



Mercator

✓ *Križevci* **časopis**

POSLOVNEGA SISTEMA MERCATOR

številka 9, november 2000

Podelitev certifikata ISO 9001

Obvladujoča družba je bila vzročni primer uvajanja kakovosti, ki se bo ponavljal v ostalih trgovskih družbah. O Mercatorju smo dobili sodelavci inštituta izredno pozitivne vtise in glede na realno, vendar ambiciozno postavljeno zahtevo po celoviti kakovosti, pričakujem, da se bo Mercator potegoval tudi za pridobitev poslovne odličnosti

Dobili smo strategijo izgradnje Mercatorjevega informacijskega sistema

Glavnina razvoja računalniških rešitev se bo v skladu s predloženim seznamom projektov odvila do konca leta 2001. Popolna in celovita uvedba rešitev v tekoče poslovanje pa bo počasnejša in bo potekala do leta 2005

90 dni za rdečimi baloni

Sončen dan je dobro znamenje, sodelovanje s sončnimi, Mercatorjevimi ljudmi, je tako poslovno kot osebno zadovoljstvo

Mercatorove vrijednosti

Medusobno povjerenje in timski rad
Isticanje moralnih in etičkih vrijednosti u medusobnim odnosima
Poticanje kreativnosti, motivacijski način vođenja
Kontinuiran razvoj ličnosti zaposlenih
Središte našega djelovanja je potrošač, povećavanje njegovog zadovoljstva našom ponudom i uslugom

Pokazali ste, da imate dušo, za kar si v imenu vseh Korošcev zaslužite še posebno priznanje

**Pri Mercatorju, Mojcej,
tam te najrajš počakam**

Lumpi

Najboljša oblačila za najboljše malčke.



Mercator Oblikovanje

Lep dan voščiti



Dragi možiček

Že vpregaš sani, darila so nanje zložena.
Naj ne bo prezrta želja nobena.
V vseh domovih, kjer majhne so bučke,
želja izpolnjena prižiga naj lučke.

tvoj LUMPI

NA KRATKO

O Mercatorju stran 4

AKTUALNO

Strategija izgradnje informacijskega sistema stran 8

ISO 9001 odskočna deska do poslovne odličnosti stran 11

**MERCATOR MOJE DEŽELE**

Mercator v Šmarju pri Jelšah ... stran 14

Ptujška blagovnica stran 17

Mercator na Koroškem stran 19

Mercator se predstavlja stran 29 in 31

**MOJ SODELAVEC**

Mercatorjev obraz stran 23

ZA VSAKOGAR NEKAJ

Potopisi stran 25

Moda stran 27

Križanka stran 34

ISO 9001
Q-300

Združujemo ljudi

Razvojne cilje trgovine smo zapisali v razvojni načrt leta 1998. Mnogi so nad zapisanim samo zmajevali z glavo češ, če bo pol tega, kar smo si zadali uresničeno, bo dobro.

Poglejmo grobo bilanco obdobja 1998–2000. Svoj tržišni delež, ki je bil na začetku leta 1998 okoli 16% smo povečali na 35%. S prevzemi je pod Mercatorjevo marelo prišlo 16 manjših trgovskih družb, zgradili smo 9 velikih in manjših nakupovalnih centrov v Sloveniji, tik pred »dnevom D« so nakupovalni centri v Mariboru, Sarajevu in Pulju, maloprodajna mreža je temeljito prenovljena. Gradi se v Novi Gorici, Kamniku, Kranju, Jesenicah... Konec leta 2000 naj bi v Mercatorju dnevno kupovalo 200.000 prebivalcev Slovenije. Trgovci se za svoje delo neprestano strokovno usposabljaajo, odpiramo nova delovna mesta, racionaliziramo in standardiziramo poslovne procese, zanje gradimo potrebno informacijsko podporo... Velikost in kakovost zgolj doma nista več naš edini cilj. Doseženo prenašamo in ponujamo v nova okolja, novim ljudem, drugačnim navadam in razmeram.

Sarajevo in Pulj sta naši odskočni deski za uveljavitev na hrvaškem in bosansko-hercegovskem trgu. Mnogi že šepetajo o Beogradu...

»Razlogi za večletno zaprtost v odnosih med državami, ki so nastale iz nekdanje Jugoslavije so znani. Zadeve so se umirile in prevladovati so začela trezna ekonomska razmišljanja, kako vzpostaviti obojestransko gospodarsko koristne menjave. Z razmišljanjem o prodorih na trge sosednje Hrvaške in malo bolj oddaljene Bosne in Hercegovine smo se v Mercatorju začeli ukvarjati takoj, ko smo ocenili, da so razmere v državah dovolj stabilne in naložbeno varne. O tem smo dobili tudi ustrezna zagotovila. Rezultat center Mercator v Pulju, center Mercator v Sarajevu in priprave na gradnjo novih središč – dveh v Zagrebu in enega na Reki. Razlogi, ki so v prid naložbam v Bosni in Hercegovini ter na Hrvaškem, so predvsem v nizkih logističnih stroških, odprtosti lokalnih oblasti do naložb in zaželenosti slovenskega blaga na teh trgih. Širitvijo na trge nekdanje Jugoslavije, sem štejem tudi na trg sedanje Jugoslavije, bo Mercator izpolnil del svojega razvojnega načrta, da na trgih zunaj Slovenije ustvari približno 30% prihodka celotnega Mercatorja in se v petih letih uvrsti med 50 največjih trgovskih verig na svetu. Primerna raven subtilnosti v odnosu do novih okolij pa v tem prodoru zanesljivo ne bo odveč.« (izvleček iz uvodnika Zorana Jankovića v Gospodarskem vestniku št. 43).

Ob gospodarskem interesu združevati tudi ljudi, je velika, dragocena vrednota, zapisana v Mercatorjevem poslanstvu.

Vesna Bleiweis

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

Izdaja Center za obveščanje,
Uredništvo, Ljubljana, Dunajska cesta 107,
telefon 01/560 11 31, 560 11 32.

Urednica: Vesna Bleiweis

Oblikovanje: Matjaž Slanič / Mercator Studio

Tehnično urejanje: Mercator Studio

Tisk: Delo-TČR, d.d., Ljubljana

Časopis prejema delavci, kmetje, učenci
in upokojenci Poslovnega sistema Mercator.
Davek na dodano vrednost po stopnji 8%.

Naklada: 14.900 izvodov

1. DECEMBER V SARAJEVU, 2. DECEMBER V PULJU - MEDIJSKO ODMEVNO DOGAJANJE

Prvega decembra 2000 bomo slovesno odprli Mercator center Sarajevo, 2. decembra 2000 pa Mercator center Pula. Kot smo izvedeli, bo tudi nadzorni svet Poslovnega sistema Mercator 30. novembra 2000 zasedal v Sarajevu. Poleg slovesne otvoritve, ki se je bosta po dosedanjih napovedih udeležila tudi predsednik Republike Slovenije Milan Kučan in predsednik predsedstva Bosne in Hercegovine Živko Radišić, bo v Sarajevu tudi vrsta spremljajočih prireditev. Med njimi bo najbolj privlačna prireditev koncert v dvorani Zetra. Gostje bodo Džordže Balašević, Oliver Dragojević, Kemal Monteno, operna pevka Gertruda Munić in Indeksi. Ob otvoritvi bo Mercator sarajevski bolnišnici podaril reševalno vozilo.

Druega decembra 2000 bo slovesno v Pulju. Tudi na tej otvoritvi bo po pričakovanjih prisotna vrsta visokih gostov iz političnega in gospodarskega sveta Hrvaške, Slovenije in Bosne. Gostje koncerta v Domu Mladosti pa bodo Vlado Kreslin, Oliver Dragojević, Kemal Monteno, skupina Delfini in Giboni.

Obe slovesni otvoritvi bosta odmevna dogodka, kar potrjuje tudi zanimanje hrvaških in bosanskih medijev, ki so na Mercatorjevo povabilo v Ljubljano poslali 26 radijskih, televizijskih in časopisnih novinarjev. Ti so se 13. novembra v M Hotelu najprej srečali z glavnino zvezd popularne glasbe, 14. novembra pa na novinarski tiskovni konferenci temeljito izprašali vodstvo Mercatorja o samem Mercatorju in o načrtih ter pričakovanjih na tujih trgih. Novinarji so obiskali tudi Mercator Center Ljubljana in sprejeli izziv, da ljubljanski nakupovalni standard primerjajo s ponujenim v Sarajevu in Pulju. ■

Mercatorjevo letno poročilo 1999 - tretje

Časnik Finance je razpisal ocenjevanje letnih poročil. Prijavili smo tudi naše letno poročilo za leto 1999. Žirija je ocenjevala vsebino, oblikovanje in izvirnost. Mercatorjevo letno poročilo se je med 43 poročili uvrstilo na tretje mesto.

Pričakovanje
razglasitve



Z leve proti desni: Janez Bohorič, Matjaž Čačovič, Zoran Janković

Pretežno vsebino letnega poročila so oblikovali predvsem sodelavci iz sektorja za finance in računovodstvo pod vodstvom članice uprave Jadranke Dakič in direktorja računovodstva žige Debeljaka. Oblikovalsko delo pa je opravila Bojana Fajmut.

Za najbolj celovito poročilo je bilo izbrano letno poročilo Droge, na drugo mesto se je uvrstilo poročilo Save, za Mercatorjem pa sta se uvrstila Perutnina Ptuj in Petrol. Najboljšo vsebino je po mnenju žirije imelo letno poročilo Droge, najboljše oblikovano Mladinska knjiga, Sava pa je v pripravi letnega poročila pokazala največjo mero inovativnosti. Nagrade so bile podeljene 17. oktobra 2000.

Odslej pomembne informacije tudi dvojezično

Po sklepu Mercatorjeve uprave, sprejetem v začetku novembra, bomo v našem časopisu pomembne informacije objavljali dvojezično. V Sarajevu in Pulju bomo 1. in 2. decembra letos dobili nekaj sto novih sodelavcev, ki jih moramo o pomembnih stvareh obveščati v njihovem jeziku. Trudili

se bomo najti prevajalce, ki bodo svoje delo opravili tako, da glede na jezikovne specifičnosti, ne bo prizadet nihče. Že vnaprej pa tako bralce iz Hrvaške kot iz Bosne in Hercegovine prosimo za razumevanje in tolerantnost do morebitnih nenamernih jezikovnih nerodnosti.

Družbi Mercator Jelša in Mercator Planika pripojeni družbi Mercator SVS

Okrožno sodišče na Ptujju je 30. oktobra 2000 izdalo sklep o pripojitvi družbe Mercator Planika k prevzemni družbi Mercator SVS, 2. novembra 2000 pa sklep o pripojitvi družbe Mercator Jelša. Dosedanji direktor družbe Mercator Planika Milan Stegne bo po novem v družbi Mercator SVS vodil maloprodajno območje I. (Ptuj in Ormož), direktor družbe Mercator Jelša Marjan Babič pa maloprodajno območje II. (Slovenska Bistrica in Šmarje pri Jelšah). ■

ZA PEDIATRIČNO in ortopedsko kliniko

V okviru dobrodelne prireditve »vsi smo bili nekoč otroci«, ki sta jo v zadnjih dneh oktobra v Kopru pripravili družbi Pejo Trading in Mercator Degro, je bilo zbranih 12,5 milijona SIT. Zbrana sredstva so bila namenjena gradnji nove Pediatrične klinike in Ortopedski kliniki v Ljubljani. Dobrodelne prireditve se je udeležil tudi predsednik Republike Slovenije Milan Kučan s soprogo.

Na novinarski konferenci, ki je bila pred prireditvijo, je Biserka Marolt Meden predstavila potek in stanje priprav na gradnjo nove Pediatrične klinike v Ljubljani in omenila precej »polen«. Dr. Vinko Pavlovčič, predstojnik Ortopedske klinike pa je povedal, da bodo zbrana sredstva uporabljena za izboljšanje standarda pacientov. Ortopedska klinika je bila namreč zgrajena pred desetletji in že dolgo ne ustreza merilom sodobne bolnišnice.

pohvala godi

V uredništvu časopisa smo prejeli pismo gospoda Zmagoslava Flerina, ki je na Gorenjskem sejmu kupoval kuhinjsko pohištvo. Odločil se je za nakup na Mercatorjevem razstavnem prostoru in o nakupu zapisal:

»Pri obisku vašega razstavnega prostora sem bil presenečen nad prijaznostjo vaših sodelavcev gospoda Dušana Jermana in gospoda Pivka, ki sta pokazala svojo prodajno spretnost, dobro komunikacijo in sposobnost svetovanja. Pri svetovanju moram še zlasti pohvaliti Dušana Jermana, ki je na osnovi že izdelanih računalniških skic, izrisanih pri vaših konkurentih in na osnovi najinih želja izdelal ponudbo, ki je vsebovala lepšo, ergološko bolj sprejemljivo, požarno bolj varno in tudi cenovno ugodnejšo kombinacijo elementov, kot jo je vsebovala pri vaših konkurentih.

Močno se zavedam, kako pomembno je za uspešno podjetje, da jih zastopajo ljudje, ki sledijo njegovi viziji, v kateri je stranka največje bogastvo.«

Da bi bilo tovrstnih pisem s pohvalami Mercatorjevih ljudi vsak dan več, je želja uredništva.

M HOTEL med najboljšimi GOSTINCI



Ob otvoritvi prenovljenega M Hotela

Na tradicionalnem gostinsko-turističnem zboru v Kranjski gori, ki ga je organiziralo Združenje za turizem in gostinstvo pri Gospodarski zbornici Sloveniji je priznanje Združenja prejel tudi ljubljanski M Hotel za prenovo poslovnega hotela.

Gostinsko-turistični zbor je najstarejša stanovska prireditev slovenskih turističnih in gostinskih delavcev. Letošnji je bil že 47. Udeležilo se ga je okrog 350 tekmovalcev, obiskalo pa ga je več tisoč ljudi. Zanimiv je bil posvet o upoštevanju predpisov, ki ščitijo turista in gosta potrošnika, ki jih morajo pri svojem delu upoštevati tako turistični kot gostinski delavci.

Sicer pa je predsednik Gospodarske zbornice Slovenije Jožko Čuk napovedal optimistično rast tujkega turizma v Sloveniji. Po napovedih svetovne turistične organizacije, naj bi v Sloveniji v prihodnjih letih zabeležili 6% letno rast tujkega turizma, kar je še enkrat več, kot je evropsko povprečje.

Sobotno in nedeljsko mrtvilo v Brežicah

S kar velikim pompom pred mesecem dni odprt nakupovalni center Intermarket v Brežicah, v katerem so tudi Mercatorjev hipermarket, Modiana in Trgoavtova prodajalna, je ob sobotnih popoldnevih in v nedeljo podoben »grobniči pod piramido«, saj so vsi lokali, razen Mercatorjevih, zaprti. Na Mercatorjev oster protest v prvih dneh po otvoritvi, se upravitelj in lastnik objekta še nista odzvala.

Ob sklenitvi investicijske pogodbe je bilo dogovorjeno, da bo za vse lokale veljal obratovalni čas, enak Mercatorjevemu. Nakupovalni in družabni utrip v centru je le, če funkcionirajo vsi lokali, če je kupcem na voljo celotna ponudba in hkrati še kakšna družabna vsebina.

Pod palmo ali karkoli je že tisto drevo v središču centra ne pride nihče poslušat le žuborenja znamenitega pišečkega potoka.





Aleš Čerin in poslovodkinja

Trgovine Emone Merkur *po Mercatorjevih standardih*

Prva samopostrežba Emone Merkur je bila po Mercatorjevih standardih prenovljena in urejena v

Sežani. Konec oktobra pa je Mercatorjevo obleko dobila druga trgovina in prva v Ljubljani v ulici Na jami. Posegi v sam prostor so bili malenkostni, saj je bila trgovina zaprta le dva dni. Kot nam je povedal direktor družbe Emona Merkur Aleš Čerin, bodo v

Ljubljani še najmanj tri Emonine trgovine dobile novo obleko. Nove police so razmeščene v 350 kvadratnih metrov veliki prodajalni tako kot v vsaki

Mercatorjevi, izdelki na njih pa razpostavljeni po pravilih in logiki, ki jo narekujejo standardi. Prenova trgovine je Emono Merkur veljala nekaj manj kot 5 in pol milijona tolarjev.



