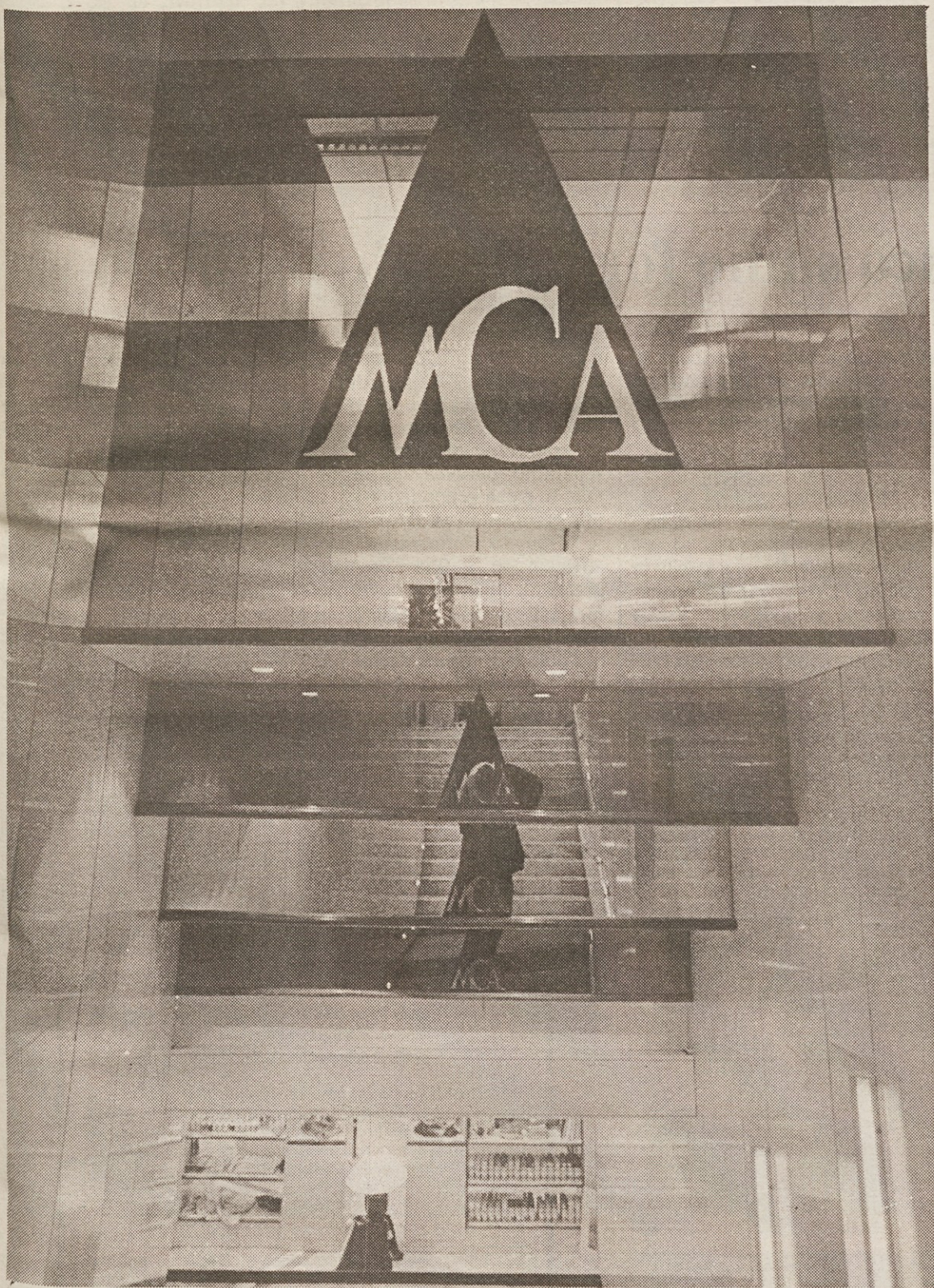


LETO XXIX

ŠTEVILKA 1/2



Časopis poslovnega sistema Mercator

MODNI CENTER
AJDOVŠČINA

Lastnik in investitor: Mercator-GRMADA. Nekdanji Modni center je preurejen v vrsto majhnih prijaznih trgovin, v katerih vam zasebni trgovci ponujajo od športne opreme, otroških oblačil, kozmetike, obutve, obdelovalnih strojev, zlatnine, čajev. „Ogledati si ga velja zaradi vrhunske in konkurenčne ponudbe...tudi zaradi zanimive arhitekture. Fotografije Matjaža Škulja si lahko ogledate na straneh 5 in 8.

OPRAVIČILO

V novoletnih številках našega časopisa izhajajo karikature, ki jih iz življenja oziroma dogajanja v Poslovnem sistemu Mercator, nariše znani in priznani karikaturist Borut Pečar. Še vsaka doslej je bila tudi v redu tiskana in pravi odsev originala. V decembrski številki pa je bila tiskana tako slabo, da je zaradi tiska izgubila razpoznavnost in sporočilnost. To je škoda za avtorja risbe in ideje ter tudi za Mercatorjevce. Napaka je nastala v tiskarni Dela, ki jo je tudi priznala. Razmišljali smo, da bi celo številko natisnili ponovno, vendar je bila medtem že pri vas, dragi prejemniki. Ponovno karikature nima pomena posebej objavljati, zato pa smo vam dolžni tako v svojem imenu in v imenu tiskarne Delo opravičilo.

IŠČEMO DOPISNIKE

Nič zato, če niste novinarji ali pa pisatelji. Lahko ste naši dopisniki, če znate o zanimivem dogodku v vašem podjetju napisati 10 stavkov. Vse ostalo bomo naredili v uredništvu. Potrebujemo le vaša obvestila, informacije, kratke zabeleške, če pa ste veščji več, ne odlašajte in se lotite!

Sicer pa - v naših podjetjih imamo vrsto strokovnjakov, ki znajo več kot samo hruške peč.

Napišite svoje poglede na dogajanja v svoji stroki - komentirajte predpise, dodajte jim praktične izkušnje in nasvete; gozdarji, agronomi, živinorejci, sadjarji, vinarji - zdaj prihaja vaš čas. Posredujte svoje znanje.

Ekonomisti - kako bi lastnili vi? Vam dajo misliti delnice, obveznice, Mercatorjeva borza in finance? Razmišljajte, komentirajte, argumentirajte in napišite.

Poslovodje in prodajalci - vaše izkušnje pri delu s potrošniki - vse je dobrodošlo.

Naredimo časopis Mercator naš časopis!

Prispevki so dobro honorirani. Zato poleg članka pošljite tudi številko žiro računa, natančen naslov in svojo matično številko. Sicer pa pokličite: 061/183-205.

NE PREZRITE

Plujemo z jadri ali brez - zasedanja skupščine in upravnega odbora prepletena z rdečo nitko - obveznicami, stran 2

Kaj o skupščini meni njen predsednik - stran 2

Sedeti na lovoru, je kakor sebi grob kopati, meni direktor Mercator-Pekarne Grosuplje - stran 3

Kakovost in poslovnost na Koelnskem "sladkem" sejmu. Mercator-Emba uspešno zastopala slovenske barve - stran 4

Od peš na računalniško izmenjavo podatkov: Mercator-Blagovni center se je lotil projekta, ki je zaživel v novi trgovini Mercator-Golovca v Zadobrovi pri Ljubljani. Mimogrede si boste lahko ogledali tudi fotografije nove trgovine, ki je bila odprta konec decembra lani - strani 6 in 7

V tržiški Mercator-Preskrbi so se znebili dolgov, kako - preberite na strani 9

Krško polje in občino so "okupirala" tri Mercatorjeva podjetja: Mercator-Agrokombinat, Mercator-Hotel Sremič in Mercator-Preskrba. Vse o njih na straneh 10 in 11

Sodelovanje v trgovanju z lesom vam ponuja sektor za nabavo kmetijskega repromateriala v krovnem podjetju na strani 12

Organi, organi...

Vesna Bleiweis

Plujemo z jadri ali brez?

Ljubljana, december 1991, januar 1992. Dve seji upravnih odborov in zasedanje skupščine - rdeča nit: obveznice krovnega podjetja.

Upravni odbor Poslovnega sistema Mercator se je v času od izida prejšnje številke časopisa sestal dvakrat. Medtem je bilo tudi zasedanje skupščine. Rdeča nit vseh treh zasedanj je bilo pogovarjanje o transakcijah v zvezi z obveznicami krovnega podjetja, poleg tega pa je bila nanizana še vrsta zadev. In iz teh zadev bi spreten kronist nanizal kar čedno ogrlico.

Začnimo s skupščino.

Bil je prednovoletni čas, ko je že vse vrvelo od dobrih želja, na samem zasedanju skupščine pa je bil zrak gost od muke neizrečenega, saj sta bili posredovani dve nič kaj za članice Poslovnega sistema Mercator ugodni informaciji. Prva je zadevala transakcijo v zvezi s pobotom razvojnega in rezervnega sklada podjetij v Poslovnem sistemu Mercator s posojili, danimi za nakup obveznic. Druga pa afero Slovinate, v kateri je bil udeležen tudi Mercator, vendar ne s špekulativnimi nameni. Strokovne službe so zagotovile, da bodo storile vse, da bo 30 milijonov tolarjev, ki so bili vloženi v posel, vrnjenih. Komentarja na obe informaciji oziroma na utemeljitve za ravnanje, člani skupščine niso imeli. Zato je bil molk bolj boleč, kot bi bil lahko glasen preprič. O planu za leto 1992 nihče od članov skupščine ni izgubljal besed in tudi to lahko pove svoje.

Upravni odbor je na dveh sejah obravnaval aktualne zadeve in če se je na drugi seji decembra lani odločil za prvo transakcijo v zvezi z obveznicami, se je na tretji odločil še za eno. Pokazalo se je namreč, da bo treba na nepredvidljivost države Slovenije še kar nekaj časa računati in da bo pravna varnost poslov kategorija, ki bo mešala štrene vsem. Tako je zakon o spremembi zakona o dohodnini krepko posegel tudi na področje vrednostnih papirjev, v Mercatorjevem primeru na področje obveznic krovnega podjetja. Ni moč zanikati dejstva, da so bili pogoji za nakup obveznic ugodni in zato je država sklenila te ugodnosti temeljito obdavčiti. Upravni odbor je bil pred dilemo, ali nadaljevati s sprejeto politiko na področju obveznic in izpostaviti imetnike obveznic udaru dohodninskega zakona (obveznost iz naslova dohodnine za vplačane obveznice bi znašala povprečno trikratni znesek anuitete) ali pa na vse skupaj sprejeti moratorij in temu prilagoditi višino ustanovnega kapitala Mercatorjeve banke. Upravni odbor se je odločil za drugo varianto. Pri tem pa je v informaciji o ustanavljanju Mercatorjeve banke poudaril, da bo treba manjkajočo ustanovni kapital pridobiti z javnim razpisom delnic, h kateremu bodo povabljeni predvsem lastniki oz. imetniki komercialnih zapisov in hranilnih knjižic.

Obravnavano zadevo smo zapisali zelo poenostavljeno, kajti če bi jo pisali z vsemi strokovnimi utemeljitvami, bi pisali zgodbo o jari kači in steklem polžu. Za to zgodbo pa se ve, kako se konča.

Upravni odbor je na tretji seji določil izhodišča v zvezi z organi upravljanja pri članicah, ki so obvezujoča za vse članice in veljajo do uskladitve njihovih aktov s pričakovanim zakonom o gospodarskih družbah. Sklepi zadevajo sestavo upravnih odborov pri članicah in so povezani s številom lastnikov

kapitala. Omenimo samo dve temeljni načeli oz. sklepa:

1. Kjer je lastnik kapitala samo eden (Poslovni sistem Mercator, d.d.) ali kjer je Poslovni sistem Mercator, d.d. večinski lastnik in je v podjetju prisoten še nemoninirani kapital, ima upravni odbor 3 ali 5 članov, in sicer: če ima upravni odbor samo 3 člane, ga sestavljajo predstavnik Poslovnega sistema Mercator, d.d., predstavnik kolektiva članice in zunanji strokovnjak. Če pa ima 5 članov v upravnem odboru podjetja sedi en predstavnik Poslovnega sistema Mercator, d.d., dva predstavnika kolektiva in dva zunanja člana. Pri tem pa se lahko vsako pod-

jetje samo odloči tudi za tri zunanje člane.

2. V primerih, kjer je več lastnikov kapitala ima upravni odbor 5 ali 7 članov, in sicer enega predstavnika Poslovnega sistema Mercator, d.d., dva do štiri predstavnike ostalih lastnikov kapitala, predstavnika kolektiva podjetja in zunanjega strokovnjaka. To so najpomembnejša določila, ki imajo še svoja izvedbena nadaljevanja. Upravni odbor je obenem opravil tudi nadomestna imenovanja predstavnikov Poslovnega sistema Mercator v organih upravljanja podjetij, imenoval direktorje podjetij Mercator-Izbira Kranj (Alojz Nosan), Mercator-Standard

(Stane Hribar) in Mercator-Preskrba Krško (Vili Manček).

