



# VETER

MAJ 2015

TISKOVINA

**2. KONFERENCA ZA MALA IN SREDNJA  
PODJETJA (MSP) - MEMORANDUM MSP  
"Več kisika podjetniškemu ognju!"**

**3 - 10**

**dr. Miro Cerar: Pozitivni trendi za  
zagon in optimizem MSP**

**3**

**Pomladni veter 2015 - Jana Tolja:  
"Rezultati mestnega marketinga  
v Kopru so vidni!"**

**12 - 13**

**Napovedujemo: EXPO 2015 | 28**



# Zakaj in kako zaustaviti beg možganov?

► Piše: dr. Aleksander Zadel



dr. Aleksander ZADEL

**P**reprosto vprašanje, ki se porodi, ko nas zaskrbi kakšne bodo posledice sodobnih migracijskih tokov, ko se po dolgem času vse več mladih odloča, da bo svojo življenjsko pot nadaljevalo kje drugje kot v domovini v kateri so se rodili, izšolali in usposobili za samostojno delo. Izkušnje iz preteklosti kažejo, da do migracij prihaja takrat, ko posameznik oceni, da je verjetnost, da bo kje drugje našel boljše okoliščine, ki bi mu omogočile dostojno življenje. Obstaja več vrst migracij, ekonomske, politične, vojaške, verske... kaj vse ni razlog, da bi od nekje pobegnili. Če predpostavimo, da je postopek "ukoreninjenja" v drugi kulturi bistveno težji, kot doma, mora imeti posameznik zelo dobre razloge, da se odloči za odhod iz dežele v kateri ima državljske pravice.

Bistveno bolj zaskrbljujoče kot je dejstvo, da vse več mladih išče pot v tujino, je dejstvo, da se politika sprašuje kako zaustaviti beg možganov. Dva razloga za skrb sta ključna. Politika ne vidi, da je kaj narobe in ne vidi, da obstajajo razlogi, da mladi, izobraženi kadri odhajajo v tujino. Druga skrb pa se nanaša na to, da se politiki sprašujejo

kako mlade prepričati, da ostanejo doma. Odgovor je razmeroma preprost. Mladi v domovini ne vidijo, da obstajajo okoliščine v katerih bi se lahko realizirali, v katerih bi lahko poskrbeli zase in za svoje potrebe, v katerih bi si lahko uredili življenje, v katerih bi lahko resno računali, da se bodo po nekaj letih dela lahko finančno osamosvojili in ustvarili družino. Ni potrebno nikogar prepričevati naj ostane. Dovolj je, da se ustvarijo pogoji v katerih bi mladi lahko realizirali zgornje cilje.

Na tej točki pogrešam strategijo vsakokratne vlade. Razumem, da mora vsakokratna vlada krmariti med gasilskimi in strateškimi ukrepi. Če se preveč ukvarja s strategijo in dolgoročnimi učinki, ne bomo dočakali jutrišnjega dne. Če pa se preveč ukvarja s "pojutrišnjem", potem ne bomo dočakali jutrišnjega dne. Sedanja vlada je povlekla nekaj dobrih potez vezanih na rešitev nekaterih trenutnih gospodarskih zagat. Žal se še ne kažejo obrisi zavedanja odgovornosti do pojutrišnjega dne. Prevečkrat slišimo in beremo predstavnike vlade, ko napovedujejo spremembe v tretji osebi. Dokler ne bo osebna odgovornost nosilcev javnih funkcij tista, ki bo poganjala kolo sprememb, se nam ne piše najbolje.

Zato sem se v tem zapisu tudi sam izognil naštevanju, da bi vlada morala narediti to in ono, da bi zmanjšali odliv naših "možganov" na tuje. Gre za srčiko težave. Sedaj smo nekaj let reševali kapital. Čas je, da začnemo reševati posameznika, mlade in na koncu vse nas. S primernimi gospodarskimi pogoji, ki ne bodo nujno boljši kot so v tujini, toda vsaj primerljivi, bomo ustvarili pogoje kjer bo vsak tehtno premislil, kje se mu pogoji seštejejo v boljši rezultat. Takrat bomo vsi bolj brez skrbi.

## KAZALO

02 UVODNIK

03 - 10 2. KONFERENCA MSP

03 Dr. Miro Cerar:  
"Pozitivni gospodarski trendi za zagon in optimizem MSP"

04 Dr. Miroslav Rebernik:  
"Dremav podjetniški duh Slovenije"

06 mag. Brane Lotrič:  
"Od vlade pričakujemo ..."

07 Avstrija druga največja vlagateljica

08 - 09 MEMORANDUM MSP

11 NAPOVEDUJEMO

12 Jana Tolja - POMLADNI VETER 2015



14 - 21 NOVOSTI ZA ČLANE

22 VPRAŠANJA IN ODGOVORI

24 NAGRADE NAŠIM ČLANOM

26 IZ DELA SEKCIJ IN ZDRUŽENJ

28 EXPO 2015



# Pozitivni gospodarski trendi za zagon in optimizem MSP - poslovno gospodarstvo s 60 odstotki dodane vrednosti



dr. Miro CERAR, predsednik vlade RS

Predsednik Vlade Republike Slovenije dr. Miro Cerar je nagovoril udeležence 2. Konference za mala in srednja podjetja na Gospodarski zbornici Slovenije, ki je letos potekala pod imenom »Več kisika podjetniškemu ognju«. Ob tem je premier izrazil zavedanje, da si mora prav vlada prizadevati za okolje, ki bo podjetnikom omogočilo lažje zadihati, ter pri tem navedel nekaj vladnih usmeritev, ki bodo tudi malim in srednjim podjetjem dala več kisika za njihovo poslovno ognjevitost.

## MSP ZAPOSLUJEJO DVE TRETJINI LJUDI V POSLOVNEM GOSPODARSTVU

Mala in srednje podjetja imajo v Sloveniji izjemno pomembno vlogo, je izpostavil predsednik vlade, saj predstavljajo okoli 99 odstotkov vseh podjetij, zaposlujejo več kot dve tretjini ljudi v tako imenovanem poslovnem gospodarstvu, in ustvarijo več kot 60 odstotkov dodane vrednosti. Zato malim in srednje velikim podjetjem, tako slovenska vlada kot tudi EU namenjata posebno pozornost.

Ob naporih za izhod iz gospodarske krize je po besedah premierja treba paziti, da nas sedanji pozitivni trendi ne smejo uspavati. »Nasprotno, vložiti moramo še več napora, da jih nadalje spodbudimo. Predvsem pa

moramo iz njih črpati dodaten zagon in optimizem za nadaljevanje nujno potrebnih ukrepov za nadaljnje gospodarsko in socialno okrevanje in razvoj,« je poudaril predsednik vlade.

Vlada je v tej smeri že izvedla nekatere pomembne aktivnosti, pripravlja pa še vrsto sprememb in ukrepov s ciljem izboljšanja zakonodajnega in poslovnega okolja, je dejal premier dr. Cerar. Skupni namen teh ukrepov je zagotoviti boljše možnosti za nastajanje, rast in razvoj podjetij in s tem večjo konkurenčnost slovenskega gospodarstva.

Ob tem je naštel vrsto ukrepov, s katerimi namerava vlada naprej spodbujati gospodarsko rast in zaposlenost. Med njimi je omenil ukrepe za izboljšanje dostopa malih in srednjih podjetij do virov financiranja, pri čemer je napovedal, da bo več sredstev namenjenih povratnim virom financiranja, pri nepovratnih pa bo potrebna večja selektivnosti in razvojna usmerjenost.

## VLADA BO PREOBLIKOVALA DAVČNO BREME

Vlada pripravlja spremembe tudi na davčnem področju, in sicer v smeri večjega obsega pobranih davkov ter prestrukturiranja davčnih bremen. V Sloveniji je delo prekomerno obremenjeno, je ocenil predsednik vlade in dodal, da bodo nekatere spremembe pripravljene še letos, konkretnije pa v letu 2017. Na drugi strani pa se bo vlada osredotočila

tudi na odpravo administrativnih ovir in na učinkovitejšo pobiranje davkov, kar bo zagotovilo večjo horizontalno pravičnost sistema, je povedal premier. Ta se bo dosegla z davčnimi blagajnami, ki bodo onemogočale izogibanje plačilom davkov. Razprava o osnutku zakona, ki bo uvedel davčne blagajne je končana, Ministrstvo za finance pa preučuje prejete pripombe na zakon. Predvidoma naj bi bil predlog zakona dokončan do konca meseca, je še dejal predsednik vlade.

Premier je napovedal tudi deregulacijo poklicev v več dejavnostih, izboljšanje pogojev za delovanje na tujih trgih ter pripravo strategije pametne specializacije.