MED NAJBOLJ UREJENIMI IN LEPIMI TRGOVINAMI TUDI MERCATORJEVE

Po doslej znanih podatkih so se med najbolj urejene trgovine, ki so jih ocenjevale komisije območnih gospodarskih zbornic, uvrstile mnoge Mercatorjeve trgovine.

V finalni izbor, ki bo končan konec meseca, so se uvrstile tudi tri iz Mercator Modne hiše Maribor: blagovnica v Mariboru in Modiani v Hrastniku in Celju.

Škoda, ker v času ocenjevanja nista bili odprti slovenjegraška Modiana in njena manjša sestra Modina na Ravnah na Koroškem.

Podelitev certifikata ISO 9001



Novinarska konferenca pred podelitvijo certifikata

na ljubljanskem gradu je predsednik Gospodarske zbornice Slovenije Jožko Čuk predsedniku uprave Zoranu Jankoviću izročil certifikat ISO 9001. Listina potrjuje, da poslovni procesi v družbi Mercator, d.d. potekajo skladno z zahtevami mednarodnega standarda ISO 9001. Slovesnost je bila 9. oktobra letos.

Na dopoldanski novinarski konferenci, ki je bila uvod v večerno slovesnost, je predstavnik vodstva družbe za kakovost mag. Marjan Sedej, član Mercatorjeve uprave, na kratko orisal razloge za Mercatorjevo odločitev, da se poda na težavno pot do formalne potrditve svoje kakovosti. Temeljni razlogi so predvsem: pomenenost poslovnih procesov v vseh Mercatorjevih trgovskih družbah tudi z uvedbo mednarodnega standarda kakovosti poslovanja ISO 9001, neprestano preverjanje, vzdrževanje in izboljševanje dosežene ravni kakovosti, merjenje zadovoljstva kupcev, zaposlenih in lastnikov. Vse to skupaj pa v končni fazi zaobseže poslovni rezultat družbe oziroma njen dobiček. Sama podelitev listine –

certifikata, je rezultat predhodnega preverjanja upravičenosti, ki ga je opravila pooblaščen institucija – Slovenski inštitut za kakovost in meroslovje. Ta je po dveh predhodnih presojah skladnosti ugotovil, da družba Mercator, d.d. izpolnjuje pogoje za podelitev certifikata. »S tem je Mercator stopil na prvo in za uvod najnižjo stopnico na poti do permanentne kakovosti. Kakovost ni le enkrat za vselej ugotovljeno stanje, skrb za njeno vzdrževanje in izboljševanje mora zlesti pod kožo vsem zaposlenim ne glede na to, na katerem delovnem mestu delamo. In to je zdaj naša največja skrb in odgovornost. Presojevalci bodo vzdrževanje preverjali čez pol leta. Če ne bodo našli zahtevane skladnosti poslovanja, bodo zaman sredstva porabljen za ta projekt, vsi dosedanj napori za vstop v svet celovite kakovosti pa jalovi,« je povedal mag. Marjan Sedej.

Dr. Peter Dolinar, predstavnik Slovenskega inštituta za kakovost in meroslovje, ki je s svojimi sodelavci vodil predpresoje in končno presozo skladnosti poslovnih procesov in drugih potrebnih aktivnosti, je povedal, da

je Mercator v obdobje svojega celovitega spreminjanja umestil tudi zahtevo po kakovosti. Že same spremembe v podjetju terjajo spremembo miselnosti in navad zaposlenih, zahteva po kakovosti pa spremembe dodatno zaostri, saj terja predvsem spremembe v načinih vodenja. »Moram poudariti, da smo v Mercatorju – mislim na obvladujočo družbo, naleteli na zelo visoko pripravljenost vodstva in vseh zaposlenih, da svoje utečene navade spremenijo in jih podredijo zahtevam kakovosti, ki jih opredeljuje mednarodni standard ISO 9001. Obvladujoča družba je bila vzročni primer uvajanja kakovosti, ki se bo ponavljal v ostalih trgovskih družbah. O Mercatorju smo dobili sodelavci inštituta izredno pozitivne vtise in glede na realno, vendar ambiciozno postavljeno zahtevo po celoviti kakovosti, pričakujem, da se bo Mercator potegoval tudi za pridobitev poslovne odličnosti,« je še povedal dr. Dolinar. Sicer pa več o projektu kakovosti objavljamo v posebnem članku.

Vesna Bleiweis

Dobili smo strategijo izgradnje Mercatorjevega informacijskega sistema



Franc Kodela

Prvič, odkar v Mercatorju gradimo informacijske sisteme, smo dobili celovit dokument, ki ureja izgradnjo informacijskega sistema koncerna Mercator. Strategijo sva pripravila skupaj z mag. Janezom Bercetom. Po razpravi in sprejemu na Projekt-nem svetu za razvoj informacijskih sistemov, so jo potrdili še direktorji družb. Uprava PS Mercator pa je strategijo izgradnje informacijskega sprejela na seji 10.10.2000.

Splošno mnenje vseh, ki so sodelovali pri nastajanju strategije je, da je napisana življenjsko. V celoti je usklajena z Mercatorjevo poslovno strategijo, hkrati pa je povsem uresničljiva, kar je velikokrat največji problem strategij izgradnje informacijskih sistemov. Zame je še posebej pomembno dejstvo, da smo s strategijo popolnoma uskladjali poglede na izgradnjo informacijskega sistema v Mercatorju.

Osnova strategije

Temelj strategije je Mercatorjeva poslovna strategija. Posebne projektne skupine so pripravile podrobnejša izhodišča in usmeritve za ključna poslovna področja (blagovno poslovanje, finančno-računovodski IS, upravljanje kadrov). Upoštevano je bilo obstoječe stanje informacijskih sistemov in tehnološki trendi na področju informacijske tehnologije. Strategija podaja načela razvoja ter plan projektov na področju informatike.

Obseg strategije

Razvoj informacijske tehnologije je v zadnjih letih izredno hiter, tempo sprememb se še povečuje. To velja tudi za Mercatorjevo poslovno okolje. Tehnološke napovedi za obdobja, daljša od treh let, so nezanesljive. Zato se sprejeta strategija omejuje na časovni okvir treh let, do vključno leta 2003.

Dokument pokriva strategijo informatike za celotni Mercator z vidika vodenja skupine. Vključuje torej tudi rešitve za podporo skupnih funkcij kontrolinga na ravni celotnega Mercatorja.

Z vidika informacijske podpore izvajanju poslovnih procesov pa strategija vključuje sedem trgovskih družb v Sloveniji, za ostale pa podaja razvojna načela, ki jih je potrebno upoštevati ob povezovanju v koncern Mercator.

Povzetek strategije

Osnovni dejavniki, ki določajo strategijo izgradnje informacijskega sistema skupine Mercator, so poslovna strategija Mercatorja, obstoječe stanje poslovnih procesov in informacijske tehnologije ter pričakovani trendi informacijske tehnologije.

Mercatorjeva poslovna strategija opredeljuje temeljne strateške cilje in informacijska tehnologija igra pomembno vlogo pri uresničevanju zastavljenih ciljev. Posebej to velja za cilje v zvezi s povečevanjem kakovosti ponudbe in zadovoljstva potrošnika ter povečevanjem poslovne učinkovitosti.

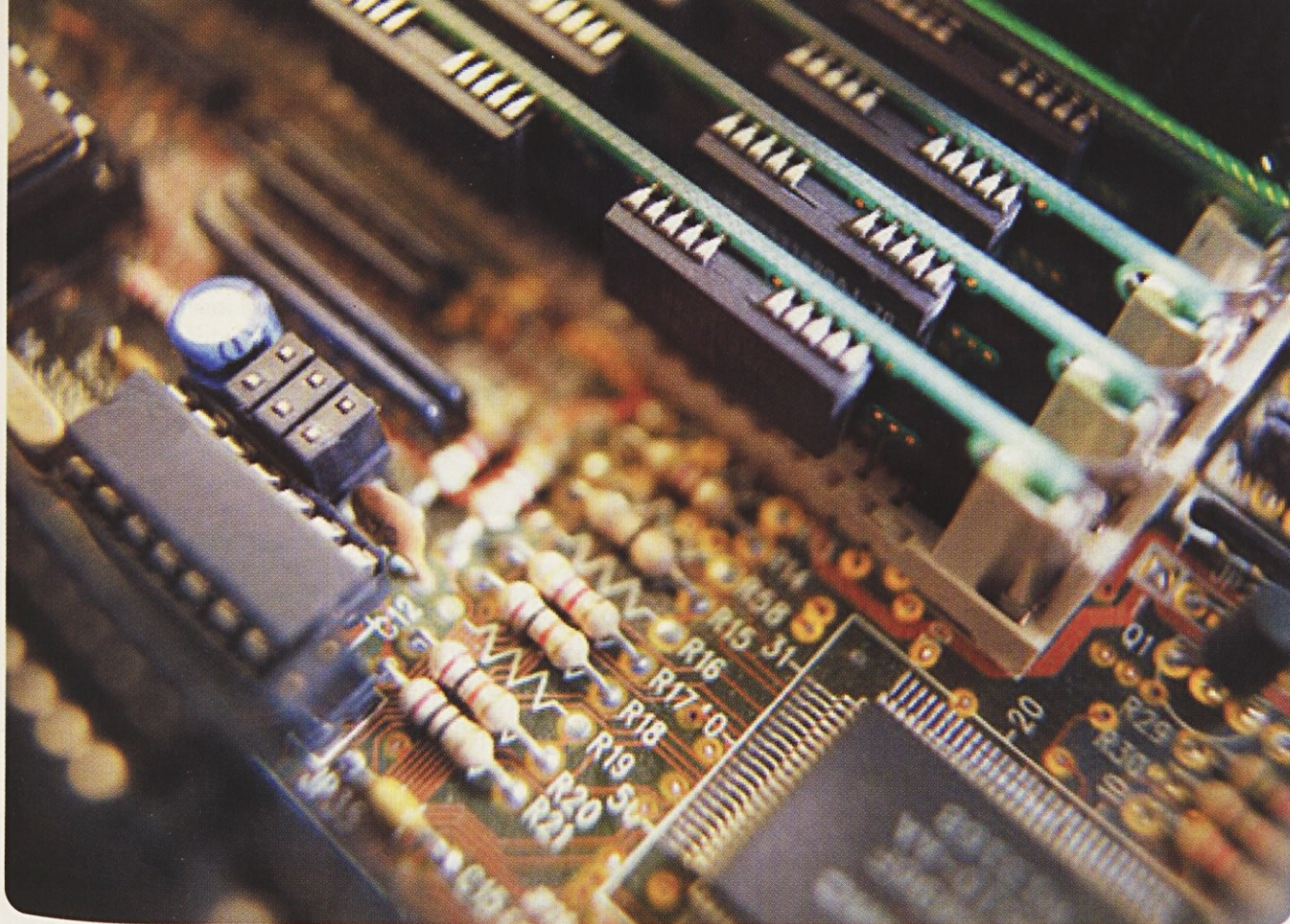
Zgodovina Mercatorja se zelo močno odraža v njegovem informacijskem sistemu, ki je rasel od spodaj in je dokaj heterogen. V zadnjem času poteka intenzivno poenotenje sistemov, najhitreje na področju finančno-računovodskega poslovanja, vedno bolj tudi v blagovnem poslovanju. Značilno je, da je uspešnost uvajanja novih in enotnejših rešitev odvisna od pripravljenosti za izboljševanje in poenotenje poslovnih procesov, kar mora biti v Mercatorju zavezujoče.

Poslanstvo in vizija Mercatorja med drugim poudarjata zahtevo po Mercatorjevi primerljivosti z najuspešnejšimi evropskimi trgovskimi verigami. Razvojni trendi trgovinske tehnologije postavljajo zahtevo po tesni navezanosti informatike na poslovno strategijo, ob povečanem vlaganju na osnovi ekonomske upravičenosti. Informatika in komunikacije bodo ključnega pomena za zmanjševanje stroškov in obvladovanje blaga in storitev. Podobno velja za povezovanje z dobavitelji. Nabava integriranih programskih paketov ne bo prevladujoči trend. Razvoj elektronske trgovine bo težji, kot so v svetu pričakovali, pomembna bo integracija različnih prodajnih kanalov.

Temeljni cilji informatike v koncernu Mercator so naslednji:

- Podpora upravljanju in odločanju: zagotavljanje kakovostne informacije za poslovno odločanje in vodenje (upravljanje sistema; kontroling skupine). Ta cilj bomo uresničevali s projekti strateškega kontrolinga na ravni skupine, z razvojem podpore za upravljanje blagovnih skupin (category management), z nadaljnjim razvojem podatkovnega skladišča in s strateškim kadrovskim informacijskim sistemom.
- Podpora učinkovitosti poslovnih procesov: z informacijsko podporo in avtomatizacijo povečevati učinkovitost delovnih procesov (načrtovanje procesov, implementacija, izvajanje). Izvajala se bo z vrsto projektov na blagovnem, finančno-računovodskem in ostalih področjih.
- Podpora poenotenju: podpirati procese poenotenja v skupini Mercator. Vse nove rešitve za podporo poslovanju bodo razvite enotno za vse trgovske družbe.

Razvojna načela, na katerih bo temeljila izvedba predložene strategije, posebej poudarjajo, da je potrebno hkrati z razvojem informacijske rešitve urediti in poenotiti poslovne procese. Poenotenje procesov in s tem povezan razvoj informacijske podpore bo potekal od spodaj navzgor, razvoj informacijske podpore za upravljanje pa od zgoraj navzdol. Razvoj bo temeljil na lastni ekipi za vitalna področja (podpora upravljanju, blagovno poslovanje, finančno računovodsko poslovanje, infrastruktura). Izgradnja rešitev ne bo temeljila na nakupu integriranih paketov, temveč na integraciji lastnih in kupljenih rešitev v okviru skupne arhitekture. Zagotavljanje rešitev za tujino bo temeljilo na zunanjih izvajalcih. Vse



članice skupine (koncerna) bodo morale upoštevati povezovalne standarde za potrebe upravljalskih informacij. Uvajanje novih tehnologij bo odvisno od zrelosti, preizkušenosti in ekonomske upravičenosti.

Arhitektura informacijskega sistema skupine je zastavljena na treh ravneh. Gornji nivo obsega rešitve za obvladovanje skupine s finančno-računovodskega, blagovnega in kadrovskega vidika. Vanj se povezujejo vse družbe skupine (koncerna). V drugem nivoju so uporabniške rešitve za podporo poslovnim procesom v trgovskih družbah. Pod njimi pa so skupne rešitve in registri. Predvidena je računalniška izmenjava podatkov z okoljem, tako medorganizacijska (»business to business«) kot internetna (»customer to business«).

Organiziranost IS (informacijskega sektorja) ostane enaka kot do sedaj in se po potrebi kadrovske okrepiti. Ker bo poenotenje poslovnih procesov ključno za uspeh strategije, predvidevamo tesnejše vključevanje uporabnikov v načrtovanje poslovnih procesov in informacijskih rešitev in uvajamo vlogo lastnika procesov, ki odgovarja za poenoteno, učinkovito in ekonomično odvijanje poslovnih procesov.

Strategija je zastavljena tako, da jo je možno uresničiti in hkrati zagotoviti nemoteno obratovanje obstoječe informacijske podpore. Potekalo bo na štirih ravneh:

- Tekoče zagotavljanje rednega obratovanja obstoječih aplikacij z najnujnejšimi popravki.
- Zmanjšanje števila različnih aplikacij za iste poslovne procese, če se le da, na eno rešitev. Več kot ena rešitev je dopustna le v prehodnem obdobju. (Izjema je POS blagajna, kjer arhitektura namenoma omogoča izbor in integracijo več rešitev).
- Izgradnja strateških aplikacij od zgoraj.
- Prenova ali izdelava novih procesnih aplikacij od spodaj.