Zaradi različnih sejin, ki jih prejema člani organov upravljanja v podjetjih, je upravni odbor sklenil, da bodo poslej sejnine v vseh organih podjetij in Poslovnega sistema Mercator enotne. Člani organov bodo od seje dalje prejeli sejnino v višini 3.000 SLT, predsedniki organov 4.000 SLT, vse pa se tekoče valorizira z rastjo drobnoprodajnih cen. Obenem pa je vsem podjetjem naložil, da pošiljajo zapisnike o skupščinah in sejah organov upravljanja v 10.dneh po opravljeni seji v pravno službo krovnega podjetja.

Predsednik skupščine Poslovnega sistema Mercator

Vesna Bleiweis

Vzeti pravico samo formalno, je premalo

Jože Šilec je direktor Mercator-Modne hiše v Mariboru. Ni dolgo v Mercatorju in to je njegova prednost: ni obremenjen z Mercatorjevo zgodovino, je pa zainteresiran za njegovo prihodnost. Je namreč predsednik skupščine Poslovnega sistema Mercator.

Jože Šilec je direktor Mercator-Modne hiše v Mariboru. V Mercatorju je nekaj več kot dobro leto. Skratka nov človek, ki ni obremenjen z njegovo preteklostjo, kot predsednik skupščine Poslovnega sistema Mercator pa temeljito zainteresiran za njegovo prihodnost.

Za predsednika skupščine Poslovnega sistema je bil izvoljen na 15. zasedanju, novembra 1991. Kot kandidat za predsednika je bil predstavljen takole: direktorske izkušnje iz trgovine in proizvodnje, neobremenjenost z zgodovino, strokovna znanja združena z osebnostnimi kvaliteta. Posledice vsega: uspešnejše poslovanje podjetja, ki ga vodi.

"Gre za formalno dejanje, ki naj bi imelo tudi formalne posledice v vodenju skupščine poslovnega sistema. Če zadevo gledaš s te strani, potem je funkcija predsednika res zgolj formalna zadeva, s katero se ne obremenjuješ. Čeprav je veliko nekdanjih skupščinskih pristojnosti prenešeno na upravni odbor, je skupščina še vedno osrednje upravljalno telo, ki mora zasledovati in bdeti nad dogajanjem v sistemu. Voditi samo sejo skupščine ni problem, gradiva so pripravljena vnaprej in tako sta razprava in sklepanje omejeni na ta vir. Tega se je treba držati, če hočeš, da je sam potek seje normalen in pričakovan. V tem smislu nisem pristaš dolgovernih razprav o zadevah, ki so jasne. Nisem pa pristaš molka v zadevah, ki jih je treba doreči, jim dodati nove argumente "za" in "proti", če naj se potem uveljavita skupno stališče in odločitev. Tu je treba razpravo tudi izzvati. In če je kljub temu ni, je pač ni."

"Pomembna zadeva v sistemu je gotovo pretok informacij, za kar je potrebno več stikov med službami v krovnem podjetju in vodstvom podjetja se konkretni problemi lahko separatno obravnavajo in jih tako ni treba generalizirati in o njih razpravljati na skupščini."

"Premalo informacij? Da, strinjam se s tem. Premalo globalnih in usmerjevalnih informacij o nas samih in o delovanju, ki utegne vplivati na naš položaj, imamo. Večina teh ostaja v pisarnah krovnega podjetja, čeprav bi tudi nam v

podjetjih prišle prav. Gre za tiste esencialne informacije, ki bi nam omogočale vpogled in dale sliko stanja sistema kot celote in položaja podjetij v njem. Letna poslovna poročila v ta namen niso dovolj."

Kako pa je direktor Jože Šilec ocenil poslovanje Mercator-Modne hiše v letu 1991? "Dobra realizacija, v primerjavi z letom 1990, bo rezultat zadovoljiv," to pa je potrditev tistega, kar smo napisali v uvodu.

Žlikrofi
s skutno

Štrukeljci
ajdovi z orehi

Žlikrofi
s krompirjem in parmezanom

Štrukeljci
iz skutnega testa s sadnim nadevom

KRUHOVI CMOKI

Predstavljamo vam naš novi proizvodni program FELICITA, program polgotovih zamrznjenih jedi

Izdelki z blagovno znamko Felicita združujejo tradicijo in sodobnost. Recepte domače slovenske kuhinje smo združili s sodobno tehnologijo priprave hrane; iz prvovrstnih sestavin izdelujemo polgotove jedi, ki jih lahko hitro in enostavno pripravite.

Ponujamo vam:

Izdelek	Prodajna enota	
	ra debelo	na drobno
1. ŽLIKROFI s krompirjem in parmezanom	10 kg	10 x 320 g
2. ŽLIKROFI s skutno	10 kg	10 x 320 g
3. ŽLIKROFI s proseno kašo in šunko	10 kg	
4. ŠTRUKELJCI ajdovi z orehi	5 kg	10 x 420 g
5. ŠTRUKELJCI iz skutnega testa s sadnim nadevom	5 kg	10 x 400 g
6. KRUHOVI CMOKI	10 kg	

Možnosti uporabe

Cmoke in žlikrofe lahko ponudimo kot samostojno jed s solato ali kot prilogo k mesnim in zelenjavnim jedem. Žlikrofi so lahko tudi zakuha na juhi.

Štrukeljci so sladki in jih lahko ponudimo kot samostojno jed s sadnimi in mlečnimi napitki ali kot sladico. Za sladokusce so tudi slastna priloga k mesnim jedem, zlasti k pečenkam.

FELICITA, OKUS DOMAČE KUHINJE

MERCATOR - PEKARNA GROSUPLJE d.o.o.
GROSUPLJE, Gasliška c. 2

Grosupeljska Felicita

Vesna Bleiweis

Sedeti na lovoru je, kakor sebi grob kopati

Mercator-Pekarna Grosuplje sodi med najbolj uspešna Mercatorjeva podjetja. Ne samo po finančni plati, temveč po razvojni. Nedavno tega je bil promoviran program zamrznjenih izdelkov z znamko "Felicita". Samo od kruha se ne da živeti.

Mercator-Pekarna Grosuplje je eno tistih podjetij, v katerem se odlično ujamejo tri področja: gospodarjenje, razvoj, ugled. Ne gre za naključje, temveč za dolgoročno strateško naravnost, ki mora posledično prinesiti odpiranje in širitev trga.

V kakšno firmo vstopaš, ugotoviš že na dvorišču, po stiku z vratarsko oziroma var-

nostno službo. Kultura podjetja se pač vidi tudi na tej ravni. Na videz nepomembna, vendar še kako opazna zadeva, iz katere tkeš vtis o firmi.

Umetnost peke kruha in pekovskega peciva. 1000 kilogramov na dan s sodobno tehnologijo, vendar diši po krušni peči.

"To je premalo, da bi lahko mirno spali in sedeli na lovoru. Na trgu se moraš vedno znova

potrjevati in uveljavljati z novimi izdelki. Zato je vlaganje sredstev v razvoj in strokovne kadre prva zapoved v poslovanju našega podjetja. Ostati samo pri kruhu in pecivu bi bilo kratkoročno in nespametno. Zato razvijamo, poskušamo, testiramo in ko smo s kakovostjo novega izdelka zadovoljni, obenem pa zagotovimo pogoje za količinsko zadostno proizvodnjo, se začne promocija. Ta je tik pred zdajci za izdelke iz programa "FELICITA", pravi Štefan Plankar, direktor Mercator-Pekarne Grosuplje.

"Že pri peki kruha imamo težave s surovino, kajti vezani smo izključno na slovenske proizvajalce moke. Pri novih izdelkih, ki morajo biti še posebej kakovostni, pa so zaradi nihanj kakovosti surovine še posebne težave. Poskusi za program zamrznjenih izdelkov "FELICITA" so bili delani iz mok, proizvedenih v delih prejšnje Jugoslavije. Sedaj pa je treba za vsako serijo izdelka opraviti predhodne teste, če hočemo optimalno kakovost in lastnosti izdelka. Računamo, da se bo surovinski trg v delih prejšnje države odprl - premiki v to smer so že - in bomo lahko zagotovili dovolj kakovostne surovine tako za standardne kot za nove izdelke.

Leto 1991 je bilo po količinah napečenega kruha in pekovskega peciva rekordno in ugotavljamo rast povpraševanja, medtem ko so v ostalih podobnih industrijah zabeležili tudi do 25 % padec obsega proizvodnje. Žal je treba pri tem povedati nič kaj prijetno zadevo: delež naše prodaje v Mercatorju pada, lani smo realizirali samo 83 % planirane prodaje v Mercatorjevi mreži. Za leto 1992 smo z veliko muko dogovorili 56 % delež prodaje v Mercatorju. V konkurenčnih firmah povpraševanje po naših izdelkih raste. Ne želimo prednostnega položaja ali privilegijev zato ker smo v sistemu, vendar menimo, da mora ob enakih pogojih imeti prednost firma, ki je v sistemu. Dogaja pa se, v naši branži je to očitno, da se favorizirajo zasebniki, ki prodajajo celo pod boljšimi pogoji. Očitno je, da se ne zavedamo, da smo kapitalsko povezan sistem, kaj še reči več? Prav pa je, da se pojavlja konkurenca, da imamo s kom tekmovali in se potrjevati in se vprašati po naših slabostih."

"Brez kadrov si nove proizvodnje in širitve programov ne moremo dovoliti. Zato so pravi naša temeljna skrb. Štipendiramo, zaposlujeemo samo take in tiste visokostrokovne kadre, ki v tehnološkem in tržnem smislu lahko zagotovijo prihodnost podjetja. To vidim predvsem v različnih dopolnjevalnih programih, ki naj bi svoje proizvodno mesto dobili tudi v novem objektu. V letu 1992 načrtujemo naložbe v vrednosti 1 milijon nemških mark."

Program "FELICITA" temelji na visoki tehnologiji, vendar je njegova baza stara, dobra, domača receptura, ki jo je zapisala mojstrica slovenskih kuharic. Z nakupom stroja - zanj so odšteli 150.000 mark, je bila zagotovljena osnova za proizvodnjo AJDOVIH ŠTRUKELJCEV Z OREHI, ŠTRUKELJCEV IZ SKUTNEGA TESTA S SADNIM NADEVOM, ŽLIKROFOV S SKUTO IN ŽLIKROFOV S KROMPIRJEM IN PARMEZANOM. To so le štirje iz-

delki, ki se bodo z znamko "FELICITA" v kratkem pojavili na trgu. Sledila jim bo še cela paleta izdelkov, ki jih je moč izdelati na osnovi podobne tehnologije in z opremo, ki jo trenutno imajo.

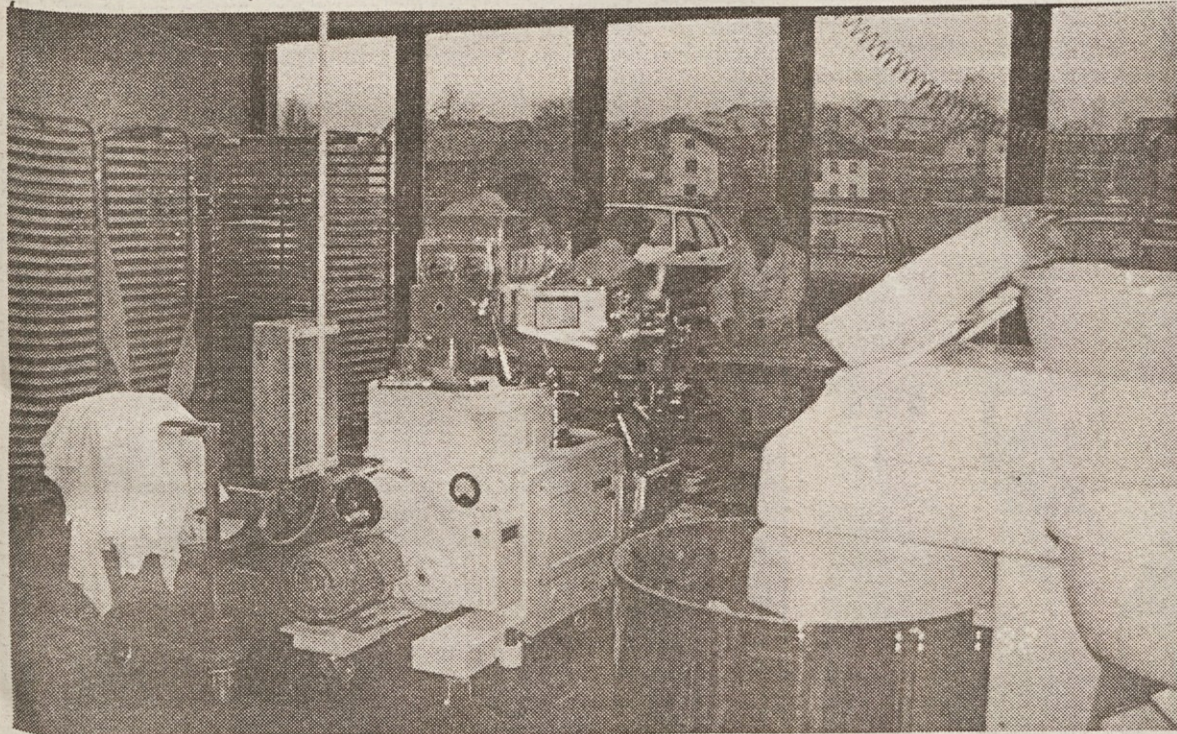
Za nov izdelek je poleg kakovosti izredno pomembna tudi njegova promocija. Tudi te so se v Mercator-Pekarni skrbno lotili. Pred začetkom redne prodaje so izdelek pokušali gostinci, trgovci, večji potrošniki. Skupna ocena: odlično. Program "FELICITA" ima estetsko, razpoznavno in funkcionalno embalažo, kar ni ravno značilnost ali odlika zamrznjenih izdelkov, ki jih lahko jemljemo iz zmrzovalnih skrinj.

