z DELNICAMI MERCATORJA

Že od začetka letošnjega leta se v časopisih in drugih medijih pojavljajo oglasi s ponodbami za nakup Mercatorjevih delnic. Mnogi naši delničarji so tovrstno ponudbo sprejeli z začudenjem in tudi z vprašanji, kdo stoji za temi nakupi, kajti le redko je bil kupec naveden z imenom.

Normalno je torej, da se je porodilo tudi vprašanje o resnični ceni Mercatorjeve delnice in ali kaže delnico Poslovnega sistema Mercator, d.d.

KUPITI, PRODATI ALI ČAKATI?

Odprta možnost trgovanja

Mercator je javnost že ob koncu prejšnjega leta - pred in po 1. skupščini delničarjev, ki je bila 23. novembra - seznanjal z dejstvom, da je njegova delnica postala "prometna", kar pomeni, da se jo lahko proda ali odsvoji, kako drugače odtuji (podari, deduje) oziroma kupi ali pridobi.

To direktno trgovanje, pri katerem mora prodajalec sam poiskati kupca, je zakonsko možno, dokler ne bo organiziranega trgovanja z delnicami, ki bo potekalo preko borze, in sicer od decembra prejšnjega leta, ko je bila delnica Poslovnega sistema Mercator, d.d. sprejeta v centralno evidenco vrednostnih papirjev pri Klirinško depotni družbi v Ljubljani, ki je po zakonu določena za skrbnika vseh nematerializiranih vrednostnih papirjev. Delnice in njihovi imetniki, vključno z vsemi spremembami, se vodijo računalniško, podobno kot žiro oziroma tekoči računi pri banki.

Za sprejem delnice Poslovnega sistema Mercator, d.d. v centralno evidenco smo pohiteli iz treh razlogov:

- da čimprej vzpostavimo knjigo delničarjev, kar centralna evidenca hkrati tudi je;
- da lahko izpeljemo zamenjavo delnic nekaterih hčerinskih družb za delnice Poslovnega sistema Mercator, d.d. (t.i. "51-49" iz programa lastninskega preoblikovanja) in

- da delničarjem, ki to želijo, omogočimo prometnost oziroma prenosljivost delnice še pred organiziranim trgovanjem na borzi.

Zlasti borznoposredniški lobi je vpis delnic Poslovnega sistema Mercator, d.d. v centralno evidenco ocenil kot odločitev vodstva Mercatorja o vstopu na borzo in odregiral skladno s svojimi interesi, o čemer več v nadaljevanju.

Kotacija na borzi

Glede na to, da so bile delnice Mercatorja javno ponujene (med 20. oktobrom in 18. novembrom 1994) je bilo za lastninske certifikate prodanih 60% oziroma nekaj nad dve-

mi milijoni vseh ponujenih delnic, je zakonska obveza, da se z njimi trguje na **organiziranem trgu**. Namen te zakonske določbe, znane po celem svetu, je zaščita vseh, posebej majhnih delničarjev. Na organiziranem trgu poteka trgovanje redno, urejeno in nadzorovano ter po vnaprej določenih pravilih, ki med drugim omogočajo, da je cena, dosežena pri posameznih transakcijah, javno in pregledno objavljena in s tem dostopna vsakomur. Transparentnost dosežene cene pri trgovanju z določeno delnico pa je seveda eden najpomembnejših podatkov za delničarjevo

odločitev, ali naj delnico proda, kupi ali čaka oziroma drži na dolgi rok. Cena delnic se oblikuje na podlagi ponudbe in povpraševanja. Ne glede na to, kakšen motiv posameznika ali družbe vodi k prodaji ali nakupu, je rezultat vedno tak, daponudba večja od povpraševanja ceno znižuje in obratno.

Za Slovenijo so najverjetnejše ocene, da bo ponudba "privatizacijskih delnic" mnogo večja od povpraševanja vsaj iz dveh razlogov: ker bodo ljudje želeli čimprej vnovčiti certifikate, ki so jih prejeli "zastonj" in ker na drugi strani niti tradicije, niti velikih resursov za investiranje v delnice.

Take ocene so najverjetnejše tudi za Mercatorjeve delnice, še posebej, ker gre za največje število izdanih delnic posamezne družbe v državi in ker je med delničarji veliko takih, ki so zaradi težkih življenjskih razmer delnice pripravljene

prodati skorajda za vsako ceno.

Zato se bo vodstvo Mercatorja odločilo za kotacijo na borzi v tistem trenutku, ko bo ocenilo, da je Mercator "na takem glasu", da bo ponudba njegovih delnic čim manjša oziroma povpraševanje čim večje. Res je sicer, da je cena, po kateri delničar svojo delnico proda ali kupi, njegova stvar in le-ta na knjižno vrednost družbe nima nobenega vpliva. Pač pa ima cena, po kateri se z delnicami trguje, velik vpliv na ugled družbe, posredno pa seveda tudi na poslovanje in rezultate: dobra cena in njena rast pri strankah in partnerjih vzbujata zaupanje, slaba cena in njeno padanje pa zaskrbljenost in morda tudi nezaupanje.

Klirinško depotna družba je sredi marca začela pošiljati obvestila o vpisu delničarjev oziroma njihovih delnic v knjigo delničarjev Mercatorja oz. v centralno evidenco vrednostnih papirjev. Ta obvestila so uradni dokumenti, s katerimi delničarji izkažejo svoje delničarstvo in pravico do razpolaganja z delnicami. Zato izpise skrbno shranite.

Pametno je počakati

Tisti, ki se ukvarjajo z borznimi posli vedo, da je med 63.000 delničarji Mercatorja nemalo tistih, ki so iz nuje ali pa naivnosti pripravljeni prodati svoje delnice globoko pod njihovo nominalno vrednostjo. Tako nekateri ponujajo za delnico Mercatorja 2.000,00 SIT ali komaj kaj več, vendar na srečo po tako nizki ceni do prav veliko poslov ni prišlo. Kupci delnic po tako nizki ceni seveda upravičeno pričakujejo mastne dobičke, pa čeprav bodo morali nanje počakati še kakšno leto ali dve.

Primer delnice Kolinske je, kljub temu, da gre za prvo privatizacijsko delnico iz javne prodaje, ki se je smelo pojavila na borzi, kot iz učbenika in zelo poučen. Tistim, ki so hiteli s prodajo in se pred mesecem zadovoljili z 800,00 SIT za delnico, gotovo ni vseeno, ker se je cena ustalila pri dobrih 1.600,00 SIT.

S tem nočem reči, da bodo za našo delnico veljale prav take zakonitosti, saj gre v našem primeru za mnogo večje število delnic in delničarjev in za precej nižjo donosnost kapitala kot pri Kolinski.

Zelo velika verjetnost pa je, da bo v začetnem obdobju cena Mercatorjevih delnic nihala in da bo takole "na oko ali čez prst" prej na nižjem nivoju, kot ne. To so predvidevanja, saj se slovenski borzni trg z delnico s tako ogromno "naklado" še ni srečal. Prav tako so **predvidevanja, da se bo čez čas**, ki pa je sila težko določljiv ali predvidljiv, **cena delnice ustalila** na primernejši ravni, še posebej, če bosta nova organiziranost trgovine in gospodarjenje sploh, navrgla v kratkem času boljše rezultate, ki se bodo kazali tudi v doseženem dobičku.

V vsakem primeru pa se bo cena delnic ustalila na nekem nivoju, ko bosta ponudba za prodajo in povpraševanje po nakupu v nekem ravnovesju. To pa ne bo prej, preden se delnic ne bodo "znebili" vsi tisti, ki so odločeni, da delnice čimprej prodajo, skratka tisti, ki jim je čas (čimprej) pomembnejši od dosežene cene.

Zatorej moj nasvet vsakemu, ki v delnicah vidi neko realno premoženje in s katerimi želi iztržiti čimveč: ne hitite s prodajo - lahko pa poskusite z nakupom!

Aleš Čerin

ZAMENJAVA DELNIC HČERINSKIH DRUŽB ŽE POTEKA

Kljub mnogim dvomom je takoimenovana zamenjava "51-49" že realnost. V šestih Mercatorjevih družbah je za menjavo na voljo skupno 168.712 delnic.

Temelj zamenjave v lastninskem programu in sklepu 1. skupščine delničarjev

Zamenjava "51-49" je v Mercatorju lep čas močno burila duhove. Bolj zaradi tega, ali bo do nje zares prišlo, kot zaradi tega ali in v katerih družbah je smiselna in koristna tako za družbe kot za delničarje.

Kljub temu, da je bila možnost zamenjave določena v programu Mercatorjevega lastninjenja, so ji lahko zeleno luč prižgali samo delničarji, ker se z zamenjavo spreminjajo razmerja med njimi - to so storili s sprejetjem sklepa na 1. skupščini delničarjev 23.11.1995.

Po tem sklepu je na voljo 40.533 delnic M-Embe (49% njenega osnovnega kapitala) 47.907 delnic Ete (46.11%) 7.096 delnic Gorenjskih mlekarn (14,97%), 15.439 delnic M-Pekarne Grosuplje (37,08%), 41.532 delnic M-Trgoavta (49%) in 16.205 delnic Zmajčkovega butika (49% osnovnega kapitala).

Zamenjave je možna v vseh družbah, kjer so zanjo pokazali interes in ki jih ne zadeva nova organiziranost trgovine v Mercatorju.

To je razumljivo, saj bodo z integracijami določene družbe prenehale in bi bila zamenjava nesmiselna. Tako so po sklepu skupščine delničarjev za menjavo na voljo tudi delnice Tovarne olja Oljarica ter deleži družb M-

KŽKKmetijstvo Kranj in M-KG Kočevje, vendar so v teh treh družbah v času priprav na zamenjavo delnic ocenili, da sedaj zamenjava ne bi bila smiselna.

Zamenjava tudi za zadolžnice Poslovnega sistema Mercator, d.d.