## MSP ODLOČNEJE NA TUJE TRGE

Državni sekretar na ministrstvu za gospodarstvo Aleš Cantarutti je ob tem izpostavil, da bi se lahko mala in srednja podjetja odločneje podala na tuje trge, saj je internacionalizacija pomembna tudi zanje. Pri tem je spomnil, da se je namreč vrednost slovenskega izvoza lani povečala za približno šest odstotkov, več kot petodstotno rast pa je mogoče pričakovati tudi letos.



Zbrane na 2. konferenci MSP je pozdravil predsednik vlade RS dr. Miro Cerar

## Dremav podjetniški duh Slovenije

► Piše: Prof. dr. Miroslav Rebernik

Ekonomsko-poslovna fakulteta Univerze v Mariboru

Vodja slovenskega dela svetovne raziskave Globalni podjetniški monitor

Zaznavanje poslovne priložnosti je temeljni pogoj, da se sproži proces oblikovanja poslovne ideje in njenega postopnega preraščanja v podjetje. Iskanje priložnosti in njihovo preoblikovanje v podjetje, ki bo lahko ponudil strankam tisto, kar potrebujejo, je osrednje torišče delovanja podjetnikov, ki imajo različne značilnosti, sposobnosti in ambicije ter se tudi različno odzivajo na razmere, v katerih delujejo. Spoznavanje teh značilnosti in proučevanje dejavnikov, ki vplivajo nanje in s tem na celoten podjetniški sektor, je tudi osrednja tema, ki jo proučuje Globalni podjetniški monitor že vse od leta 1999. Gre za največjo raziskavo podjetništva na svetu, v kateri Slovenija sodeluje od leta 2002 dalje, kar nam omogoča, da se primerjamo s svetom in lahko tako na slovensko podjetništvo pogledamo s širšega zornega kota.

### Najnoviji rezultati te svetovne raziskave za Slovenijo niso zelo razveseljivi.

Še zlasti zaskrbljuje upad zaznavanja priložnosti, ki je še izrazitejši kot leta 2013, tako da je Slovenija zadnja v Evropi (Slika 1) in že skoraj povsem na repu vseh držav, sodelujočih v raziskavi. Predvsem je kritično, da se v Sloveniji trend upadanja zaznavanja poslovnih priložnosti še kar nadaljuje. Leta 2007 je še skoraj polovica prebivalstva menila, da se bodo v njihovem okolju pojavile dobre poslovne priložnosti, leta 2009 je ta delež padel na 30 %, v naslednjih letih se je padanje nadaljevalo in v letu 2014 je samo še 17 % odraslega prebivalstva videlo potencialne poslovne priložnosti. Medtem ko so države, ki so v preteklih letih delale družbo Sloveniji na zadnjih mestih, napredovale, se je Slovenija pomaknila na sam rep evropske lestvice in med evropskimi državami zaseda zadnje mesto. Na predzadnjih mestih na repu lestvice delata družbo Sloveniji še Hrvaška (18 %) in BiH (20 %). Države PIGS so v letu 2014 izkazovale bolj optimistično sliko od Slovenije: Portugalska 23 %, Italija 27 %, Grčija 20 % in Španija 23 %. Nizka stopnja zaznanih priložnosti v državah, ki imajo težave z gospodarskim razvojem, ni le zelo pomemben podatek za vlade teh držav, ampak tudi za številne institucije, infrastrukturne ustanove ter seveda izobraževalni sektor, ki lahko pomagajo pri graditvi zmogljivosti posameznikov za pre-

poznavanje priložnosti. Seveda k nižanju zaznavanja poslovnih priložnosti prispeva tudi trenutno gospodarsko stanje, saj je v krizi realno manj priložnosti, ker je manj uspešnih podjetij, ki bi dajale posel manjšim, kupna moč je zmanjšana, s tem pa tudi možnosti da bi določena, čeravno dobra ideja, uspela. Drug takšen dejavnik pa je tesno povezan z delovanjem države, ki namesto da bi podpirala podjetniško prakso, le-to pogosto otežkoča s slabo delujočim bančnim sistemom, zapletenimi in pogosto nejasnimi administrativnimi zahtevami in obremenitvami podjetij z različnimi podatki.

### Slovenija je pod povprečjem tudi pri deležu posameznikov, ki se nameravajo v prihodnjih letih lotiti podjetništva.

V Sloveniji je lani dobrih 12 % odraslih prebivalcev izrazilo podjetniške namere, da se bodo v prihodnjih treh letih začeli ukvarjati s podjetništvom (potencialni podjetniki). Toda te namere še ne pomenijo tudi visoke dejanske podjetniške aktivnosti, kar se kaže v tem, da le 3,8 % posameznikov tudi dejansko realizira svojo podjetniško namero in se loti aktivnosti za začetek poslovanja (nastajajoči podjetniki). Še manj je tistih, ki jim uspe svoj podjetje razvijati dlje in kot novi podjetniki poslušajo več kot tri mesece in manj kot tri leta in pol – leta 2014 jih je bilo v Sloveniji 2,7 %. Ustaljenih podjetnikov, torej tistih, ki poslušajo dlje kot 42 mesecev, pa je bilo 4,8 %. Poslovan-

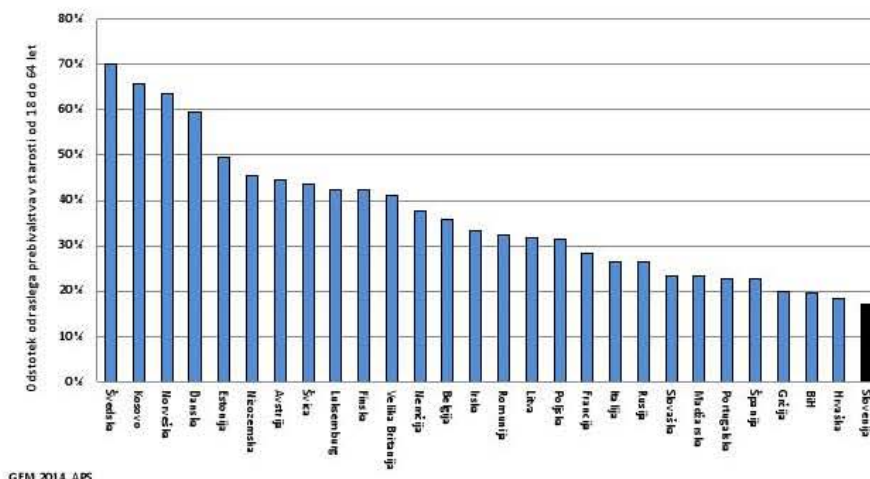


Prof. dr. Miroslav Rebernik

je je v zadnjih 12 mesecih opustilo 1,5 % odraslega prebivalstva.

### Raziskava tudi ugotavlja da so egalitaristične težnje v Sloveniji zelo visoke.

Na vprašanje, ali menijo, da bi bilo večini ljudi v Sloveniji ljubše, če bi imeli vsi približno enako raven standarda, jih je kar 82 % odgovorilo pritrdilno (Slika 2). V državah Evropske unije, ki sodelujejo v raziskavi GEM, je recimo delež ljudi, ki menijo, da bi bilo primerno, da bi vsi imeli enako raven življenjskega standarda, v povprečju



Slika 1: Zaznavanje poslovnih priložnosti v Evropi



63 %. Težnja po enakosti dohodkov deluje na podjetništvo kontraproduktivno: med tistimi odraslimi, ki slovenske družbe ne razumejo egalitaristično, jih poslovne priložnosti zaznava skoraj četrtina (24 %), med tistimi, ki zaznavajo visoko stopnjo egalitarizma pa jih zgolj 16 % v okolju hkrati zaznava tudi obetavne poslovne priložnosti.