Mercator-Pekarna Grosuplje je podjetje v mešani lasti. Dvanajst odstotni delež premoženja je last delavcev, petinpetdeset odstotkov pripada Poslovnemu sistemu Mercator. Tako so razdeljeni tudi skupščinski glasovi. V podjetje je vsak delavec vložil najmanj 3 tisočake v trdnih markah. In ni ga bilo, ki se za to ne bi odločil. Nič dosti drugače ni bilo z odkupom Mercatorjevih obveznic. Za razvojno in finančno trdnost podjetja so odgovorni njegovi delavci, manj pa je to čutiti s strani drugega solastnika. Nekoliko očitajoče so besede direktorja Plankarja glede izbiranja sovlagateljev v shopping center. Meni namreč, da bi bila k sovlaganju lahko povabljeni tudi proizvodna podjetja, saj bi si s tem Mercator-Pekarna zagotovila prostor za odprtje pekarnice. Take, ki peče kruh na prodajnem mestu. "Sicer pa naši trgovci nimajo preveč posluha za peke. Ponujen drugačen transport kruha - v posebej za te namene izdelanih vozičkih, kjer kruh ohrani svoj izgled, trgovci v večini zavračajo in tako kruh že med transportom izgublja svoj izgled. Natlačen na prodajne police pa še dodatno."

"Nič nam ni hudega v in z Mercatorjem kot sistemom. Nekoliko so nas stresle odločitve v zvezi z obveznicami, saj takega razpleta ob njihovem vpisu ni nihče pričakoval. Očitno gre za tako spremenjene razmere, da druge rešitve kot pobot med posojili zanje in sredstvi, ki jih ima podjetje v Mercatorjevem razvojnem in rezervnem skladu, ni šlo. In ob takih transakcijah jeokus pač grenak. Želimo le, da bi finančna služba ostala in postala bančni servis, da se pač vsi začnemo zavedati kapitalске povezanosti. In v krepitvi tega dela poslovnega sistema je pretok informacij o nas samih in sistemu kot celoti, hudo potreben. Predvsem tistih in takih informacij, ki pomenijo osnovo za orientacijo podjetja v načrtovani poslovni strategiji sistema kot celote," je razgovor končal Štefan Plankar, ki je tudi namestnik predsednika skupščine Poslovnega sistema Mercator.



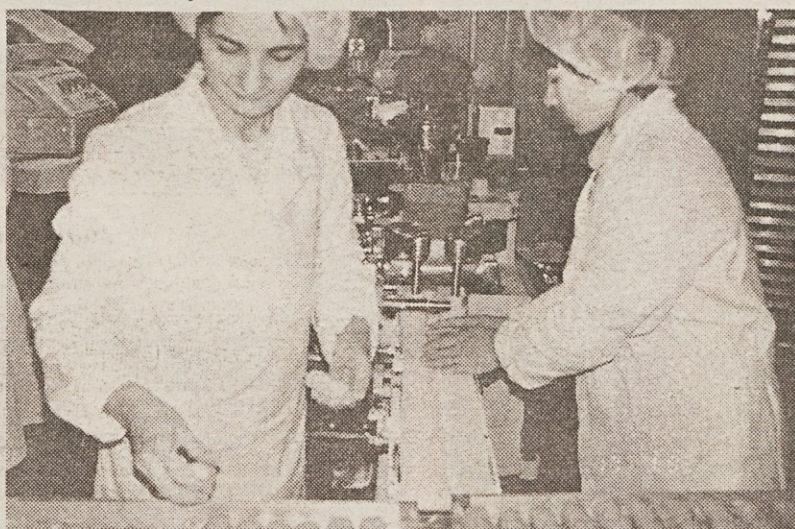
Preden gredo štrukeljci v zmrzovalne komore



Stroj, ki pripravi vse potrebno za slastne štrukeljce



Štefan Plankar



Nova tehnologija, vendar dobri stari recepti - Felicita

Prodajne akcije 91

Jelka Žekar

Od štirih na šest

Ugodno lahko ocenjujemo rezultate štirih prodajnih akcij, ki so lani potekale v celotnem Mercatorju. Toda, če hzočemo več, jih je treba kakovostno pripraviti, organizirati in izpeljati tako, da bomo z njimi dobili stalne in nove kupce.

Prodajne akcije so kot oblika pospeševanja prodaje v razvitem svetu vsakdanjost. V zadnjem letu so se udomačile tudi pri nas v Poslovnem sistemu Mercator. Organizirane so različno. Kadar akcija poteka na ravni sistema, v njej sodelujejo vsa trgovinska podjetja na debelo in drobno. Vse pogostejše pa so tudi prodajne akcije, pri katerih je krog udeležencev omejen na podjetja, ki preskrbujejo določeno področje v Republiki Sloveniji.

Konec oziroma začetek leta je čas, ko polagamo račune o uspešnosti v preteklem letu. Zato je prav, da z rezultati prodajnopospeševalnih akcij seznanimo tudi vse zaposlene. Žal razpolagamo samo s podatki o rezultatih tistih akcij, ki so bile izvedene v celotnem Mercatorju. Upamo, da bodo podjetja v letu 1992 pošiljala tudi podatke o uspešnosti svojih lokalnih akcij. Samo tako bomo lahko zaokrožili podatke o obsegu prometa, ki ga s prodajnimi akcijami ustvarimo v celotnem sistemu.

Lani smo organizirali štiri akcije na ravni sistema, od tega je bila ena namenjena samo diskontnim prodajalnam. Načrtovanih je bilo sicer pet akcij, vendar so nekateri nepredvideni dogodki terjali spremembo načrtov. Tudi tokrat se moramo žal, spomniti nepotrebne vojne, ki nas je odvrnila od številnih načrtovanih delovnih nalog. Nekoliko zapletov pri preskrbi je v začetku oktobra povzročila tudi osamosvojitve Slovenije, postavitve državne meje s Hrvaško in s tem povezani carinski postopki pri uvozu blaga.

V štirih akcijah je znašala vrednost prodanega blaga po drobnoprodajnih cenah 137 milijonov SLT, kar predstavlja 0,95 % celotnega drobnoprodajnega prometa Mercatorjeve prodajne mreže. Glede na velikost Mercatorja in ob upoštevanju dejstva, da smo tolikšen promet ustvarili s štirimi akcijami, smo z rezultatom lahko sicer zadovoljni. Vendar so bolj razveseljivi podatki o fizičnem obsegu prodaje posameznih izdelkov iz akcij. Primerjava fizičnega obsega prodaje v akcijah, ki praviloma trajajo štirinajst dni do treh tednov, z mesečnim obsegom prodaje kaže, da je fizični obseg večji za preko 100 %, pogosto pa tudi nekaj sto odstotkov.

Tudi tokrat želimo ponoviti, da bi bilo ocenjevanje akcij zgolj s predstavljenimi številkami, zmotno. Neposredne finančne rezultate spremljajo tudi učinki, ki so težko ali pa jih sploh ni mogoče finančno ovrednotiti. Kako ugotoviti, koliko kupcev zaide v prodajalno zaradi akcije, po katerem blagu iz redne ponudbe sežejo zato, ker so se odločili za nakupe v prodajalnah z zanimivo in ugodno ponudbo in še bi

lahko naštevali. Pri tem ne gre prezreti dejstva, da smo z akcijami prisotni tudi v javnosti, da kupce z njimi opozarjamo nase ter tako prispevamo k izgrajevanju in utrjevanju imidža sistema kot celote in posameznih, v akcijah sodelujočih članic.

Ker pa je naš cilj biti boljši od konkurence, smo si za letos na tem področju postavili več

nalog. Kot minimalni program pospeševalnoprodajnih akcij na ravni Poslovnega sistema Mercator smo predvideli šest akcij, od teh bi bila ena namenjena diskontnim prodajalnam. Hkrati smo predvideli, da bi v obdobjih med posameznimi akcijami na ravni sistema, potekale akcije posameznih podjetij ali več podjetij v regiji. Prav tako bomo uveljavili tudi nove oblike pospeševanja prodaje, vendar o njih kdaj drugič.

Zanimiv je podatek, ki smo ga izvedeli od poslovnega

partnerja iz sosednje zahodnoevropske države. Velik trgovinski koncern, podoben našemu sistemu, ustvari letno okrog 20 % vsega prometa v trgovini na drobno z različnimi oblikami pospeševalnoprodajnih akcij. Zato mora biti tudi naš cilj najmanj tolikšen, da bomo letos dosegli v strukturi celotne prodaje vsaj enkrat več prometa s prodajnimi akcijami kot preteklo leto.

Ob vse večjem naraščanju konkurence na področju trgovinske dejavnosti, zlasti zasebnega sektorja in ob hkratnem

padanju življenjskega standarda, bodo prodajne akcije vse bolj pomembne. Zavedati se moramo, da imamo kot velik sistem precejšnje prednosti pred majhnimi podjetji, ki zagotovo ne morejo pridobiti tolikšne izbire različnih izdelkov po ugodnejših cenah. Ni dvoma, da je treba kupcem poleg ustreznega asortimaja in prijazne postrežbe, ki pa jo je še vedno občutno premalo, pripraviti še kaj več, če jih želimo močnejše navezati na Mercator in hkrati pridobiti tudi nove.

Prvič s slovenskimi barvami

Darja Jamnik

Konditorski sejem v Koelnu

Prvi teden v februarju se je na konditorskem sejmu ISM predstavila slovenska konditorska industrija. Mercator-Emba se je s sejma vrnila zadovoljna, primerjala je kakovost svojih izdelkov, cenovno konkurenčnost - z nekaterimi izboljšavami ji je pot do izvoza na zahtevne evropske trge odprta.

Prvi teden v februarju se je v Koelnu, tako kot vsako leto, predstavila konditorska industrija celega sveta. Slovenska konditorska industrija se je letos prvič predstavila samostojno. Republiko Slovenijo so predstavila podjetja: Kolinska, Fructal, Žito in MERCATOR-EMBA. Pogum, volja, energija in sredstva, vse pa podkrepjeno s strokovnimi pripravi in podlagami, se je začelo že sredi preteklega leta. Prvi samostojen nastop - prvi ugodni odzivi. MERCATOR-EMBA prvič na sejmu ISM 92 - ugoden poslovni odmev.

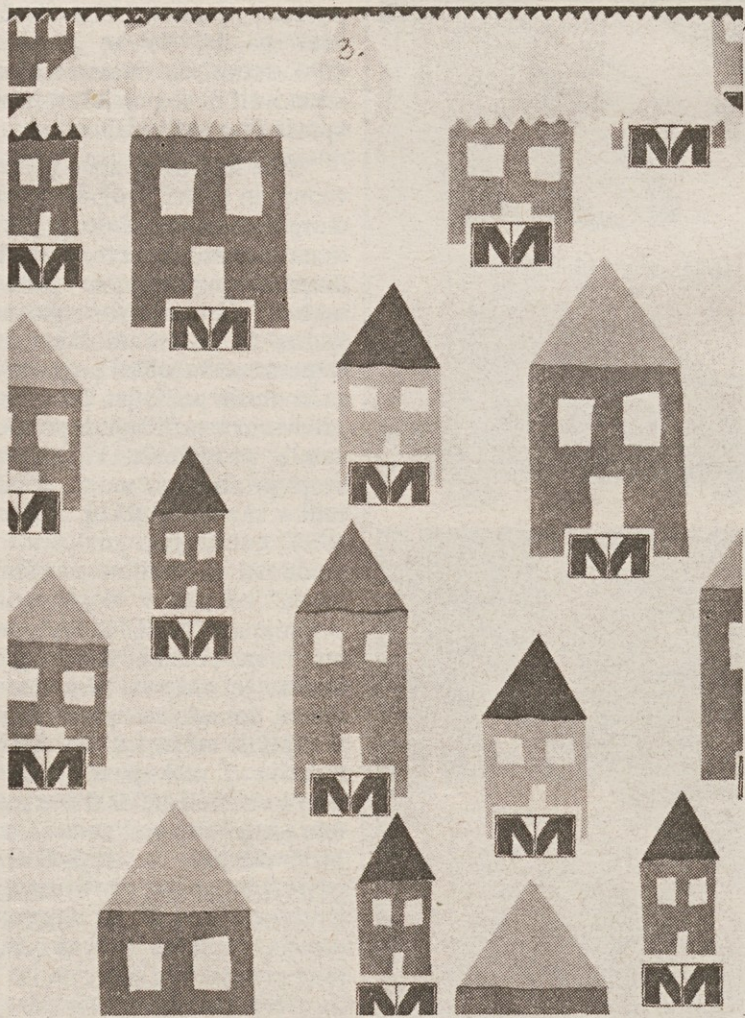
Leto 1991 je bilo, ne samo za celotno slovensko gospo-

darstvo in konditorsko industrijo, temveč tudi za naše podjetje, leto velikih sprememb. Izgubljen trg na ozemlju nekdanje Jugoslavije, konkurenca na majhnem slovenskem trgu, so dejstva, ki zahtevajo preusmerjanje proizvodnje v izvoz. Mercator-Emba se je v zadnjih letih tako kadrovsko, tehnično in tehnološko usposobila ter opremila, da je sposobna izdelovati kakovostno sprejemljive, konkurenčne izdelke za zahteven svetovni trg. Med ostalimi izdelki, ki jih Mercator-Emba proizvaja in že uspešno izvažajo, razstavljeni pa so bili tudi na sejmu ISM, je treba omeniti predvsem Muesli,

Sweet in Sport bar ploščice, hrustljave riževe kosmiče, Embi Rice Crispy in Choco pops, sadne, kakavove in karamelne prelive Sladki greh ter sadne in kakavove hitro pripravljive napitke Benquick.