Po zgoraj navedenem sklepu skupščine delničarjev je možno delnice hčerinskih družb pridobiti za denar in v zameno za zadolžnico in/ali delnico PSM, d.d.. Pričakovati je bilo, da ne bo interesa za nakup delnic z denarjem, saj pri nas še ni niti izkušenj, niti tradicije, da bi podjetja, posebej pa posamezniki, prihranke investirali v delnice.

Zaposleni v Mercatorju, ki svojih zadolžnic niso vložili v nakup delnic M banke (teh je še nekaj čez 1.600), jih lahko uporabijo za nakup delnic PSM, d.d. ali njenih hčerinskih družb. To je bil tudi temeljni namen izdaje zadolžnic v letu 1992.

Zadolžnice so se v času do 31.12.1995 revalorizirale in obrestovale, zato je to tudi datum, na katerega je ugotovljena knjižna vrednost delnice. Knjižna vrednost delnice PSM, d.d. ali hčerinske družbe na dan 31.12.1995 je 15.720 SIT, ta znesek, deljen z vrednostjo zadolžnice, pa njenemu imetniku pove, koliko delnic bo prejel. Razliko do ali nad številom celih delnic pa imetnik zadolžnice lahko doplača ali dobi vrnjen v gotovini.

Velika večina imetnikov zadolžnic, ki so zaposleni v družbah, kjer je menjava možna, bo zadolžnice PSM, d.d. uporabila za delnice "svojih" družb.

Delnica za delnico

V primeru, da se delnico družbe PS Mercator zamenja za delnico hčerinske družbe, je zaradi enostavnosti izvedbe, določeno menjalno razmerje 1:1, se pravi delnico za delnico.

Za delničarje, ki se odločijo za menjavo, je postopek zelo enostaven, saj samo podpišejo dva dokumenta (zaključnico in nalog za preknjižbo), ki ju izpolnjujejo v hčerinskih družbah, kjer poteka menjava. Sledi pa zahtevno administrativno-tehnično delo borznih hiš Intare, d.d. ali Beme, d.d., ki kot članici Klirinško depotne družbe, d.d. v centralnem registru vrednostnih papirjev opravita preknjižbe tako, da se tisti, ki se odloči za menjavo, izbriše iz knjige delničarjev PSM, d.d. in se vpiše v knjigo delničarjev hčerinske družbe.

Stroški borzne hiše in KDD znašajo 4.000 SIT za delničarja (ne glede na število delnic), državi pa gre 0,1% prometni davek. Običajno ti stroški bremenijo prodajalca (delničarja), vendar se v nekaterih družbah nagibajo k temu, da bodo ta strošek nosile družbe same.

V treh družbah gre menjava h koncu

V Gorenjski mlekarni, M-Pekarni Grosuplje in M-Trgoav-

tu bodo delnice (ali pa so že), ki so na voljo za menjavo, pošle, saj je bil interes tistih, ki so vpisovali lastninske nakaznice na lokaciji teh družb, usmerjen v delnice teh zelo uspešnih in perspektivnih Mercatorjevih družb.

V pravilih za izvedbo zamenjave delnic, ki sta jih sprejela Mercatorjeva uprava in nadzorni svet, je med drugim določeno, da se zamenjava konča, ko poidejo vse delnice, ki so ponujene, kar z drugimi besedami pomeni, da v primeru večjega povpraševanja velja vrstni red pri podpisovanju obrazcev za menjavo: kdor prej pride, prej melje. Zato delničarji, ki vas menjava zanima, pohitite!

Ob tem, ko je v postopku menjave 168.712 delnic šestih hčerinskih družb (to predstavlja ekvivalent 4,86% delnic Poslovnega sistema Mercator, d.d.), naj še enkrat zapišem, da je menjava interesantna posebej za zaposlene v teh družbah in tiste, ki imajo izoblikovan odnos do teh družb, kar pomeni, da skozi trajnejše lastništvo delnice želijo na dolgi rok deliti dobro in slabo s to družbo.

To je bil tudi osnovni namen menjave. Ta je napisan na kožo stabilnim delničarjem, takim, ki jim delnice pomenijo dolgoročno naložbo in ki jih v razvitih tržnih gospodarstvih poznajo že desetletja. Teh tudi ne moti, da delnice teh družb ne kotirajo in ne bodo kotirale na borzi, zato je njihova prometnost oziroma trgovanje z njimi mnogo manjše in večji del poteka med njimi samimi, saj je trgovanje izven njihovega kroga precej težje.

Aleš Čerin



O KOTACIJI MERCATORJA NA BORZI

Mercatorjeve delnice so uvrščene v kotacijo C na Ljubljanski borzi.

Pred tem dogodkom je predsednik uprave Živko Pregl novinarjem povedal, da uprava nad odločitvijo Ljubljanske borze o uvrstitvi teh delnic na trg, ni navdušena.

Uprava Ljubljanske borze, d.d. je v skladu s svojimi pristojnostmi dne 27.3.1996 sprejela sklep o začetku trgovanja na odprtem trgu C (OTC) z rednimi delnicami Poslovnega sistema Mercator.

Uprava Mercatorja se s tolikšno naglico pri uvrščanju delnic Mercatorja na borzo, ni strinjala, saj želi Mercatorjevim delnicam zagotoviti ceno, ki bo temeljila na gospodarskem položaju in poslovnih rezultatih Mercatorja. Šele ko bodo rezultati zadovoljili pričakovanja vseh delničarjev bo Mercatorjeva uprava zaprosila za kotacijo A in B. Uprava v tem trenutku namreč meni, da kotaciji A in B še nista pravi odraz gospodarskih gibanj v Sloveniji in uspešnosti podjetij, ki nastopajo v teh dveh kotacijah. To je posledica dejstva, da je kapitalski trg v Sloveniji še razmeroma majhen, pa tudi posledica naknadnih posegov Agencije za plačilni promet, nadzor in informiranje, na kar kažejo tudi dogodki v zvezi z vzajemnimi skladi.

Uprava tudi ocenjuje, da bo za Mercatorjevo kotacijo v razredu A in B čas primernejši ko bodo sprejete spremembe Zakona o gospodarskih družbah in Zakona o trgu vrednos-

tnih papirjev, ki bodo zagotovile večjo varnost investitorjem oziroma lastnikom delnic, pa tudi zakonodaja o prevzemih podjetij.

Mercator želi pridobiti dolgoročne investitorje med državljani in tujimi institucionalnimi investitorji (skladi, investicijske družbe) in poslovnimi partnerji, ki bodo na nešpekulantski osnovi sodelovali pri krepitvi Mercatorjevega dobička in kapitala.

Po mnenju Mercatorjevega prvega moža je okoli 63.000 delničarjev privrženih Mercatorju in delnic ne nameravajo prodajati za nizko ceno. Knjižna vrednost delnice je 31.12.1995 znašala 15.720,00 SIT. Z uvrstitvijo na borzo se bo na trgu pojavilo okoli tri milione in pol Mercatorjevih delnic. V času pred uvrstitvijo na borzo je bil prodan le slab odstotek vseh delnic.

Prvi dan trgovanja z Mercatorjevimi delnicami na organiziranem trgu je bil dosežen enoten (povprečen) tečaj 3.574,00 SIT za eno delnico. V naslednjih dneh je tečaj naraščal in 10.4.1996 že dosegel povprečno 5.000,00 SIT za eno delnico.



ZADNJE MIPOVO POSLOVNO LETO

Leto 1995 je bilo zadnje poslovno leto Mipa. V letu 1996 bo družba - Mercator-SVS, d.d. že seštevata in vrednotila poslovanje sedmih profitnih centrov, nastalih pretežno iz do leta 1996 samostojnih podjetij v severovzhodni Sloveniji.

V letu 1995 so podjetja, sedaj združena v odvisno družbo Mercator SVS, zadnjič zaključila letno poslovanje kot samostojne pravne osebe. Iz tega razloga se omejujem predvsem na poslovanje MIP-a. Za ostala podjetja pa predstavljam predvsem tiste podatke, ki najbolj zanimajo delničarje. To je kapitalski donos in donos prodaje.

Delovno in dinamično leto 1995

Leto 1995 je bilo v Mipu izjemno delovno in dinamično:

- otresli smo se nerentabilnih programov in poslovnih enot, ki so prinašale največjo izgubo. 1. februarja smo izločili profitni center Zaščita. Ustanovili smo hčerinsko podjetje in sodelovali pri ustanovitvi invalidskega podjetja, katerega ustanovitelj je Zaščita, d.o.o. Prodali smo nepremičnine, ki jih je uporabljala Zaščita, temu podjetju pa zagotovili materialne in prostorske pogoje za normalno poslovanje. Ukinili smo nerentabilne maloprodajne poslovne enote in kljub manjšemu številu prodajnih mest, povečali tržni delež v prodaji na drobno. Organi upravljanja so sprejeli odločitev o ukinitvi profitnega centra Kooperacija, ki služi z izgubo in nima več pogojev za normalno poslovanje;

- utrdili smo svoj poslovni ugled v okolju. Pri dobaviteljih kot soliden plačnik in velik kupec, pri konkurenci kot resen tržni tekmeč, pri potrošnikih pa kot "najboljši sosed";

- končan je bil proces lastninjenja celotnega Mercatorja. Postalni smo delničarji in vživeti se moramo v novo vlogo, ki nam jo prinaša status delničarja;

- druga polovica lanskega leta je bila tudi v znamenju reorganizacije trgovinske dejavnosti v Mercatorju. Vodstvo Mipa je bilo pri tem projektu izredno angažirano, saj je želelo prispevati k kar najbolj smotnim, racionalnim in gospodarsko utemeljenim organizacijskim rešitvam. Z združitvijo Mipa in štirih, prej samostojnih regijskih podjetij, smo postali delniška družba s skupno nalogo - z ustreznimi poslovnimi rezultati opravičiti svoj status.

Cilji leta 1995

V gospodarski načrt za leto 1995 smo zapisali naslednje ključne cilje in naloge:

- povečanje tržnega deleža;
- izboljšanje likvidnostnega položaja;
- povečanje donosa prodaje, kapitala in premoženja;
- izboljšanje kakovosti storitev.