Pričakujemo, da bodo ključna tveganja pri uresničevanju strategije pomanjkanje kadrov, (ne)poenotenost poslovnih procesov ter nenadne nove zahteve ali spremembe. Tveganja bomo zmanjševali predvsem z osredotočenjem na najbolj prioritete naloge, s tesno navezavo na poslovno strategijo, z uveljavljanjem vloge lastnika procesov in s pravočasnimi vključevanjem informatikov v načrtovanje sprememb.

Glavnina razvoja računalniških rešitev se bo v skladu s predloženim seznamom projektov odvila do konca leta 2001. Popolna in celovita uvedba rešitev v tekoče poslovanje pa bo počasnejša in bo potekala do leta 2005.

Ključni projekti strategije

Projekti so razdeljeni v štiri skupine oziroma informacijske podsisteme:

1. Blagovni informacijski sistem:

- pogajanja in sklepanje pogodb in drugih dogovorov
- enotna nabava
- centralna administracija maloprodaje
- centralna kalkulacija
- POS sistemi za male poslovalnice
- podatkovno skladišče blagovnega poslovanja
- izgradnja enotne podpore za procese prodaje na debelo in distribucije

2. Finančno računovodski informacijski sistem:

- strateški kontroling
- upravljanje z blagovnimi skupinami - Category management
- enotna podpora poslovnih procesov FRIS
- enotno upravljanje z denarnimi tokovi trgovskih družb

3. Kadrovski informacijski sistem:

- operativni kadrovski informacijski sistem (KIS)
- strateški KIS

4. Infrastrukturni projekti:

- povezava prodajaln v Mercatorjevo omrežje
- varnost dostopa do Mercatorjevih informacijskih resursov
- Upravljanje in nadzor informacijskega sistema
- sistem za merchandising
- skupinsko delo
- RIP – računalniška izmenjava podatkov

Enotna nabava je ključni projekt

Svetovni trendi v trgovini gredo v smeri oskrbovalnih verig, preko katerih se učinkovito odziva na zahteve potrošnikov ob čim manjših stroških.

Poslovni sistem Mercator je nastal iz številnih zelo različnih družb, ki so vsaka zase imele ustrezno informacijsko podporo, nekatere na zelo visoki ravni. Z reorganizacijo Mercatorja, ki je začela 1.1.1996, so nastale popolnoma nove razmere, ki zahtevajo v prvi vrsti obvladovanje blagovnih tokov na ravni dobavitelja in izdelka (artikla). Danes je obvladovanje blagovnih tokov zaradi koncepta upravljanja blagovnih skupin – category managementa, še dodatno pridobilo na teži.

Vsebina projekta enotne nabave

Projekt enotne nabave ali krajše enotno nabavo razumemo v Mercatorju kot temelj celotnega procesa pretoka blaga od dobavitelja do končnega kupca - potrošnika. Gre za proces, ki zajema:

- izbiro dobaviteljev
- izbiro izdelkov (artiklov)
- določanje veleprodajnih asortimajev
- določanje asortimajev direktnih dobav,
- določanje maloprodajnih asortimajev,
- določanje cenikov (vrste cenikov)
- določitev postopkov in pravil kalkulacij,
- sklepanje pogodb z dobavitelji.

Vsi podatki, ki nastanejo v tem procesu, so zapisani v registru enotne nabave. Zbirajo se samo enkrat za vse uporabnike in se nato pošiljajo vsem uporabnikom. Za vse segmente tega procesa seveda potrebujemo ustrezno informacijsko podporo.

Organizacijsko tehnični pogoji, potrebni za delovanje enotne nabave

Velikokrat se je že pokazalo, da mnogi projekt enotne nabave razumejo napak. Razumejo ga namreč kot informacijski projekt, v resnici pa je to projekt, ki v osnovi spreminja poslovni proces. Namesto nekontroliranega in neenotnega procesa, enotna nabava zahteva strogo kontroliran in poenoten proces. Da bi lahko tak projekt izpeljali, morajo biti zagotovljeni naslednji temeljni organizacijsko tehnični pogoji:

- osvojitve koncepta enotne nabave
 - ureditev odnosa z dobavitelji
 - organiziranje ustreznih služb in oddelkov (administracija enotne nabave)
 - Zagotovitev informacijske infrastrukture:
 - računalniki,
 - komunikacije,
 - elektronska pošta,
 - izdelava aplikacije enotne nabave,
- povezava z ostalimi aplikacijami (POS, distribucija - VP, podatkovno skladišče, ...)

Trenutno stanje projekta enotne nabave

S projektom enotne nabave smo začeli v letu 1998. Projekt se je zaradi različnih razlogov, v glavnem pa zaradi nujnih prioritarnih nalog (pripojitve družb, DDV, leto 2000), odvijal sorazmerno počasi. Menim, da je kljub temu do sedaj storjenega veliko, in sicer:

- enotni register partnerjev z bazo dobaviteljev in njihovega nabavnega prometa za vse Mercatorjeve družbe



- tehnično in tekstilno skladišče (Nanos) je vključeno v enotni register izdelkov od 1.11.1999 in danes je v njem registriranih 51.338 izdelkov
- v skladišču tehnike družbe Mercator SVS so v enotni register izdelkov vključeni štirje oddelki
- 45 prodajal z 11 direktnimi dobavitelji je vključenih z vsemi fazami v enotno nabavo; vključevali smo jih postopoma od 1.3. 1999
- Intersport deluje od 18.9.2000

preko enotnega registra izdelkov z 10.000 izdelki

- uredili smo 85.000 izdelkov, kar je osnova za nadaljnje delo - uvajanje veleprodajnih skladišč v enotni register izdelkov
- v okvir enotne nabave štejejo tudi sistemi za naročanje, ki smo jih letos vpeljali v okrog 100 prodajalnah.

Načrtujemo, da bo informacijska podpora, ki jo razvijamo sami, končana do 30.9.2001. V uporabniškem smislu pa je zaključek projekta veliko bolj oddaljen. Zelo pomembno je vedeti, da je projekt enotne nabave lahko sam sebi namen, če ni povezan z ostalimi projekti oziroma aplikacijami. To je na eni strani s centralno administracijo maloprodaje in POS sistemi v vsaki prodajalni, na drugi strani pa s podatkovnim skladiščem blagovnega poslovanja. To pa za skupino Mercator pomeni postavitev okrog 600 manjkajočih POS sistemov v maloprodaji in vključitev obstoječih 300 POS sistemov v sistem enotne nabave. Vse to smo v strategiji načrtovali do konca leta 2005.

Pospešitev uresničitve projekta

Obvladovanje blagovnih tokov je za Mercator ključnega pomena. Zaključek projekta v letu 2005 je zelo daleč in kot vedno se lahko pojavijo tudi zamude. Zaradi tega je prevladalo spoznanje, da je potrebno projekt uresničiti v najkrajšem možnem času, kar je odločno zahteval predsednik Mercatorjeve uprave Zoran Janković. Prenovljena projektna skupina za enotno nabavo je že obravnavala idejni osnutek načrta, ki predvideva zaključek projekta enotne nabave s spremljajočimi projekti do konca leta 2002. Določitev natančnega roka je stvar projektnega načrta z vsemi podrobnostmi in pogoji. Po dosedanjih izkušnjah v zvezi s tem projektom pa so odločilni dejavniki za uspeh naslednji:

- strogo profesionalno vodenje projekta s sprotnim poročanjem o odmikih in vzrokih za odmike
- popolno poenotenje procesov
- dosledno zagotavljanje človeških virov pri uporabnikih in v informatiki
- maksimalno zunanje izvajanje z že preizkušenimi izvajalci

Aktivnosti lahko razdelimo v dva dela:

- priprava vseh potrebnih osnov za projekt (okvirni rok do 30.09.2001)
 - množično uvajanje novih POS sistemov in vključitev obstoječih POS sistemov v sistem enotne nabave (okvirni rok do 31.12.2002)
- Da bi si lažje predstavljali za kakšen zaloga gre, naj bo dovolj podatek, da bo potrebno v času množičnega uvajanja POS sistemov, vsak teden vključiti 18 (osemnajst) POS sistemov povezanih v sistem enotne nabave. Do sedaj smo jih uvajali približno toliko na leto.

Namesto zaključka

Že do sedaj je veljalo enotno prepričanje, da potrebujemo enotno nabavo in vse ostalo, potrebno za obvladovanje blagovnih tokov. Žal mnogi uporabniki tega projekta do sedaj niso vzeli za svojega. Prepričan sem, da smo s postavitvijo projekta na prvo mesto prioritete lestvice razvojnih nalog, zagotovili realne možnosti za njegovo pravočasno izvedbo.

Franc Kodela, direktor sektorja za informatiko

Sistem kakovosti ISO 9001 - *odskočna deska* do poslovne odličnosti

Po dveh letih intenzivnega dela na projektu ISO 9001 v trgovskih družbah koncerna (skupine) Mercator, je družbi Mercator, d.d. uspelo pridobiti certifikat sistema kakovosti ISO 9001. Vpeljan sistem kakovosti pa prav gotovo ni končni cilj, ampak je temelj za neprestano izboljševanje kakovosti in odskočna deska do poslovne odličnosti.

O odločitvi za kakovost

Pred dvema letoma se je uprava Mercator, d.d. skupaj z vodstvi ostalih trgovskih družb odločila za projekt "Kakovost ISO 9001 v trgovskih družbah skupine Mercator" s ciljem razviti in uvesti sistem kakovosti v skladu s standardom ISO 9001 v vsaki trgovski družbi skupine Mercator. Odras projektne aktivnosti je enaka dokumentacija kakovosti in enakost oziroma poenoten potek poslovnih procesov v vseh trgovskih družbah. V projekt so bile vključene trgovske družbe: Mercator, d.d., Mercator SVS, d.d., Mercator Dolenjska, d.d., Mercator Degro, d.d., Mercator Modna hiša, d.o.o., Trgoavto, d.d. V maju leta 1999 sta se projektu pridružili Mercator Goriška, d.d. in Mercator Gorenjska, d.d., v avgustu leta 2000 pa še Mercator Pula, d.o.o. in Mercator Tržni centar Sarajevo, d.o.o.

Potek dela

Projekt je bil obsežen, zato smo pripravili poslovnik projekta ISO 9001, v katerem smo opredelili udeležence v projektu, njihove naloge in pooblastila ter aktivnosti in terminski plan izvajanja projekta. V družbah so bili imenovani: svet kakovosti družbe, koordinator kakovosti družbe in njegov namestnik ter vodja dokumentacijskega centra družbe. Najobsežnejše delo je predstavljalo izdelovanje, pregledovanje in usklajevanje dokumentov sistema kakovosti, ki so ga opravili sodelavci, ki najbolje poznajo ali pa vodijo posamezne poslovne funkcije (maloprodaja, logistika, marketing, nabava, ...). Da bi bilo delo čim bolj učinkovito in z vidika standarda ISO 9001 kar najbolj strokovno, sta bila k sodelovanju povabljeni tudi dva zunanja svetovalca.

V okviru projekta so se izdelali dokumenti sistema kakovosti, vpeljali dokumentirani postopki, potekalo je usposabljanje za kakovost, ki je bilo namenjeno vsem zaposlenim v družbi, opravljena je bila zunanja presoja sistema kakovosti ISO 9001.

Dokumenti sistema kakovosti

V izdelavo dokumentov sistema kakovosti je bilo vloženo veliko dela. Izdelani so bili: poslovnik kakovosti ISO 9001, organizacijski predpisi, delovna navodila, tehnološki postopki in operativna navodila ter ostali dokumenti (obrazci, tabele, ...). Izdelovanje dokumentov je potekalo usklajeno med vsemi trgovskimi družbami skupine Mercator. Usklajevanje so vodili nosilci funkcij (najpogosteje direktorji), zadolženi

za izvajanje procesa, ki ga posamezni dokument opredeljuje. Vsak dokument je pred dokončno vsebino moral skozi več faz. Najprej je nastal predlog za izdelavo dokumenta, sledila je njegova izdelava, nato usklajevanje, odobritev, izdaja in distribucija dokumenta tako, kot to opredeljuje dokument OP-05-0001 Obvladovanje dokumentov in podatkov.

Usposabljanje za kakovost - Spoznaj sistem kakovosti ISO 9001

Za izvajanje projekta kakovosti, z nalogami, ki jih sistem kakovosti zahteva na delovnem mestu, so se usposabljala vodstva družb, vodilni delavci, interni presojevalci in vsi zaposleni. V ta namen je izšel tudi ličen priročnik "Spoznaj sistem kakovosti ISO 9001", ki so ga ob izobraževanju prejeli vsi zaposleni.

Zunanja presoja sistema kakovosti

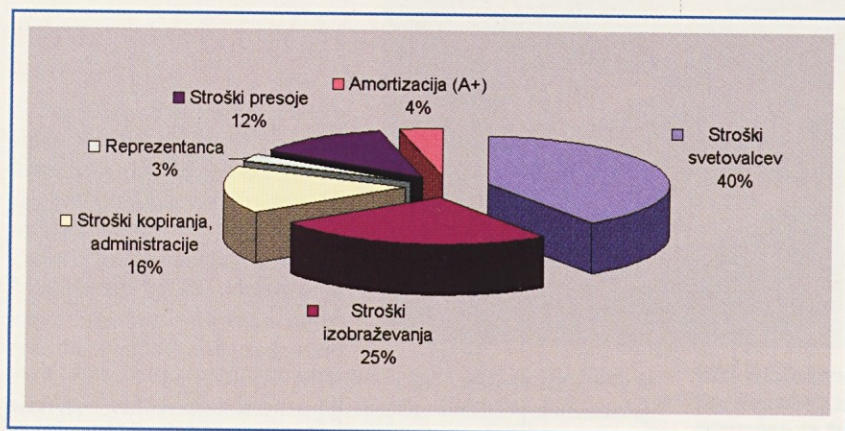
Certifikacijska presoja sistema ISO 9001 v trgovskih družbah skupine Mercator je bila zaupana presojevalski hiši SIQ - Slovenskemu inštitutu za kakovost in meroslovje. Po opravljeni presoji poslovnika kakovosti, predpresoji in certifikacijski presoji ter opravljenih korektivnih ukrepov, je bila konec avgusta 2000 opravljena dodatna presoja, ki je pokazala, da so bile uspešno odpravljene vse neskladnosti in da sistem kakovosti trgovske družbe Mercator, d.d. ustreza zahtevam standarda ISO 9001:1994.

Informacijska podpora

Med potekom projekta smo ugotovili, da za uspešno delo potrebujemo ustrezno informacijsko infrastrukturo. že v začetku leta 1999 smo vsem vodjem projekta in njihovim namestnikom zagotovili dostop do interneta, kar je bistveno izboljšalo komunikacijo, še posebej, ko je bilo potrebno usklajevati posamezne dokumente sistema kakovosti. Po enem letu poteka projekta nam je bilo jasno, da brez ustrezne informacijske podpore ne bomo mogli obvladovati obsežne dokumentacije, ki se je sprejemala v posameznih trgovskih družbah skupine Mercator. Po intenzivnem iskanju ustreznih aplikacij in polletnem testiranju smo se odločili za aplikacijo ACHIEVER+, ki je bila decembra 1999 instalirana za potrebe vodij projekta in njihove namestnike v trgovskih družbah skupine Mercator.

Financiranje in stroški projekta

Z udeležbo na javnem razpisu za sofinanciranje uvajanja mednarodnih standardov kakovosti po sistemih ISO 9001, ISO 14000, Tehnične mape in Evropske nagrade za kakovost, ki ga je objavilo Ministrstvo za gospodarske zadeve RS, smo pridobili 1,3 mio SIT nepovratnih sredstev za sofinanciranje projekta. Na podlagi sklenjene pogodbe in pridobitve certifikata ISO 9001 smo pridobili 1,3 mio SIT nepovratnih sredstev.