Koelnski mednarodni poslovni konditorski sejem je odličen barometer stanja na trgu in je izrednega pomena za ohranjanje, predvsem pa navezovanje novih poslovnih stikov. Obiskovalec dobi pregled nad izredno velikim številom novih izdelkov, njihovo kakovostjo, embalažo, ceno, da o propagandnih gradivih niti ne govorimo. Vse to so pomembni

dejavniki, ki jih lahko koristno uporabimo pri razvoju naših izdelkov. S sejma smo se vrnili polni "sladkih" vtisov, predvsem pa veseli spoznanja, da je naša usmeritev v proizvodnjo naravnih, zdravih prehrabnih izdelkov pravilna. Naši izdelki se tako po kakovosti, ceni in embalaži lahko enakovredno kosajo s konkurenčnimi izdelki tujih izdelovalcev. Povsem enakopravno so lahko uvrščeni na trgovske police na zahtevnih tujih trgih. S sejma pa smo se vrnili tudi z mnogimi konkretnimi nalogami in zahtevami, ki zadevajo izboljšave naših izdelkov z namenom, da jih pripravimo oz. izdelamo najkasneje do prihodnjega sejma. Otipljiv pa je tudi poslovni rezultat obiska sejma, saj se nam obeta nov izvoz na zahteven evropski trg.



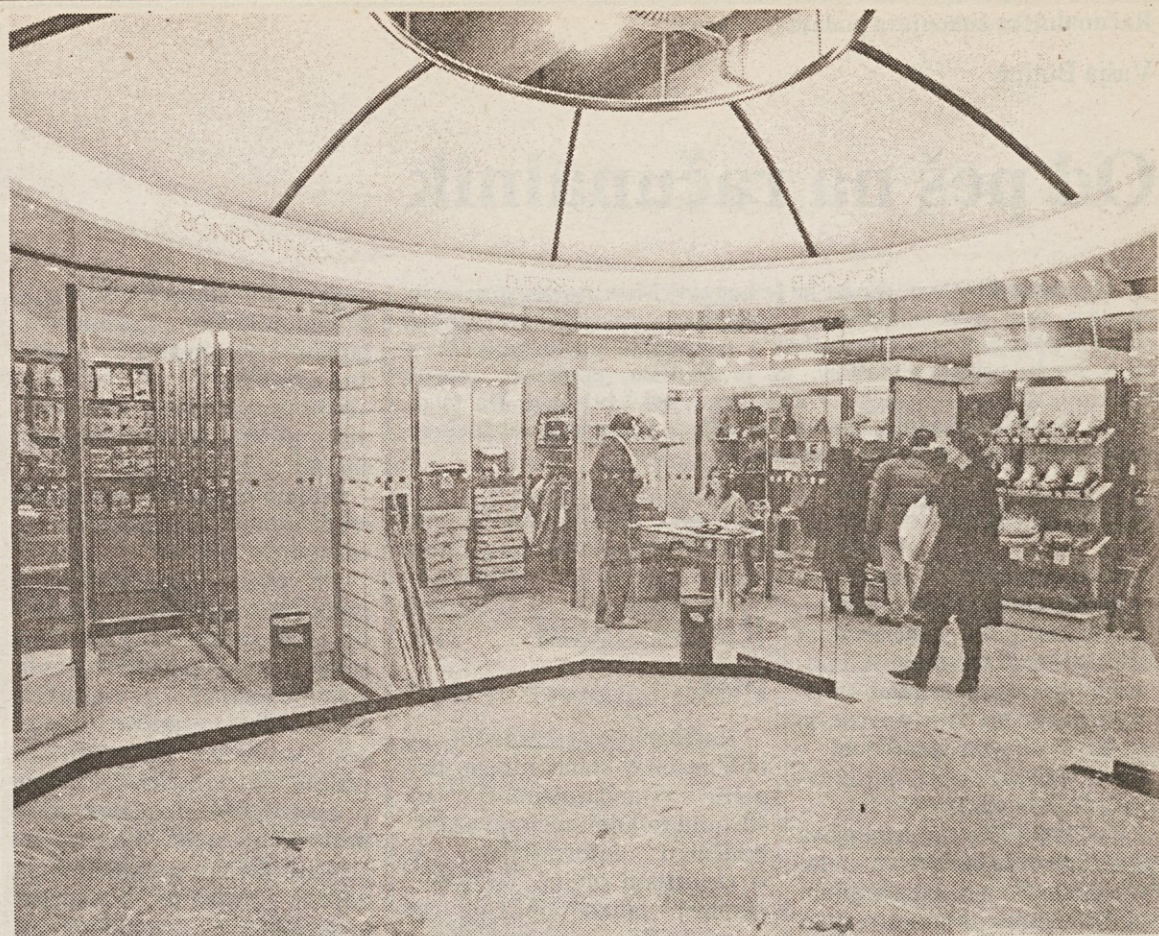
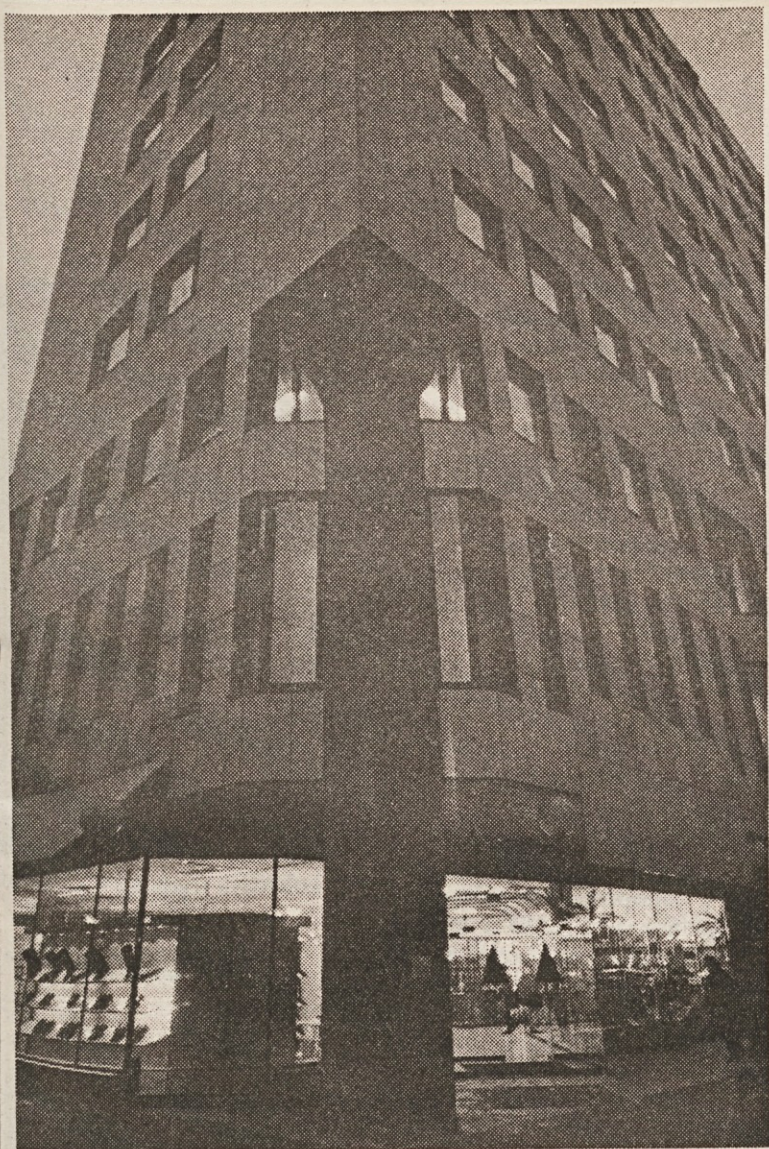
Škoda, da novega designa Mercatorjevega zavijalnega papirja in vrečk ne moremo predstaviti v barvah



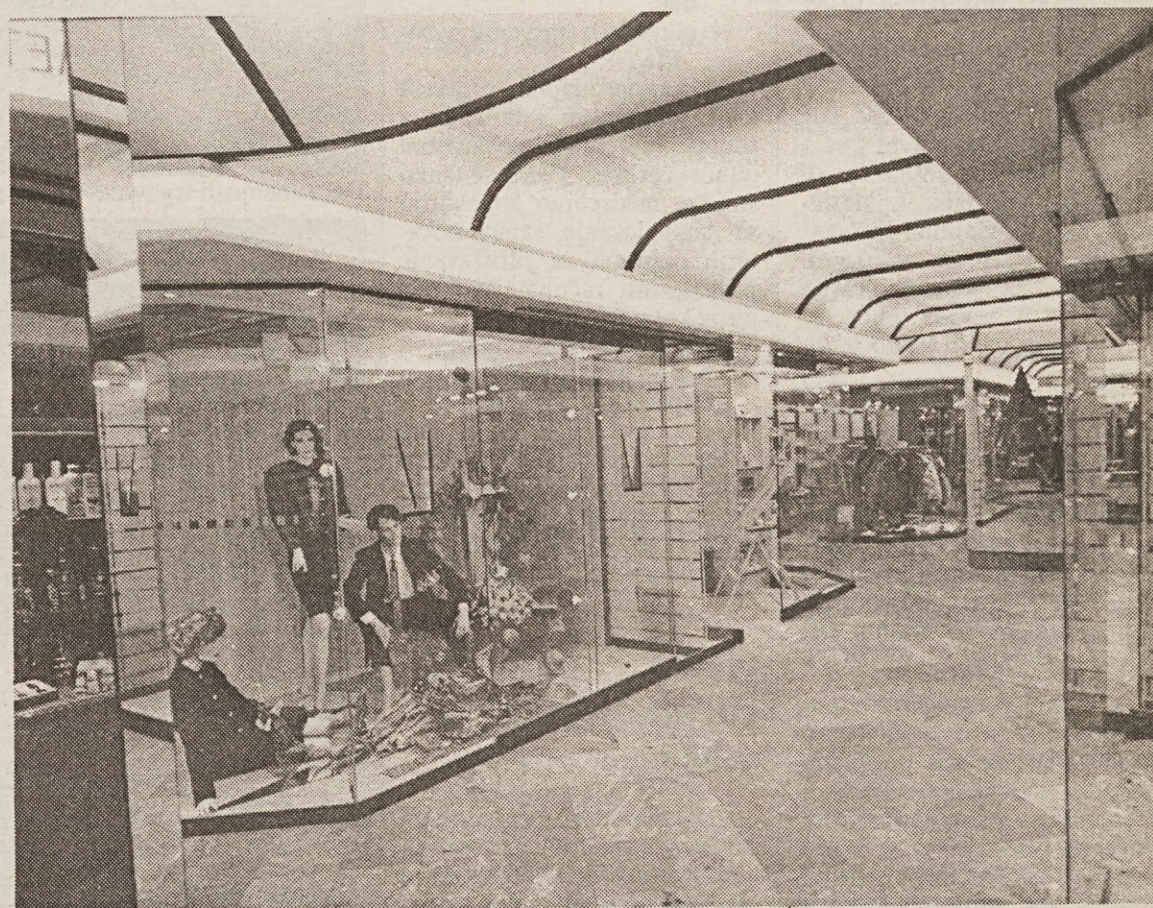
Mercator-Emba v Koelnu



Mercator-Emba se je postavila



MODNI CENTER AJDOVŠČINA





Penzjon zaradi hiribov

Vesna Bleiweis

Srečno hodi, gorenjski Krpan

Prav nič mu na zunaj ni videti bolezn. Stane Potočnik, pomočnik direktorja Mercator-Kmetijstva Kranj je po postavi pravi Krpan, le z Vrha pri Sveti Trojici ni doma. Sicer pa mu je pa po neposrednosti in prijazni robotosti, kar podoben. Še nekaj dni in bo upokojenec.