Povečanje tržnega deleža merimo z realno rastjo prodaje. Prodajo smo v organizacijski enoti Maloprodaja povečali za dobre 4 odstotke, kljub ukinitvi nekaterih enot, ki so v letu 1994 ustvarile okoli 3 odstotke celotne prodaje. Pri tem je potrebno omeniti nove prodajne zmogljivosti v Murski Soboti, ki pomenijo povsem nov trg. Učinek te investicije bo v celoti vplival na obseg prodaje šele v letu 1996, saj smo enoto odprli v juliju. Povečanje obsega v grosistični dejavnosti je posledica večjih nabav Mercatorjevih podjetij, saj se je delež eksterne prodaje znižal od 31 odstotkov v letu 1994 na 25 odstotkov v letu 1995. Eksterna realizacija bi bila lahko večja, vendar smo prekinili poslovanje z nesolventnimi kupci, kar se je ugodno odrazilo na področju likvidnosti.

Izboljšanje **likvidnostnega položaja** se je odrazilo v tekočem plačevanju dobaviteljem in večjem koriščenju kasas-kontov. Pri tem je potrebno omeniti intenzivno investicijsko dejavnost, ki je bila v pretežni meri financirana iz lastnih virov, torej iz amortizacije in virov, ki smo jih pridobili z deinvestiranjem. Odtegnitev amortizacije iz obratne sfere za investicijske namene je sicer zahtevala najem kratkoročnih kreditov za obratna sredstva, kar je povezano s stroški obresti, vendar podjetje glede na obseg poslovanja in kapitala, ni prekomerno zadolženo. Ocenjujemo, da se bo v letu 1996 z ukinitvijo kooperacijske dejavnosti in večjim deležem trgovine na drobno in novonastale podjetju likvidnost še izboljšala. Ta ocena velja le v primeru, če s strani obladujoče družbe na področju finančne politike ne bo prevlekih posegov.

Na **doseganje načrtovane stopnje donosa** prodaje, kapitala in premoženja imata v letu 1995 še negativen vpliv izguba Zaščite ter izguba iz kooperacijske dejavnosti. Slednja se bo v določenem obsegu odrazila še na poslovnem rezultatu za leto 1996, predvsem v obliki popravkov vrednosti obratnih sredstev, to je zalog in terjatev do kupcev. Glede na to, da je bila Zaščita izločena iz Mipa šele februarja 1995 in ne 1. januarja, kot smo načrtovali, moramo pri primerjavi doseženih rezultatov s planiranimi, izločiti vpliv Zaščite na poslovni rezultat podjetja.

Izboljšanje **kakovosti storitev** se kaže predvsem v odnosu prodajnega osebja do kupcev ter v urejenosti in čistosti prodajnih površin, vključno z okolico. K temu je delno prispevalo tudi intenzivno izobraževanje poslovođij in prodajalcev. Na področju poznavanja blaga in svetovanja kupcem pa bo potrebno storiti še veliko. Nismo pričeli s predvidenim uresničevanjem Mercatorjevega projekta ISO standard 9004-2, ki bi vseboval celovita navodila za obvladovanje kakovosti. Pričakujemo, da se bo Mercator kmalu lotil tega projekta.

Govorica števil

V letu 1995 je Mip ustvaril za 15 odstotkov višjo realizacijo v primerjavi z doseženo v letu 1994, ki je vključevala celotno prodajo profitnega centra Zaščita. Realna rast glede na leto 1994 je dosežena v vseh delih podjetja z izjemo PC Kooperacija, ki je znižal obseg poslovanja za 16 odstotkov.

Obračanje zalog je bilo nižje od načrtovanega. V primerjavi z letom 1994 pa se je poslabšalo na račun PC Kooperacija, ki je v letu 1995 ustvaril le 3,7 odstotkov celotne realizacije in veže 6,4 odstotke vrednosti skupnih zalog. Tako je Kooperacija ustvarila nominalno nižjo realizacijo kot pred letom, zaloge pa je povečala za 58 odstotkov in s tem znižala količnik obračanja od 11 na 6,5.

Povprečna vezava zalog je bila skoraj 32 dni, načrtovana je znašala le 27 dni. V primerjavi z letom 1993 se je vezava skrajšala v povprečju za tri dni, znotraj posameznih dejavnosti pa je v veleprodaji ostala nespremenjena, v maloprodaji se je skrajšala za 3,5 dni, v kooperaciji pa poslabšala za 30 dni.

Decembra 1995 je Mip **zaposloval 804 delavce**, kar je v primerjavi z decembrom 1994 104 zaposlene manj. V januarju smo zaposlovali 902 delavca, po izločitvi Zaščite v februarju pa 77 delavcev manj. Z aktiviranjem prodajnega centra v Murski Soboti se je število zaposlenih v juniju in juliju nekoliko povečalo, do konca leta pa se je ponovno iz meseca v mesec zniževalo.

Povprečno število zaposlenih po stanju konec meseca je bilo v letu 1995 za 179 delavcev nižje kot v letu 1994, kar pomeni 18 odstotno zmanjšanje oziroma zmanjšanje od 1003 na 824 zaposlenih.

Povprečno število zaposlenih po opravljenih in plačanih urah se je znižalo od 868 delavcev v letu 1994 na 785 v letu 1995 oziroma za slabih 10 odstotkov. Iz plana kadrov je razvidno, da smo po stanju konec leta 1995 načrtovali 820 zaposlenih. Dosegli smo torej za 16 delavcev nižjo zaposlenost od načrtovane.

Povprečna izplačana bruto plača za leto 1995 znaša v Mipu 98.405 SIT in je v primerjavi z doseženim povprečjem leta 1994 višja za 16 odstotkov, če izločimo vpliv Zaščite v letu 1994. Za povprečnimi bruto plačami gospodarstva Slovenije zaostajamo za dobrih

6 odstotkov, za povprečjem dejavnosti trgovine za skoraj 20 odstotkov. Izplačani **obseg bruto plač** je glede na leto 1994 večji nominalno za 11,5 odstotkov.

Zmanjšanje števila zaposlenih ter s tem dvig produktivnosti pa sta nam vendarle omogočila **realni dvig plač**. Tako je v letu 1993 znašala povprečna neto plača v MIP-u 624 DEM, leta 1994 se je povišala na 672 DEM, izplačana za december 1995 pa znaša 769 DEM.

Z izločitvijo Zaščite se je bistveno zmanjšalo število izostankov z dela zaradi bolezni. Boleznine do 30 dni, ki bremenijo stroške dela podjetja, so manjše za skoraj 23.000 ur (indeks 68), kar ni sorazmerno z zmanjšanjem zaposlenosti zaradi osamosvojitve Zaščite. Sicer pa podatki o **izrabi delovnega časa** v letu 1995 niso primerljivi prav zaradi vpliva Zaščite v letu 1994 in v januarju 1995. Iz strukturnih deležev pa je kljub temu mogoče ugotoviti, da se je, kljub večjemu številu praznikov v koledarskem letu 1995, povečal delež efektivnega delovnega časa.

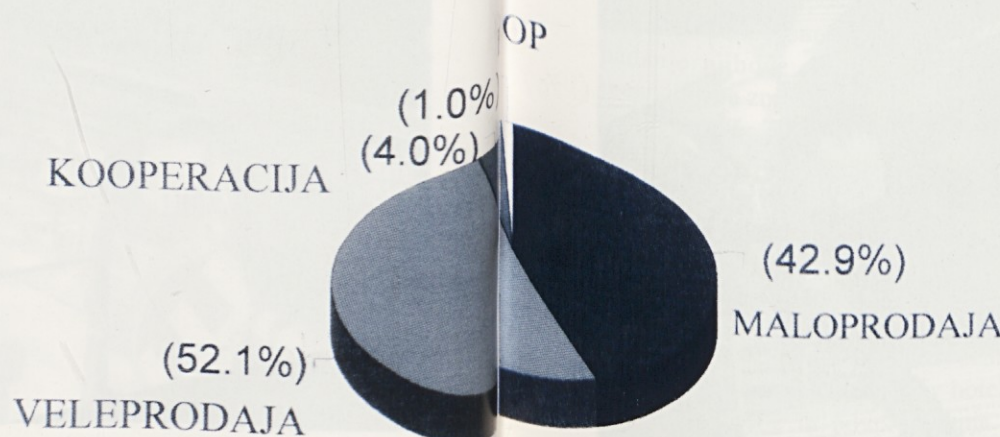
Za leto 1995 smo načrtovali **investicije** v skupni vrednosti 422 mio SIT, preračunano na tekoče cene. Plan investicij smo vrednostno presegli za 15 odstotkov, saj so vlaganja znašala 485 mio SIT. Program načrtovanih investicij je v celoti uresničen, razen adaptacije Pepsi bara, kjer smo pripravili le tehnično dokumentacijo. Poleg tega smo kupili še prostore PE Kovina, kar smo predvideli že v gospodarskem načrtu za leto 1994.

Največje investicije :

1. Prodajni center Breg v vrednosti 171,2 mio SIT;
2. Prodajni center Murska Sobota v vrednosti 138,8 mio SIT;
3. PE Rimska peč v vrednosti 35,4 mio SIT;
4. PE Kovina v vrednosti 22 mio SIT;
5. PE Živila v vrednosti 19,6 mio SIT;
6. EDF Mura v vrednosti 18,1 mio SIT;
7. Blagovnica v vrednosti 14,9 mio SIT.

Investirali smo pretežno iz lastnih virov, in sicer iz amortizacije in sred-

DELEŽ PRIHODKOV PO DEJAVNOSTIH V MIP PTU V LETU 1995



stev, pridobljenih z deinvestiranjem. S prodajo Zaščitinih prostorov, hale v Sloveniji vasi ter drugega poslovno nepotrebnega premoženja, smo pridobili investicijske vire v vrednosti okoli 238 mio SIT. Kot tuji vir financiranja investicij smo imeli le kredit za nakup objekta in zemljišča v Murski Soboti ter v letu 1994 odobren kredit za nakup Kovine. Skupni znesek kreditov za investicije znaša 106 mio SIT, kar pomeni slabih 22 odstotkov skupne vrednosti investicij v osnovna sredstva za leto 1995.