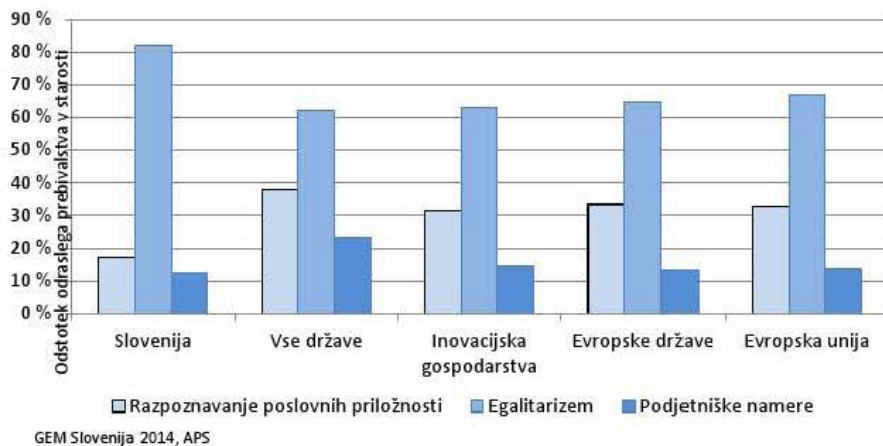
»Podjetniška zaspansost« Slovenije je tudi sicer dobro razvidna – v vseh proučevanih skupinah podjetnikov smo pod povprečjem skupin držav, s katerimi smo se primerjali. Nastajajočih in novih podjetnikov je pol manj, kot je povprečje vseh 72 držav, ki so sodelovale v raziskavi, posledično pa velja enako za celotno zgodnjo podjetniško aktivnost. Precejšnje razlike se kažejo tudi pri primerjavi z inovacijskimi gospodarstvi, Evropsko unijo in vsemi evropskimi državami. Tudi primerjava ustaljenih podjetnikov kaže podobno sliko, saj jih je manj kot v drugih skupinah primerjanih držav. V Sloveniji je tudi poslovati prenehalo manj podjetnikov kot v drugih skupinah držav. Razlike med Slovenijo in povprečji inovacijskih gospodarstev, evropskih držav in držav EU pa so večje kot leto prej, kar je skrb vzbujajoč trend.



Ugledni gosti na 2. konferenci MSP

podjetnikov zaradi priložnosti. Takšen trend sprememb je pričakovan, saj so se v vseh šestih proučevanih letih stopnje brezposelnosti v Sloveniji večale, pa tudi sicer se je zmanjševalo število zaposlenih oseb. Razmerje med tema dvema primerjanima skupinama motivov se je torej poslabšalo, kar je slaba novica, saj so podjetniki zaradi nujnosti v principu manj razvojno naravnani in tudi manj zaposlujejo.

jo, kakšne so administrativne obremenitve podjetja itd. Različne države in regije imajo različno strukturo in kakovost posameznih okvirnih pogojev za podjetništvo, s tem pa tudi drugačna »pravila igre«, kar pomembno vpliva na podjetniško aktivnost. GEM ocenjuje devet temeljnih pogojev, ki so pomembni za nastajanje in razvoj podjetij, njihovo kakovost pa ocenjujemo s pomočjo anketiranja nacionalnih izvedencev, ki so podali svoja mnenja in sodbe o posameznih pogojih v njihovem nacionalnem gospodarstvu. Izkaže se, da za povprečjem držav EU najbolj zaostajamo pri kulturnih in družbenih normah, ki podpirajo oziroma zavirajo podjetniško aktivnost. Nizke ocene so leta 2014 slovenski izvedenci namenili tudi vladnim politikam, in sicer v tistem delu, ki se nanaša na regulativo ter prenos raziskav in razvoja v podjetniško prakso, kar prav tako velja za večino drugih držav udeleženk GEM. Na spodnji Sliki 3 kažemo primerjavo posameznih elementov podjetniškega ekosistema med Slovenijo, Avstrijo in Evropsko unijo, iz katere so lepo razvidna področja, kjer so v Sloveniji še posebej potrebna izboljšanja.



Slika 2: Razpoznavanje poslovnih priložnosti, egalitarizem in podjetniške namere

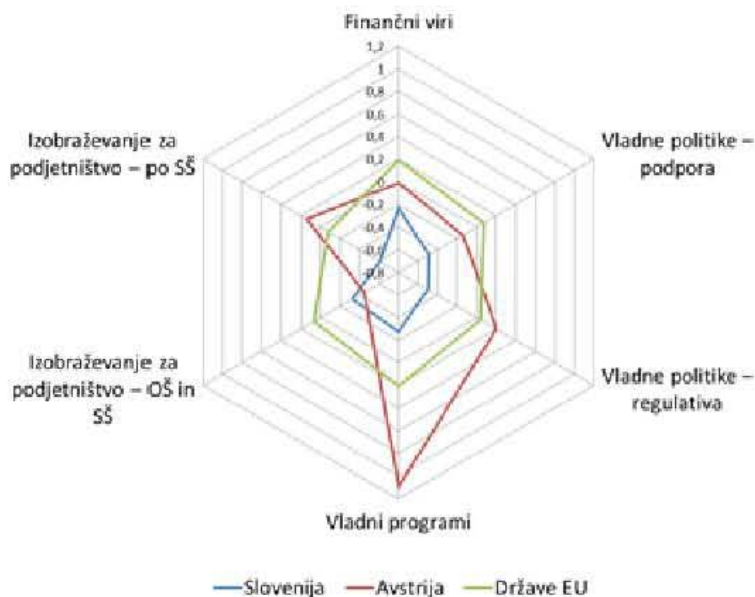
Posamezniki se lahko vključijo v podjetništvo zaradi nujne, ker nimajo drugih možnosti za preživetje ali ker želijo izkoristiti obetavno podjetniško priložnost, da bi postali neodvisni, imeli dohodek in poželi dobiček. V Sloveniji sicer vsa leta beležimo višje stopnje podjetništva iz priložnosti kot podjetništva iz nujne, vendar se po letu 2012, ko je bil delež podjetnikov iz nujne najnižji (0,4 %) in hkrati najvišji delež podjetnikov iz priložnosti (4,9 %), v zadnjih dveh letih delež podjetnikov iz nujne bistveno povečuje, hkrati pa upada delež

Podjetniška aktivnost pa še zdaleč ni rezultat samo posameznikovih sposobnosti, nagnjenosti in ambicij, ampak v enaki meri tudi rezultat okolja, v katerem posameznik živi in deluje. Zato to ne more biti samo stvar posameznika in njegove morebitne naklonjenosti izkoriščanju poslovnih priložnosti, tveganju in sprejemanju odgovornosti, ampak je tudi naloga države, da s pomočjo ustrezne podjetniške politike vzpostavi temeljne okvire za uspešno poslovanje. Posameznik pač ne more vplivati na to, ali je urejena infrastruktura, ali banke deluje-

Kot vidimo, je treba izobraževanje za podjetništvo krepko izboljšati, tako da bodo posamezniki pridobili potrebno znanje in veščine za podjetništvo pa ne le zato da bi ustanavljali nova podjetja ampak predvsem za to da bodo ustvarjalni, podjetni in inovativni ter bodo v večjem številu videli poslovne priložnosti in jih tudi uresničevali – v svojem podjetju ali v podjetjih, kjer so zaposleni. Kar se tiče podjetniške politike in vladnih programov, za povprečjem držav EU najbolj zaostajamo pri elementu, ki se nanaša na višino davčnih bremen za nova in rastoča pod-

jetja. Oblikovalci ekonomske politike se zato morajo zavedati, da je za uspešno delovanje gospodarstva treba prisluhniti podjetjem in jim omogočiti, da se dolgoročno razvijajo, rastejo, postanejo in ostanejo uspešna, ne pa jih obremenjevati z vedno višjimi davki ali jim drugače oteževati pogoje poslovanja. Le tako bo tudi možno znova prebuditi dremav podjetniški duh Slovenije.

Nosilec slovenskega dela raziskave GEM je Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru, raziskovalni tim pa sestavljajo prof. dr. Miroslav Rebernik (vodja), prof. dr. Polona Tominc, prof. dr. Karin Širec, doc. dr. Barbara Bradač Hojnik, dr. Katja Crnogaj ter mag. Matej Rus.



Slika 3: Elementi podjetniškega ekosistema v Sloveniji, Avstriji in EU

## Od vlade pričakujemo, da bo presojala zakonodajo v luči posledic za majhna in srednja podjetja

► Piše: mag. Brane Lotrič, predsednik UO PTZ GZS



mag. Brane Lotrič

Poglejmo najprej nekaj dejstev.

### Kdo in kaj smo mala in srednja podjetja v Sloveniji?

Podjetja, ki delujejo na vseh gospodarskih področjih. Gre za zasebni, s trdim delom ustvarjen kapital. Med nami je veliko trdnih družinskih podjetij, s tradicijo do 25 let in z 10, 50, 100 in več 100 zaposlenimi. Nismo političnih lobijev ali tajkunske zgodovine, imamo pa ideje, vizijo in potencial rasti.

Vsa velika podjetja so nastala iz malih.

V rokah po vseh kriterijih držimo približno polovico slovenskega gospodarstva, država pa našega potenciala ne prepozna! Podjetja odhajajo iz Slovenije, nova podjetja ne vstopajo, plačanih javnih dajatev je vse manj.