Stara garda direktorjev se redči. Njihove vrste je v začetku februarja zapustil tudi sedanji pomočnik direktorja Mercator-Kmetijstva Kranj, prej pa eden dolgoletnih direktorjev v KŽK Gorenjske, Stane Potočnik.

„Šestintrideset let in pol imam na grbi, kar je manj kot za upokojitev zahteva zakon. Trideset njih je povezano s kranjskim Kažekajem oziroma njegovim kmetijstvom. Dobrih in slabih, prijaznih in manj prijaznih let. Razlog, da se jih otremem, je zdravje. Če hočem še kdaj v hribe, tega pa si neizmerno želim, moram za to poskrbeti. Srce ni več pri pravih močeh,“ je uvodoma povedal sogovornik.

Na zunaj bolezn ni videti. Robusten, pravi postaven Gorenjec, dobrodušnega videza, prebrisanega in nabritega nasmeha, trdih in naravnost izrečenih besed.

„Diplomat nikoli nisem bil. Povedal sem to, kar sem mislil in pri tem bom tudi ostal. Takemu obnašanju pritičejo tudi posledice, ki so bile večkrat neprijetne. Ustrojile so mi kožo, kar pa je bilo glede na položaj kmetijstva v naši siceršnji politiki kar dobrodošlo. Pet let nazaj so bili pogoji gospodarjenja v kmetijstvu še kar znosni. Zadnje leto pa so katastrofalni, saj ne stara ne nova oblast nista upoštevali razlike med družbenim in zasebnim kmetijstvom. Družbeno kmetijstvo je obremenjeno z dva do trikrat večjimi dajatvami in je zato razumljivo, da razvoji stagnira. Podatke o obremenitvah je izračunal Kmetijski inštitut, oblast je pripravljena o njih govoriti, storiti pa ničesar, da bi se oba sektorja na tem področju izenačila. Vsi delamo pod istim

ministrom in res ne vem, zakaj je potrebna favorizacija samo enega. Gre za poštenost in ker te ni prav dosti, grem "u penzjon" s slabim občutkom in zaskrbljen za usodo družbenega kmetijstva. Dejstvo je, da sta zakona o zadrugah in zakona o denacionalizaciji revanšistična in kar se tiče kmetijstva tudi prav nič gospodarna. Najmanj kar jima lahko očitam, je krivičnost do vlagateljev v različne živilsko-predelovalne objekte. Vlagali smo v klavniško industrijo, mlekarstvo... sedaj pa so opredeljeni le zadružni deleži, deleži resničnih vlagateljev pa so "aut". Z denacionalizacijo lahko kranjsko Kmetijstvo izgubi 2/3 površin, ne glede na to, koliko sredstev je bilo vanje vloženih. Vrnimo jih, toda nekdo naj prevzame odgovornost za posledice. Take proizvodnje, kot je bila, ne bo. Zanesljivo pa bo dražja. To lahko trdim, saj se večina tistih, ki se poteguje za zemljo, s kmetijstvom sploh ne ukvarja. Bi že lahko ubrali bolj preverjene načine in metode za privatizacijo. Meni je všeč holandski model. Podržaviti in dati v najem, potem pa..., res bi se dalo pametneje izpeljati, pa manj boleče in z neprimerno manj škode. Trdim, da bi morali kompleksi zemljišč ostati, za njih imamo primerno tehnologijo in dobre kadre. Če vse to skupaj vržemo stran zaradi uveljavljanja pogledov in stališč samo nekaterih ljudi, potem bomo plačevali strašen davek nespameti in strastem,“ pribija svoja razmišljanja in z nekoliko utrujeno kretnjo odloži očala.

„Najlepših let v kranjskem kmetijstvu ne bi rad omenjal, še posebej pa ne najslabših. Kako sem delal in koliko

prispeval, naj ocenjujejo drugi. Tudi napake so bile, vendar pa sem se trudil, da bi se vse stvari izpeljale na najboljši možen in finančno uresničljiv način.



Stane Potočnik

Včasih je to šlo, včasih je bilo treba tudi po mizi udariti. Do družbenega premoženja nihče

ni imel pravega odnosa, kar naprej je bilo treba poudarjati, da ga ja treba čuvati kot dober gospodar. Ušesa so bila pri teh opozorilih dostikrat zamašena. Tudi anarhija pri samoupravljanju je naredila škodo in privedla do stanja, v katerem smo. Vsi za vse, vsak za vse...filozofija lenuhov in povzpethožev. Pri srcu mi ni bila, toda z njo sem moral živeti tako kot večina mojih kolegov direktorjev. Vse je politika, pa četudi gre za krompir. Žal mi je, da se je nekdanji KŽK Gorenjske razpustil. Mercator je odlično poskrbel za trgovino in bonitete za to dejavnost so zagotovljene, prav tako je zagotovljena njena varnost v sistemu. Do primarne proizvodnje pa je mačehovski in zato ni čudno, da imamo kmetijci občutek, da smo v tem sistemu bolj privešek kot pa enkovredna firma. Proizvodnja, predelava, trgovina v sistemu so prednosti in rezerve, ki bi jih morali bolj povezati in izkoristiti. Pa med pomembna opravila, vsaj tako kaže praksa, bolj sodi nenehno spreminjanje aktov sistema in podjetij. Če jih daš vse na kup, identitete podjetja pravzaprav več ne vidiš.

Stane Potočnik bo še malo delal v kranjskem Kmetijstvu.

Februarja pa se začne naporna pot do zdravja in hribov. Ne tistih najvišjih, tistih, ki mu bodo glede na moči dosegljivi. „Srečno hodi“, je dejal cesar Martinu Krpanu. „Srečno hodi, Stane Potočnik, po postavi in neposrednosti, gorenjski Krpan,“ demo mi.



Časopis poslovnega sistema Mercator

Časopis poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana, Titova 137. Izdaja Center za obveščanje PSM. ● Uredništvo: Titova 137, 61113 Ljubljana. ☎ 061/183-254. ● Ureja uredniški odbor: Franc Božič, Franci Dovč, Ivan Drozdek, Marija Fajfar, Alenka Por, Nada Rihar, Lojze Šterk, Matija Trstenjak in Franc Zadravec. ● Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis. ● Tehnični urednik: Matjaž Marinček. ● Tiska DP Delo – Tiska časopisov in revij, p. o. ● Glasilo prejemajo delavci, združeni kmetje, učenci in upokojenci PSM. ● Izhaja zadnje sredo v mesecu. Naklada 14.000 izvodov. Po mnenju pristojnega republiškega organa je časopis opravičen temeljnega davka od prometa proizvodov.



**Ohladili smo jih,
ker jim boste vi vdahnili toploto**

Prijetno presenečenje

Vesna Bleiweis

Tržiška Mercator-Preskrba se je znebila dolgov

Če smo pred slabim letom o tržiški Mercator-Preskrbi še pisali, da je preveč zadolžena, da je na drsljivem robu "med biti ali ne biti" in iskali različne "fuzije", lahko sedaj zapišemo: "adijo pufi" (vsaj prehodno) pa tudi adijo stari "fernki".

Se oni dan, ko sem obiskala Mercator-Preskrbo v Tržiču, nisem mogla prav znati. Neugleden vhodni trakt popleskan in z velikim napisom MERCATOR-UPRAVA, potem nad stopniščem majhna zgodovinska tablica "Preskrba, trgovsko podjetje, Tržič", nekaj korakov naprej pa Mercator-Preskrba, Tržič, napisna tabla, ki označuje vhod v upravne prostore podjetja tako, kot se spodobi po celostni podobi Mercatorja. Vstopim, navada - železna srajca, in zaman iščem direktorjevo pisarno na običajnem mestu. Nova metla je začela pometati, si mislim, ko opazim še eno spremembo. Iz predverja je izginil "zguln, zanikrn, str firnk, k je tm na par rinkah visu najbrž že od osvoboditve". Nadomestila ga je lična omara. Spodbudna sprememba, kaj me torej čaka v pogovoru z novim direktorjem Mercator-Preskrbe v Tržiču, Radom Veselinovičem?

"Če ima še katera občina toliko trgovin kot tržiška...Štirideset Mercatorjevih, petintrideset zasebnih in še deset podjetij, ki tudi veselo trgujejo. V tržiški občini praktično ni branže, za katero ne bi imeli tudi svoje trgovine. Standard in kupna moč pa navzdol. Tržiško gospodarstvo ni več na psu, je že pod njim, povprečni osebni dohodek na zaposlenega je 8.000 SLT netto. In v takih razmerah se moraš znati in gospodariti.

Kar nekaj časa potrebuješ, da se znajdeš in začneš tipati za notranjimi rezervami, da spoznate sodelavce in njihov način dela. V Mercator-Preskrbo sem prišel avgusta lani. Vsak začetek je težak in moram reči, da so mojega novi sodelavci precej olajšali. Z razumevanjem so sprejeli nekatere spremembe v organizaciji in načinu poslovanja, ki so se posledično odrazile tudi v nagrajevanju oziroma plačah. Osrednji problem tržiške Preskrbe je bila zadolženost pri poslovnem sistemu. Temeljit preokret na področju zalog in sprotne nivelacije cen, je bil temeljni ukrep, obenem pa brezpogojna zahteva do vseh poslovodij. Obenem pa organizacijske spremembe: delovni in odpiralni čas sta prilagojena krajevnim potrebam in navadam. Število zaposlenih je optimizirano in do skrajnosti napeto. Uvedeno je sobotno in nedeljsko dežurstvo, deljen delovni čas, različen odpiralni čas, predvsem pa sprotne skrb za nivelacijo cen. Osebni dohodki so odvisni od stanja zalog oziroma nivelacije cen, pri čemer je poslovodji prepuščena ocena, pri katerem blagu oziroma izdelku bo posegel po zapovedanem ukrepu. Vsem zaposlenim so osebni dohodki zagotovljeni v

višini, ki jo določa kolektivna pogodba, vse kar je čez to pa prinaša spoštovanje sprejetih ukrepov oziroma uspešnost poslovanja poslovne enote. Povprečni netto osebni dohodek, ki je bil decembra 1991 izplačan v Mercator-Preskrbi, je znašal 13.000 SLT. Zaposlenih je 150 delavcev, pri čemer pa je značilen podatek, da je 70 % delavcev starih do 30 let." No in reči moramo, da jih tudi novi direktor Mercator-Preskrbe v Tržiču, nima dosti čez.

Ne še prav dolgo tega so v zraku visele ideje o različnih možnih povezavah gorenjske Mercatorjeve mreže oziroma z Mercator-Blagovnim centrom. Namen teh idej je bil rešiti pred zlomom Mercator-Preskrbo in Mercator-Izbiri. Vendar se je Mercator-Preskrba v kratkem času izvlekla iz težav. Septembra lani je imelo podjetje še izgubo in bilo čez glavo zadolženo pri Poslovnem sistemu Mercator. Ob koncu leta 1991 izgube ne bo, poplačani so vsi krediti in omembe vredno je predvsem dejstvo, da Mercator-Preskrba na internem računu pri finančni instituciji v poslovnem sistemu izkazuje pozitiven saldo. Vse zaloge se v tržiški Preskrbi obrnejo povprečno 15 krat na leto, pri tem pa je treba povedati, da ima podjetje v svojem sestavu precej poslovnih enot, ki se ukvarjajo s prodajo bele tehnike in pohištva, kar v sedanjih razmerah predstavlja še poseben problem.

Prav za to blago je poleg visokih cen značilno tudi pomanjkanje, saj izdelkov, ki so prej prihajali iz delov nekdanje Jugoslavije, ni. Tako so omejeni na slovensko ponudbo, prilagodili pa so ji način prodaje in večina teh izdelkov predstavlja le komisijske zaloge. Vprašanje pa je, ali je nenaden pozitiven saldo pri Poslovnem sistemu, tudi rezultat odlaganja plačil

V samem mestnem jedru ima Mercator-Preskrba osem lokalov, nad katerimi visi usoda denacionalizacije. Značilnost je, da je v tržiški občini vloženih že 1720 zahtevkov za vračilo premoženja, med njimi pa so štirje tudi že čisto konkretizirani za tržiško Mercator-Preskrbo. Z njihovo usodo je povezana tudi usoda 30 zaposlenih, če seveda denacionalizacija zajame vseh osem lokalov. In še ena značilnost: vsi lokali so bili regularno kupljeni od oblasti in je Preskrbino lastništvo zavedeno v zemljiški knjigi. Ne gre se torej čuditi, da tržiški direktor denacionalizacijo ocenjuje kot nespametno v tistem delu, ki se bo izvajal "in natura". Meni, da bi bilo stvari pametneje urejati z delnicami oziroma rentami.



Rado Veselinovič

Tržiška trgovina, predvsem z živili, je spet postala zanimiva za Korošce. Njihovim potrebam so na Deteljici prilagodili delovni čas in pri iztržku se to kar dobro pozna. Prodajalci obiskujejo tečaj nemščine, obenem pa so Korošcem oziroma tujcem namenjena tudi prodajna obvestila v njihovem jeziku.