Načrtovane **stopnje donosa kapitala, sredstev in prodaje** v Mipu kot celoti niso bile dosežene iz naslednjih razlogov:

- nepričakovano velika izguba iz naslova kooperacijske dejavnosti (v dokajšnji meri tudi zaradi strožjega kriterija popravka vrednosti obratnih sredstev glede na določila slovenskih računovodskih standardov);
- dobiček je manjši zaradi izgube Zaščite, ki je v januarju še poslovala v sestavi Mipa.

V trgovinski dejavnosti Mipa, na katero je leta 1995 odpadlo 95 odstotkov celotne prodaje, so načrtovane stopnje donosa v celoti dosežene, kar je razvidno iz naslednjih podatkov:

	planirano 1995	doseženo 1995
1. donos kapitala	5,8	5,8
2. donos sredstev	3,8	3,7
3. donos prodaje	1,8	1,9

Nekdanja podjetja, združena v odvisno družbo Mercator-SVS, so v letu 1995 ustvarila različen dobiček, ki ni bil v korelaciji z obsegom poslovanja, ampak je bolj odraz drugih okoliščin, predvsem "čiščenj" neidočih programov ali

celih dejavnosti, do čiščenj slabih terjatev, tveganih posojil in neidočih zalog, kar je oblikovalo končni rezultat v nekaterih podjetjih ali pa povzročilo celo v izgubo, kot je primer v nekdanji Mercator-Slogi.

Dobiček v Mercator-SVS, d.d.

Posamezne družbe oziroma podjetja, ki so se združila v Mercator-SVS, d.d. so k strukturi dobička te družbe prispevala:

Podjetje	delež v %
MIP Ptuj	56,1
Potrošnik Lenart	31,1
Zarja Ormož	14,2
Univerzal Lendava	12,3
Sloga Gornja Radgona	-13,7

Za konec še dosežene stopnje donosa kapitala in prodaje v posameznih podjetjih. Zaradi primerjave rezultatov v trgovini na drobno, smo prikazali stopnje donosov Mipove maloprodaje:

Podjetje	stopnja donosa na kapital	stopnja donosa prodaje
MIP Ptuj - maloprodaja	4,4	1,2
Potrošnik Lenart	8,6	3,3
Zarja Ormož	5,9	2,0
Univerzal Lendava	2,8	0,8
Sloga Gornja Radgona	-7,0	-1,8

Marjana Olstrak





PREVEČ POSTELJ, RAČUNI PA BREZ KRČMARJA

Čeprav je bila v zadnjih desetih letih v Nemčiji prodana le vsaka četrta postelja, se vlaganja v hotelske ali druge prenočitvene zmogljivosti ne nehajo. Strokovnjaki svarijo - hotelirji pa iščejo najrazličnejše načine, kako napolniti postelje in vse, kar sodi zdraven.

V obdobju zadnjih desetih let so v Zahodni Nemčiji v prenočitvenih zmogljivostih prodali vsako četrto posteljo. Kot da v Nemčiji že dalj časa ne bi bilo dovolj sob in postelj vseh vrst kategorij in opremljenosti, pa veliki mednarodni hotelirski koncerni kar naprej gradijo nove. Samo v Frankfurtu je bilo v tem obdobju na novo pridobljenih 5000 sob s skupno 8000 posteljami. V Koelnu je bilo v zadnjih nekaj letih zgrajeno pet hotelov s štirimi zvezdicami; v Stuttgartu, kjer sta Interconti in Maritim drug za drugim zgradila nove zmogljivosti, se je število ležišč samo v petih letih povečalo za 56 odstotkov.

Rezultat pospešene gradnje nočitvenih zmogljivosti je padanje njihove stopnje zasedenosti. V Hamburgu so prenočitvene zmogljivosti zasedene v povprečju le še 46%, pred leti 54%. Tudi v drugih mestih je položaj podoben.

Še slabše je v Vzhodni Nemčiji, kjer so zaradi davčnih olajšav mnogi stavili na hiter razvoj. Mesta kot so Leipzig, Cottbus ali Chemnitz trpijo zaradi predimenzioniranosti nočitvenih zmogljivosti, saj bi za doseganje povprečne zasedenosti zadostovala tretjina obstoječih ležišč. Prag pokritja stroškov pri mestnih prenočitvenih zmogljivostih je namreč dosežen pri 55% zasedenosti.

Kot je videti na prvi pogled, v hotelski stroki manjka regulativa ponudbe in povpraševanja. Vsaj kratkoročno in

srednjeročno so mnogi investitorji ignorirali dejstvo, da mora naložba v doglednem času prinesiti dobiček. Je hotelirstvo postalo branža hazarderjev? Drvi nemška prenočitvena industrija za odprtimi očmi v izgube?

Branžna študija, ki jo je izdelala svetovalka za turizem iz Frankfurta, predvideva, na osnovi načrtov vseh hotelskih družb, vsaj 25% povečanje posteljnih zmogljivosti v naslednjih dveh letih. To se dogaja prav v času padanja gospodarske konjunktore, ko podjetja krčijo sredstva za poslovna potovanja in kdor se le lahko, se odpove prenočevanju v hotelih.

Temu ustrezna je tudi klima. Po rezultatih ankete, ki jo je opravilo Nemško združenje za hotelirstvo in gostinstvo, se je donosnost poslovanja poslabšala, nekateri hoteli srednje kategorije, na katere odpade dve tretjini nočitvenih zmogljivosti, pa že poslujejo z izgubo. Medtem ko so morala gostišča in penzioni v obdobju od 1984 do 1994 zmanjšati zmogljivosti za vsako četrto ležišče, so hoteli povečali število ležišč za tretjino.

Član uprave za področje trženja v koncernu Steigenberger, gospod Reinhard Przybilsky svari pred bolečim tržnim "čiščenjem". Že danes okoli 2% hotelskih podjetij obvladuje petino celotnega tržnega deleža. V primerjavi z velikimi hotelskimi verigami izgubljajo individualna hotel-

ska podjetja svoje tržne deleže; že sedaj pripada vsaka tretja soba hotelski verigi, trend pa še narašča. Napovedi kažejo, da bodo verige najkasneje v naslednjih desetih letih obvladovale 60% trga.

Nekatere hotelske hiše se združujejo. Družbe kot "Akzent", "Ringhotels" ali "Best Western" nastopajo v tekmi proti hotelskim verigam s skupnim sistemom rezervacij, kar je v svetovni konkurenci odločilnega pomena.

Toda tudi velikim hotelskim koncernom posli ne gredo najbolje. Zaradi recesije in stroškovnih pritiskov morajo velike hotelske hiše varčevati, kjer je le mogoče. Dobra tretjina celotnih stroškov odpade na stroške delovne sile. Podjetja varčujejo od hotelske pralnice in čiščenja sob, do marketinga. Hotelska veriga nižjega cenovnega razreda "Dorint" je racionalizirala stroške zaposlenih tako, da je na vsake štiri kvalificirane delavce zaposlila 10 priučenih delavcev. V letu 1992 je v 100 največjih hotelih na vsako sobo prišlo 0,7 zaposlenih, leta 1995 pa le še 0,45 zaposlenih.

Velike hotelske verige imajo kljub temu prednosti pred posameznimi hotelskimi družbami. Strategije velikih hotelov se razlikujejo od manjših. Če eden izmed hotelov v verigi zaide v rdeče številke, spada to k poslu. Pogosto stoji za mednarodno hotelsko verigo, kot je na primer "Queens", še večji koncern, v tem primeri ameriška veriga Bass (Holliday Inn).

Hotelistvo pa ni samo storitev, temveč tudi posel z nepremičninami. Hotel je nepremičnina za opravljanje storitvene dejavnosti, ne pa bivalni prostor. Pomembne hotelske verige, kot so Dorint, Maritim ali Lindner, prihajajo celo iz gradbene branže. Vedno manj hotelskih družb nastopa v vlogi investitorja, vsebolj se pojavljajo le kot zakupniki ali najemniki. O novih gradbenih projektih tako odločajo pretežno skladi z nepremičninami, ki delujejo po načelu: naprej zgraditi, potem pa poiskati najemnika.

Poleg tega pomenijo reprezentančni hotelski objekti za mnoge "mestne očete" možnost za poimenovanje njihovih mest za sejemska ali kongresna mesta, s tem pa postane hotel prestižni objekt. V teh primerih je seveda mogoče dobiti zemljišča po polovični ceni kar olajša kalkulacijo. Dolgoročna strategija hotelskih verig, amortizacijski izračun investitorjev preko najemnin ter privlačnost novih zmožljivosti za mestne občine, vse to so razlogi, da vedno nove vsote denarja odteka v že prenasršeno hotelsko branžo. Bolj vprašljivo kot kdajkoli poprej pa je, ali se investitorjem na koncu računi izidejo.

Tudi če bo prišlo do pozitivnih konjunktornih gibanj, bo razkorak med ponudbo in povpraševanjem še vedno opazen.

Ciljna skupina mestnih hotelov so poslovneži. Ti imajo 60% delež uporabe nočitvenih zmožljivosti. Število tovrstnih nočitev pa upada. Če bodo podjetja še naprej krčila

srednji menedžment, to pomeni manj poslovnih gostov, s tem pa tudi manj nočitev. Poleg tega poslovneži, ki veliko potujejo, vedno pogosteje uporabljajo naraščajoče število hitrih dnevnih letalskih in železniških povezav.

Naslednja pomembna ciljna skupina mestnih hotelov so udeleženci kongresov. Za mnoga podjetja pomeni zaostritev na področju stroškov poslovanja tudi manj prireditev ter s tem manj nočitev. Nemška podjetja porabijo letno preko 60 milijard mark za stroške poslovnih potovanj, petino tega zneska za prenočevanja. Koncern Siemens, ki je letno samo v Nemčiji potrošil 170 milijonov mark za prenočitve, je vzpostavil kontroling stroškov potovanj, ki bo skrbel za njihovo racionalizacijo. Nii čudno torej, da se je ceneni hotelom povečal promet. Vedno več razvajenih poslovnih gostov se zadnje čase srečuje pri zajtrku v hotelih z eno ali dvema zvezdicama.