### Čas za iskanje izgubljenih priložnosti je potekel.

Gospodarstvo potrebuje trdno vlado in urejen javni sektor kot okvir za delovanje. Potrebujemo prožnejšo javno administracijo glede normativov in birokratskih zahtev, ki so sicer lahko socialno, organizacijsko, tehnološko, okoljsko ali kako drugače utemeljene, ekonomsko pa so nevzdržne. Gospodarstvo in obnašanje trgov se spreminjata iz dneva v dan. Podjetniki se moramo odločati takoj. Za svojo odločitev mi in naši zaposleni tudi odgovarjamo. Potrebujemo uradnike, ki bodo z imenom in priimkom odgovarjali za svoje delo. Molk organa mora šteti za soglasje, ne pa da šteje za dobrega uradnika tisti, ki se ne odloči – ker se potem pač ne odloči napak.

Ob uvedeni osebni odgovornosti vseh zaposlenih v javnem sektorju bi se izognili že privatiziranemu javnemu visokemu šolstvu, kjer na trgu pridobljeni prihodki univerz štejejo za zasebne zasluge vodilnih, polovični privatizaciji zdravstva, kjer so zdravniki sposobni delati po 300 ur mesečno, visokim državnim uradnikom, ki bogatijo z imenovanjem v »popoldanske« komisije in občinskimi projektantom, ki dopoldne zahtevajo projekt, katerega popoldne naredijo preko s.p.. Vsi navedeni so od države podprta nepoštena

konkurenca podjetnikom, ki si moramo svoj kruh zaslužiti na odprtem trgu brez državnih privilegijev. Če so omenjeni toliko sposobni, naj gredo v naše vrste, javni uslužbenci pa naj opravljajo svoje in ne naše delo.

### Kot znak dobre prakse lahko pohvalim novo akcijo Vlade in GZS - Poslovni SOS.

Če smo v zadnjem času naleteli na absurden predpis ali zbirokratiziran postopek, imamo zdaj možnost, da to javimo prek spletne strani in obenem predlagamo rešitev. Gospodarska zbornica Slovenije se je zavezala, da bo zbirala pripombe podjetnikov, Vlada pa, da jih bo obravnavala in se na upravičene pripombe odzvala z rešitvijo.

### Za omogočanje poslovanja MSP naj vlada pospeši uvedbo testa zakonodaje na MSP z možnostjo presoje že veljavnih predpisov.

Ne smemo pozabiti, da smo MSP dolgoročno stabilna in za državo donosna gospodarska struktura, polovica gospodarstva, domača podjetja, imamo možnost rasti in predstavljamo gonilo ekonomske uspešne države.

Od vlade pričakujemo takojšen pristop k postavitvi dobrih okvirov za delovanje MSP, pri čemer smo podjetniki pripravljeni sodelovati.



## Avstrija - druga največja vlagateljica v Sloveniji

Direktor Advantage Austria Ljubljana, **dr. Peter Hasslacher**, in **Aleš Kegelj** sta prikazala delovanje Advantage Austria, ki nudi avstrijskim podjetjem in njihovim mednarodnim poslovnim partnerjem s pomočjo več kot 110 pisarn v več kot 70 državah sveta obsežno ponudbo storitev. Avstrija je s 5 milijardami evrov največji tuji investitor v Sloveniji, blagovna menjava med država pa presega 4,5 milijarde evrov.



Direktor Advantage Austria Ljubljana, dr. Peter Hasslacher, dr. Clemens Koja, veleposlanik Republike Avstrije v Sloveniji in državni sekretar na Ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo, Aleš Cantarutti

### POSLOVNO-INFORMATIVNO B2B SREČANJE Z AVSTRJSKIMI TRGOVSKIMI AGENTI - INTERNACIONALIZACIJA POSLOVANJA MSP

Po uvodnem delu konference je bilo izvedeno B2B srečanje slovenskih proizvajalcev z avstrijskimi trgovskimi agenti. Pripravljeno je bilo v soorganizaciji z Združenjem trgovskih agentov v okviru WKO in Advantage Austria. Organizirano mreženje je del projekta Internacionalizacija MSP. Bilateralni razgovori so potekali s trgovskimi agenti, ki delujejo na naslednjih področjih:

1. Elektro področje, elektronika
2. Tekstil, oblačila
3. Les, hlodovina, gradbeni material
4. Mehanizacija, industrijska oprema
5. Pohištvo, interier in notranji design
6. Prehrana, živilska industrija
7. Zdravstvo, kozmetika, parfumerija



Mreženja z avstrijskimi trgovskimi agenti so se udeležili vsi, ki jih zanima širitev poslovanja v Avstrijo.



Predstavniki Avstrijske gospodarske zbornice (WKO) in Advantage Austria Ljubljana z državnim sekretarjem na MGRT Alešem Cantaruttijem



## MEMORANDUM MSP "NAJPREJ POMISLI NA MALA IN SREDNJA PODJETJA - TUDI V OBDOBJU FINANČNE KRIZE«

V EU je okoli 23 milijonov malih in srednjih podjetij (MSP), kar predstavlja skoraj 99 % vseh podjetij v EU. Ta podjetja zagotavljajo prek 100 milijonov delovnih mest in so hkrati bistven vir inovacij in razvoja, zato imajo ključno vlogo pri gospodarski rasti, socialni koheziji in konkurenčnosti evropskega gospodarstva. Podobno imajo mala in srednje podjetja v Sloveniji izjemno pomembno vlogo, saj predstavljajo okoli 99 odstotkov vseh podjetij, zaposlujejo več kot 2/3 ljudi in ustvarijo več kot 60 odstotkov dodane vrednosti.

Po razpravi na 2. konferenci za mala in srednja podjetja (MSP), ki jo je organizirala GZS-Podjetniško trgovska zbornica (PTZ), dne 15. aprila 2015, Vladi Republike Slovenije izpostavljamo kot posebej prioriteten v času gospodarske in finančne krize na področju delovanja malih in srednjih podjetij v Sloveniji (MSP-jev) izpostavljamo ukrepe na področju dostopa do financ, uvedbe davčnih blagaj, izobraževanja/veščin in internacionalizacije MSP-jev.

Kot posebej prioriteten v času gospodarske in finančne krize izpostavljamo tri ukrepe:

1. najkasneje do začetka leta 2016 uvesti presojo vplivov obstoječe in nove zakonodaje na malo gospodarstvo (test MSP)
2. podpiramo uvedbo davčnih blagaj v Sloveniji za vse gospodarske subjekte enako ob zmanjšanih davčnih stopnjah (primer Hrvaška)
3. podjetniki so odločno proti povečanju davka od dohodka pravnih oseb, saj mala in srednja podjetja potrebujejo denar za razvoj svojih podjetij, na drugi strani pa bi takšen ukrep vplival na zmanjševanje investicij v Sloveniji.

### KAKO DO POCENI DENARJA ZA RAST?

#### Predlogi Vladi RS za nove MSP

- povečanje naložbenega potenciala DTK
- dosledno spoštovanje MSP testa
- večja podpora inovacijski in raziskovalni sferi
- priprava instrumentov za povečanje množičnega financiranja
- vzpostavitev platforme za začetno testiranje rešitev
- podpora investicijskim posrednikom in konferencam

#### Predlogi Vladi RS za vse MSP-je

- ustanovitev službe za pomoč MSP-jem
- s sistemskimi ukrepi znižati perečo plačilno disciplino - STOP zlorabam stečajne zakonodaje
- odstraniti etiketo „stečaja“ s poštenih podjetnikov
- večja promocija podjetništva v družbi
- manjše upravne obremenitve pri poslovanju MSP
- 100 % davčna olajšava za re-investiranje dobička



Podjetniški klepet: Kako do poceni denarja za rast?



Podjetniški klepet: Izobraževanje, veščine. Na fotografiji: dr. Jaka Vadnjal, GEA College, Marko Lotrič, Lotrič Meroslovje d.o.o., Jerneja Kamnikar, Vivo Catering, Nara Petrovič, podjetnik, Marko Curavič, Evropska komisija

### IZOBRAŽEVANJE, VEŠČINE

- Zavod za zaposlovanje RS in Sklad RS za štipendiranje in razvoj kadrov morata denar nameniti usklajeno s konkretnimi potrebami gospodarstva, ki jih morata stalno preverjati.
- V kurikulum šol, od osnovne do fakultete, bi morali vpeljati predmet Podjetništvo.
- Povečati sodelovanje med gospodarstvom in šolskim sistemom, tako da se čim več sodeluje na področju konkretnih izzivov in projektov: projektne in diplomske naloge, prakse, izmenjave itd.