Deleži vrst stroškov projekta ISO 9001

Za spremljanje stroškov projekta smo odprli posebno stroškovno mesto - Center za kakovost, na katerem so se evidentirali vsi stroški. Dejanski stroški projekta znašajo 15,3 mio SIT. V navedenem znesku niso upoštevani stroški za implementacijo ACHIEVER+ in stroški niso znižani za nepovratna državna sredstva.

Certifikat ISO 9001 v Mercator, d.d., kje so druge trgovske družbe

S pridobitvijo certifikata ISO 9001 v trgovski družbi Mercator, d.d. se je razpustila projektna organizacija in vzpostavila redna, ki mora:

- skrbeti za delovanje sistema, kot ga pogojuje standard ISO 9001 (izvajanje internih presoj, priprava pregleda s strani vodstva, obvladovanje zapisov, ki se nanašajo na neskladnosti in korektivno-preventivne ukrepe, koordinacija rednih zunanjih letnih presoj)
- skrbeti za nadgradnjo sistema (uvedba HACCP - zakonska zahteva, ISO 14000, SA 8000, OHSAS 18001, poslovna odličnost, ...)
- koordinirati potek in izvajanje projektov v ostalih trgovskih družbah skupine Mercator.

Pomen informacijske podpore sistemu kakovosti ISO 9001

Učinkovitega obvladovanje sistema kakovosti si brez ustrezne informacijske podpore ne moremo več zamisliti. Dokumenti, v katerih so zapisana pravila poslovanja, so brez pomena, če ne pridejo do uporabnikov - zaposlenih. Če uporabniki ne poznajo vsebine dokumentov od njih ne moremo pričakovati učinkovitega poslovanja in z njimi skladnega ravnanja.

Obvladovanje dokumentov s »papirnato vojsko« je drago in predvsem neažurno. Zaradi tega smo se že v času poteka projekta odločili za informacijsko podporo dokumentov sistema kakovosti s pomočjo aplikacije ACHIEVER+. V I. fazi je aplikacija omogočila povezavo vseh trgovskih družb na dokumentno bazo tako, da imata v vseh trgovskih družbah vodja projekta in njegov namestnik dostop do vseh dokumentov. To zagotavlja urejenost in preglednost, usklajenost in poenotenost dokumentov v vseh trgovskih družbah.

Zaradi dobrih izkušenj z aplikacijo, je bila junija 2000 sprejeta odločitev o razširitvi informacijske podpore kakovosti. Tako bo v družbi Mercator, d.d. omogočen elektronski dostop do dokumentov tudi nosilec posameznih poslovnih funkcij in njihovim ožjim sodelavcem.

Cilj je seveda še višji: sistem razširiti tako, da bi dokumenti postali dostopni sleherni poslovalnici, kar aplikacija ACHIEVER+ tudi omogoča (uporaba interneta).

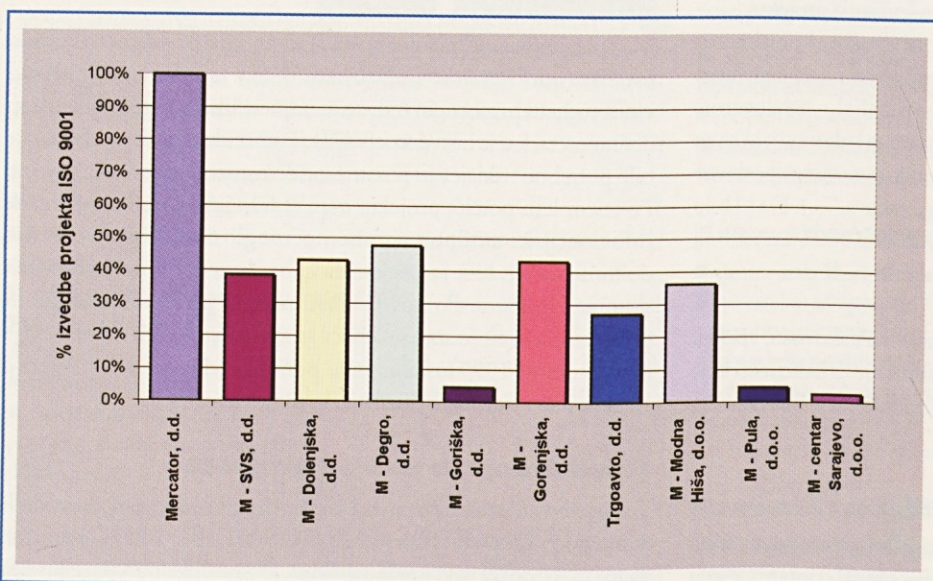
Z razširitvijo aplikacije bo smiselna uporaba tudi ostalih modulov aplikacije ACHIEVER+. Tu mislim predvsem na obvladovanje neskladnosti in korektivne ukrepe. Ravno na tem področju lahko Mercator privarčuje velika sredstva in oblikuje bolj tekoč poslovni proces.

ISO 9001 kot odskočna deska do poslovne odličnosti

Vpeljan sistem kakovosti ISO 9001 ni končni cilj, ampak je le osnova za stalno izboljševanje kakovosti in odskočna

deska do poslovne odličnosti. Poglejmo nekaj standardov, ki nadgrajujejo sistem kakovosti ISO 9001:

- HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points) je sistem, ki



Stanje uresničevanja projekta ISO 9001 v trgovskih družbah (september 2000).

V pol leta je šest trgovskih družb lahko pripravljenih na pridobitev certifikata sistema kakovosti ISO 9001.

omogoča identifikacijo, ugotavljanje in nadzor tveganj povezanih z varnostjo živil

■ **ISO 14000** nadgrajuje sistem kakovosti v smeri ravnanja z okoljem in se nanaša na vse delovne procese in aktivnosti v družbi. Upošteva veljavno zakonodajo in ščiti vse zainteresirane stranke (kupce, lastnike, zaposlene in okolje)

■ **SA 8000** je sistem kakovosti, ki definira zagotavljanje primernih pogojev za zaposlene v družbi pa tudi pri dobaviteljih.

■ **OHSAS 18001** je sistem poklicnega zdravja in varnosti, katerega namen je odpravljanje nevarnosti, ki vplivajo na zdravje in varnost zaposlenih

Omenimo pa lahko še evropsko nagrado za kakovost (EFQM), metode samoocenjevanja poslovne odličnosti, izdelavo uravnoteženega izkaza, ...

Sistem kakovosti bomo nadgrajevali postopoma. Prva nadgradnja bo uvedba sistema HACCP, ki jo zahteva tudi Zakon o zdravstveni ustreznosti živil in izdelkov ter snovi, ki prihajajo v stik z živili" (U.l.št. 52 / 13.06.2000/ str.: 6949-6955). Zahteve tega zakona bodo morala podjetja izpolniti do 31.12.2002. V družbi Mercator, d.d. že pripravljamo projekt implementacije HACCP-a.

Učinki sistema kakovosti

V praksi se že kažejo pozitivni učinki uvajanja sistema kakovosti, ki se odražajo predvsem v transparentnejšem poslovanju, enostavnejši komunikaciji znotraj skupine Mercator in z dobavitelji ter poslovnimi partnerji. Z učinkovitim izvajanjem korektivnih ukrepov, na podlagi zabeleženih neskladnosti in ugotovitev presoj, lahko sistemsko znižujemo stroške poslovanja. Sistem kakovosti po ISO 9001 je mednarodni standard, zato bo družba lažje navezovala partnerske odnose s svojimi dobavitelji in ostalimi poslovnimi partnerji.

S pridobitvijo certifikata ISO 9001 v trgovski družbi Mercator, d.d., se projekt zaključuje. Projekt je potekal po časovnem načrtu in dosegel zastavljen cilj - v družbi Mercator, d.d. je uveden sistem kakovosti v skladu s standardom ISO 9001, poslovni procesi so dokumentirani in poenoteni.



Joško Čuk, predsednik Gospodarske zbornice Slovenije izroča listino



Med gosti na podelitvi tudi Adolf Osterc in Miran Goslar

Sistem kakovosti je v Mercatorju mlad, zato bo potrebno še veliko naporov za njegovo utrditev in nadgradnjo.

Pri projektu je sodelovalo veliko število sodelavcev - od vodstev družb do izvajalcev posameznih aktivnosti. Vsak med njimi je prispeval svoj delež k uresničitvi skupnega cilja - Mercatorjevi kakovosti.

Božo Virant

90 dni za rdečimi baloni

Trgovci imajo različne zaščitnike, svetnike in bogove, ki po ustreznih priprošnjah varujejo njihovo poslanstvo in skrbijo, da jim posel cveti. Mercator iz Šmarj pri Jelšah bo moral med svoje zaščitnike uvrstiti tudi gradbince in druge izvajalce del, občinske uradnike ter svoje sodelavce, ki so v devetdesetih dneh postavili, opremili, napolnili in odprli Mercator Šmarje pri Jelšah.

Rdeči baloni so poleteli v zrak 29. junija letos, ko je občina Šmarje pri Jelšah praznovala svoj praznik. Po šmarski občini in tudi v sosednje so zanesli Mercatorjevo naznanilo začetka del na gradbišču novega Mercator centra. Takrat je bila tudi dana obljuba, da bo center nared do sredine jeseni. Nejeverni Tomaži so zmajevali z glavami. Objekt pa je rasel hitro in natančno po določenih terminih. Temu je botrovala tudi skrbno pripravljena lokacijska in gradbena dokumentacija, ki so jo strokovno in korektno pripravili občinski upravni in drugi organi. Občina je Mercatorjevo naložbo obravnavala z veliko naklonjenostjo, ker je razvoj občine njena primarna skrb.

»Zelo sem zadovoljen«, je na otvoritveni slovesnosti dejal šmarski župan Jože Čakš, »da je Mercatorjeva obljuba izpolnjena. Z novim trgovskim objektom smo obogatili naše okolje, prebivalcem je zagotovljen nakupovalni standard, enak mestnemu. Veseli me, da bodo v Mercatorjevi neposredni bližini še rasli novi gospodarski objekti in nove dejavnosti, ki bodo prispevale k razvoju občine. Naloga občine je zagotoviti pogoje za razvoj,



Pred otvoritvijo z leve proti desni: Marjan Babič, Zoran Janković, Stanko Brodnjak in Jože Čakš

investitorji so vabljeni in zaželeni, vendar sami odgovorni za ponudbo in donosnost naložbe. Polja in travniki, na katerih se bo širila šmarska »gospodarska cona« bodo dobila nove vsebine, take, ki jih prebivalci potrebujejo. Naj bo Mercator center prava in dobra naložba najboljšega sosesa, naj bo prijazno domovanje zaposlenim in potrošnikom. V njem naj vlada prijazna medsebojna naklonjenost vseh, ki se bodo tu srečevali ob nakupih ali drugačnih priložnostih.«



Množica pred Mercatorjem



Mercatorjev prodajni standard je povsod enak



V pogovoru z drugim pomembnim in slavnostnim govornikom, tedaj še direktorjem družbe Mercator Jelša Marjanom Babičem, smo o samem centru izvedeli: »Osrednja prodajalna v centru je okoli 1000 kvadratnih metrov velik supermarket. Ob njem so še drugi lokali – prodajalna tekstila s celotnim asortimajem Mercatorjeve blagovne znamke - M linija, prodajalna »vse po 199 tolarjev«, prodajalna daril in drugih drobnarij ter gostinski lokal. Vse skupaj je pod Mercatorjevo streho dobrih 1.900 kvadratnih metrov sodobnih prodajnih in skladiščnih površin. Na parkirišču je prostora za več kot sto jeklenih konjičkov. Prepričan sem, da je ponudba bogata, kakovostna in cenovno konkurenčna in da bo center izpolnil pričakovanja kupcev. Supermarket je v celoti opremljen po

Mercatorjevih standardih, ponudba v njem je tako za plitvejšo kot za bolj napihnjene denarnice. Zaposleni bodo morali poskrbeti, da bo 400 milijonov tolarjev, kolikor je veljala naložba, oplemenitenih tudi z njihovim znanjem, prijaznostjo in posluhom za želje in navade kupcev. Teh je na našem območju okoli 10.000 in vsi so pozdravili današnji Mercatorjev veliki prihod v Šmarje.«

22 članski kolektiv Mercatorjevega supermarketa vodi poslovodkinja Marija Strmčnik. Z Zoranom Jankovičem in Stankom Brodnjakom je prerežala rdečo pentljo in povabila zbrane na ogled. Mnogim sta ponudba in razsežnost sicer relativno majhnega centra, zaprla sapo.



Trgovina s tekstilom



Poslovodkinja Marija Strmčnik



Med prvimi obiskovalci je zavladalo navdušenje. »Da bi bilo tako vedno, se bomo trudili. Danes nas razganjata ponos in čast, da smo v Mercatorju, da smo prevzeli vlogo in odgovornost za najboljše sosedstvo. To ni odgovornost samo do naših sokrajanov, temveč odgovornost do vseh, do katerih seže glas o nas. Dolžni smo poskrbeti tako za zahtevnega kot manj zahtevnega kupca, obema omogočiti, da se prepriča v našo kakovost in v naše spoštovanje njunih zahtev in želja.« »Sončen dan je dobro znamenje, sodelovanje s sončnimi, Mercatorjevimi ljudmi, je tako poslovno kot osebno zadovoljstvo,« je pribil Zoran Janković.

Vesna Bleiweis



Ena ni nobena, *so rekli na Ptuj* in pokazali še blagovnico

Komaj so si gostje dobro oddahnili od otvoritve Mercator Centra v Šmarju pri Jelšah, že je uprava Mercator SVS vabila na ogled in pol uradno otvoritev prenovljenega pritličja ptujske blagovnice, njenega obnovljenega pročelja in okrepčevalnice Pepsi Panda. 27. oktobra 2000 je bilo na šmarskem in ptujskem koncu res kaj videti!

Blagovnico se je prenavljala postopno in dlje časa. Najprej je bilo prenovljeno drugo nadstropje, kjer prodajajo predvsem pohištvo, potem prvo nadstropje, kjer domuje tekstil in nazadnje je prišlo na vrsto pritličje s samopostrežno trgovino in pročelje.

Vodja blagovnice Milan Petek je žarel od zadovoljstva. »V pritličju smo prenovili samopostrežbo, uredili oddelka s kozmetiko in darili. Zaradi ureditvenih del nismo izgubili niti enega prodajnega dneva in tudi na višino prometa dela niso vplivala. Bil je že čas, da se posodobimo. Posebnega povečanja prometa ne pričakujem, saj bo glavšina kupcev ostala enaka in tudi segala bo večinoma po istem blagu kot doslej.«

Sicer pa je bila ptujska blagovnica zgrajena in odprta davnega leta 1972 in je bila za tiste čase velika in pomembna naložba takratnega podjetja Mercator Panonija, predhodnika delniške družbe Mercator SVS. To je bil čas, ko so se še celo izbrani državljani vozili z »zastavami, princi, fički« in jih ponosno zloščene razkazovali na parkirišču pred blagovnico, ki je dominirala pred vstopom v staro ptujsko mestno jedro. Pravijo, da je bil to lep čas za trgovino. Pa, saj je današnji tudi lep, le vloge sta kupec in trgovec zamenjala. V tistih letih je bil čaščen trgovec, danes je kupec.

Ob blagovnici je okrepčevalnica Pepsi Panda, ki jo je ptujsko podjetje Pekarna Ptuj povsem prenovilo in slovesno odprlo 27. oktobra.



Blagovnica leta 1972



Blagovnica danes



Otvoritev okrepčevalnice in ogled pritličja blagovnice je bil dogodek, ki je v prijazno večerno druženje popeljal politično in gospodarsko pomembne osebnosti Ptuja na čelu z županom Miroslavom Lucijem in gostitelje. Voščila in dobre misli, ki so si jih izmenjali govorci, naj postanejo »meso«.

Praznični dan je 28. oktobra Mercator namenil tudi prebivalcem Ptuja in okolice. V izložbah blagovnice so letošnjo zimsko modo pokazali manekeni, ki so prevzeli vlogo izložbenih lutk, vrtelo se je kolo sreče, srečo so prinašali leteči baloni... bilo je vsega, največ pa Mercatorjeve prijaznosti.