Na nemškem tržišču mestnih hotelov napovedujejo bodočnost francoskemu hotelskemu koncernu Accor z različnimi kategorijami ležišč, kot so "Etap", "Mercure"

ali "Novotel". Že sedaj je v Nemčiji 30 "Etap" hotelov, povprečna cena za sobo je okoli 60 nemških mark za osebo. Glavni menedžer verige Accor ugotavlja naslednje: "Nižja kot je kategorija hotela, višja je stopnja donosa".

Vprašanje pa je, kako dolgo bo to še trajalo. Tudi v hotelih cenejših kategorij se že pojavlja predimenzioniranost. Veriga Movenpick, ki je v okviru nove skupine "Cadett" pričela z izgradnjo cenejših hotelov, je projekt v Leipzigu že zaustavila, ostale nepremičnine pa namerava odprodati. Ugotovili so,

da prvotno zastavljenem konceptu cenejših hotelov izgubljajo preveč denarja.

Cenovna konkurenca je v hotelirstvu vedno trda. Celo prvorazredni hoteli znižujejo cene pod 150 mark. Hotelska podjetja se v konkurenčnem boju poslužujejo vedno novih sredstev načinov. Hčerinsko podjetje francoske hotelske verige Accor se je pojavilo s sloganom "Plačajte, kolikor želite" in si s tem nakopalo protest celotne hotelske branže. Aston, hotel v bližini Heidelberga, last hotelske verige Hirschberger, se je domislil naslednjega konkurenčnega prijema: pri prijavi so slehernemu gostu ponudili pet igralnih kart. Če je izlekel pravo, je plačal le polovično ceno.

(Manager Magazin, št. 3/96) prevedla in priredila Marjana Olstrak

Povprečna struktura stroškov in dobička v hotelu srednje cenovne kategorije v zasebni lasti, ki služi kot osnova za kalkulacijo, je v Nemčiji naslednja:

- stroški delovne sile 35%;
- poraba materiala 16%;
- drugi stroški 21%
- amortizacija 8%;
- investicijsko vzdrževanje 5%,
- obresti 5%,
- dobiček pred obdavčitvijo 10%.

GREGORJEV SEJEM V NOVEM MESTU

Ob Gregorjevem, ko se ptički ženijo, ko začne zemlja dišati po pomladi se vnovomeškem Agroservisu odpre tudi specializirani kmetijski sejem. Dolenjci in še marsikdo drug se zbirajo na prireditvenem prostoru da preverijo še zadnje potrebe preden se lotijo pomladanskih del v vinogradu, na poljih in v hlevih.

Mercator Kmetija zadruga Krka iz Novega mesta v prostorih poslovne enote Agroservis tradicionalno prireja Gregorjev sejem. Sejem si je ogledalo več tisoč obiskovalcev od blizu in daleč, predvsem kmetov. Otvoritve sejma se je udeležil tudi minister za kmetijstvo **dr. Jože Osterc**.

Sejem je namenjen predstavitvi opreme, strojev in orodij, ki jih poljedelci, vinogradniki in živinorejci pa tudi vrtničarji in gojitelji malih živali potrebujejo pri svojem vsakodnevnem delu. Obiskovalci si razstavljen lahko le ogledajo, lahko pa tudi sežejo v žep in ponujeno kupijo.

Glede na koncept sedanje zasnove sejma lahko rečemo, da ne gre za prestižno prireditev, vendar v Mercator-KZ Krki želje po pravem, osrednjem dolenskem sejmu ne skrivajo.

Mercator-Kmetijska zadruga Krka sodi med največje slovenske kmetijske zadruge. Ukvarja se s trgovino in proizvodnjo, zlasti v zadnjem času je veliko pozornost namenila mesno predelovalni dejavnosti. Na trg pošilja **"Domače dolenske mesnine"**. Teknile so tudi ministru Ostercu.

Po končani otvoritvi sejma je gostitelj, direktor Kmetijske zadruge Krka **Branko Premelč** povabil ministra, skupaj z dolenskimi župani na čašico pogovora o problemih, ki tarejo tako zadrugo, kot kmete. Verjetno bi bil minister za reševanje kmetijske problematike kar vesel pohvale: "Hvala za vašo podporo našemu razvoju...", vendar pa naj zgolj iz hudomušnosti nadaljujemo z besedami cigana Brajdimirja, ki se je kmetov spomnil z naslednjim nadaljevanjem: "... za doživljenjsko sponzorstvo, ki nam ga neprostovoljno dajete kmetje."



NANOSOV UTRIP



Razstave likovnih del v prodajnih prostorih, predvsem v večjih prodajnih centrih, se v Nanosu kar vrstijo. Komaj so dobro odprli razstavo akvarelov Marije Strnad, domačinke iz Postojne, že so odprli razstavo uporabnih izdelkov, izdelanih v tehniki vitraž v ajdovski blagovnici in jo ponovili v postojnskem prodajnem centru.

Tako postajajo Nanosovi prodajni centri okolja, v katerih se srečujejo ljubitelji umetnosti, poslovodni, družbeni in politični delavci iz teh okolij, potencialni kupci, prodajalci in člani uprave profitnega centra. In vsaka otvoritev razstave je tudi priložnost za izmenjavo neformalnih pogledov na tekoče dogajanje v profitnem centru in Mercatorju, priložnost za merjenje in ugotavljanje odzivov javnosti na Nanosovo prebujenje, morebitno navsezovanje novih poslov....

Profitni center Nanos oziroma nekdan-je podjetje Mercator-Nanos res še ni izplavalo iz rdečih števil in zato mnogi njegovo prebujenje na povsem neposlovnem področju ocenjujejo s skeptso. Vendar je ta odveč, saj gre le za izrabo primernih obstoječih prodajnih prostorov, ki z razstavami dobivajo dodatno vsebino. Prav te pa mnogi ne znajo poiskati in jo spremeniti v med javnostmi odmevno pozitivno poslanstvo.

Vse razstave se v Nanosovih prodajnih centrih odpirajo v normalnem obratovalnem času in so tako tudi kupci vedno dobrodošli ob predstavljanju avtorjev in organizatorjev razstav.

Razstava akvarelov **Marije Strnad**, amaterske slikarke, sicer pa zobne tehničnice iz Zdravstvenega doma Postojna, je med Postojnčani izzvala veliko zanimanje. Kritični **dr. Mirko Juteršek** meni, da slikarka zelo dobro obvlada tehniko akvarela, da zna z barvami ob upodabljanju motivov izraziti svoja čustvovanja, zlasti kadar so njen motiv krajine.



TIŠINA SANJ - ZDENKO HUZJAN

Konec marca je bila v galeriji Mercator odprta likovna razstava akademskega slikarja **Zdenka Huzjana**.

Zdenko Huzjan se je rodil leta 1948 v Lendavi, končal akademijo za likovno umetnost v Ljubljani v razredu prof. Gabrijela Stupice, specialstvo za slikarstvo pa končal pri prof. Janezu Berniku. Je izredni profesor za risanje in slikanje na oddelku za likovno pedagogiko Pedagoške fakultete Univerze v Ljubljani. Živi in dela v Ljubljani. Sodeloval je na mnogih skupinskih razstavah (začetek v letu 1964), za njim pa so tudi mnoge samostojne razstave.

Leta 1971 je prejel študentsko Prešernovo nagrado za slikarstvo, več nagrad na piranskem Extemporju, leta 1988 je prejel nagrado Prešernovega sklada za leto 1987, leta 1989 in 1992 nagrado mesta Novo mesto (1. in 2. bienale slovenske grafike) ...

V Mercatorjevi galeriji je avtor predstavil 10 slik in 4 risbe, ki so nastale med leti 1988 in 1995.

V katalogu je kritik **Milček Komelj** o Huzjanovi umetnosti med drugim zapisal:

"Vstop v tako Huzjanovo umetnost je vhod v negibno deželo samotnih bitij, ki so sama ob sebi v svoji nemoči in vztrajanju podvržena bolečim ali trenutno odrešilnim stanjem. Na meji med bivanjem in nebivanjem ždijo kot hrepeneče sence, kot molilci, ki v vodi lebdeče eksistence, nemočne živalske žrtve inkončno kot samotni svečeniki, ki jih obliva notranje stanje neizrekljive milosti, razstopljene v zlato, odrešujočo duhovnost."

Razstavo je organizirala galerija **Ars Fra-Ma**.

Vsakokratna razstava v Mercatorju pomeni tudi srečanje z glasbenimi umetniki. Tokrat so v uvodno svečano in intimno vzdušje zalebdeli zvoki harfe. Izvabljala jih je harfistka **Bronislava Prinčič**.



SEJEM ALPE ADRIA

HALZUN OBRNEX VEMO ANIŠIT



led na del razstavnega in družabnega prostora. Na skrajni desni je viden del tega označevalca Mercatorjevih trgovin - stebra z napisom Mercator.



snine dežele Kranjske - iz dveh dobrih, en sam najboljši proizvajalec z novo govno znamko - Krpanom.



Zmajčkov butik izvrstnih slaščic - stregel je kar živi zmaj.



Emba, verjeli ali ne, res se vse začne z dobro kavo.



M kartica je bila deležna precejšnjega zanimanja.

V SLIKI IN BESEDI



Okus, ki ga spoznate - Eta.



Letošnji Mercatorjevi gostje na sejmu so bili lastniki Mercator kartice iz Lenartu 35 se jih je pripeljalo, sprejeli smo jih v Mercatorjevem poslovnem centru in jim po kosilu pokazali še ljubljanske znamenitosti.



Kakor cekin rumena stojnica Oljarice.



Velikonočna miza M-Pekarne Grosuplje



"Vitaminski štant" profitnega centra Sadje zelenjava.