## UVEDBA DAVČNIH BLAGAJN

### A) POTREBNA JE CELOTA UKREPOV ZA PREPREČEVANJE SIVE IN ČRNE EKONOMIJE

1. Ker je zmanjševanje sive ekonomije »timsko delo« med državo in davčnimi zavezanci, od Vlade pričakujemo, da bo javnosti predložila pred obravnavo Zakona o potrjevanju računov celotni paket ukrepov za preprečevanje sive ekonomije, ki so ga države, v katerih uspešno preganjajo sivo /in črno/ ekonomijo sprejele pred ali hkrati z uvedbo davčnih blagajn. Te so namreč le eden od ukrepov, zato so nujno potrebni tudi drugi ukrepi, kot na primer zmanjšanje splošne stopnje DDV za 1 odstotno točko.

2. Ob uvedbi davčnih blagajn je potrebno uvesti tudi postopno administrativno razbremenitev podjetnikov (dematerializacija računov ipd.) in transparentnost inšpekcijskih postopkov (kratek, praktičen opis pregleda po področjih po litovskem vzoru).

3. V kratkem času - od 1.7.2013 do 31. 1. 2015 se je dvakrat spremenila zakonodaja, ki določa način evidentiranja gotovinskega prometa. Na podlagi zadnje spremembe od 31. januarja 2015 dalje so v Sloveniji že uvedene »virtualne davčne blagajne«, saj je možno evidentiranje prometa le s pomočjo računalniških naprav ali elektronskih blagajn, ki vsebujejo revizijsko sled. Od tega dne je omogočeno ročno izdajanje računov le iz vezane knjige računov, ki jo je davčni zavezanec dolžan pred prvo uporabo potrditi pri FURS-u.

4. Naša zahteva je tudi, da država maksimalno možno, glede na naravo investicije, krije stroške uvedbe blagajn za vse zavezance.

### B) DOLOČITEV DOHODKOVNE MEJE ZA MOŽNOST ROČNEGA EVIDENTIRANJA GOTOVINSKEGA PROMETA

5. Nujno potrebno je določiti tudi prihodkovno mejo, do katere bi najmanjši davčni zavezanci lahko tudi v bodoče izstavljali »ročne račune« iz vezane knjige računov (na primer do 6.000 evrov letnega prometa).

### C) OBVEZNO TESTNO DELOVANJE INFORMACIJSKEGA SISTEMA PRI FURS-U IN PRI DAVČNIH ZAVEZANCIH

6. Pred nameravanim preходом na on-line sistem davčnih blagajn, bi moral FURS nadgraditi svoj informacijski sistem, ga popolnoma testirati in usposobiti za nemoteno uporabo ter in šele nato vzpostaviti on-line povezavo z davčnimi zavezanci, če bi bilo to sploh še potrebno.

7. Davčna uprava bi morala tudi davčnim zavezancem omogočiti poskusno delovanje on-line davčnih blagajn vsaj nekaj mesecev pred začetkom izvajanja kaznovalne politike.

### D) OBVEZNA PRIPRAVA PREDLOGOV VSEH PODZAKONSKIH AKTOV PRED SPREJEMOM ZAKONA O POTRJEVANJU RAČUNOV V DRŽAVNEM ZBORU

8. Izkušnje kažejo, da Vlada oz. ustrezna ministrstva v podzakonske akte vključujejo rešitve, ki bi jih moral vsebovati zakon – vse to zato, da se glede določenih rešitev, ki morda ne bi bile sprejete, izognejo parlamentarni obravnavi. Zato predlagamo, da sta podana Zakon in podzakonski akti hkrati v javno obravnavo. V vsakem primeru predlagamo tudi, da parlamentarna zakonodajna služba natančneje in z vso odgovornostjo pregleduje vse podzakonske akte pred podpisom ministra in zavrne vse podzakonske določbe, ki nimajo eksplicitne podlage v zakonu ali presegajo pooblastila zakona. S tem se omeji tudi možnost korupcije znotraj javnega sektorja in se izogne morebitni objektivni odgovornosti ministra za podpis podzakonskega akta, za katerega subjektivno ni odgovoren.



Podjetniški klepet: Ali res potrebujemo davčne blagajne? Zakaj nam država ne zaupa? Na fotografiji: mag. Tajana Vrban, Davčna uprava Hrvaške, mag. Johann Picej, davčni svetovalec, Avstrija, Peter Grum, FURS

## INTERNACIONALIZACIJA MSP

Na pobudo Združenja trgovskih agentov Slovenije, ki deluje v okviru GZS Podjetniško trgovske zbornice, je potrebno vzpostaviti skupen portal za proizvajalce in trgovske agente v Sloveniji po vzgledu avstrijskega portala (<http://register.handelsagenten.at/en/index.html>).

Podjetniško trgovska zbornica (PTZ), ki deluje v okviru Gospodarske zbornice Slovenije, povezuje podjetja storitvenih dejavnosti, proizvodnje in trgovska podjetja. Svoje poslanstvo utemljuje z visoko stopnjo specifičnega delovanja na osnovi več kot trideset let izkušenj z malimi in srednjimi podjetji. Članom PTZ je informacijsko, strokovno, izobraževalno, poslovno in lobistično središče, kjer učinkovito zastopa in ščiti skupne interese članstva in nudi pomoč predvsem pri pospeševanju razvoja malega in srednjega gospodarstva.

Zavarovano poslovanje vam omogoča

**Podjetnik**

www.as.si 080 11 10

**Alen Kobilica:**

» Stopite ven iz udobja!«

► Piše: Vida Petrovčič



Alen Kobilica

**Alen Kobilica**, ki ima tudi sam podjetje, je udeleženec 2. konference MSP najprej spomnil, da je vsak med nami pravzaprav zmagal že, ko se je rodil. Zato ni razloga, da ne bi imeli motivacije za doseg svojih življenjskih ciljev. Sam je začel z modo, imel je svojo turistično agencijo Jupiter,

**Alen Kobilica**, diplomirani profesor športa na Fakulteti za šport, svetovno uspešni model in lastnik modne agencije, je konec leta 2008 izgubil tisto čutilo, od katerega je bil v svetu mode najbolj odvisen - vid. Ambasador vidnega, lepih podob, je zdaj postal glasnik »tistega, kar je očem prikrilo«.

Ustanovil je center za slepe športnike Vidim cilj, sam se je posvetil plavanju in smučanju; po letu trdega treninga se želi uvrstiti v finale v obeh panogah na letnih in zimskih paraolimpijskih igrah.

skratka bil je uspešen podjetnik. Ko se mu je po operaciji benignega tumorja v glavi, po kateri je oslepel, vse življenje obrnilo na glavo, je začel znova. »Samo dve možnosti sta,« pravi **Alen Kobilica**, »ali se predaš in zapreš sam vase ali pa, da vse stvari, ki se ti zgodijo, sprejmeš kot izziv.« Sam je se odločil za to zadnje in se začel postopoma privajati novih stvari. »Ali se zavedate, kako malo uporabljamo svoje možgane? Vsi bi bili najraje v področju udobja, vendar v njem ne zraste nič novega. Ko sem sam zaradi novih razmer stopil ven iz udobja v nove izzive in preizkušnje, sem se v enem mesecu naučil tipkanja z desetimi prsti, telefoniranja s pametnimi telefoni in vseh drugih novih stvari, ki so se mi do takrat zdele nemogoče in nedosegljive,« poudarja Alen Kobilica in svetuje podjetnikom, naj kljub krizi zberejo pogum za nove stvari in nove izzive.

**ZAHVALJUJEMO SE POKROVITELJEM**

Zlati pokrovitelj:



Nove dimenzije varnosti

Srebrni pokrovitelji:

IDENTIKS 10<sup>LET</sup>  
kartični sistemi

Bronasti pokrovitelji:



računovodska hiša



Pokrovitelj vode:





## Napoved dogodkov

- |                    |   |   |
|--------------------|---|---|
| 1. 5. – 30. 5.     | ✚ | Uvedba novih storitev GZS PTZ skupna nabava blaga in storitev in PTZ Menjalko (Podjetniški šparovček)       |
| 7. 5.              | ✚ | Sestanek organizacijskega odbora SLO-MED  |
| 13. 5.             | ✚ | Zbor sekcije refleksoterapevtov   |
| 14. 5. – 16. 5.    | ✚ | Kongres IUCAB . Skupščina mednarodnega združenja trgovskih agentov, z organiziranimi B2B srečanji v Varšavi |
| 20. 5.             | ✚ | Zbor članov Sekcije pooblaščenih trgovcev in serviserjev z motornimi vozili                                 |
| 2. 6.              | ✚ | Sestanek devetih občin GZS PTZ  |
| 3. 6. – 6. 6.      | ✚ | Delegacija v Makedonijo   |
| 4. 6.              | ✚ | 2. Podjetniški klepet (tema: finance) – Podjetniški šparovček   |
| 28. 9. – 30. 9.    | ✚ | Svetovni teden refleksoterapije   |
| 4. 12.             | ✚ | Strokovno srečanje sekcije refleksoterapije   |
| 5. 2. - 6. 2. 2016 | ✚ | Strokovno-izobraževalni seminar Laboratorijska protetika  |
| 1. 5. – 1. 6. 2016 | ✚ | Izobraževanje za izvajalce DDD  |

## S POSLOVNO ANALITIKO DO BOLJŠIH PRODAJNIH REZULTATOV

V sodobnem tekmovalnem poslovnem svetu pridobiti in obdržati stranko ni enostavno. Prodajni proces mora biti brezhiben. Pri tem je v pomoč poslovna analitika, katere orodja omogočajo zbiranje, integracijo, analizo in predstavitev informacij. S poslovno analitiko prodajne ekipe pridobijo usmeritve v potencialne in obstoječe stranke ter izboljšajo in pospešijo prodajne cikle. Orodja poslovne analitike pomagajo razumeti, katere aktivnosti imajo največji vpliv na prodajo in kje so priložnosti za nov posel.