Vesna Bleiweis

Pri Mercatorju, Mojcej, *tam te najrajš počakam*

Slovenj Gradec in Ravne na Koroškem sta bila v tednu od 9. do 16. novembra v znamenju Mercatorja. Na otvoritvah novih centrov so se srečali predstavniki obeh mest, vodilni koroški in Mercatorjevi gospodarstveniki, zvezdniki popularne glasbe, potrošniki... Tako obljube kot pričakovanja so bila velika. Najboljši sosed jih je povsem izpolnil. Potrditev je spontan aplavz vseh, ki so vstopili v nova objekta. Za Mercator še posebej dragocen aplavz potrošnikov.

Oba centra sta rezultat Mercatorjeve razvojne strategije, katere cilj je: v vseh slovenskih regijskih središčih mora stati Mercatorjev nakupovalni center, primeren lokalnemu okolju. Slovenjegraški in ravenski nakupovalni center sta praktično hkrati rasla in bila deležna velike podpore občinskih oblasti. Na Koroškem doslej Mercatorja ni bilo in tako je z otvoritvijo »pokrita zadnja bela lisa«.

»Moj dom je tam, kjer je Mercator«, se je na dobrodošlici v obeh koroških občinah odzval predsednik Mercatorjev uprave Zoran Janković. »Tudi Korošcem Mercator prinaša vse, kar kot najboljši slovenski trgovec nudi prebivalcem drugih območij, ki centre že poznajo. Na obmejnem območju se mora še posebej potruditi za kakovostno in cenovno konkurenčno ponudbo, prostorsko in človeško prijaznost. Potrošnik dobro ve, kaj ponuja trgovec čez mejo in zato mora Mercatorjeva ponudba presegati tujo. To je naša zapoved, zapoved, ki jo morajo spoštovati vsi zaposleni, ki delajo v novih koroških centrih. Izpolnjevanje Mercatorjevih obljub potrošniki sodite vsak dan, opozarjajte nas na svoje želje in zahteve. Le z vami smo jutri lahko še boljši kot smo danes.«

Mercator Center Slovenj Gradec

Od začetka gradnje do otvoritve 6.000 kvadratnih metrov velikega objekta Mercator Centra Slovenj Gradec in ureditve celotnih 19.000 kvadratnih metrov površin, je minilo sedem mesecev. Veliko zaslug za hiter potek gradnje in ureditev potrebne prometne infrastrukture z okolico, je na strani upravnih organov Mestne občine Slovenj Gradec, posebej župana Janeza Komljanca, izvajalca del Splošnega gradbenega podjetja Kograd IGEM z vodjem operativne skupine Dušanom Jeniškom, projektantke arhitekta Tanise Benulič in njenih sodelavcev iz Mercator Optime. Vsi so ob otvoritvi prejeli posebne priznanja za svoje delo. Za profesionalno korektnost se je Mercator mestnim oblastem zahvalil z donacijami slovenjegraškemu pihalnemu orkestru, fundaciji akademskega slikarja Karla Pečka, rokometnemu klubu Prevent in galeriji.

Poleg našega hipermarketa, ki je odlično založen z več kot 12.000 izdelki za dnevno preskrbo in vsem, kar gospodinjstvo potrebuje, je v centru še cela vrsta drugih trgovin. Ponudba v centru resnično omogoča pravi družinski nakup. Od obleke in obutve, do bančnih storitev. Intersport, Modiana, Trgoavto in vrtnarski center Aura so železni del Mercatorjeve ponudbe.

Organizacijsko Mercator Center Slovenj Gradec sodi v obvladujočo družbo Mercator, d.d., vodi ga Peter Kocin, ki je hkrati poslovođa



Mercator Center Slovenj Gradec

hipermarketa in odgovoren za območje Koroške. V hipermarketu je zaposlenih 36 delavcev, sicer pa je v celotnem Mercator Centru dobilo zaposlitev 120 Korošcev.

Župan občine Slovenj Gradec je v otvoritvenem nagovoru poudaril odprtost in potrebo Koroške po naložbah, ki prinašajo nova delovna mesta in hkrati v okolje prinašajo standard, ki so ga potrošniki deležni v velikih mestih. Mercatorjeva naložba – slovenjegraški nakupovalni center je zanesljivo naložba, ki to potrebo Korošcev celovito zadovoljuje.

Otvoritveno slovesnost je popestrila koroška rojakinja gospa Štefka Kučan, ki je namesto slovesnega rezanja traku izbrala 51 rdečih balonov, znamenj, da je Mercator Center Slovenj Gradec odprt.

Mercator Center Ravne na Koroškem

Po besedah ravske županje Ivane Klančnik, je Mercator tudi v Ravnah na Koroškem dobrodošel in zaželen sosed. V dobro mu gre, da je center postavil na zapuščenem prostoru, ki je že spominjal na odlagališče in temeljito spremenil podobo kraja. Zagotovil je nova delovna mesta, prebivalcem Mežiške doline pa ponudil nakupovalni standard in bonitete, ki so jih doslej poznala le večja središča.

Nastop domačinke Marte Kos, podpredsednice Gospodarske zbornice Slovenije, je bil prijazen, duhovit in tudi zbadljiv komentar na račun lokalnih prilik in Mercatorja. V koroškem narečju je z nečakinjama uprizorila pravi mali show, ki je požel buren aplavz občinstva. V vlogi podpredsednice Gospodarske zbornice Slovenije pa je z resnimi besedami poudarila Mercatorjev vzpon, uresničevanje njegove strategije doma in v tujini.

Tudi na Ravnah se je Mercator izkazal kot dober sosed in donacijo namenil sanaciji ravskega gradu, v katerem domujeta Koroška knjižnica dr. Franca Sušnika in Koroški muzej – osrednji ustanovi, ki



Arhitekta Tanisa Benulič



Štefka Kučan in Janez Komljanec



Marta Kos z nečakinjama



Maja Pučko Gnamuš, Ivana Klančnik in Marta Kos v ravenskem centru

Donacija fundaciji
akademskega slikarja
Karla Pečka



Pričakujejo vas v
ravenskem centru





Donacija za obnovo ravenskega gradu



Mercator Center Ravne na Koroškem



V Modini

hranita koroško kulturno dediščino. »Pokazali ste, da imate dušo, za kar si v imenu vseh Korošcev zaslužite še posebno priznanje,« je v zahvali za donacijo dejala ravenska županja.

Ravenski center je po površini manjši od naših običajnih centrov. Celoten kompleks meri nekaj čez 8.000 kvadratnih metrov, center pa pokriva 2.200 kvadratnih metrov. V njem je nekaj več kot 1.700 kv/m namenjenih. hipermarketu, v ostalih prostorih pa so še trgovine Trgoavta, manjša sestra Modiane Modina, kavarnica Santana in trgovina z računalniško opremo ter telefonijo. V hipermarketu je zaposlenih 26 delavcev, v celotnem centru pa 45 delavcev. Hipermarket vodi poslovodkinja Maja Pučko Gnamuš.

Obe otvoritveni slovesnosti sta se nadaljevali z družabnimi prireditvami, za potrošnike. Zvezdi sta bili nedvomno Helena Blagne-Zaman in Irena Vrčkovnik. Kakorkoli obračamo, Korošci imajo najraje svoje prelepe melodije in zato sta med občinštvom najbolj »užgala« okteta Lesne iz Slovenj Gradca in Kograda z Raven na Koroškem. Ej, Mojcej... pri Mercatorju te najrajš počakam. Tě pa še ni napisal nihče.

Vesna Bleiweis

Mercatorjev obraz

Le kdo ne pozna Mercatorjeve Modne hiše v Ljubljani, ostarele dame med blagovnicami v centru mesta Ljubljane, ki je kljub svojim 38 letom, ob temeljiti prenovi leta 1990, še vedno privlačna in dobro založena trgovina, ki ponuja kupcem lepa in kakovostna oblačila. Pestra izbira ženske in moške konfekcije, konfekcije za prosti čas, spodnjega perila, modnih dodatkov, kozmetike in še marsikaj zagotavlja, da bo kupec v njej našel kaj zase.

V njeni zgodovini so bili vzponi in padci, vendar zlatega obdobja prvih dveh desetletij, žal, ne more več ponoviti. Bila je prva ljubljanska blagovnica s tekočimi stopnicami, v njej so se bila modna oblačila, ki jih v drugih ljubljanskih trgovinah ni bilo, vanjo so zahajali kupci, ki so želeli biti moderno oblečeni. Starejši in ljudje srednjih let se še dobro spominjamo fantastičnih izložb v pritličju blagovnice, zaposleni v blagovnici pa živahnega dogajanja v njej, ko so se prirejale številne modne revije za različne ciljne kupce.

Teh časov se z nostalgijo spominja tudi moj sogovornik 47-letni **Jože Švarc**, današnji poslovodja hiše. Takrat je bil kot mlad trgovec zaposlen v Nami, čeravno si je želel delati ravno v Modni hiši, ki pa v tistem času ni marala zaposlovati moških. Prodajalci so bili zaželeni le v tehničnih in športnih trgovinah. S tem dejstvom se je moral sprijazniti, zato je trgovino občudoval vsakič, ko je stopil vanjo ali hitel z dela mimo njene velike izložbe v pritličju, kjer sta danes prodajalni z delikates in kozmetike. Z vlakom se je vozil v Litijo, kjer je živel s straši in bratom. Prav tam je v zgodnjem otroštvu začutil svojo poklicno nagnjenost. Nasproti otroškega vrtca je bila Mercatorjeva prodajalna s prijaznimi trgovkami. Otroci so jih pogosto opazovali pri delu in na malega Jožka so naredile tako močan vtis, da se je že takrat odločil, da bo trgovec.

Tako se je tudi zgodilo. Po končani osnovni šoli je obiskoval poklicno trgovsko šolo v Ljubljani, zatem še poslovodsko in komercialno. V svoji poklicni karieri se je preskusil na več delovnih mestih. Delal je kot prodajalec tehničnega blaga, poslovodja športnega oddelka, vodja športnega programa kot samostojni komercialist za žensko, moško in športno konfekcijo v Nami. Prav pri komercialnem delu je dokončno spoznal, da mu je delo v prodajalni pisano na kožo. Zato je odšel za poslovodjo Murine prodajalne v World Trade Centru. Tu si je pridobil odlična znanja s področja poznavanja tkanin. Imel je tudi priložnost spoznati potek izdelave konfekcije, od nabave tkanin do računalniškega krojenja in šivanja vrhunskih izdelkov. Ker pa je bila ponudba v trgovini omejena le na enega proizvajalca, kar ga je v njegovi radovednosti že malo dolgočasilo, in ker se mu je ponudila priložnost prevzeti vodenje Modne hiše, ni okleval. Odločil se je za nov izziv. Mladostne sanje so se uresničile.

In zdaj ste tu v Modni hiši. Zakaj ji tudi vi ne morete povrniti nekdanjega slovesa?

Trgovine v strogem centru Ljubljane vse bolj spodrivajo trgovine na obrobju mesta, kjer je na voljo veliko parkirnih mest. Trgovinam v mestu, ki imajo svoje parkirišče, kot na primer Maksimarket, gre veliko bolje kot ostalim.



Jože Švarc

Letos maja smo bili trgovci v mestnem središču na razgovoru pri županji, na katerem smo se pogovarjali, kaj storiti, da se mestu povrne živahnost. Ugotavljali smo, da bi v mestu potrebovali tri parkirne hiše, za katere ni denarja. Druga težava naše hiše pa je v tem, ker ne oglašujemo v medijih. Komercialno smo vezani na Modno hišo Maribor in Modiano in le redko nastopamo s samostojnimi komercialnimi obvestili. Danes je propaganda pomemben dejavnik pri pospeševanju prodaje.

Kaj najraje počnete? Je to morda zaključevanje za nove sezone, prodaja ali iskanje novih kupcev? Od kod črpate spodbude?

Vse je povezano med sabo in povsod se moraš potruditi. Zaključevanje je sicer rutinski posel in že vnaprej veš, kaj boš naročil na podlagi modnih zapovedi in okusa kupcev, ki v trgovino zahajajo. Z modnimi trendi se tekoče seznanjam preko medijev, bodisi tujih TV programov, kjer pogosto prikazujejo modne revije ali domačih revij, katerih vsebina je moda. Letos sem bil na strokovni ekskurziji v Firencah, Koelnu in Dueseldorfu. Meni kot trgovcu najbolj godi, če v blagovnico prihaja veliko kupcev, ki se tudi odločijo za nakup. Osebnostno se vedno trudim motivirati kupce, na vsakem koraku pa si prizadevam, da v hišo privabim vedno nove kupce. To je naloga vsakega pravega trgovca. Dodaten vzgib daje tudi konkurenca, od katere hočeš biti boljši, vendar jo je sedaj zelo malo. Še do nedavnega sta bili to trgovski podjetji Volna in Manufaktura, ki ju ni več. Pojavili so se novi trgovci s cenanim blagom, po katerem kupci radi segajo. Vendar, ko bodo ugotovili, da za malo denarja dobijo malo muzike in da niso tako bogati, da bi kupovali ceneno blago, se bodo zagotovo preusmerili k nam, ki prodajamo res da dražje blago, zato pa kvalitetno. Odpirajo se že tudi nove trgovine s prestižnim blagom, ki ga lahko kupuje le peščica ljudi.

Kdo vse prihaja k vam? Se pri vas oblačijo tudi znane Slovenke in Slovenci?

V osnovi mi ponujamo poslovno modo. Imamo kar precej kupcev iz vrst bankirjev, parlamentarcev, uslužbencev sodišča, poslovnežev, zdravnikov



in seveda vrsto anonimnih kupcev. Pri nas kupujejo maturanti in njihovi straši, pa mladoporočenci, ker je naša ponudba primerna tudi za ta segment kupcev. Še ne dolgo tega so si za svečane priložnosti nove obleke privoščili kar vsi člani družine, kar pa ne moremo reči za zadnja leta, ko si dobra oblačila srednjega in višjega cenovnega razreda lahko privoščijo čedalje manj ljudi oziroma vsaj ne brez temeljitega premisleka in daljšega načrtovanja.

Kaj pa Mercatorjevi zaposleni, predvsem mislim na tiste na vodilnih in vodstvenih položajih, ki morajo biti pri svojem delu urejeni in primerno oblečeni, ti kupujejo pri vas?

Nekaj jih prihaja, vendar bi bilo to število lahko veliko večje. Tako kot zaposleni v Mercatorju kupujemo živila in gospodinjske potrebščine v naših prodajalnah, bi lahko tudi obleko kupovali v svojih prodajalnah. Glede na veliko število poslovnih ljudi v Mercatorju in našo ponudbo, ki je namenjena predvsem tej kategoriji ljudi, bi pričakoval večji obisk.

Zato ob tej priliki prijazno vabim vse moje sodelavce v Mercatorju, seveda tudi tiste že upokojene, da nas obiščejo. Če potrebujete nov kostim, krilo ali hlače, morda zimski plašč, moško obleko, srajco, kravato ali pokrivalo, kozmetiko ali spodnje perilo, oglasite se. Svoj obisk lahko najavite tudi po telefonu. Z veseljem vas bomo postregli, vam svetovali, vam oblačila tudi popravili. Blago lahko kupite tudi na tri, štiri ali šest obrokov brez obresti z zeleno Mercator Pika kartico.

Kako gledate na ljudi, ki bi morali biti glede na svoj poklic in položaj lepo oblečeni, pa so zanemarjeni in oblečeni v neprimerna oblačila?

Jaz še vedno trdim, da obleka naredi človeka. Veste, saj ni nujno, da veliko potrošiš za obleko. Znati moraš kombinirati in vzdrževati oblačila. No, nekateri ljudje, ki so zelo zaposleni z delom včasih tudi pozabijo na svoj izgled. Tega si ne bi smeli dovoliti. Tudi obleka je del človekove osebnosti.