ZELENE DRUŽINSKE POČITNICE

DOLENJSKE IN ŠMARJEŠKE TOPLICE

TOLIKO MOŽNOSTI

Program vključuje:

- polne ali pol penzione • kopanje v bazenih s termalno vodo • telovadba v bazenih ali na prostem • predavanja o zdravem načinu življenja • možnost posvetovanja z zdravnikom • organizirani sprehodi • družabne igre • otroška animacija • vesel spoznavni večer • bogat kulturni program • organizirano varstvo otrok in enkrat tedensko večerja v naravi (samo v Dolenjskih Toplicah) •

Bogata dodatna ponudba:

- šola plavanja • šola tenisa • savna • ročne masaže • fitnes studio • sprostitvene terapije • pedikura, manikura, nega obraza • obisk zidanice • izleti po Dolenjski in Beli krajini • rafting po reki Krki •

DOLENJSKE TOPLICE	maj, junij, julij avgust 5 dni	10 dni
Kopališki dom	37.000	74.000
Zdraviliški dom	32.000	64.000
ŠMARJEŠKE TOPLICE	7 dni	10 dni
Hotel Šmarjeta	57.400	82.000
Hotel Krka	52.500	75.000

- Navedene cene veljajo za polni penzion na osebo v dvoposteljni sobi.
- Taksa in zavarovanje nista vključena.
- **POPUSTI ZA OTROKE:** 50% popust do 7 leta, od 7. do 15. 30% popust, če spijo v sobi s starši.
- V Dolenjskih Toplicah: ima drugi otrok 20% dodatnega popusta, tretji še 20%, možnost plačila na tri obroke s čeki, upokojenci pa imajo 10% popusta.
- Pridržujemo si pravico do spremembe cen.



INFORMACIJE IN REZERVACIJE

DOLENJSKE TOPLICE 068 321 012

ŠMARJEŠKE TOPLICE 068 73 230

HOTELI OTOČEC 068 321 830

HOTELI OTOČEC



TOLIKO MOŽNOSTI

Program vključuje:

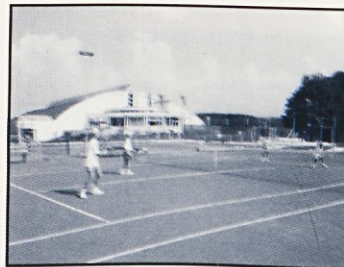
- dobrodošlico ob prihodu • polpenzijsko oskrbo • jutranjo gimnastiko • uporabo savne in masažnega bazena • 1 x ročno masažo (30 min) • 1 x najem kolesa (2 uri) • kopanje v Šmarjeških Toplicah • fitnes • obisk konjeniškega centra z demonstracijo jahanja in poskusnim jahanjem • prost vstop v igralnico in diskoteko • pri 7 dnevem bivanju 1 x večerja v Gradu •

Bogata dodatna ponudba:

- šola tenisa, najem zunanjih in notranjih igrišč • savna • fitnes • masažni bazen • ročne masaže • šola jahanja • terensko jahanje • namizni tenis • vožnja s kočijo • lokostrelstvo • čolnarjenje • rafting • ribolov • odbojka na mivki • najem koles • organizirani izleti

HOTELI OTOČEC	maj, junij, julij, avgust 5 dni	7 dni
Šport hotel ****	26.500	37.100
bungalovi, motel ***	22.000	30.800

- Cene veljajo na osebo v dvoposteljni sobi
- Turistična taksa in zavarovanje nista vključena.
- Do 7. leta imajo otroci 50% popusta, od 7. do 12. leta pa 30%, če spijo v sobi s starši.
- Pridržujemo si pravico do spremembe cen.



KUPON KRKINIHZDRAVILIŠČ

S tem kuponom in potrjeno zdravstveno izkaznico (kot dokazilom o zaposlitvi) imajo vsi zaposleni PS MERCATOR in njihovi družinski člani

- 10% popust v Dolenjskih in Šmarjeških Toplicah
- 20% popust v Hotelih Otočec

za programe Zelenih družinskih počitnic.

DOLENJSKE TOPLICE

TOLIKO MOŽNOSTI

ZELENE DRUŽINSKE POČITNICE - cena vključuje

- 5 do 10 pol ali polnih penzionov
- kopanje v notranjih in zunanjem termalnem bazenu
- telovadbo na prostem ali v bazenu
- predavanja o zdravem načinu življenja
- možnost pogovora in posvetovanja z zdravnikom
- družabne igre, organizirani pohodi
- organizirano varstvo otrok
- enkrat tedensko večerjo v naravi
- vesel spoznavni večer za počitnikarje
- možnost izbire med več meniji, tudi polnovredna in dietna prehrana

DODATNA PONUDBA

- šola plavanja • šola tenisa • savna • fitnes • fit-ball • sprostitvene terapije • ročne masaže • pedikura, manikura, nega obraza • obisk zidanice vožnja s kočijo • učna gozdarska pot • organizirani izleti • spoznavanje osnovnih večjih lokostrelstva in padalstva • rafting • panoramski poleti

INFORMACIJE IN REZERVACIJE
ZDRAVILIŠČE DOLENJSKE TOPLICE
068 321 012 ali 65 230

MAJ, JUNIJ JULIJ, AVGUST	KOPALIŠKI DOM	ZDRAVILIŠKI DOM
polpenzion		
5 dni	33.500	28.500
10 dni	67.000	57.000
polni penzion		
5 dni	37.000	32.000
10 dni	74.000	64.000

- Cene veljajo na osebo v dvoposteljni sobi.
- Taksa in zavarovanje nista vključena v ceno.
- **POPUSTI ZA OTROKE:** prvemu otroku do 7. leta podarjamo 50% popust, drugemu dodatnih 20%. Prvemu otroku od 7. do 15. leta pa 30% popust, drugemu dodatnih 20%. Če spijo otroci v svoji sobi imajo do 7. leta 30%, od 7 do 15 leta pa 20% popust, pri tem ima dugi otrok zopet dodatnih 20% popusta in vsak naslenji še 20%.
- 10% popust za upokojece. Možnost plačila na 3 obroke s čeki..
- Pridržujemo si pravico do spremembe cen.



ŠMARJEŠKE TOPLICE



MAJ, JUNIJ		
JULIJ, AVGUST	7 dni	10 dni
Hotel Šmarjeta	57.400	82.000
Hotel Krka	52.500	75.000

- Cene veljajo na osebo v dvoposteljni sobi,
- Taksa in zavarovanje nista vključena v ceno.
- **POPUSTU ZA OTROKE:** do 7. leta imajo otroci 50% popusta, od 7. do 15. leta pa 30% popusta, če spijo v sobi s starši, v svoji sobi imajo otroci do 7. leta 30%, od 7. do 15. leta pa 20% popusta.
- Pridržujemo si pravico do spremembe cen.

TOLIKO MOŽNOSTI

ZELENE DRUŽINSKE POČITNICE - cena vključuje

- 7 oziroma 10 polnih penzionov
- kopanje v notranjih in zunanjih bazenih
- telovadbo na prostem ali v bazenih
- možnost pogovora in posvetovanja z zdravnikom
- otroško animacijo
- sprehode po bližnji okolici
- vesel spoznavni večer za počitnikarje
- možnost izbire med več meniji, tudi polnovredna in dietna prehrana

DODATNA PONUDBA

- šola plavanja • šola tenisa • savna • fitnes • ročne masaže • pedikura, manikura, nega obraza, frizer • sprostitvene terapije • obisk zidanice • rafting • jahanje • izleti po Dolenjski in Beli krajini

INFORMACIJE IN REZERVACIJE
ZDRAVILIŠČE ŠMARJEŠKE TOPLICE

068 73 230

VELESALOM ZA POKAL MEGAMILK

Zelenica, konec marca - 2. tekmovalstvo Gorenjske mlekarne v veleslalomu za pokal Megamilk.

Preko 80 udeležencev - delavcev Gorenjske mlekarne, poslovnih partnerjev in njihovih družinskih članov je tekmovalo za pokal Megamilk.

Tekmovalci in tekmovalke, razvrščeni v več kategorij, so se v sneženju poganjali po strmini z veliko tekmovalno vneto. Lovorike so pobrali:

Jerica Valjavec (otroci do 10 let); Klemen Snedec (otroci od 10 do 15 let); Tanja Savenc-Klinc (ženske do 35 let); Danica Judež (ženske nad 35 do 45 let); Peter Perko (moški nad 35 do 45 let); Klinc Matjaž (moški do 35 let); Janez Tavčar (moški nad 45 let).

Pokal Megamilk za absolutno najboljša časa v vseh kategorijah tekmovalcev sta prejela Tanja Savenc-Klinc in Peter Perko, ostali tekmovalci, uvrščeni na prva tri mesta pa praktične nagrade.

Po končanem tekmovalstvu je bilo veselo družabno srečanje s srečelovom in - pomsilite, na Gorenjskem je zadela vsaka srečka! Srečanje, vredno imena Megamilka in Gorenjske mlekarne. Naj nas družijo šport, smeh in tigrovo mleko, če nas že kapital noče.

ŽENSKI TURISTIČNI RALLY

13. aprila 1996 je bila prva letošnja prireditev v tretji sezoni tradicionalnega ženskega turističnega rallija na Slovenskem - "**Gradovi na Slovenskem**". Prireditelj je bilo podjetje BEBA & JV, d.o.o., Ljubljana, tehnično izvedbo in časomerilske naloge pa je opravljalo podjetje Vrhnika Timing s svojimi športnimi funkcionarji. Tekmovalstvo je bilo organizirano po pravilih CPP, športnega pravilnika FIE, AMZS in ŽTR.

Sam dogodek je bil turistično obarvan, poudarek pa je bil na spoznavanju slovenskih krajev in gradov, druženju, predvsem pa na varni vožnji, s strogim upoštevanjem prometnih predpisov in posebnih omejitev hitrosti pri vožnji skozi naselja. V naseljih, kjer je promet tako raznolik in mešan, kjer se prepletajo poti voznikov tovornjakov in poti šolarjev, je zaskrbljujoč podatek, da je prevelika hitrost v skoraj 40 odstotkih vzrok prometnih nesreč! Namen organizatorjev tega rallija, udeleženk in sponzorjev, je osvestiti vse udeležence v prometu za prijetno in varno vožnjo.