V te namene je Bisnode razvil Portfolio Intelligence, enostavno poslovno analitiko z vsebino. Portfolio Intelligence je popolna rešitev za proaktivno prodajo v poslovanju s podjetji (B2B), ki prodajnim strokovnjakom omogoča izdelavo vseh poročil in analiz za obstoječe in potencialne trge, osredotočenost na kakovost strank ter enostavno finančno načrtovanje na domačem in mednarodnem trgu.

**Poglejmo, kako lahko v treh korakih dosežete boljše rezultate v prodaji:**

### 1. Načrtovanje in segmentacija.

Načrtovanje je ključno za učinkovit prodajni proces. S poslovno analitiko prodajni strokovnjaki analizirajo tržne potenciale in jih tudi bolje segmentirajo glede na gospodarsko panogo, regijo, uspešnost podjetja in podobno. Prav tako poslovno-analitična orodja omogočajo analizo in napovedovanje trendov ter posledično prodajnih ciljev.

Poslovno-analitična orodja omogočajo iskanje novih potencialnih kupcev, saj lahko prodajni strokovnjak na podlagi karakteristik obstoječih strank z nekaj kliki poišče nove in zastavi ustrezne prodajne cilje in aktivnosti zanje.

Za dodane informacije smo vam na voljo na <http://www.bisnode.si/produkti-in-resitve/portfolio-intelligence/> ali na telefonu 01 620 2 771.

### 2. Iskanje priložnosti.

Poslovna analitika iz kopice na videz nepovezanih podatkov zagotavlja jasno analitično sliko. Ta oriše navade in vzorce potencialnih in obstoječih strank. S tem lahko prodajna ekipa zazna nove priložnosti za prodajne aktivnosti obstoječim, kakor preslika vzorec obstoječih strank na t.i. »stranke dvojčke« in tako targetira nove potencialne stranke.

### 3. Usklajevanje prodajne ekipe.

Poslovno-analitična orodja omogočajo pregled nad obstoječimi in potencialnimi strankami. Pokažejo, kakšen je prodajni uspeh ekipe – katere priložnosti so bile dobro izkoriščene, katere prodajne aktivnosti so se izkazale za manj uspešne.

**Bisnode**  
Make a smart decision

*Bisnode d.o.o.*  
Likožarjeva ul. 3, 1000 Ljubljana,  
T: 01 620 2 700, E: [info.si@bisnode.si](mailto:info.si@bisnode.si),  
W: [www.bisnode.si](http://www.bisnode.si)

**VAŠA  
POSLOVNA VPRAŠANJA?  
NAŠI ODGOVORI!**

**O VSEH PODJETJIH IZ 17-IH  
EVROPSKIH DRŽAV.**

[www.bisnode.si](http://www.bisnode.si)

## Jana Tolja, dobitnica nagrade Pomladni veter za leto 2015

"Rezultati v Kopru so vidni, verjamem, da se bodo v TCM - mestni marketing vključile tudi druge občine."

► Piše: Vida Petrovčič



Jana Tolja, dobitnica priznanja Pomladni veter

Letošnja dobitnica priznanja Pomladni veter je svetovalka župana za mednarodne odnose v Mestni občini Koper Jana Tolja. Jana Tolja že od vsega začetka projekta TCM (Town center management) sodeluje in povezuje akterje različnih občin ter podjetnike, ki delujejo v središčih slovenskih mest in si prizadevajo za oživetev mestnih jeder ter za razvoj drobnega gospodarstva. Jana Tolja je dosegla, da je Koper edina občina v Sloveniji, ki velja za primer dobre prakse mestnega marketinga kot tudi za odličan primer sodelovanja različnih deležnikov, ki so za uspešen projekt TCM nujno potrebni.

✚ **Kot je zapisano v obrazložitvi priznanja, predstavlja Koper odličan primer sodelovanja državnih in paradržavnih organov ter podjetij. Inovativna zgodba, ki je uspela Jani Tolja, je vzklila iz lokalne skupnosti in se je nadaljevala v mednarodno razsežnost. Ladijski turizem v Kopru pospešuje namreč poleg turizma tudi trgovino na drobno. S tem ko predstavlja uspeh podjetij v Kopru tudi drugim slovenskim občinam, Jana Tolja širi veter podjetništva v ves slovenski prostor. Projekt ima prihodnost in ni muha enodnevnica.**

**JANA TOLJA:** Zelo sem presenečena in počaščena, da sem prejela to priznanje. Gre za nadaljevanje dela, ki smo ga v Kopru začeli že leta 2010. Projekt pa ne bi bil izvedljiv, če ne bi imela močne podpore v Mestni občini Koper, pri vodstvu občine

in seveda županu Borisu Popoviču, ki mi je ves čas stal ob strani in mi dal popolnoma proste roke pri delu. Imela sem veliko možnosti, da sem zadeve razvijala brez klasičnih birokratskih ovir. Zato mi to priznanje pomeni spodbudo za nadaljevanje s projektom v prihodnje.

✚ **Kako se je razvijal mestni marketing v Kopru in zakaj je prav pri vas najbolj uspel?**

**JANA TOLJA:** Motiv našega dela je bila želja, da bi povezali lokalne trgovce, s tem pa zaokrožili novo nastajajočo turistično ponudbo, ki se je začela oblikovati kot posledica novega turističnega produkta – potniškega ladijskega turizma.

Naša želja je bila tudi, da bi imeli naši gostje takoj ob prihodu v Koper na voljo splošne informacije o tem, kam so prišli in kaj lahko Koper ponudi. Dejstvo je, da večina ladijskih potnikov sploh ni vedela, da so prišli v Slovenijo. Danes je zgodba povsem drugačna. Velika večina potnikov, ki k nam priplujejo z velikimi potniškimi ladjami vedo, da je Koper sestavni del Slovenije in da ima veliko za ponuditi. Tudi po zaslugi koprskih trgovcev. Naše vodilo je - ponuditi gostom kar največ, seveda z željo, da vsi v Kopru od teh obiskov največ iztržimo.

✚ **Ali ste naleteli na kakšne težave pri povezovanju? Kdo je naredil prvi korak?**

**JANA TOLJA:** Tako Mestna občina Koper kot tudi Turistična organizacija Koper smo želeli nekaj spremeniti na tem področju. Tako smo se najprej povezali z Regionalnim razvojnim centrom Koper in Podjetniško trgovsko zbornico (PTZ GZS) iz Ljubljane. Naši prvi koraki niso bili lahki, saj so že pred tem obstajali poskusi združevanja trgovcev, ki pa niso bili uspešni, predvsem zaradi sistema plačevanja članarin, ki ni dal pravega rezultata. Trgovci so bili zato precej skeptični in nejevoljni ter v tovrstni organizaciji niso videli nekih konkretnih prednosti in rešitev. Kljub začetni skepsi pa nam je s pilotskim projektom mestnega marketinga TCM vseeno uspelo. K temu projektu, ki je bil voden pod okriljem Podjetniške trgovske zbornice, sta se poleg Mestne občine Koper pridružila še Ljubljana in Celje. Zgodba od tu naprej pa je že zgodovina. Rezultati so v Kopru vidni. Seveda so k našim uspehom veliko pripo-

mogle tudi potniške ladje. Ne glede na to se nam je zdelo pomembno, da bi poleg Ljubljane in Celje, k sodelovanju pritegnili tudi ostale občine – in danes je na tem projektu skupno osem občin. Sama še vedno zelo aktivno delam na tem, da bi v TCM vključili še dodatne občine, ker v razvoju mestnih središč vidim veliko prednosti za razvoj malih trgovcev.