Precej poslovnih enot je oddaljenih od Tržiča in jih zato osrednji oskrbovalec Mercator-Blagovni center ne oskrbuje,

temveč distribucijo blaga opravi Tržičani sami. V ta namen so kupili posebno vozilo, razmišljajo pa, da ne bi bilo slabo imeti majhen distribucijski center, iz katerega bi sami oskrbovali odročne trgovine ali pa morda celo tiste, ki sežejo izven tržiške občine.

"Moja težnja je, da bi poslovanje v tržiški Mercator-Preskrbi organizacijsko in tehnološko posodobili. Nujno bo potrebno uvesti posodobitve računovodskega poslovanja - delno so novosti že uvedene, z ustrezno računalniško mrežo vzpostaviti informacijski sistem za spremljanje poslovanja vseh prodajal in adaptirati nekatere trgovine. Predvsem je potrebna prenove trgovina Delikatesa v Kranju, več manjših posegov pa bo treba tudi v ostalih objektih. Seveda bo treba sproti animirati tudi potrošnike in jih z dogajanjem v trgovinah posebej usmerjati v nakupe pri Mercatorju, čeprav je Mercatorja v Tržiču toliko, da ga potrošnik tudi, če bi hotel, ne more prezreti. Skupaj z dobavitelji bomo poskrbeli za pokašine izdelkov, prikaz delovanja in uporabnosti izdelkov in pri tem izkoristili tudi vse možne oblike in načine prodaje. Že

lanski december je pokazal, da se ob različnih praznikih, in teh je bil december poln, kljub vsemu, da ujeti nekaj pogače. Treba je le dovolj motiviranih ljudi oziroma sodelavcev."

"Mercator-Preskrba je že kar zgodovinsko povezana v Mercator kot sistem. Vendar sedanje stopnje povezave niso v celoti dorečene in jih bo treba dograditi predvsem na področju trženja. Opažamo namreč, da na področju trženja ne izkoristimo prednosti velikega sistema, saj privatniki v poslih pri dobaviteljih dosežejo večje ugodnosti. Morda bi se dalo tudi več storiti na področju poslovne samostojnosti, ki bi morala biti dopustna, predvsem iz razloga spodbujanja iniciative, ker zgolj poslušna vpetost v izvajanje dogovorjenih načel, lahko napelje k zakrnelosti in uspavanosti. Vsekakor ostaja Mercator kot sistem za tržiško Mercator-Preskrbo še naprej sredina, s katero bo povezana usoda tržiškega podjetja. Treba pa bo tudi v sistemu doreči fizionomijo, če hočemo, da bomo preživeli kot podjetja in kot sistem," je pogovor končal direktor Rado Veselinovič, dipl. oec.



Navodila za pripravo v gostinstvu

Izdelke lahko pripravimo na več načinov:

1. Kuhanje v vodi:

Kuhamo v široki posodi in po možnosti ne več kot 3 kg naenkrat. Zelo primerne so prekučne ponve iz nerjavečega jekla, v katerih lahko skuhamo tudi večjo količino. Zamrznjen izdelek stresemo v osoljen krop, ki smo mu dodali malo olja in posodo pokrijemo. Ko voda ponovno zavre, izdelke previdno dvignemo z dna posode in dalje kuhamo brez pokrova 10 minut. Kuhane stresemo ali pobereemo s penovko v cedilo, oplaknemo z vodo, pokapljamo z oljem in rahlo pretresemo. Postrežemo zabeljene, na primer z zarumenelimi drobtinami (za žlikrofe in cmoke priporočamo tudi praženo čebulo).

2. Kuhanje v parno-konvekcijski peči:

Kuhamo na programu pare 10-15 minut v perforiranih pekačih. Nato izdelke oplaknemo z vodo, pokapljamo z oljem in rahlo pretresemo. Zabelimo po okusu. Kuhamo jih lahko tudi v vodi tako, da jih naložimo v neperforiran pekač, prelijemo z vročo vodo in priključimo na program pare za 10 minut.

Preizkusite in izberite postopek po vaši presoji!

Osnovne sestavine in prehrabne vrednosti izdelkov

- ŽLIKROFI s krompirjem in parmezanom:** pšenična moka, jajca, krompirjevi kosmiči, mleko v prahu, parmezan, rastlinska maščoba, kislja smetana, sol, začimbe, voda.
100 g izdelka vsebuje:
32 g ogljikovih hidratov, 11 g beljakovin, 8 g maščob, 3 g vlaknin, 1042 kJ (248 kcal)
- ŽLIKROFI s skuto:** pšenična moka, jajca, skuta, kislja smetana, rastlinska maščoba, sol, sladkor, škrob.
100 g izdelka vsebuje:
29 g ogljikovih hidratov, 9 g beljakovin, 9 g maščob, 3 g vlaknin, 1022 kJ (243 kcal)
- ŽLIKROFI s kašo in šunko:** pšenična moka, jajca, olje, prosena kaša, hamburška slanina, domača šunka, mleko v prahu, sol, začimbe, voda.
100 g izdelka vsebuje:
35 g ogljikovih hidratov, 7 g beljakovin, 12 g maščob, 1 g vlaknin, 1204 kJ (287 kcal)
- ŠTRUKELJCI ajdovi z orehi:** ajdova moka, pšenična moka, rastlinska maščoba, orehi, mleko v prahu, sladkor, sol, kvas, drobtine, dišave, voda.
100 g izdelka vsebuje:
36 g ogljikovih hidratov, 8 g beljakovin, 19 g maščob, 8 g vlaknin, 1500 kJ (358 kcal)
- ŠTRUKELJCI iz skutnega testa s sadnim nadevom:** pšenična moka, skuta, mleko v prahu, rastlinska maščoba, mešano suho sadje, lešniki, drobtine, sladkor, sol, dišave, voda.
100 g izdelka vsebuje:
43 g ogljikovih hidratov, 8 g beljakovin, 9 g maščob, 6 g vlaknin, 1231 kJ (293 kcal)
- KRUHOVI CMOKI:** kruh, jajca, čebula, rastlinska maščoba, pšenična moka, mleko v prahu, sol, začimbe, voda.
100 g izdelka vsebuje:
32 g ogljikovih hidratov, 6 g beljakovin, 5 g maščob, 0,2 g vlaknin, 872 kJ (207 kcal)

Črni oblaki, rdeče številke, optimizem pa ne popusti

Vesna Bleiweis

Životarjenje ni poslovna politika

Junija pridite pogledat rezultat optimizma. Mercator-Hotel Sremit je bil zgrajen pred 15 leti. Spalni del je obnovljen, za ostalo je zmanjkalo denarja. Zmanjkalo pa je tudi prihodka in rdeče številke so tu. Kaj v boju z njimi ponuja direktor Mercator-Hotela Sremit v Krškem, Peter Markovič.

Bila so zlata leta, ko se je gradila Nuklearka v Krškem. Zlata leta za Mercator-Hotel Sremit. Potem je bilo nekaj manj zlatih, toda še vedno z dovolj gosti in prireditvami, da se je dalo preživeti. Leto 1991 je bilo za gostince oziroma hotelirje črno leto. Prazni hoteli, prazne restavracije, okrog pa vojna. Ko je zavlada mir, je hrvaška meja preblizu, da bi se tudi najbolj zvesti tuji gostje upali na slovenska tla. Črni oblaki, pod njimi pa rdeče številke. V boj z njimi, predvsem pa za novo vsebino krškega Hotela Sremit, se je spustil Peter Markovič, direktor podjetja, večni optimist, večni iskalec virov za preživetje in razvoj. Eden tistih turističnih zanesenjakov, ki niso pripravljani jadicovati. So pa pripravljani marsikateri hudi uri pogledati v oči - tudi taki, kot je odpuščanje delavcev in se z vso subtilnostjo in modrostjo z njo spoprijeti. In kot odgovor na gostinsko turistično krizo Peter Markovič ponuja:

"Hotel Sremit je star petnajst let. Spalni del je saniran, restavracija ne. Te se bomo lotili in do junija letos bo njena podoba drugačna. Ve se, da so taki objekti prenove potrebni vsakih deset let.

Čudno se vam zdi, da ob izgubi 4 mio SLT, toliko je bo ob zaključnem računu, govorim o načrtih za prenovo oziroma o naložbi. Če ni misli o razvoju, je to stagnacija, je životarjenje in to ni poslovna politika.

Sredstva za prenovo bodo zagotovljena, če bo vse po sreči, s prodajo zemljišča. S krediti take prenove ni tvegati. Obenem pa pripravljam temeljit preobrat v številu objektov oziroma poslovnih enot. Vse, kar ne dosega dostojne kakovosti, ni zanimivo glede na promet ali lokacijo, bomo po ekonomski ceni prodali. Pri tem je oddaja v najem le kratkoročna rešitev. Tako bodo poslej jedro krškega gostinstva Hotel Sremit v Krškem, gostilni "Tri lučke" na Sremitu, "Pod Gorjanci" v Kostanjevici ter pizzerija in Snack bar Rozalija v Krškem. To so poslovne enote, ki že sedaj izpolnjujejo kakovostne zahteve obenem pa tudi prostorske in v katerih bo mogoče nadaljevati z gostinstvom. Tudi ponudbo pri "Treh lučkah", gostilni, ki nima 5 zvezdic, bo treba dopolniti. Ob njej naj bi zgradili dve teniški igrišči in dvorano za squash. V gostilni "Pod Gorjanci" je 17 ležišč in letos bodo aktivne počitnice v Kostanjevici lahko preživljali prvi agencijski gostje.

Izgubo je Krškemu Sremitu prinesla predvsem vojna, kopičila se je še dolgo potem, saj je nemirna Hraška blizu. O slovensko - hrvaški meji sgo-

vnjenja. Pravi, da je to meja, ki temeljito ločuje.

Tudi do kreatorjev državne politike na področju turizma, Markovič ni prizanesljiv. "Če ti trdijo, da do sedaj (pri tem je mišljena stara oblast) za promocijo slovenskega turizma nismo storili ničesar, moram reči, da še manj vemo, kaj bomo zdaj. Ni koncepta, ni podpore v krizi, še tisto minimalno, kar bi moralo biti storjeno, ni. Mislim na čisto konkreten predpis o prometnem davku, ki namesto, da bi uveljavil normalno enkratno obdavčitev pijač, to v gostinstvu dvojno obdavčuje. Vse gre prepočas. Prepričan pa sem, da Slovenija ima prelepe turistične možnosti in če jih ne bo izkoristila, se nam bo slabo pisalo. Turizem je na krškem področju kontaminiran zaradi



Peter Markovič

nuklearke. Pa vendar imamo prav pri nas najmanj okrnjeno in prav nič z različnimi urbanističnimi posegi spačeno krajino. Idilično dolino ob Krki, Kostanjevico, Gorjance. To je rezervat "top turizma", še zlasti, če bo mogoče izkoristiti termalno vodo. Študije o njenem bogastvu oziroma sestavi in količini so (37°C, 50

l/sek), le investitorja bi rabili. Če bi imeli pod palcem več in ustrezne garancije, se skupaj z ambicioznim partnerjem pa tudi sam, investicije v terme v Kostanjevici ne bi ustrašil." Zagret je Peter Markovič, ko govori o naložbah in besede o Kostanjevici kar vrejo iz njega. Potem pa trezno ustavi besedo. "Še kar nekaj časa bomo odvisni sami od sebe, od domačih gostov in domačega gospodarstva. Temu se v Krškem slabo piše.

Samo v našem podjetju smo v letu 1991 zmanjšali število zaposlenih za 15%, kar pomeni, da nas je zaposlenih samo še 75. Prodaja je v primerjavi z letom prej padla za 20%, nočitve za 30%. Hotel normalno posluje (minimalno), če je zasedenost 50%. Letošnji plan predvideva 45.000 nočitev, pri čemer račun temelji na generalnem popravilu Nuklearke."

Ko sva se pogovarjala še o tem in onem je beseda nanesla

tudi na izobraževanje v Mercatorju. "Bilo bi odlično, če bi Mercatorjevo menedžersko šolo organizirali v Krškem. Vse je pri roki - od miru, do žurov." Koristno s prijetnim. Zakaj pa ne v Krškem?

Potem sva se lotila manj sanjskega področja: Mercator in gostinstvo. "Kaj posebej debelo gostinstvo kot dejavnost v Mercatorju in bilo nikoli zapisano. Vedno je bilo bolj zadaj in brez jasne perspektive. Vendar pa moram poudariti: kot Peter Markovič oziroma kot Mercator-Hotel Sremit, sem v poslovnem sistemu in z njim, uresničil vse, kar sem načrtoval in je bilo sprejeto. Torej je vse odvisno od tega, koliko si ambiciozen in pronicljiv sam, koliko si sam hotel uveljaviti. Ne bi bilo odveč, če bi tudi gostinstvo kot dejavnost enkrat prišla pod drobnogled ter dobila ustrezno mesto. Pri tem ne bi smeli izhajati iz trenutno črnega stanja."

Prav nič majhni

Vesna Bleiweis

V prvi tretjini dobrih podjetij

Vse več nas je, ki jamramo in vzdihujemo. Nekaterim pa to ni napisano na kožo in si prav nič ne pustijo reči, da so majhna podjetja. Preveč trdo delajo preden kane 600 mio SLT prihodka. Med zadovoljnejše sodi tudi direktor Mercator-Preskrbe v Krškem, Vili Manček.