M-Pekarna Grosuplje, d.d. je že drugič sponzorirala "svojo" posadko v zasedbi **Cesar Helena, voznica in Mateja Petrič, sovoznica.** M-Pekarna ima kar velik vozni park, ki je tehnično in strokovno na visokem nivoju. Vodilni delavci M-Pekarne se

zavedajo, kako pomembne so akcije "varne vožnje" ter uveljavljanje ukrepov za umirjanje prometa. Občudovanja vredni so vozniki M-Pekarne, ki vsak dan varno dostavljajo kruh v oddaljene vasi, po ozkih cestah, v prometnih "zamaških" ne glede na vremenske pogoje in nočno-jutranji delovni čas! Njeni kamioni so tako le prijazni "tujci", ki vstopajo v okolje tako, da ne motijo, temveč poskrbijo za nemoteno življenje.

Vožnja po itinerariju (potni knjigi) nas je vodila do gradov v okolici Litije (grad Črni Potok, Bogenšperk, Litijski grad, grad Pogonik, kmečki turizem Geoss, grad Kolovrat in grad Medija), Zagorja, Trbovelj (Lovski dvorec celjskih grofov) in Hrastnika (gradič pri Steklarni Hrastnik, grad Ponoviče). Pot je imela štiri etape, devet prehodnih kontrol, tri časovne kontrole, tri spretnostne preizkušnje in posebno nalogo (kegljanje na kegljišču v Litiji). Vreme nam ni bilo naklonjeno, saj je ves čas deževalo, na pol poti je pričelo tudi snežiti, proga pa je bila zelo razgibana, saj smo poleg po asfaltiranih cestah vozili tudi po stranskih makadamskih in gozdnih poteh. 120 kilometrska proga je izjemno vznemirljiva pustolovščina, saj je vsaka posadka odvisna le pravilnega branja potne knjige, računanja idealnega časa ter spretnosti vožnje.

Vse posadke smo varno pripeljale na ciljno "rampo" in tako dokazale, da se da kljub tekmovalnosti z upoštevanjem predpisov varno pripeljati na cilj. Helena Cesar



Helena Cesar in Mateja Petrič



Družina Klinc, najbolje uvrščena Tanja Savenc - Klinc

Vojna napoved plevelom

Ker prihaja pomlad letos z zamudo, bomo imeli vsi veliko težav z zatiranjem enoletnih in trajnih plevelov, saj se te rastline v takšnih okoliščinah še posebno lepo razvijajo. Pleveli so odlično prilagojeni življenjskim razmeram na naših vrtovih. Naše sejane in sajene kulturne rastline pogosto zatrejo bolj utrjeni in agresivni pleveli, zaradi tega jim moramo v tem času nameniti še prav posebno pozornost. Predlagamo vam naslednje ukrepe: Ne dovolite, da bi se plevel preveč razrasel ali se celo osemnil. Najučinkovitejše je spodrezovanje korenin, rahljanje in zračenje zemlje, saj s prekinjanjem zemeljskih kapilar zelo uspešno preprečujemo tudi rast plevelov.

Še posebno pozornost posvetite trajnejšim plevelom, npr. slaku, travi pirnici in drugim, ki imajo zelo dolge in razvejane korenine. Te pleveli izkoplajte skupaj s koreninami.

Ne poskušajte pa (vsaj ne preveč) zatirati plevelov s kemičnimi sredstvi, saj s tem zatrete tudi mikroživljenje v zemlji.

Če vrtno grede primerno zastrtete, bo tudi zastirka preprečevala rast plevelov. Izpuljen ali spodrezan plevel pustite na zemlji kot zastirko, mikroorganizmi pa bodo obenem iz njega črpali hranilne snovi za rastline, ki ste jih posadili.



Pozimi cvetoče sobne rastline počasi končujejo svoje bogato cvetenje. Proti koncu meseca jih bomo presadili, da bodo dobile dovolj hranilnih snovi za nadaljnjo rast. Odcvetajo pa tudi tiste rastline, ki so zacvetele zgodaj spomladi. To so predvsem trobentice, čevljevki in pepelka. Ker pa je trobentica trajnica, jo lahko obdržimo za naprej. Čevljevki in pepelka pa sta enoletnici, zato ju po končanem cvetenju zavržemo.



Tudi okenske in balkonske rastline so se prebudile iz zimskega počitka. Zdaj je čas, da jih dobro očistimo in presadimo v zanje ustrezno zemljo. Po presajanju jih postavimo na čimbolj svetlo mesto, da bodo čimbolj goste.

Toplo spomladansko sonce lahko že prebudi iz zimskega počitka večino kaktej, zato jih ob koncu meseca prenesemo iz prezimovališča na balkon. Najbolje, da to storimo ob oblačnem, a vseeno toplem vremenu, da jih sonce ne bo ožgalo. Zalivajmo jih še zelo malo, raje jih pršimo v jutranjem času, da se do večera že osuše.

Kakteje tudi presadimo v svežo zemljo in v nekoliko večje posode. Tudi lanske sejance spikiramo v majhne, plitve posode. Zalijemo pa jih šele nekaj dni po presajanju, da se poškodbe na koreninah zacelijo in ne začno gniti.

Spomladanska rez sadnega drevja je, upam, povsod že za nami. Le ljubitelji, ki imajo posamezna drevesa, si lahko privoščijo razkošje in režejo tako pozno, da lahko sproti prilagajajo rez obloženosti s cvetjem. Potem, ko po rezi odstranimo veje iz sadovnjaka, je skrajni čas, da se lotimo dognojevanja, tokrat z nekoliko več dušika.

Po gnojenju se lotimo obdelave zemlje. Tako bomo hrano spravili bližje koreninam, obenem pa bomo preprečili škodljiv vpliv sonca, ki gnojila razkrajja, preprečili bomo tudi rast plevelov.



Ne pozabite vsaj dvakrat na teden z vročo vodo dobro umiti posode, iz katere pijejo hišni prijatelji kužki, muce, hrčki, miške... Umazana posoda in voda sta lahko vir hudih okužb.



Dan Zemlje in Černobil

Rad bi spomnil na dve obletnici, žal obe swareči.

22. april je Dan Zemlje. Na ta dan pred 26 leti je dal takratni senator in guverner ameriške zvezne države Wisconsin Gaylord Nelson pobudo za praznovanje Dneva Zemlje. V Združenih državah Amerike se je zbralo več kot 20 milijonov ljudi in začelo se je organizirano gibanje za okolje. Kmalu so sledile prve spremembe zakonodaje - akt o čisti vodi in zraku. Dvajset let pozneje je ta dan praznovalo že 200 milijonov ljudi v 141 državah. Postal je simbol ekoloških akcij, izobraževanja in drugačnega odnosa do okolja. Zemlja danes, bolj kot kdajkoli, potrebuje ozaveščene ljudi. Svoje stališče lahko izražamo z majhnimi vsakdanjimi akcijami. Prav ti plamenčki zavesti se bodo združili v plamen, ki bo pomagal ohraniti življenje na planetu. Zato: z našim, tudi skromnim prispevkom, naj vsak dan postane Dan Zemlje!

Druga obletnica, ki pa je že kar grozljiva, pa je obletnica Černobila. Deset let je minilo. Bilanca jedrske

katastrofe: 10.000 mrtvih, 200.000 evakuiranih, 800.000 ljudi pa še vedno živi na območju, na katerem sevanje do stokrat presega dovoljeno.

Začelo se je 26. aprila 1986 ob eni uri in 23 minut. Reaktor ukrajinske jedrske elektrarne Černobil se je spremenil v plamenico. Tisoči vpoklicanih ljudi je bilo poslanih na kraj smrti. Na hitro priučenim gasilskim večšinam, s pomanjkljivo zaščitno opremo, orodji in instrumenti. Za dober občutek po opravljenem delu pa pol litra vodke. Zdaj je večina junakov, ki so se spopadli z gorečo jedrsko centralo, že pokojnih. Pa to še ni vse!

Veliko več tumorjev in rakavih obolenj ugotavljajo tudi v tistih predelih Južne Amerike, nad katere je zaneslo černobilske oblake, polne radiativnega dežja. V berlinskem informativnem uradu za radioaktivnost, sevanje in zdravje prebivalstva ugotavljajo, da se je število rakavih obolenj med ljudmi, ki so bili v usodnih aprilskih dneh leta 1986 močno izpostavljeni sevanju, skorajda podvojilo v primerjavi s prebivalci območij, kjer je bilo

sevanja manj.

V nenaseljenem območju okrog reaktorja je zdaj na primer desetkrat več divjih prašičev kot pred nesrečo. Povečalo se je tudi število jelenov, gladalcev in ptičev. Ker je območje okoli reaktorja v krogu 30 kilometrov ograjeno, se lahko nemoteno razmnožujejo. Ekolog Chesser meni, da takšno razmnoževanje ne more dolgo trajati. Velikanska radioaktivnost (sevalne obremenitve so več kot tisočkrat večje od običajnih na Zemlji) bo v prihodnje prav gotovo zahtevala svoj davek. Z genetskimi raziskavami so znanstveniki samo pri krtih ugotovili 46 genetskih sprememb. Pri živalih, ujetih zunaj zaprega območja so povprečno našli le štiri spremembe. Dolgoročno utegne povečano število mutacij pripeljati do povečanja števila potomcev, nesposobnih za življenje.

Strah, da bodo posledice černobilske jedrske katastrofe dolgotrajne in da ljudje še zdaleč ne vemo, koliko generacij zdravnikov in bolnikov se bo moralo sprijazniti z njimi, je utemeljen.