✚ **Kakšni konkretno so ekonomski iztržki za podjetnike in lokalne trgovce?**

**JANA TOLJA:** Teh seveda ni enostavno meriti. Na začetku je mestna občina Koper tudi finančno podprla akcijo ohranimo lokalnega trgovca in obudimo mestno jedro. Že dve leti trgovcem omogočamo pomoč posebnega koordinatorja, ki smo ga delno plačali iz sredstev projekta z Regionalnim razvojnim centrom in s partnerjem iz Italije. V zadnjem času pa je koordinator plačan neposredno iz sredstev Mestne občine Koper in iz projektov, ki jih koprška občina prijavlja na evropske razpise. Ne gre za nek velik, nepremostljiv finančni vložek. So pa učinki veliki. Trgovci se redno vključujejo v vse občinske prireditve in sodelujejo v promocijskih aktivnostih. Ena takih akcij je bila tudi »Look for the flower«, kjer so pred svoje poslovne prostore postavili vrče s sivko, s tem pa osvežili mestno jedro. Mestna občina Koper poleg tega pomaga trgovcem na različne način: nudi jim tečaje tujih jezikov, tečaje za urejanje razstavnih vitrin, ki so tematsko urejene in opremljene. Občina trgovcem pomaga tudi pri pridobivanju skupnega občinskega dovoljenja za uporabo javne površine, kar jim nedvomno olajša birokratske postopke.

✚ **Kako pa so trgovci, ki sodelujejo v akciji, organizirani?**

**JANA TOLJA:** Trgovci sami so organizirali neprofitni Zavod Koper Otok, kot, po njihovem mnenju, najboljšo obliko organizacije. Uvedli so tudi prispevek 10 evrov na mesec, s katerim financirajo izključno skupne aktivnosti. S pomočjo tega prispevka namreč izdajajo skupne koledarje, brošure, bone s popusti in druge publikacije, prav tako trgovci sodelujejo v projektu Koper Card (kartice doživetij in mestne kartice ugodnosti), preko katerih imetnikom kartice ponujajo različne popuste do 30 odstotkov, prost vstop v muzeje ali



obisk štirih koprskih znamenitosti. Kartica stane 12 evrov in velja eno leto. Ko njena veljavnost poteče, pa ostane kot dekorativen magnet za hladilnik.

➔ **Od začetka leta 2005 do konca sezone 2014 je Koper obiskalo že 465 potniških ladij, v lasti 38 različnih ladjarjev iz vsega sveta. Tu ste napravili velik napredek v primerjavi s časi pred desetimi leti. Kako vam je to uspelo?**

**JANA TOLJA:** Res je, letos nas bo obiskalo predvidoma 60 tisoč ladijskih potnikov z ladjami visokega cenovnega razreda, njihovi potniki pa imajo tudi visoko kupno moč. Naredili smo analizo o tem, koliko porabijo in tako ugotovili, da ladijski potnik v Koprju porabi v povprečju 78 evrov, član posadke pa 23 evrov, kar nas uvršča v sam vrh med sredozemskimi pristanišči. Zasluge za to grede tudi dobri organizaciji na potniškem terminalu, kjer imajo trgovci, združeni v Zavod Koper Otok, možnost predstaviti svojo dejavnost in izdelke ter razstaviti tiskovine in popuste, potniki pa lahko že ob prihodu v mesto kupijo tudi Koper Card. Kartica je sicer namenjena vsem, tudi domačinom in kopenskim gostom. Je pa dejstvo tudi to, da je Koper zadnja leta postal izredno zanimivo mesto, ki ponuja več odmevnih prireditev, med njimi »Sladko Istro«, »Dneve kmetijstva«, različne koncerte, gledališke predstave na prostem in druge dogodke, ki privabljajo vedno več gostov.

➔ **V Ljubljani smo se ob spodbujanju trgovcev v mestnem središču srečevali s problemi parkiranja. Je to tudi pri vas problem?**

**JANA TOLJA:** Koper je glede na število prebivalcev eno najbolj parkirno urejenih mest v Sloveniji. Pri združenju trgovcev se dogovarjamo, da bomo v kratkem kupcem ponudili tudi kuponček za uro brezplačnega parkiranja. Zdaj samo iščemo najbolj primeren način, kako to izpeljati.

➔ **Ali je torej tudi koprsko mestno jedro zaživelo, kot ste načrtovali?**

**JANA TOLJA:** Seveda je, po zaslugi našega aktivnega sodelovanja s trgovci. Naš koordinator Miran Košpenda je vsaj dvakrat na teden z njimi v kontaktu, zato vedo, da imajo vedno nekoga, ki jih je pripravljen poslušati in jim pomagati. Med drugim tako, da jim pri skupnih projektih vselej brezplačno nudimo stojnice, pomagamo pri organizaciji raznih delavnic, modnih revij in drugih dogodkov ter jih na splošno podpiramo pri njihovi dejavnosti. Moram priznati, da sem se tudi sama že povsem navadila, da večinoma kupujem v Koprju, in da ne hodim več tako pogosto niti v Trst niti v Ljubljano. Model organiziranost



GZS-PTZ je na dogodku podelila tudi priznanje Pomladni veter za najbolj prodorne podjetniške dosežke v letu 2014. Priznanje je prejela Jana Tolja iz Mestne občine Koper za premike na področju ladijskega turizma, ki ji ga je svečano izročil predsednik Vlade RS, dr. Miro Cerar.

ti trgovcev v Mestni občini Koper tako kot primer dobre prakse predstavljamo tudi drugim slovenskim občinam, ki jih skušamo na ta način spodbuditi, da bi se tudi sami lotili tega projekta.

➔ **Tudi sami ste bili podjetnica, najbrž so vam te izkušnje pomagale.**

**JANA TOLJA:** Vsekakor. Dobro razumem, kaj pomeni podjetništvo, vem koliko mora podjetnik narediti, da nekaj doseže. Ima veliko stroškov, zato pričakuje rezultat. V Koprju pa smo dokazali, da lahko tudi lokalna skupnost ponudi roko podjetništvu. Sama sem najprej začela delati v Marini Portorož kot šef recepcije, nato pa kot vodja komerciale, nakar sem se preselila v Zadar, kjer sem pomagala pri razvoju marine Borik in delala v eni največjih navtičnih agencij Suntuturist. Nato sem se vrnila domov in ustanovila dve agenciji za navtični turizem, ki sem ju pred leti prodala. Skoraj 7 let sem bila direktorica Avditorija Portorož, potem sem se spet vrnila v navtične vode, vodila sem podjetje Mennyacht, zastopnika za eno največjih navtičnih korporacij Ferretti group. In potem je prišel Boris Popovič, ki me je povabil, da bi sodelovala pri razvoju projekta gradnje nove marine Koper. Ker od tega projekta ni bilo nič, predvsem zaradi začetka propada Istrabenza, sem svojo poslovno pot nadaljevala kot del ekipe koprškega župana in se usmerila v razvoj potniškega ladijskega turizma v Mestni občini Koper, ki je bil takrat še v povojih. Danes je to zgodba o uspehu.

➔ **Če teh ladij nekega dne ne bo več, kakšna bo prihodnost koprškega turizma?**

**JANA TOLJA:** Sama si tega ne želim,

niti si tega ne znam predstavljati. Vendar verjamem, da smo turizem postavili na tako trdne temelje, da lahko preživi tudi brez potniških ladij. Poleg ladijskega potniškega turizma smo se na Mestni občini Koper ambiciozno lotili tudi razvoja in uresničitve strategije športnega turizma. Zgradili smo dobro športno infrastrukturo, ki je pri nas na evropski ravni. Potrebujemo samo še nov hotel z nekaj zvezdicami, v katerem bomo lahko gostili reprezentance različnih držav in športov.

V Koprju redno spremljajo statistiko o tem, kakšni gostje prihajajo, da jim lahko pripravijo dovolj kakovostna gradiva. Vsakič, ko pripelje potniška ladja, pripravijo posebno glasilo: »Daily news«, v njem pa opišejo, kaj se ta dan dogaja in osnovne informacije o Sloveniji. »Smo turistična država, pa nimamo niti svojega državnega sekretarja za turizem. Politika se v turizmu ne bi smela mešati. Ker se, imamo tudi težave s prepoznavnostjo, saj se je do zdaj skoraj vsaka vlada vtaknila v slovensko turistično blagovno znamko. Ta se je zato neprestano spreminjala, kar je slabo,« komentira prejemnica priznanja Pomladni veter Jana Tolja. »V Koprju s potniškimi ladjami pride 85 odstotkov angleško govorečih gostov. In kako oni vidijo Koper? Na vrhu smo po čistoči, varnosti in prijaznosti, prvič pa smo letos dobili oceno 9,1 med vsemi sredozemskimi mesti,« se pohvali Jana Tolja.