"Prav nič nismo majhno podjetje," me je ustavil direktor Mercator-Preskrbe v Krškem. "S 600 milijoni prihodkov SLT smo v prvi tretjini podjetij v Mercatorju." O dobičku direktor ni povedal ničesar. Se pa je razgovoril, ko je šlo za načrte.

"Krška občina ima največ kvadratnih metrov prodajnega prostora na občinsko dušo. In ni se lahko znajti v občinskih mejah, toda izven njih ne silimo, prav tako pa tudi ne na tisti del prodajne ponudbe, ki jo ima Mercator-Agrokombinat. Samo podjetje Mercator-Preskrba ima 32 trgovin, samo nakupovalni center ima 7.500 m², blagovnica na štajerski strani, v Vidmu, jih ima 1.200. Zaposlenih je 259 delavcev, še dobre dve leti nazaj jih je bilo 300. Vsi delavci so odšli brez bolečih rezov. In še nekaj: v upravi je zaposlenih le 23 delavcev. Vsi pa so v letu 1991 zaslužili povprečno 11.000,00 SLT (netto) na mesec."

Med najbolj boleče točke je direktor uvrstil prenovo poslovalnic tako, da bodo tehnološko in funkcionalno preurejene, dajale sliko sodobne trgovine. Zato bo vsa naložena dejavnost usmerjena v programe posodobitve. Najprej je bila lani na vrsti videmska blagovnica (tako ji rečejo, ker je na štajerski strani). Lani so za njeno obnovo porabili 7 milijonov SLT, kar je bilo za skoraj dvajset let staro damo

več kot nujno potrebno. Vse iz svojega žepa. Počasi bo treba misliti tudi na nakupovalni center, vendar ima absolutno prednost samopostrežna trgovina, tudi na videmski strani. 400 m² je bilo zgrajenih in opremljenih pred 22 leti. Skoraj 10 mio SLT bo veljala prenova. Iz te čistiljive prve samopostrežbe na tem koncu naj bi se rodila zgledna, skoraj reprezentančna trgovina, opremljena z računalniškimi blagajnami, blago pa označeno s črtnimi kodami.

Na tistem računajo, da se bo meja s Hrvaško resnično odprla, saj se registracije ZG že pojavljajo pred nakupovalnim centrom; najbolj iskano blago oziroma največ zanimanja je za trajnejše dobrine.

Tudi Mercator-Preskrba v Krškem ne bo ušla denacionalizaciji. Trenutno je zanesljivo, da bodo nekdanji lastniki zahtevali nazaj 2 oziroma 3 lokale, aktualnih pa je še deset drugih objektov s Preskrbinim prodajnimi prostori. Četudi bi se zgodilo, da bi morali vrniti vse "in natura", je direktor Manček prepričan, da to jedro podjetja ne more zamajati.

"Najprej naredi sam, kar moreš, zmoreš in znaš, potem kliči na pomoč. Tako je tudi v Mercatorju. Četudi bi v podjetju zaškrpalo, bomo najprej sami urejali. Razmišljamo o dokapitalizaciji podjetja s strani zaposlenih. Sicer pa o Mercatorju - razumevanje je za vse, vrata so tudi vedno odprta

za vsak pogovor, za vsak nasvet. Če sam ne znaš prednosti, ki ti jih velik sistem ponuja, obrniti sebi v prid, te z njimi nihče ne bo "pedenal". Lahko pa bi imeli več informacij ali pa predinformacij o nekaterih aktualnih predpisih, o sistemu kot celoti, predvsem zato, da bi se z njimi argumentirano branili pred lokalnimi faktorji. Mi



Vili Manček

je bilo ob aferi Slovingate precej neprijetno, ko so me nažirali, da je tudi Mercator sklepal sumljive kupčije. Če bi takoj vedel to, kar sem pozneje izvedel na skupščini, bi jim zaprl usta."

"Če kupcev oziroma potrošnikov ne obveščas o ponudbi, če jih kar naprej ne dražiš z zanimivo in žepom dostopno ponudbo, je konec. Zato kar veliko damo na reklamo v lokalnih medijih obveščanja. Pa tudi sicer se mora v trgovini kar naprej nekaj dogajati. Razprodaja je bila uspešna in če ste si ogledali nakupovalni center, ste bili gotovo presenečeni. Novih zalog še ni - januar, februar sta mrtva meseca. Marca pa se že odpre. Potem se bodo pred našimi trgovinami in v njih spet dogajale prijazne in prijetne reči."

In pri prijetnih dogodkih, takih, ki vzbujajo zaupanje med trgovcem in potrošnikom, se je končal najin pogovor.



Prodajni center v Krškem že čaka na nove zaloge in na obnovo

Zemlja, nebo, hrana

Vesna Bleiweis

Z dolgovi v načrte

Mercator-Agrokombinat sodi med relativno najbolj zadolžena podjetja v poslovnem sistemu. Vsi so nas zapustili, pravijo v kombinatu in pri tem mislijo na državo in poslovni sistem. Koliko so te trditve utemeljene? Nekaj že, če izhajamo iz dejstva, da je kapital vložen v primarno proizvodnjo vedno in povsod dolgoročna naložba, ki je ne kaže primerjati s trgovino.

V letu 1990 je Mercator-Agrokombinat Krško pod geslom "Zemlja, nebo, hrana" proslavil 25. pomladi, od teh 12 tudi v Mercatorju. Letos so se te pomladi povečali za 2, načrti iz prazničnega 25. letnega delovanja pa so še živi.

Pred dvema letoma so se v Mercator-Agrokombinatu ukvarjali predvsem s kriznimi razmerami, ki jih je povzročila reorganizacija firme. To krizo je povzročila predvsem dilema, ali podjetje organizirati po načelih zakona o podjetjih ali pa počakati na že takrat v zraku visečo združno zakonodajo. Finančne in organizacijske razmere v podjetju so govorile v prid zakona o podjetjih, Kmečka zveza, Zadruga zveza in nekateri kmetje pa so terjali odlog organizacijskih sprememb do sprejema

zdržne zakonodaje. Čas je pokazal, da so imeli prav tisti, ki so zagovarjali podjetniški princip organiziranosti. Ukinjeni TOZD-i, centralizirane nekatere službe (finance in komerciala) so botrovali temu, da je Agrokombinat kot celota preživel. Vodenje je decentralizirano na 7 poslovnih enot in sektorjev in pri njih so tudi vsa pooblastila za poslovanje in odgovornosti. V poslovnih enotah oziroma sektorjih so organizirani gospodarski odbori, ki kreirajo, vodijo in odgovarjajo za gospodarjenje. Ob tem, da je firma cela in izpolnjuje vse obveznosti do države in delavcev pa je po drugi strani res, da je stopnja zadolženosti podjetja visoka, vendar relativno povsem enaka kot pred spremembo organiziranosti. Treba je namreč povedati, da je v Mercator-



Ivan Kozole

Agrokombinatu 7 dejavnosti, ki različno zapadajo v krize in zato se tehnika, s katero bi merili krizo celotnega podjetja, vedno ustavi na nekem dinamičnem ravnotežju.

Mercator-Agrokombinat je v bistvu ena sama velika kmetija, na kateri pridelujejo od žit do vina, od mleka do prašičev. V tako proizvodnjo je vsak vložek kapitala dolgoročen, njegovo obračanje pa minimalno. Primarna proizvodnja pač ni primerljiva s trgovino. Trenutno v Mercator-Agrokombinatu kaže, da bi bili samo s sadjarstvo in prašičerejsko proizvodnjo, super podjetje. Vendar pa se mora nekdo ukvarjati tudi s proizvodnjo ostale hrane, kar pa bi moralo biti podprto z ustrežno kreditno monetarno politiko. Najslabšo likvidnost imajo združni del, vinska klet in servis. To je le nekaj ugodnih ugotovitev, ki nam jih je o Mercator-Agrokombinatu povedal njegov direktor Ivan Kozole.

Proizvodni segment v Mercator-Agrokombinatu predstavlja 1000 ha zemljišč, od katerih je 900 ha rodovitnih in intenzivno izkoriščenih za pridelavo poljščin, sadja, jagodičevja in grozdja. Prav nad temi zemljišči so v podjetju najbolj zaskrbljeni. Denacionalizacija jim grozi, še posebej zato, ker bo posegla tudi po arondacijah, odkupi in zamenjavami oblikovanih zemljiških kompleksih. "Vsi ti postopki so bili začeti v 60. letih in so zahtevali precej dela in naporov. Upamo, da bomo najnovejše, ki bodo izhajali iz zahtevkov za denacionalizacijo, lahko urejali s pametnim dogovarjanjem. Komisija za izvedbo denacionalizacije v občini Krško je imenovana, nekaj zahtevkov za zemljišča in zgradbe, ki sodijo v Mercator-Agrokombinat je prijavljenih, res pa je, da smo mnogo objektov tudi odkupili. Sama denacionalizacija podjetja ne bo zrušila, bo pa gotovo hudo. Največ problemov pričakujemo s strani nekmetov in tu bi morala država zaščititi tistega, ki zemljo obdeluje."

Po količini in sortimentu sadja je Mercator-Agrokombinat na prvem do drugem mestu v Republiki Sloveniji. S

sadjarstvom, predvsem s proizvodnjo kakovostnega in evropskim standardom ustrežajočega sadja, si Mercator-Agrokombinat odpira pot v Evropo. Treba pa bo storiti tudi nekaj na področju vinarstva proizvodnje in se potruditi za zakonsko zaščito cvička in doseči regulacijo proizvodnega okoliša te dobre kapljice. Na ta način bi bila zaščitena tudi kakovost proizvodnje. Med poljedelskimi kulturami, ki so zasejane na 300 do 400 ha, prednjačijo poljedelske kulture, pomembne za krmno bazo za prašičjo farmo. Tako Mercator-Agrokombinat pridelava 20 do 25 odstotkov krmne baze za svojo prašičjo farmo na svojih poljih. In ko smo že pri farmi: po dolgoletnih težavah končno trdno stoji na svojih nogah. Tako po tehnoloških kot tudi komercialnih vidikih. Zadnjemu je sicer res veliko prispevala slovenska osamosvojitev in luknje v slovenski prehrabeni bilanci. Normalno pa je, da so težave, ki izvirajo iz onasneževanja okolja ostale. Ambiciozen projekt o predelavi gnojevke s te farme v organsko maso in gradnja velikega namakalnega sistema na Krškem polju, je v pripravi. Vsi organi od občine, do republike se zavedajo, da ekologija ni poceni, obenem pa se vse bolj zavedajo, da je rešitev v pametnem dogovoru in ne v političnih odločitvah, s katerimi bi farme zapirali. Prehodna rešitev je najdena v sodelovanju s kmeti, ki imajo manjše farme, tako da se na osrednji prašičji farmi opravlja le razplod in selekcija in prireja do 25 kg. Nato pa gredo pujsi v rejo na manjše - mini farme pri kmetih. To pomeni ekološko razbremenitev, obenem pa tudi polnitev zmogljivosti na zasebnih farmah. Trenutno teče ta poiskus na petih farmah, vseh v zmogljivosti pa je 11.000 puiškov v turnusu. Pri tem projektu sodeluje tudi Ministrstvo za kmetijstvo.

Čeprav smo rekli, da Mercator-Agrokombinat v bistvu predstavlja veliko kmetijo je njegov najpomembnejši del v strukturi prihodka trgovina. Ta ustvari približno 50% prihodka celotnega M-Agrokombinata. Značilnost Agrokombinatove trgovine je v ponudbi kmetijskega repromateriala, njeno jedro je v osrednjem oskrbnem centru. In ravno v zvezi z njim v Mercator-Agrokombinatu razmišljajo o koristnosti osrednjega oskrbovalnega centra oziroma grosista za kmetijske repromateriale za področje Posavja.

V zvezi s tem razmišljanjem pa ne skrivajo tudi ambicij, da bi izkoristili izredno dobro lokacijo poslovne enote Servisa, ki naj bi prav tako postala sestavni del grosistične trgovine s kmetijskimi repromateriali in rezervnimi deli za kmetijske stroje.