Nič več silikona

Lepotni kirurgi v ZDA nemara ne bodo več dolgo lepšali ženskih prsi z blazinicami iz silikona. Ta je na slabem glasu, ker sproža različna obolenja, med drugim tudi neko bolezen podobno revmatizmu. Za tovrstno protetiko naj bi v prihodnje uporabljali triglicerid, naravno rastlinsko olje. Če bi uhajalo iz blazinic, ga organizem z lahkoto sam razgradi. Poleg tega pa prepušča rentgenske žarke in blazinice ne ovirajo preiskav zaradi morebitnega tumorja.

Angleži v boju proti alkoloizmu - alkohol tudi otrokom

Portman Group - razvpito združenje angleških državljanov, ki zagovarja zmerno pitje alkohola že pri malčkih, buri duhove. Trdijo namreč, da mladoletniki pijejo prav zato, ker jim starši to prepovedujejo že od malega. Cilj združenja je zrušiti mit o prepovedanem. Opirajo pa ga na podatek, da imajo v Franciji in Italiji med mladoletniki manj pivcev alkohola prav zaradi kulture pitja vina že od malih nog. Portmanci svetujejo staršem: ne skrivajte alkohola pred otroki. Naj ga poskusijo tudi petletniki. Dajanje alkohola majhnim otrokom je v Angliji kaznivo dejanje.

Britansko zdravniško združenje Portmancem hudo nasprotuje. Trdi, da bi se s podobnimi akcijami, stanje med mladostniki, ki uživajo alkohol samo še poslabšalo. V nobeni državi, ki se srečuje s tem problemom, še niso prišli na idejo, da bi alkoholizem zdravili s ponujanjem alkoholnih pijač otrokom.

Pes lajša stres bolje od zakonca

Znanstveniki so končno dokazali, da je pes resnično najboljši človekov prijatelj.

Izsledki raziskav, ki so jih opravili na univerzi v Buffalu kažejo, da psi bolj blagodejno vplivajo na človekovo duševno zdravje kot prijatelji ali zakonci.

V študiji, ki jo bodo predstavili na letnem srečanju Ameriškega združenja za proučevanje psihosomatskih obolenj, so se znanstveniki posvetili različnim situacijam, ki sprožajo stres kot na primer nastopanje v javnosti. V

poskusu je sodelovalo 240 parov, ki so isto nalogo najprej opravili v družbi zakonca ali prijatelja, nato pa v družbi hišnega ljubljence.

"Ugotovili smo," pravijo znanstveniki, "da so se psi izredno dobro obnesli, saj so se vse poskusne osebe v njihovi navzočnosti sprostile bolj kot z vsemi znanimi sprostitvenimi tehnikami."

Psi dobro vplivajo tudi na nasilneže. V psu najdejo oporo tudi ljudje, ki pogosto zavračajo pomoč sočloveka. "Navzočnost zakonskega partnerja v stresnih situacijah je bila za vse udeležence poskusov najmanj spodbudna," za konec dodajajo znanstveniki.



Pepsi in opičja mrzlica

Brazilski inštitut za varstvo okolja Ibama si prizadeva prepovedati reklame, v katerih nastopajo opice, najpogosteje šimpanzi, ki vozijo džipe, pijejo pivo in sploh počnejo mnogo stvari v družbi lepotic v bikinijah.

"Avtomobili in pivo, prav tako tudi lepotice, ne sodijo v normalno življenje opic," pravi Lillian Daher, predstavnica inštituta, ki je na sodišču vložila zahtevo za prepoved. Tovrstne reklame namreč kršijo ustavno prepoved izkoriščanja divjih živali in bi lahko spodbudile trgovino z ogroženimi živalskimi vrstami. Opice so postale prave igralske zvezde, zlasti v TV reklamnih spotih, ki jih objavlja brazilska televizija. Pepsi pa je z "opičjimi" reklamami povzročil pravo opičjo mrzlico in brazilski proizvajalci pijač so začeli Američane naglo posnemati.



Recept

Mladi beluši so delikatesa z izbranim okusom, so zelo hranilni, v njih pa je tudi veliko mineralov in vitaminov. Poznali so jih že stari Egipčani, cenili so jih stari Grki, v 17. stoletju pa so se pojavili na mizah evropskih vladarjev. Na našem trgu jih je mogoče dobiti predvsem v pločevinkah in to vse leto. Poseben užitek pa je pripravljanje svežih belušev, ki jih režemo v maju in začetku junija, praviloma do takrat, ko postanejo češnje rdeče. Beluše olupimo od glavice navzdol, jih narežemo, da so enako dolgi, povežemo in jih kuhamo v slani vodi z dodatkom sladkorja približno 20 minut. Kuhamo jih v visokem in ozkem loncu, tako, da je spodnji del v vodi, mehkejši, zgornji del pa se kuha v pari.

Beluši na spomladanski način

Potrebujeemo:
30 dag belušev,
pločevinko rakcev,
2 žlici smetane,
3 žlice ketchup, a,
žlico vinjaka,
žlico limoninega soka,
ščepec rdeče paprike,
trdo kuhano jajce,
liste zelene solate

Beluše umijemo, olupimo, zrežemo na 5 cm dolge kose, kuhamo v slanem krogu, ki smo mu dodali žlico sladkorja. Vode naj ne bo preveč. Smetano trdo stepemo, primešamo ketchup, začínimo z vinjakom, rdečo papriko in limoninim sokom. Rakce osušimo. Vinske ke-lihe v hladilniku dobro ohladimo. V vsakega položimo velik list solate, nanj pa naložimo beluše in rakce. Prelijemo z omako, obložimo s trdo kuhanimi jajci, narezanimi na četrtinke.

Andrej Remškar

NAGRADNA KRIŽANKA

	SESTAVIL JOŽE PETELIN		MILASTA ORGANSKA SNOV V MNOGIH RASTLINAH (NPR. V DIVJEM KOSTANJU)		ZNAK ZA IRIDIJ	NOVI- NARSKE POROČE- VALKE	ČRNA TKA- NINA ZA DELOVNE HALJE	GLAVNA KRŠČAN- SKA MOLITEV	PAPEŽEVA DRŽAVA	KORENINA BRAZILSKE BLJUVNE VIJOLICE, ZDRAVILO	KRAJ NA FRIZIJ. OTOKIH (IZ ČRK: SEN)	VAŽNA LUKA V IZRAELU
	POVPREČ. DOLŽINA BESED JE 5,40 ČRK.		SUROVINA ZA METLE ŽILA LASNICA									
	ČEŠKI REALIST. PISATELJ (R.U.R.)											
	TRETJINA BESEDE PRAPOR				PESNICA HIŠICA ZA KUŽKA							
SEVERNI DEL GLAVNEGA BRITAN- SKEGA OTOČJA	DAN V TEDNU	IZDAJA- TELJ NPR. DENARJA	ČLOVEK NA POTI LUKA V J. ITALIJI								DENARNA USTANOVA	IME IGRALCA DELONA
NAZIV ZA DIVJEGA PRAŠICA							EDINA JORDAN- SKA LUKA					
PRIVRŽE- NEC GIBANJA KEMALA ATATURKA							MRHO- VINAR IZ RODU PSOV					
BRISANJE NPR. SOLZA							POMEMBEN UREDNI- ŠKI REKVIZIT	REDOVNICA DOLGO- REPA PAPIGA				
HROŠČ NA VINSKI TRTI					NOETOVA BARKA				REŠE- VALNI "ČOLN" GRS			
DEL STAVBE					OBLIKA KAZNI				REKA V INDOKINI NIKO ŠTRITOF			
GROFIJA NA JV ANGLIJE				ROJSTNI KRAJ PESNIKA GREGOR- ČIČA	MESTO V BOSNI ORJAŠKI KIP						MESTO IN SREDIŠČE V APULIJI	RISBA: ZIIIP
TORBA						KRIŽANKE UČIJO IN ZABA- VAJO!	SMOKVA	KOS GAR- DEROBE SPOKANJE ZEMLJE				EKIP MOSTVO (IZ ANGLE- ŠČINE)
				GRŠKA ČRKA		ŽOGA ZUNAJ IGRIŠČA	FRANCE SLANA DRAŽ, MIK		ŠVICAR- SKI PRA- KANTON	FILMSKI VESOLJČEK VRSTA, REŠTA		
				ŠALJIV IZRAZ ZA STRIP- TIZETE								
				NAŠE MESTO NA PRI- MORSKEM								
				ČREPINJ- SKA SODBA V STARI GRČIJI								

Rešitve pošljite do 25. maja 1996 na naslov: Poslovni sistem Mercator, Center za obveščanje, Dunajska 107, 610000 Ljubljana. **Nagrade bo prispevala Krka, Zdravilišča in o njih vas bomo obvestili s pismom.**

Za pravilno rešitev križanke v prejšnji številki časopisa, nagrade prejmejo: **Nuša Klančar, Notranjska 38, 1380 Cerknica, Marija Cafuta, Spodnji Velovlek, 2250 Ptuj, Marija Vesel, Krallova 7, 8000 Novo Mesto.** Nagrade bomo poslali po pošti.



NOVOST!



MESNINE DEŽELE KRANJSKE

Mesnine dežele Kranjske je novo, skupno ime za nekdanjo Mercator - Mesno industrijo Ljubljana in Mercator - Meso - Izdelke iz Škofje Loke. Ostaja paleta odličnih mesnih dobrot, mnogokrat nagrajenih z znakom SQ, v novi obleki pa se jim že pridružujejo novi mesni izdelki.

Suhomesnati izdelki



Barjeni izdelki



Kuhani izdelki



Trajni izdelki



Poltrajni izdelki



*Slikovita Savinjska dolina je poznana
po mnogih stvareh.
Pa ste že vedeli, da je prav
Mercator -
Zgornjesavinjska kmetijska zadruga
iz Mozirja
poznana kot največja proizvajalka
konzumnih jajc?*




Zadruga mozirje



Mesarski mojstri

v Mercator - KZ Krka

poznajo

mnoge stare recepte.

Po njih pripravljajo
obarjene ali dimljene
poltrajne mesne izdelke,
ki zadovoljijo

še tako razvajen okus.

*Domače dolenjske
mesnine!*