Ko sva že pri obleki, zakaj prodajalke v vaši blagovnici nimajo enotnih delovnih oblačil?

Svoj čas so jih imele, pa nekako niso bile ravno primerne. V trgovini s tekstilom ne morejo biti tako oblečene kot v trgovinah z živilom. Primerne obleke, kostimi, predstavljajo tudi velik strošek. Nismo še dorekli, kako bo v prihodnje.

Ko nas že tako prijazno vabite k nakupu nam povejte, katere blagovne

znamke oblačil so na vaših obešalnikih in v kateri cenovni razred se uvrščajo?

Pri težki konfekciji so zastopani domači proizvajalci; vse blagovne znamke Mure kot so Mura design, Basler za ženske in Jaguar in Carnolius za moške. Ta oblačila sodijo v srednji in višji cenovni razred. Zastopani je tudi Labod s kompletnim programom ženske konfekcije Ella Vivaldi in z moškimi srajcami Prestige. Pri hlačah zavzemata častno mesto Elkrejevi El linija in Carrier. V manjšem obsegu so zastopani še ostali slovenski proizvajalci, prav tako s kvalitetnimi izdelki. Smo tudi zastopniški distributer športne konfekcije italijanske blagovne znamke Lacoste in Jockey, začeli smo s ponudbo izjemno kvalitetnih moških pletenin in nogavic Falke. Bogata je izbira spodnjega perila domačih in znanih tujih proizvajalcev. Na voljo je tudi veliko modnih dodatkov kot so pokrivala, šali, rokavice kot nalašč primerni za noveletne obdaritve. Izdelki, ki jih ponujamo so vsečni in uporabni, kakovostni in izdelani iz dobrih materialov.

Gospod Jože Švarc, ki mu čas ni gospodar, zato nikoli ne nosi ure, je zgovoren in ugleden človek. V službi je mnogo več kot 40 ur tedensko. Z zaposlenimi se lepo razume. Z vodstvom in vzdrževalcem jih je skupaj 29, ki v povprečju mesečno ustvarijo 30 mio prometa. Meni, da so sicer dober in složen kolektiv, ki pa ga bi bilo potrebno ob vse težjem doseganju pričakovanih rezultatov, osvežiti. Predvsem bi morali imeti v svojih vrstah tudi moške prodajalce, zlasti pa ljudi, ki imajo smisel za oblačenje, so radi urejeni in že s svojo osebnostjo privabijo k nakupu. V njihovem poslu, kot je dejal gospod Jože, je zelo pomemben prvi stik s kupcem, ki podkrepjen z ustrežljivostjo in primerno komunikativnostjo zagotavlja uspeh. Ugotavlja, da trgovska šola da premalo praktičnega znanja, slabo so dijaki poučeni o psihologiji prodaje, niso večji komuniciranja. To pa je pomembno, saj se moraš v izražanju prilagoditi ravni kupca. Ti pa so različni, od preprostih do visoko izobraženih. Meni tudi, da je bil ta poklic v preteklosti razvrednoten, v trgovsko šolo pa so se vpisovali tudi taki učenci, ki za ta poklic niso imeli veselja še manj smisla.

Bi se ponovno odločili za poklic, ki ga opravljate?

Vsekakor. Delo v trgovini je zame še vedno izziv. Rad pa bi se še naprej izobraževal. Ponavadi je tako, ko si cilj zadam, ga tudi uresničim. Tako je, kdor si ne prizadeva, da bi bil boljši, tudi dober ni več.

Energijo za delo in za številne obveznosti, ki so povezane z modo, si nabira na pogostih pohodih na Šmarno goro, z rolanjem in smučanjem. K temu ga spodbujata mlajša hčerka gimnazijka Mateja in starejša, 20-letna Andreja, študentka visoke poslovne šole. Rad ima vse, kar je lepo. Naravo, romantične filme starejšega datuma, uživa na sprehodih po starem mestnem jedru zlasti v poletnem času, vseč sta mu Bled in Portorož, rad gre na dopust v Dalmacijo. Posebno mesto zavzema v njegovem življenju glasba, ki ga sprošča. Ob poslušanju Tine Turner napolni baterije, Tereza in Helena pa pobožata dušo. Še posebno rad se lepo oblači. In to izključno v Modni hiši. Obleke, hlače in jopiči so z domačih logov, srajce, kravate in čevlji italijanski. Rad je v družbi mladih, na katere tudi prenaša svoje poklicne izkušnje, zato ni nič nenavadnega, da ima izpit za mentorja. Med mladimi se tudi sam počuti mladega. In tak je tudi njegov izgled. »Blond pramenčki«, urejena frizura, vitka linija, iskriv pogled...

Prodaja v Modni hiši, tako kot v ostalih prodajalnah v središču mesta, pada. Gospod Jože ima ideje za boljšo prodajo, vendar je v tej situaciji ni mogoče spraviti v življenje. Objekt Modne hiše je v denacionalizacijskem postopku. Prav ta črv ga kljub njegovemu optimizmu in ljubezni do poklica, vse pogostejše grize.

Nada Rihtar

V deželi Kondorjev in *dramatičen boj* z višinsko boleznijo



Nisem vam hotel vzeti duše

Na indijansko vas Chivay me spominjajo petelini, ki so kikirikali tako »ubrano«, da so šli človeku lasje pokonci. Prvi snopi sončnih žarkov so plaho silili skozi lino pod vrati in se družili z drobci prahu. Nič, vstati bo treba, čeprav je glava težka in telo premrlo. Šele proti jutru sva se s Tanjo navadila na pomanjkanje kisika, poleg tega pa naju je še pošteno zeblo. Nočne temperature na višini dobrih 3.600 m rade zdrsnejo globoko pod ničlo, tudi tja do -30 Celzija in dve odeji skupaj s spalno vrečo sta bili premalo za andski mrz. Simpatična izbica, ki nama jo je odstopila prijazna indijanska družina, je sprva sicer delovala toplo, a čez noč je mrz pokazal svojo moč. Ogrevanja sobica pač ni imela. Vir toplote sva si tako morala poiskati sama. No, čeprav polna ljubezni..., sva vseeno precej premražena dočakala novo jutro.

Lastnica nama je ponudila vroč čaj in skodelico riža. Dobro dene. Začutim, kako toplota polni prezeblo telo in vrača življenje. Do odhoda avtobusa proti deželi kondorjev je še nekaj časa. Z ledeno mrzlo vodo se le dotakneva zaspanih obrazov in se izgubiva med Indijanci. Prve branjeve so zasedle svoje položaje. Vaški trg se je odel v žive in pisane barve tradicionalnih oblačil Indijancev Collaguas. Moški nosijo žive večbarvne čepice z

ušesniki, ponče in »golenke« zavezane pod kolena, ženske pa pisana krila in melone (bele klobuke s trakom).

V objektiv želim ujeti utrip vaškega življenja. Vsakič, ko želim narediti portret bodisi starejše prodajalke zelenjave, bodisi zagorelega starca, se obrneta stran, zamahmeta z roko ali pa si s klobukom zakrijeta obraz. Zagledam lepega dečka na zelenjavnem vozičku. Portret, ki bo res lep spomin. Položim prst na sprožilec. Tedaj pa oče pogabi malčka in ga z ogorčenim izrazom skrrije pred mano. Pogled ni bil samo ogorčen, bil je skoraj sovražen in govoril mi je, da sem tat. Tat obraza, duše...

Domačini so do tujcev nezaupljivi. Dajejo ti vedeti, da vdiraš v njihov svet, v njihovo skupnost, ki je pred stoletji okusila nasilje tujcev. Počutim se krivega. Popotniško pravilo »ne bodi vsiljiv« sem prekršil. Življenje snemam zdaj le s svojimi očmi.

Kanjon Colca

Z avtobusa gledam majhne prašne vasice Yanque, Achoma in Maca. Mimo njih vodi pot do kanjona Colca. Cesta je speljana po robu 6.288 metrov visokega pogorja Ampata. Kaj le raste tu gori? Ne dosti. Krompir, čebula, korenje in nekaj druge zelenjave ter riž in koruza. Nekaj malega tudi riž in ovs. Le malo premožnejši si pri delu pomagajo z govedom. Vasica Madrigal je le ena od mnogih vasic, ki ji je strahovit potres leta 1998 pustil grozovito rano. Tik za vasjo se je zemlja dobesedno pogreznila nekaj deset metrov globoko. Vasica je zdaj na samem robu zemeljskega udora. Prebivalci pa so trdoživi in polja so danes prav tako skrbno obdelana kot pred potresom.

Obrobje mogočnega kanjona Colca. Ime je dobil po istoimenski reki, ki že dolga tisočletja grize njegovo nedrje na poti v Tihi ocean. Sprva so ob njenih bregovih skrbno obdelana terasasta polja. Tu pa so le strme pečine in skalne gmo-te, ki segajo vse do višine 5.500 m in višje. Kanjon je s 3.191 m globine dvakrat globlji kot veliko bolj znani Grand Canyon. Dolgo je veljal za najgloblji kanjon na svetu, potem so odkrili sosednjega Cotahuasi, ki je še za 163 m globlji. Dostop do rečne struge je težaven in ponekod nemogoč.

Možen pa je spust po brzicah, tudi smrtonosnih. Pravijo, da je spust nepozabno doživetje. Rafting v kanjonu Colca bo prava stvar za »adrenalince«.

Z vstopom na območje kanjona, smo vstopili tudi v deželo največjih letalcev na svetu - kondorjev. Ustavimo se na točki, kjer je kanjon najgloblji. Rečne struge seveda ne vidimo. Zato pa opazimo in slišimo krila gospodarjev perujskega neba, ki jadrajo v jutranji termiki in iščejo svoj zajtrk. Najprimernejši čas za opazovanje kondorjev so jutranje in zgodnje popoldanske ure. Nekateri se spustijo predrzno nizko. Letijo proti tebi in ko že misliš, da je po tebi, gosposko spremenijo smer in te preletijo v pozdrav. Edina slaba stvar jutranjega opazovanja kondorjevih mojstrov in je, da tega ne počneš sam, ker jutranjemu preletavanju sledi še stotnja prišlekov z vsega sveta.





Dramatičen boj z višinsko boleznijo

V oči mi silijo solze in ustnice mi drgetajo, ko gledam Tanjo, kako ji s kisikovo masko in injekcijami glukoze raztopine vračajo življenje. Negibno leži na bolniški postelji in njene oči zrejo vame »Kaj nama je bilo treba priti sem gor?« Jezen sem sam nase, da sem jo peljal tako visoko, tako blizu smrti! Niti približno si nisem mogel misliti, da bo "soroche", kot pravijo višinski boleznimi domačini, udarila tako hudo. Po dveh dneh dodatne aklimatizacije v Arequipu sva bila prepričana, da sva dovolj pripravljena in odločila, da greva v 12 ur oddaljeni Cuzco. Dobrih 500 km prašnih cest andskega višavja sva želela prepotovati z dnevnim avtobusom in tako uživati v lepotah visokogorske favne in flore. Nisva slutila, da se bo vožnja po sicer čudoviti divjini sprevrgla v pravo dramo, v boj za življenje. Vse se je začelo pred nekaj urami...

Po slabih dveh urah vožnje je bila višina že preko 4.000 m. Cesta pa se je še kar vzpenjala. Vedela sva, da imava približno še tri do štiri ure vožnje nad višino 4.500 m in da se cesta tu povzpne najvišje, na okoli 5.000 m. Po približno pol ure vožnje nad 4.500 m mi Tanja prvič zaupa, da se slabo počuti, da jo boli glava in da težko diha. Skušam jo pomiriti z besedami. »Dihaj počasi in ostani mirna. Tako boš potrebovala manj kisika.« Vzame prvo tableto glukoze s požirkom kokinčnega čaja. Za trenutek je bolje. Višinomer zdaj kaže skoraj 4.800 m. Vozimo se po visokogorski planoti. Cesta je vijugasta in slaba. Višina je ves čas približno enaka. Tanja začne hlastati za zrakom, hlastanje postaja vse močnejše. Poskusiva s pogostejšim vdihavanjem alkohola, a ni nič bolje. »Primož, ne morem dihati. Zmanjkuje mi zraka«, skoraj neslišno prihaja iz Tanjinih ust. Začne jo grabiti panika, kar le še poveča potrebo po zraku. Tega pa je vse manj. Strah jo je. Litri kokinčnega čaja, tablete glukoze, vdihavanje alkohola ne pomagata. Tanja se izgublja.

Sopotnike zaprosim za pomoč. Domačini so vajeni vseh oblik višinske bolezni, ki lahko v težjih oblikah povzroči tudi smrt. Ker vsi vedo za kaj gre, mi ni potrebno dosti razlagati. Pod nos ji potisnejo stekleničko z močnim vonjem. Ne vem kaj je, a pravijo, da pomaga. Za kratek čas, tako da si malo oddahneva. A kmalu je spet slabše. Tanja izgublja zavest,

postaja omotična. Roke ji nemočno visijo ob telesu. Ne more jih dvigniti. V usta ji porinejo pomarančne olupke. S težavo jih žveči uspeva. Spet je za kratek čas bolje. Zatem pa dramatično slabše. Izguba zavesti je vse pogostejša in vse daljša. Tudi sopotniki so iz minute v minuto bolj zaskrbljeni. Vprašam, koliko je še vožnje na tej višini in kako daleč je do prvega kraja, kjer bi ji lahko nudili kisik, edino rešitev. Na žalost me odgovori ne potolažijo. Vsaj še dve uri.

Skušam prikriti paniko, ki me je zgrabila in ostati čimbolj miren. Tanjo hrabrim. Kmalu bo konec te more in kmalu bo prišla pomoč. Tanji potisnemo glavo na njena kolena, a ne pomaga dosti. Čutim, da je v njej le še iskrica življenja, glasu skoraj ni slišati, kar spravi iz sebe je zmedeno.



Izgubljam najlepše, kar se mi je zgodilo v življenju. Nisem veren, toda vsi bogovi in božanstva, varujte mojo ljubljeno! Obrazi potnikov so resni. Šofer skuša s hitrejšo vožnjo pomagati. Koliko časa je že preteklo? O, bog kako gre počasi. Minute se vlečejo v neskončnost ... O.K. Višina končno pada. Smo že blizu 4.000 m. Dobro, blizu smo ...

Tanjo nemudoma odpeljem v ambulanto. Zdravnik se iz ordinacije vrne z receptom in me napoti v lekarno. Tu je pač tako, zdravnik da recept, sam pa moraš v lekarno po zdravila. Šele nato se zdravljenje lahko začne. Kako narobe svet. Kljub redkemu zraku tečem na vso moč in se z zdravilom vrnem v ordinacijo. Pogled na tiste borne aparature in Tanjin pogled, ki prosi za življenje, me stre. Ne zdržim več. Stopim iz sobe in planem v jok. V Yauriju sem prosil za helikopterski prevoz v dolino. »Ni šans«, je bilo rečeno. Po dobrih dveh urah zdravljenja s kisikom in glukoznimi injekcijami, sva bila spet na avtobusu. Tanja si je nekoliko opomogla. Sedim na robu Tanjine bolniške postelje. Stavki, ki jih zmore, so kratki, nepovezani. Z višinsko boleznijo, gre na bolje, a zaradi umazanih pri nujenju pomoči, je dobila še precej hudo obliko grize. Hoditi ne more. Prijazna lastnica hotelčka pomaga po svojih močeh z domačo kuho. Zdravnikovi obiski se vrstijo. Kot nor sem tekal od lekarne do lekarne in »kupčkal« potrebna zdravila. Iskal sem letalski prevoz nazaj v Limo. Tu, na višini dobrih 3.600 m je še vedno previsoko. Takoj, ko bo zmogla pot do letališča, odletiva. Ni mi mar za lepote inkovske prestolnice Cuzca in bližnjega Machu Picchua, do tedaj enega mojih popotniških ciljev. Zdaj je cilj le še Lima. V dobrem tednu dni si je Tanja nekoliko opomogla. Naj bo opisana izkušnja opozorilo »soroche« udari najmočnejše, ko to najmanj pričakujete.