"Kako naprej? Težko je reči, kako. Kmetijstvo, predvsem družbeno, se srečuje s tolikimi problemi, da enostavno lahko rečemo, da ga je država zapus-

tala. Osrednja zadeva je denacionalizacija, druga pa ustrežna kreditno monetarna politika. Dejstvo je, da vse zraste pod enim soncem in da bi zato morali vso primarno proizvodnjo zaščititi, vendar ne v tem smislu, da bi družbeno ujčkali, temveč toliko, da bi ta lahko spodobno preživela in si zagotovila vsaj minimalen razvoj. Kmetijstvo, predvsem tisto organizirano v velikih sistemih, se je znašlo v presingu političnih in prestižnih interesov med Zadrugo zvezo in sistemi po drugi strani pa bank. Kmetijska podjetja vsi obravnavajo, in tudi Poslovni sistem Mercator ni izjema, kot rizično dejavnost oziroma rizične firme in zato je pri pridobivanju likvidnostnih sredstev izredno težko dokazovati, da kmetijstvo pač ni dejavnost, ki prinaša rezultate čez noč. Mirno lahko rečem, da sta nas zapustila sistem in država. Če bo to še dolgo trajalo, potem je zlom neizbežen in ne bodo pomagali ne tehnologija, ne volja in ne znanje". Nič kaj prijaznih besed za finančne institucije nima krški direktor. Po svoje ima prav, vendar pa je treba njegovim besedam dodati še dve razsežnosti, ki se razpoznavata v tretmaju kmetijskih podjetij. Ena je prekomerna zadolženost, druga pa popolno pomanjkanje garancij posojilodajalcem, ki izhaja iz pravno nestabilnega statusa teh podjetij. Zato ni čudno, da le-ti posegajo po zavarovanju posojil s hipotekami in z blagovnimi zalogami. Tudi Mercatorjeva finančna institucija se je poslužila teh načinov zavarovanja. Od tod tudi nekoliko nelagodja in občutka nezaupanja v krškem Mercator-Agrokombinatu. Sicer pa si v Mercator-Agrokombinatu želijo, da bi v krovnem podjetju oziroma za cel sistem imeli organizirane nekatere svetovalne službe, predvsem pravno, kjer bi lahko dobili nasvete, napotke in tudi čisto konkretne odgovore predvsem na vprašanja, ki izhajajo iz zakona o denacionalizaciji, združne in druge lastninske zakonodaje. "Prepotrebno pa bi bilo izobraževanje. Čas je, da na ravni sistema nekaj premaknemo," je v zvezi z zadevami, ki jih v sistemu pogreša, dejal Ivan Kozole.

Sedež Mercator-Agrokombinata je v precej starih in neuglednih prostorih v centru Krškega, na Kranjski strani. Zato ni čudno, da je tiha želja preureditev teh prostorov - med ostalimi proizvodnimi naložbami oziroma načrti predstavlja levji delež projekt ekološke sanacije prašičje farme, sledijo adaptacija klavnice, oroševalni sistem v nasadih ... O vseh teh načrtih razmišljajo oziroma razmišlja 460 zaposlenih, ki so v letu 1991 zaslužili povprečno 9.500,00 SLT (netto) na mesec; decembra 1991 pa 15.358,00 SLT (netto). Izplačanih v treh delih, pri tem pa je start za izhodiščni osebni dohodek 20% nižji, kot ga določa kolektivna pogodba.

Nagradna križanka

Spoštovani reševalci,

Tokrat je bila ali križanka lahka, ali pa ste se njenega reševanja lotili zaradi obetavnih nagrad. Toliko rešitev kot za novoletno nagradno križanko, v našem uredništvu še nismo prejeli. Šteli smo kuverte do 1000 potem pa smo



samo še merili. Kakih 2200 rešitev je prišlo. Toda že pri prvem izžrebanju smo našli napako v rešitvi. Pa smo začeli znova. Šest srečnežev je prejelo nagrado po pošti. Trije nagrado Mercator-Embe: 3 kg kave Santana, 2 škatli SWEET BARA, 1/2 KG arašidov, Benquick.

Mercator-Konditor pa je "svoje" nagradil z rumovim in marcipanovim kolačem ter potico. Dober tek vsem.

In še rešitev:

ZMAJČKOV BUTIK ZA MAJHNE VELIKE,
OKUSNI KOLAČI IN SLASTNE POTICE.
MARCIPAN, RUM OREHI, ROZINE ...
PRAZNIČNA MIZA, SLADKE SKOMINE!

SEM DROBNA, OKUSNA, MAJCENA STVAR.
POLNA BOGASTVA, NARAVE SEM DAR,
MED, ZRNJE IN SADJE MI DAJEJO ČAR,
SEM EMBIN IZDELEK -
KREPČILNI SWEETBAR!

Izžrebanci so:

1. Roman Marinšek, 61240 Kamnik, Župančičeva 1
2. Borovnik Janko, 66230 Postojna, Rožna ulica 24
3. Milena Radkovič, 68310 Šentjernej, Drča 7
4. Kamenšek Marjan, MIP Ptuj, PC EOP, 62250 Ptuj, Lackova 3
5. Pirnar Julka, 61330 Kočevje, C. v Mestni log 19
6. Petra Kramžar, 61241 Zagorje, Kidričeva 4/B

Nagrajencem tudi naše čestitke.

Trgovanje z lesom v Poslovnem sistemu Mercator

Drago Pogorelc

Ponudba za sodelovanje

V krovnem podjetju deluje sektor za nabavo kmetijskega repromateriala, ki se vključuje tudi v trgovanje z lesom. Glede na velike gozdne površine, ki jih pokrivajo s svojim delovanjem kmetijske zadruge v Poslovnem sistemu Mercator, lahko z organizirano in koordinirano prodajo lesa omogočimo večji iztržek.

Tudi v velikih sistemih je prilagajanje in večno iskanje boljših proizvodnih in nabavno prodajnih tokov, z namenom pridobivanja večjega dohodka in z izkoriščanjem čimveč komparativnih prednosti sistema, trda tržna logika. To ne pomeni, da padcev ali opuščanja dejavnosti ni, če ne prinašajo pričakovanega poslovnega uspeha.

Zamisel, da se tudi Poslovni sistem Mercator vključi v poslovanje oz. trgovanje z lesom, je vzklikla v letu 1991, kot rezultat določenih poslovnih ugotovitev.

Les kot produkt gozda, je pri nas in v svetu deficitarna surovina, v Sloveniji pa pomemben in obnovljiv resurs. Kmetijske zadruge, ki so v Poslovnem sistemu Mercator, na svojih območjih pokrivajo delovanje, prej več kot manj, okoli 150.000 ha zasebnih gozdov. Zadruge prodajajo les lesni industriji, ta pa svoje finalne in polfinalne izdelke zopet nazaj Poslovnemu sistemu Mercator neposredno ali pa preko podobnih poslovnih sistemov (Lesnina). Pri tem zlasti dobavitelji lesa po nepotrebnem težko pridejo do svojega denarja. Promet z lesom do zadnjih družbenih sprememb, zakonsko administrativno predpisan, se tržno sprošča. Posek in prodaja lesa enemu kupcu ni več obvezna.

Tu lahko Poslovni sistem Mercator zagotovi veliko večjo varnost prometa z načrtovanimi kompenzacijami. Poslovni sistem Mercator ima možnost boljšega informiranja in boljših informacij, lahko selekcionira kupce ter pri prometu z lesom zagotovi večji dohodek. S koordiniranim nakupom in prodajo lesa lahko zadruge na svojih območjih zagotavljajo boljše odkupne cene kot konkurenca. S tem zadruge pridobivajo zaupanje svojih članov - kmetov.

Poslovni sistem Mercator, d.d., - oddelek za nabavo kmetijskega repromateriala lahko v današnjih spremenjenih tržnih politikah sodeluje s članicami pri blažitvi težav pri trgovanju z lesom, lahko sodeluje pri iskanju kupcev, lahko zagotovi večjo varnost poslov in lahko organizira izobraževanje ter sodeluje pri obveščanju o kupoprodajnih trendih na trgu z lesom.

Možnosti sodelovanja oddelka za nabavo repromateriala s članicami Poslovnega sistema Mercator in ostalimi partnerji so različne in večplastne. Od sodelovanja v financiranju poslov, do nakupa in predelave lesa v svojem imenu in za svoj račun. Od poslov doma do izvoza gozdnih in lesnih sortimentov.

Trenutno ni problem nabaviti (odkupiti) les, iščejo se solidni poslovni partnerji

doma in v izvozu, ki so bili nekoč vezani na trgovino z gozdnimi gospodarstvi in večjimi domačimi izvozniki.

Promet z lesom, ki ga lahko pričakujemo ob primerni or-

ganiziranosti članic Poslovnega sistema Mercator, se realno lahko zelo hitro povzpne pri vseh članicah do 100.000 m³ in več letno, saj na omenjeni površini gozdov po grobih ocenah letno priraste vsaj 300 do 400.000 m³ lesa.

Les je blago (surovina), ki ima zaradi narave gozdne proizvodnje izrazito sezonska gibanja v ponudbi in povpraševanju. Zato je les tudi

borzni artikel. Kdor tega ne ve, se lahko tako pri odkupu kot pri prodaji, opeče. Zlasti še, če kupuje za neznanega kupca. Standardi za les (evropski) bodo v najkrajšem času pogoj za normalen promet z lesom. Proizvajalec - gozdni posestnik bo zlasti zato prisiljen čimceneje pripraviti les za prevzem. To za mnoge ne bo lahko.

Prepričan sem, da bi si morala vsaka članica Poslov-

nega sistema Mercator - kmetijska zadruga, ki bo trgovala z lesom, vzeti nekaj časa za razmišljanje in za pogovore o možnih skupnih nastopih na trgu lesa. Prvi rezultati sodelovanja z nekaterimi članicami so tu. Razumljivo pa je tudi, da se trgovanje z lesom ne da organizirati čez noč, celo v takem sistemu kot je Poslovni sistem Mercator.

Učna ura o stikih z javnostjo

Vesna Bleiweis

Nova trgovina v Starem gradu pri Krškem

Dan pred Božičem so jo odprli. Vsi krajan in veljaki so se zbrali na otvoritvi. Bilo je res kaj videti. Strojna remiza - nova, prijazna trgovina z vsem, kar vaški okoliš potrebuje. Da je treba z okolišem in navadami živeti, je povedal poslovodja Franc Žitnik.

Iz stare trgovine, v kateri so čez isti pult prodajali kruh in pesticide, so v Starem gradu pri Krškem naredili novo. Tako, ki je v ponos kraju in krajanom. Prvotno je bila zgradba - to pa je bilo v prvih povojnih letih, namenjena strojni remizi, gradili pa so jo nemški ujetniki.

O trgovini na podeželju smo se pogovarjali s poslovodjem Francem Žitnikom. In prvo, kar smo izvedeli je bilo na temo "public relations".

"Potrošnik je za tako trgovino alfa in omega. Pri nas si nihče - od poslovodje do prodajalca, ne more privoščiti slabega imena, ne da bi se to ne prijelo tudi trgovine. Vsi smo praktično iz iste vasi in zato se nam obrestuje, če poznamo želje in navade potrošnikov še preden o njih spregovorijo. Naša trgovina je pretežno trgovina s kmetijskim reprodukcijskim materialom. Na vasi štejemo sem tudi opeko in cement, ne samo zaščitna sredstva in gnojila. Del trgovine pa je namenjen prehranbenemu blagu. Zimski čas taki trgovini kot je naša prinese nekaj spokojnosti, saj krajan kupujejo le tisto, kar je najbolj nujno in česar doma ne pridelajo. Konec februarja in v začetku marca pa se začne. Tokrat nam ne sme manjkati ničesar, kar se potrebuje na vrtu, njivi, polju ali v sadovnjaku in vinogradu, pri gradnji ... Mi je kar nerodno, če česa zmanjka ali pa ni. Trudim se, da je izbira popolna vendar ne količinsko nakopičena. Zaloge so preresna reč, da bi se v trgovini z njimi igrali. Če ni dnevnega oziroma mesečnega pregleda nad njimi, gre pri tej inflaciji ves poslovni uspeh poslovalnice po gobe. Tega si ne morem dovoliti. Če se vse zaloge ne obrnejo najmanj dvanajstkrat na leto, potem me ne bo izmazala še taka prijaznost in ustrežljivost, čeprav sta to za potrošnika pomembni

merili za kakovost trgovine. V trgovini, ki jo vodim, je precejšen del odgovornosti za zaloge prenešen tudi na prodajalce. Ti imajo najboljši pregled nad njimi. Tako morajo sproti opozarjati na nekurantno blago in ga izločiti s polic, obenem pa pridno polniti tiste z dobro idočim blagom. Sprotno usklajevanje cen prinese največ."

Pa še drugače razmišlja podjetni poslovodja: "Veliko papirnatega dela in peš preračunavanja je v taki trgovini.

Računalnik, o bilo bi super!

Vsak dan bi se dala brez posebnega napora opraviti inventura, praktično vse poslovanje bi bilo na dlani. Jaz se te naprave ne bi branil, sprejel bi jo kot svojega najboljšega sodelavca". Teh ima poslovodja v trgovini še sedem. Same brhke punce.

Res je trgovina ob našem obisku delovala nekoliko zapuščeno, toda da se v njej dogaja vse sorte je bilo razvidno iz kratkega obiska predsednika krajevnih skupnosti. "Franci, ob šestih zvečer bo v Krškem prometni minister; moramo na razgovor in izpostaviti našo cesto do Brežic. Kar pritisnili ga bomo, saj prideš?" "Ja. Bom prišel", je bil poslovodje

odgovor. "Tudi to, da je v poslopiju trgovine prostor krajevnih skupnosti, kjer se srečujejo stari in mladi, da nekaj misliti. Bife ima stranke zagotovljene, trgovina tudi. Poslovodja že ve, kako vnovčiti pripadnost kraju in Mercatorju. če ne drugače pa tudi z odkupom kumar za Mercator-Eto. Lani so jih kamioni iz Starega grada odpeljali 82 ton.



Poslovodja trgovine v Starem gradu Franc Žitnik je obrnil ključ



Kolektiv trgovine v Starem gradu