Primož Godler



novembrska *modna zapoved* - kakor narejeno doma

November - ni več jesen in tudi zima še ne. Mračen in temen se zdi, zato mu moda dodaja nekaj živahnih barv. Najbolj žari živo rdeča, ki krasi lahko žensko od glave do nog, sledijo pa ji bordo in vijolični toni. Te barve so še posebno priljubljene. Obuvala so tokrat izrazito barvna in zelo ortopedska, skoraj kot čolni ali pa zelo žensvena, saj so predvsem škorenjci kot nogavice. Take so tudi torbice, ki postajajo podobne torbicam naših starih mam in spominjajo ali na potovalke ali na pisma. November zahteva tudi rokavice - seveda so v barvi obuvala in torbice, ali pa posnemajo napadalne vzorce leopardove, tigrove in nekolike milejše vzorce žirafine kože. Izrazito in na daleč opazno!

Predvsem pa je to čas puloverjev. Tanjši in elegantnejši puliji so brez rokavov ali pa imajo kratke rokave in jih dopolnjujejo jopice. Morda jih bomo skrile pod mehko oprijeto jopič. Debele, grobo pletene in tudi grobo sešite puloverje bomo nosile seveda samostojno. Letošnji trend puloverjev je vtis ročnega dela, pletenja s prevelikimi pletilkami. Zanimivi so vratni izrezi, saj se vračajo oblike "ladjic" (ravno končano pletenje ob vratu, ki je sešito na ramenih), puli ovrtniki so daleč od vratu, vračajo pa se tudi globoki "V" izrezi. Volna je groba ali pa mehak moher. Veliko je rebrastega pletenja v različnih barvnih kombinacijah. Če je pulover v klasičnem tanjšem pletivu, ga bomo posodobile s krznemim dodatkom okoli vratnega izreza, na rokavih ali pa kar tako.

Za nežnejše duše moda priporoča puloverje z rožastimi vzorci. Na mehak moher so cvetlični vzorci odtisnjeni ali vpleteni, na grobem puloverju vezeni.

K "kantri" stilu puloverjev sodijo ohlapnejše, mehke in tople hlače, ki imajo to jesen rade tvid ali karo vzorce, prav taka pa so tudi krila. Predvsem daljša in na zvon oblikovana krila so posebno vabljiva. Za zahtevnejši okus pa so v tej dolžini tudi krila s položenimi gubami.

K novembrskemu spogledovanju s preteklostjo sodijo tudi letos zelo popularni pleti ali pa vsaj zelo, zelo široki šali. Šal si ovijemo čez topel kostim ali grob pulover. Lahko si ga zavežemo ali pa ga spnemo, lahko je krznen, pleten ali pa v enakem blagu kot krilo. Lahko nam pogreje ušesa ali pa le dopolni naš poznojesenski modni imidž.

V garderobi je torej letošnji november prav razkošen: mehak, topel, udoben, za sol in poper pa še malce napadalen in zapeljiv.



Lidija Jež

Čaj iz bezgovega cvetja

Pripravimo ga sproti tako, da cvetje prelijemo s kropom in ga po 15. minutah precedimo. Skodelici čaja dodamo žlico medu, še boljši pa bo, če mu dodamo tudi eno do dve žlici prekuhanega soka bezgovih jagod. Opisani čaj pa ni le zdravilo proti prehladu. Z njim si lahko pozdravite tudi kašelj, hripavost in celo katar v žrelu ali sapniku.

Čaj iz lučnikovih cvetov

Ta čaj je priporočljiv pri vseh boleznih dihal. Dovolj je, če ga pijemo teden dni zjutraj in zvečer.

Priprava: ščepec zelišča prelijemo z vrelo vodo in ga po nekaj minutah precedimo.

Kamilični čaj

Dve čajni žlici cvetov prelijemo z 1/4 litra kropa. Po 15 minutah dvignemo pokrovko in čaj precedimo. Čaj, ki ga osladimo z medom, bo pomagal pri prehladu, pozdravil pa bo tudi vsa vnetja, ki so v našem organizmu.

Jegličev čaj

Ta čaj je odlično zdravilo za vse bolezni dihal. **Pripravimo** ga tako, da dve jedilni žlici cvetov prelijemo s skodelico kropa. Pijemo ga trikrat na dan po eno skodelico, še boljši in bolj zdravilen pa je, če je oslajen z medom.

Sok oziroma sirup iz ozkolistnega trpotca

Na dan ga popijemo po tri jedilne žlice, najbolje po obroku. Trpotčev sirup prodajajo tudi v lekarnah, med drugim pa pomaga tudi za lažje izkašljevanje pri prehladih.

Sadni kis proti bolečinam v grlu

Ker prehlad pogosto spremlja tudi boleče grlo, dodajam tudi domače zdravilo za grgranje - **razredčeni sadni kis**. 1 jedilno žlico kisa razredčimo z 1,5 dcl tople vode in mešanico čim dalj časa grgramo. Po možnosti jo grgramo vsako uro, po uporabi pa jo izpljunemo. Če le moremo, na koncu popijemo vsaj majhen požirek, ki bo razkužil tudi tisti del žrela, ki ga nismo dosegli z grgranjem. Ko bolečine v grlu ne bodo več tako močne, lahko grgramo le vsaki 2 uri.

Z zelišči proti nadlogi

Zima poleg snega prinese tudi mraz in prehladi so reden gost. Zdravniki pravijo, da je prehlad virusna okužba, ki povzroča vnetje sluznic v nosu in žrelu. Že stara navada je, da prehlajenemu ponudimo topel čaj z veliko vitamina C in medu.

Iz bogate zakladnice zelišč pa tokrat nekaj preizkušenih receptov.



Zeleni recept

Približuje se nam praznični čas. Skrbi nas, kaj bomo postavili na okrašeno mizo, ne le na silvestrov večer, ampak tudi v drugih prazničnih dneh. Gospodinja ima pri tem ključno vlogo. Pripraviti praznično obloženo mizo, tašno, da bodo ob njej uživali domači in gostje, je precej zahtevna naloga.

Božični puran

Puran, pripravljen za peko, 1 velika čebula, 10 dag prekajene slanine, 4 žemlje, polovica gomolja zelene, 15 kostanjev - maronov, 3 jajca, 2,5 dcl mleka, sol in poper, čajna žlička žajblja, čajna žlička rožmarina, čajna žlička timijana, 10 dag masla, alufolija za pečenje

Čebulo olupimo in zelo drobno nasekljamo. S slanine odrežemo kožo in slanino narežemo na trakove. Narezano slanino blanširamo 3 minute v vreli vodi, jo ohladimo in narežemo na majhne kocke. Marone križno zarežemo z ostrim nožem, kuhamo jih v vodi približno 10 minut, nato pa olupimo. Zelenin gomolj očistimo, olupimo in blanširamo v slani vodi, nato pa ohladimo in narežemo na kocke. Tudi žemlje narežemo na kocke in jih v pečici pri 180° C popečemo do zlato rjave barve. Kocke slanine zlato rumeno prepražimo na 2 dag masla, dodamo čebulo in še nekaj časa pražimo. Jajca stepemo in zmešamo s približno polovico začimb. Pražene kocke slanine, marone in zelenine kocke dodamo k žemljinih kockam, zalijemo z mlekom in vse sestavine dobro premešamo. Po potrebi še solimo in popramo. S to maso napolnimo purana. Nato purana zašijemo s kuhinjsko vrvico ali zapremo z zobotrebci. Purana natremo s soljo, poprom, žajbljem, rožmarinom in timijanom. Da bo puran pri pečenju ohranil svojo obliko, perutnice zvijemo pod trup, bedra pa povežemo. Purana premažemo s stopljenim maslom in ga zavijemo v folijo, premazano s stopljenim maslom. Pečemo dobri dve uri in pol v pečici, zadnjo uro pečenja lahko folijo tudi odvijemo.

Čebulna juha

15 dag čebule, 5 dag masla, žlica moke, rezina sira (grojer), rezine belega kruha, sol

Dobro narezano čebulo dušimo v maslu, da lepo porumeni, jo potresemo z moko in še malo popražimo, zalijemo z vodo, po okusu solimo in kuhamo dobrih 15 minut. Medtem na maslu prepražimo kruhove rezine. Rezino položimo na krožnik, damo nanjo čimbolj tanke rezine sira in vse skupaj prelijemo z vročo juho. To lahko izboljšamo še z veliko žlico vinjaka in začnimo s poprom.

Gratinirana cvetača

1 glava cvetače, 2 žlici moke, 2 žlici masla, pol litra mleka, 10 dag sira (ementalec), sol in poper

Cvetačo očistimo, operemo in nalomimo cvetove. Nekaj minut naj vrejo v slani vodi, potem jih odcedimo. Iz masla, moke in mleka naredimo bolj redek bešamel. V ognjavarno posodo položimo cvetačo in kosme masla. Prelijemo z bešamelom in potresemo z naribanim sirom. Pečemo v pečici, dokler se ne naredi lepa rjava skorjica.

Mercator se predstavlja

Kratek skok v preteklost in sedanost Poslovnega sistema Mercator

Sedanja delniška družba Poslovni sistem Mercator je pravna naslednica trgovskega podjetja živila, ki je bilo ustanovljeno leta 1949. Ime Mercator se uporablja od leta 1953. V več kot 50 letni zgodovini podjetja se zrcalijo številne družbene in gospodarske okoliščine, ki so narekivale njegovo pravno organiziranost, vplivale na njegov gospodarski položaj in razvoj. Po privatizaciji največjega kapitala, ki se je lastnil v srednji Evropi, je Mercator leta 1994 postal delniška družba v lasti 63.000 malih delničarjev (fizičnih oseb) in državnih skladov. Poslovni sistem Mercator, delniška družba, je bil vpisan v sodni register leta 1995 z osnovnim kapitalom 34,718 milijard slovenskih tolarjev. Z delnicami družbe se trguje na Ljubljanski borzi v kotaciji A.

Pretežna dejavnost koncernskih družb je trgovina na veliko in drobno, pomembne dejavnosti pa so še živilsko-predelovalna industrija, kmetijstvo in storitve.

Obdobje 1997-2000 je za Mercator eno najpomembnejših razvojnih obdobj. V tem času je Mercator s prevzemi 16 ciljnih trgovskih družb v Sloveniji, intenzivnim posodabljanjem maloprodajne mreže in z gradnjo velikih nakupovalnih centrov dosegel skoraj 35% tržni

delež v Sloveniji. Število zaposlenih se je v tem obdobju od 8.500 leta 1997 povečalo na 13.000 ob koncu leta 2000.

Mercatorjevo poslanstvo

Mercator je vodilna trgovska veriga na območju Slovenije, ki želi postati pomembna trgovska veriga v državah jugovzhodne Evrope. S kakovostjo svoje ponudbe učinkovito zadovoljuje potrebe in želje potrošnikov, hkrati pa se s povečevanjem poslovne učinkovitosti primerja z najuspešnejšimi evropskimi trgovskimi verigami in dolgoročno povečuje vrednost premoženja lastnikov, pri čemer izpolnjuje obveznosti do zaposlenih in vseh ostalih interesnih skupin.

Organiziranost Poslovnega sistema Mercator

Poslovni sistem Mercator je organiziran kot koncern, za katerega je značilno, da je obvladujoča družba Poslovni sistem Mercator, d.d., Ljubljana (družba mati) večinska lastnica družb (hčerinske oziroma odvisne koncernske družbe). Pogosto za označevanje koncerna kot gospodarske družbe uporabljamo izraz »Skupina Mercator«.

V Sloveniji so trgovske družbe organizirane po regijskem principu tako, da vsaka med njimi s svojo dejavnostjo pokriva določeno geografsko območje. Vse trgovske družbe so notranje organizirane po enotnih načelih.

Mercatorjeve vrednote

1. Medsebojno zaupanje in skupinsko delo
2. Poudarjanje moralnih in etičnih vrednot v medsebojnih odnosih
3. Spodbujanje ustvarjalnosti, motivacijski način vodenja
4. Stalen osebni razvoj zaposlenih
5. Središče našega delovanja je potrošnik, stopnjevanje njegovega zadovoljstva z našo ponudbo in storitvijo

Strateški cilji

1. Povečevanje kakovosti ponudbe in zadovoljstva potrošnikov
2. Zagotavljanje rasti prodaje in povečevanje tržnega deleža
3. Povezovanje s tujimi strateškimi partnerji
4. Povečevanje poslovne učinkovitosti
5. Dolgoročni partnerski odnos s slovenskimi proizvajalci
6. Zagotavljanje socialne varnosti zaposlenih
7. Zagotavljanje kakovostnih in cenovno konkurenčnih izdelkov in storitev v netrgovski dejavnosti
8. Povečevanje vrednosti premoženja lastnikov in zagotovitev varnosti naložb posojilodajalcev



Trgovske družbe v Sloveniji:

Poslovni sistem Mercator, d.d., Ljubljana
Mercator Degro, Portorož
Mercator Dolenjska, Novo mesto
Mercator Gorenjska, Škofja Loka
Mercator Goriška, Nova Gorica
Mercator SVS, Ptuj
Potrošnik Celje, Celje
Emona Merkur
Povrtina, Maribor

Trgovske družbe v tujini:

Mercator Tižni Centar, Sarajevo
Mercator Pula, Pula
Intermercator, Celovec

V koncernu je pomembna tudi netrgovska dejavnost, ki jo opravljajo naslednje družbe:

Industrija:

Eta, živilska industrija, Kamnik
Mercator Emba, Ljubljana
Mesnine dežele Kranjske, Ljubljana
Pekarna Grosuplje, Grosuplje
Slosad, Hoče pri Mariboru

Kmetijstvo:

Mercator Agrokombinat, Krško
Mercator Kmetijsko gospodarstvo Kočevje, Kočevje
Mercator KŽK Kmetijstvo, Kranj

Gostinstvo:

M Hotel, Ljubljana
Mercator Sremič, Krško

Storitve:

Mercator Optima, Ljubljana

Organi družb

Koncern Mercator in obvladujočo družbo (družbo mater) vodi oziroma upravlja štiričlanska uprava, ki jo sestavljajo: Zoran Jankovič, predsednik uprave, Aleš Čerin, član uprave, odgovoren za področje korporacijskih zadev in netrgovine, Jadranka Dakič, članica uprave, odgovorna za področje financ, računovodstva in kontrolinga, mag. Marjan Sedej, član uprave, odgovoren za področje trženja, razvoja in investicij v trgovinski dejavnosti. Mandat članov uprave traja 5 let, imenuje jih nadzorni svet. Člani uprave so bili imenovani oktobra 1997 in februarja 1998. Uprava je za svoje delo odgovorna nadzornemu svetu in skupščini delničarjev.

Posamezne koncernske družbe vodijo uprave družb, ki so lahko več članske ali pa družbo vodi posameznik. Te družbe so organizirane kot delniške družbe ali pa kot družbe z omejeno odgovornostjo. Koncernske družbe imajo svoj nadzorni svet in skupščino delničarjev oziroma družbenikov. Ker je večinski lastnik teh družb obvladujoča družba, so vodilni ljudje organov družb predstavniki lastnika. V nadzornem svetu družb so tudi predstavniki zaposlenih.

Nadzorni svet

Obvladujoča družba Mercator ima 14 članski nadzorni svet, v katerem je polovica predstavnikov lastnikov, polovica predstavnikov zaposlenih.

Predsednik nadzornega sveta je mag. Stanislav Valant, direktor Nacionalne finančne družbe. Člane nadzornega sveta imenuje skupščina delničarjev, člane iz vrst zaposlenih pa svet delavcev koncerna. Mandat članov nadzornega sveta je 4 leta.

Skupščina delničarjev

Skupščina delničarjev je organ lastnikov - delničarjev, ki se praviloma sestane enkrat letno. Skupščine se lahko udeleži vsak delničar, ki glasuje o predlogih sklepov po načelu 1 delnica 1 glas.

Svet delavcev koncerna

V skladu s slovensko zakonodajo je izvolitev sveta delavcev pravica in ne dolžnost delavcev. Glede na to, da ima večina Mercatorjevih družb v Sloveniji izvoljene svete delavcev, njihovi predstavniki sestavljajo svet delavcev koncerna.

Konferenca sindikata koncerna

V družbah, ki sestavljajo koncern delujejo osnovne organizacije sindikata – pretežno je reprezentativni sindikat Zveza svobodnih sindikatov Slovenije, ki se povezujejo v konferenco sindikata koncerna. Mercator nima delavskega direktorja.

Posvetovalni organi

Kolegij direktorjev odvisnih družb – kolegij vodi predsednik uprave Mercatorja, člani pa so direktorji vseh Mercatorjevih družb

Kolegij komercialnih direktorjev odvisnih družb – kolegij vodi član uprave za trženje, razvoj investicij v trgovinski dejavnosti. Člani kolegija so poleg komercialnih direktorjev družb tudi podpredsednik za komercialo, podpredsednik za mednarodno sodelovanje ter direktorji sektorjev za trženje, marketing, razvoj in informatiko v obvladujoči dužbi.

Kolegij finančno računovodskih direktorjev odvisnih družb – kolegij vodi članica uprave za finance, računovodstvo in kontroling, poleg direktorjev finančnih in računovodskih sektorjev družb sta člana kolegija še direktor financ in direktor kontrolinga in računovodstva v obvladujoči družbi.

Lastniška struktura Poslovnega sistema Mercator, d.d.

33% Fizične osebe
20% Pooblaščenice investicijske družbe
13% Slovenski Odškodninski sklad
17% Kapitalski sklad
17% Ostale pravne osebe

Drobci

Na Mercatorjevih policah je 77% blaga slovenskih proizvajalcev in le 23% uvoženega.

61% vsega potrebnega blaga Mercator nabavlja pri 70 dobaviteljih. 30. junija letos je imel Mercator 954 maloprodajnih enot. Povprečna prodajna površina je okoli 400 kvadratnih metrov.

Redno potekajo pospeševalno-prodajne akcije, v katere se vključujejo izdelki iz vseh prodajnih programov, cenovno konkurenčnost pomenijo trajno nizke cene, trgovska znamka Mercator in izdelki, ki glede na sezonsko aktualnost sodijo v slovensko košarico.

V Mercatorjevih družbah je skupaj zaposlenih okoli 13.000 delavcev.

Mercator se predstavlja

Kratak skok u prošlost i sadašnjost Poslovnog sistema Mercator

Sadašnje dioničarsko društvo Poslovni sistem Mercator je pravna nasljednica trgovačkog poduzeća živila osnovanog 1949. godine. Ime Mercator upotrebljava se od 1953. godine. Više od 50 godina postojanja Mercatora odlikava mnogobrojne društvene i ekonomske okolnosti koje su diktirale njegovu pravnu organizaciju, utjecale na njegov gospodarski položaj i razvoj. Nakon privatizacije najvećeg kapitala koji se privatizirao u srednjoj Evropi, Mercator je 1994. godine postao dioničarsko društvo u vlasništvu 63.000 malih dioničara (fizičkih osoba) i državnih fondova. Poslovni sistem Mercator, dioničarsko društvo, upisan je u sudski registar 1995. godine s osnovnim kapitalom od 34,718 milijardi slovenskih tolara. Dionicama toga društva trguje se na Ljubljanskoj burzi u kotaciji A. Pretežnu djelatnost koncernskih društva predstavlja trgovinu na veliko i malo, a značajne djelatnosti su i prehrambeno-prerađivačka industrija, poljoprivreda i usluge.

Period 1997-2000 za Mercator znači jedno od najvažnijih razvojnih razdoblja. Za to vrijeme Mercator je zahvaljujući preuzimanju 16 ciljanih trgovačkih društava u Sloveniji, uz intenzivnu modernizaciju maloprodajne mreže i izgradnju velikih prodajnih centara, postigao skoro 35 % tržišni udio u Sloveniji. Broj zaposlenih se u tom periodu

povećao sa 8.500 zaposlenih 1997. godine na 13.000 krajem 2000. godine.

Mercatorovo poslanstvo

Mercator predstavlja vodeći trgovački lanac na teritoriji Slovenije koji želi postati ugledan trgovački lanac u državama jugoistočne Evrope. Kvalitetom svoje ponude on efikasno zadovoljava potrebe i želje potrošača, a ujedno s povećavanjem poslovne učinkovitosti može se upoređivati s najuspješnijim evropskim trgovačkim lancima. On dugoročno povećava vrijednost imovine vlasnika, ispunjavajući pri tome svoje obaveze prema zaposlenima i svim ostalim interesnim skupina.

Organiziranost Poslovnog sistema Mercator

Poslovni sistem Mercator je organiziran kao koncern za kojeg je karakteristično da ovladavajuće društvo Poslovni sistem Mercator, d.d., Ljubljana (majčinsko društvo), predstavlja većinsku vlasnicu društava (kćerinska, odnosno ovisna koncernska društva). Često se za označavanje koncerna kao gospodarskog društva koristi izraz »Skupina Mercator«.

U Sloveniji su trgovačka društva organizirana po regionalnom principu, tako da svako od njih svojom djelatnošću pokriva određeno geografsko područje. Sva trgovačka društva su unutarnje organizirana po jednovitim načelima.

Mercatorove vrijednosti

1. Međusobno povjerenje i timski rad
2. Isticanje moralnih i etičkih vrijednosti u međusobnim odnosima
3. Poticanje kreativnosti, motivacijski način vođenja
4. Kontinuiran razvoj ličnosti zaposlenih
5. Središte našega djelovanja je potrošač, povećavanje njegovog zadovoljstva našom ponudom i uslugom

Strateški ciljevi

1. Povećanje kvalitete ponude i zadovoljstva potrošača
2. Osiguravanje rasta prodaje i povećavanje tržišnog udjela
3. Povezivanje sa stranim strateškim partnerima
4. Povećavanje poslovne učinkovitosti
5. Dugoročan partnerski odnos sa slovenskim proizvođačima
6. Osiguravanje socijalne bezbjednosti zaposlenih
7. Osiguravanje kvalitetnih i cijenovno konkurentnih proizvoda i usluga u netrgovačkoj djelatnosti
8. Povećavanje vrijednosti imovine vlasnika i osiguravanje bezbjednosti investicija kreditodavaca



se predstavlja



Trgovačka društva u Sloveniji:

Poslovni sistem Mercator, d.d., Ljubljana
Mercator Degro, Portorož
Mercator Dolenjska, Novo mesto
Mercator Gorenjska, Škofja Loka
Mercator Goriška, Nova Gorica
Mercator SVS, Ptuj
Potrošnik Celje, Celje
Emona Merkur
Povrtina, Maribor



Trgovačka društva u inostranstvu:

Mercator Tržni Centar, Sarajevo
Mercator Pula, Pula
Intermercator, Celovec

U koncernu je značajna i netrgovačka djelatnost kojom se bave sljedeća društva:

Industrija:

Eta, prehrambena industrija, Kamnik
Mercator Emba, Ljubljana
Mesnine dežele Kranjske, Ljubljana
Pekarna Grosuplje, Grosuplje
Slosad, Hoče pri Mariboru

Poljoprivreda:

Mercator Agrokombinat, Krško
Mercator Kmetijsko gospodarstvo Kočevje, Kočevje
Mercator KŽK Kmetijstvo, Kranj

Ugostiteljstvo:

M Hotel, Ljubljana
Mercator Sremič, Krško

Usluge:

Mercator Optima, Ljubljana

Organi društava

Koncern Mercator i ovladavajuće društvo (majčinsko društvo) vodi, odnosno upravlja četiričlana uprava u sastavu: Zoran Janković, predsjednik uprave, Aleš Čerin, član uprave odgovoran za područje korporacijskih poslova i netrgovine, Jadranka Dakič, članica uprave odgovorna za područje financija, računovodstva i kontrolinga, mag. Marjan Sedej, član uprave odgovoran za područje marketinga, razvoja i investicija u trgovinskoj djelatnosti. Mandat članova uprave traje 5 godina, a imenuje ih nadzorno vijeće. Članovi uprave bili su imenovani oktobra 1997. i februara 1998. Uprava je za svoj rad odgovorna nadzornome vijeću i skupštini dioničara.

Pojedina koncernska društva vode uprave društava koje mogu imati više članova ili samo jednog člana. Ta su društva organizirana kao dioničarska društva ili kao društva s ograničenom odgovornošću. Koncernska društva imaju svoje nadzorno vijeće i skupštinu dioničara, odnosno društvenika. Pošto je većinski vlasnik tih društava ovladavajuće društvo, vodeći ljudi organa društava su predstavnici vlasnika. U nadzornome vijeću društava su također i predstavnici zaposlenika.

Nadzorno vijeće

Ovladavajuće društvo Mercator ima nadzorno vijeće koje se sastoji od 14 članova, a u njemu je polovina predstavnika vlasnika i polovina predstavnika zaposlenika. Predsjednik nadzornog vijeća je mag. Stanislav Valant, direktor Nacionalnog financijskog društva. članove nadzornog vijeća imenuje skupština dioničara, a članove iz vrsta zaposlenika savjet radnika koncerna. Mandat članova nadzornog vijeća traje 4 godine.

Skupština dioničara

Skupština dioničara je organ vlasnika – dioničara i po pravilu se sastaje jednom godišnje. Na skupštini može učestvovati svaki dioničar koji glasuje o prijedlozima rješenja po načelu 1 dionica 1 glas.

Savjet radnika koncerna

U skladu sa slovenskim zakonodavstvom biranje članova savjeta radnika predstavlja pravo, a ne dužnost radnika. S obzirom na to da većina Mercatorovih društava u Sloveniji ima izabrane savjete radnika, njihovi predstavnici sastavljaju savjet radnika koncerna.

Konferencija sindikata koncerna

U društvima koja ulaze u sastav koncerna djeluju osnovne organizacije sindikata – pretežno je reprezentativni sindikat Savez slobodnih sindikata Slovenije, koje se povezuju u konferenciju sindikata koncerna. Mercator nema svog radničkog direktora.

Konsultativni organi

Kolegijum direktora ovisnih društava – kolegijum vodi predsjednik uprave Mercatora, a članovi su direktori svih Mercatorovih društava. Kolegijum komercijalnih direktora ovisnih društava – kolegijum vodi član uprave za marketing, razvoj investicija u trgovinskoj djelatnosti. Članovi kolegijuma su pored komercijalnih direktora društava i podpredsjednik za komercijalne poslove, podpredsjednik za međunarodnu suradnju te direktori sektora za prodaju, marketing, razvoj i informatiku u ovlađujućem društvu.

Kolegijum finansijsko-računovodskih direktora ovisnih društava – kolegijum vodi članica uprave za financije, računovodstvo i kontroling, pored direktora finansijskih i računovodskih sektora društava članovi su kolegijuma i direktor financija te direktor kontrolinga i računovodstva ovlađavajućeg društva.

Vlasnička struktura Poslovnog sistema Mercator, d.d.

- 33% Fizičke osobe
- 20% Ovlaštena investicijska društva
- 13% Slovenski Odštetni fond
- 17% Kapitalski fond
- 17% Ostale pravne osobe

Sitnice

Na Mercatorovim policama nalazi se 77% robe slovenskih proizvođača i samo 23% uvezene robe.

61% ukupne potrebne robe Mercator nabavlja od 70 dobavljača.

30.6.2000 Mercator je imao 954 maloprodajne jedinice. Prosječna prodajna površina iznosi oko 400 kvadratnih metara.

Redovito se provode prodajne akcije u koje su uključeni proizvodi iz svih prodajnih programa, cijenovnu konkurenciju osiguravaju trajno niske cijene, trgovačka marka Mercator i proizvodi koji s obzirom na sezonsku aktualnost spadaju u slovensku košaricu.



Nagradna križanka

MORSKA OŽINA MED EVROPO IN AZIJO, ŠIROKA DO 3 KILOMETRE		SESTRA ANTIGONE V GRŠKI MITOLOGIJI	PTIČ PEVEC	NAŠ SKLADATELJ (GOJMIJ)	VRSTA MUZIKE (DVE BESEDI)	LETOVIŠČE V BOKI KOTORSKI	IGRA S KARTAMI							
PECIVO IZ JAJC, SLADKORJA IN MOKE														
PRIPRAVA NA JAHALNIH SKORNIJH														
NAŠ SUKAR (HINKO)														
NALIVNO PERO (ŽARGONSKO)														
--- IN ON				PREPROSTO OROŽJE PRIPRAVA ZA DELO										
ŽLAHTNI PLIN						PIJAČA ZA MRZLE DNI	POSTOPNO PRENEHANJE DELOVANJA	KRAJ V HRVASKEM PRIMORJU	GLAVNO MESTO TURCIJE	GOROVJE MED MORAVO IN TIMOKOM	OKRAJŠAVA ZA "SREDNJI"	KANON	ŽELEZNIŠKA KOMPOZICIJA	ZELENIČA V PUŠČAVI
PRIZADEVNOST, AKTIVNOST		ŠPORTNO OBLAČILO	PRERAČUN- LJIVOST ZORANA ZEMLJA											
OSTER NADZOR (DVE BESEDI)														
TATICA											MEHIŠKI PESNIK (OCTAVIO) IVO ANDRIČ			
HRVAŠKI IGRALEC BAŠIČ						POKRAJINA V SENEGALU IGRALEC FLYNN						ZLOG V BESEDI PIKADO		
BOGDAN NOVAK			KRAJŠA RAZPRAVA ENOTA ZA TLAK				ŽELEZOV OKSID PESNIK OVID					POSEST V SREDNJEM VEKU	LJUDSKO IME ZA ŠTORKLJO	KRIŽANKE OBUDIJO SPOMINI
SUKANEC				KMEČKO ORODJE 25. IN 13. ČRKA						RIMSKA BOGINJA JEZE	FRANC ŠTRUKELJ IZVOR			NORVEŠKA POP SKUPINA
ARZENAL									HRVAŠKO M. IME TONE PAVČEK					
LJUDSKO IME ZA KAMNINO SKRIL					YAS NAD ŽELEZNIKI (DVE BESEDI)									
KATRAN				SESTAVIL: JOŽE PETELIN	LEOPARDOVA SAMICA									

Za pravilno rešitev križanke v prejšnji številki časopisa, nagrade prejmejo:

1. Joža Ponikvar, Rožna dolina cesta IX/št., 1111 Ljubljana,
2. Franc Češarek, Cesta Notranjskega odreda 8, 1317 Sodražica,
3. Helena Pogorelec, Nemška vas 4, 1310 Ribnica.

Nagrade bomo poslali po pošti.

Rešitve pošljite do 15. decembra 2000 na naslov:

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

Ali ste že napolnili vaš hladilnik?



Mercator
Trgovska znamka



Ozimnica



ETA, živilska industrija, d.d.,
1241 Kamnik, Kajuhova pot 4
tel.: 01 / 830 84 00

Eta – srce dobre kuhinje

Paket Ozimnica
6x720 ml 2 x Kamniške kumarice
2 x Rdeča pesa
1 x Paprika fileti beli
1 x Mešana solata

Paket Kumarice
6x720 ml 6 x Kamniške kumarice

Paket Rdeča pesa
6x720 ml 6 x Rdeča pesa

Paket Ajvar
6x720 ml 6 x Nepekoči ajvar

Paket Paprika
6x720 ml 6 x Paprika fileti beli

Paket Paprika paradižnik
4x720 ml 4 x Paradižnikova paprika

Paket Mešana solata
6x720 ml 6 x Mešana solata

Paket Marmelade in kompoti
6x720 ml 2 x Marelična marmelada sladka
1 x Mešana marmelada sladka
1 x Slivova marmelada sladka
2 x Višnjevi domači kompot razkoščen

Paket Kislo zelje
6x720 ml 6 x Kislo zelje

Paket Kisla repa
6x720 ml 6 x Kisla repa

Paket Prebranec
4x850 g 4 x Prebranec