*Pomladni*  
**VETER**

Novo, sveže in aktualne vsebine GZS Podjetniško trgovske zbornice za mala in srednja podjetja ter samostojne podjetnike – razlog več, da se pridružite svojim kolegom iz stroke in poslovanja

## PODJETNIŠKI ŠPAROVČEK GZS PTZ – POMOČ NAČRTOVANJU UČINKOVITE ORGANIZACIJE POSLOVANJA

V letu 2015 smo za vas pripravili kar nekaj novosti, storitev, vsebin in možnosti povezovanja, mreženja, ki bodo razlog več za članstvo v Podjetniško-trgovski zbornici GZS, kjer že več kot 35 let aktivno podpiramo razvoj malega in srednjega gospodarstva ter podjetništva.

Želimo vam ponuditi točno tista znanja, ki jih potrebujete za uspešno in učinkovito delo, zato smo posebej za vas oblikovali blagovno znamko **PODJETNIŠKI ŠPAROVČEK**, ki vključuje splet praktičnih orodij, vsebin in rešitev, ki vam bodo pomagala pri čim bolj učinkoviti in uspešni organizaciji poslovanja, omogočala povezovanje in komunikacijo med člani PTZ GZS ter omogočala boljše poslovne pogoje pri naročanju blaga in storitev. Podjetniški šparovček sestavljajo **tematski dogodki Podjetniški klepet, s poudarkom na mreženju, storitev Podjetniški servis ter storitev Skupinska nabava blaga in storitev**. Vsebine in storitve Podjetniškega šparovčka bomo nenehno dopolnjevali in izboljševali.

### Podjetniški klepet v obliki tematskih, informativno-izobraževalnih delavnic

Tematske, informativno-izobraževalne dogodke v obliki delavnic, smo poimenovali Podjetniški klepeti. Namenjene so predvsem malim in srednjim podjetjem ter samostojnim podjetnikom. S pomočjo dobrih praks in konkretnih primerov učinkovitih poslovnih rešitev se bomo skozi niz dogodkov sprehodili čez poslovne funkcije, ki so pomembne za učinkovito in uspešno delovanje vsakega podjetja. Cilj dogodka je tudi spodbujanje podjetniškega povezovanja in mreženja.

### Podjetniški servis

Storitev Podjetniški servis je namenjena reševanju konkretnih vprašanj in problemov, s katerimi se soočajo podjetniki na dnevni ravni. V sklopu podjetniškega servisa za člane pod ugodnimi pogoji orga-

niziramo različna svetovanja in storitve kot so npr. pomoč pri pripravi vlog za različne razpisne dokumentacije za banke ali zavarovalnice, pomoč pri pripravi in oddaji vlog za projekte, pomoč pri načrtovanju učinkovitega poslovanja, komuniciranja ter druga.

### Skupinska nabava blaga in storitev

Skupinska nabava blaga in storitev članom preko informacijske platforme oziroma preko samostojne spletne strani GZS PTZ omogoča nakup izbranih storitev in izdelkov po nižjih cenah. Gre za različne izdelke in storitve kot so pisarniški material, potrošni material, električna energija, zavarovalniške storitve, storitve mobilne telefonije, spletnega gostovanja, različnih finančnih storitev ter drugi. V primeru, da je vaša poslovna dejavnost zanimiva tudi za člane, se boste v sistem Skupinska nabava blaga in storitev lahko vključili tudi kot ponudnik izdelkov oz. storitev.

## PODJETNIŠKI ŠPAROVČEK Dodana vrednost za člane PTZ



Podjetniška trgovska zbornica



Podjetniški šparovček

Samostojni podjetnici **Barbka Pečar** in **Darja Brečko Pozenel**, ki skupaj delujeta pod blagovno znamko D&B strateške in vizualne komunikacije, sta na prvem podjetniškem klepetu predstavili termo: Kako učinkovito načrtovati komuniciranje za srednja in mala podjetja.

Za PTZ pa sta oblikovno in vsebinsko pomagali udejanjiti zamisel Podjetniško trgovske zbornice o Podjetniškem šparovčku. **Darja Brečko Pozenel** je izdelala vizualno podobo nove blagovne znamke PTZ. V sklopu blagovne znamke Podjetniški šparovček pa so zasnovane tri dejavnosti. To so podjetniški klepet, podjetniški servis in skupna nabava blaga in storitev. V prihodnje bodo vsi ti novi dogodki spremljani in analizirani, da bo mogoče sproti zaznavati potrebe in želje članov PTZ in da bo mogoče nanje hitro reagirati. Vse v cilju, da bi podjetja – člani PTZ, tudi s pomočjo Podjetniškega šparovčka in dogodkov, ki se bodo ob njem odvijali, kar največ privarčevala.



Barbka Pečar



Darja Brečko Pozenel



Gospodarska  
zbornica  
Slovenije

Podjetniško  
trgovska  
zbornica



Podjetniški  
šparovček

## PODJETNIŠKI KLEPET - novosti za člane GZS PTZ

### Povezali so nas sproščen klepet, šparovček in mreženje

► Piše: Branka Drnovšek Adamlje

**Povezujemo.** To je prva beseda zapisana na uvodni strani paketa dobrodošlice GZS, ki sem ga prejela v roke. V duhu povezovanja se je prvi podjetniški klepet, ki ga je februarja organizirala PTZ, tudi nadaljeval. Med udeleženci klepeta so se kmalu spletle podjetniške vezi in sproščenost, odziv podjetnikov in podjetnic pa je bil že v prvo nad pričakovanji. Preverite zakaj.



Vodilo **Podjetniškega šparovčka** je članom PTZ prihraniti evre z mreženjem, povezovanjem, svetovanjem in izbrano ponudbo. Pod okrilje Podjetniškega šparovčka spada tudi kvartalni **podjetniški klepet**, kjer si podjetniki in podjetnice izmenjamo svoje izkušnje in znanja. Namen prvega podjetniškega klepeta je bil optimizacija stroškov v malih in srednjih podjetjih – Kako do bolj učinkovitega poslovanja in poslovne uspešnosti? Posebnost prvega podjetniškega klepeta pa je bila, da so se ga poleg članov PTZ udeležili tudi predstavniki nekaterih podjetij, ki še niso člani zbornice. Zasluge za to je potrebno najverjetneje pripisati proaktivnosti PTZ, ki je v začetku leta postala tudi članica poslovne mreže BNI Karantanja Slovenija in 30-letne BNI izkušnje o mreženju že uspešno širi tudi med člane zbornice.

Podjetniški klepet sta odprli **Darja Brečko Požnel** in **Barbka Pečar**, ki delujeta kot D&B strateške in vizualne komunikacije, ki sta se posvetili načrtovanju komuniciranja v podjetju. Udeležencem klepeta sta na treh praktičnih primerih pokazali, kako pomembno je komuniciranje podjetja za poslovanje. Poudarili sta, da tudi mala podjetja komuniciranja navzven ne bi smela prepuščati naključju, če želijo doseči kredibilnost in pozicijo na trgu. Udeleženci klepeta so se strinjali, da je koristno imeti zunanje svetovalce za marketing, ker znajo prepoznati prave ciljne skupine ali spodbuditi k razmišljanju o pravih ciljnih skupinah.

Klepet je nadaljeval **Igor Hitl** iz podjetja WTB d.o.o., z razpravo o optimizaciji sredstev pri nabavi. Pokazal je možnosti sku-

pinskega in hkrati cenovno ugodnega naročanja blaga in storitev preko novega spletnega portala GZS Podjetniško trgovske zbornice. Na praktičnih primerih so udeleženci lahko videli, na kakšen način se bodo v bodoče lahko povezovali z ostalimi člani.

Na podlagi izkušenj in vodenja računovodskega servisa Konto+ d.o.o., sem sama klepetu dodala še izhodišča za razmišljanje o tem, kako lahko mala in srednja podjetja znižajo stroške poslovanja z vidika finančnega poslovanja. Vneto namreč zagovarjam, da je računovodja del podjetja, ne glede na to ali je zunanje ali ne. Dober računovodja mora poznati delovanje podjetja za kvalitetno opravljanje svojih sto-

ritev in hkrati za ustrezno svetovanje tudi na širšem področju.

Klepet je potekal v sproščujočem vzdušju, zelo sodelovalno, pozitivno naravnano in interaktivno. Eden od ciljev klepeta je bil tudi pridobiti odzive udeležencev in čim več vprašanj, s čimer bo zbornica lahko še bolj razvila in razširila glas podjetniškega klepeta.

Med seboj smo se ob koncu klepeta predstavili v 60 sekundah ter podali komentar o klepetu ter kaj bi spremenili. Poziv k povezovanju podjetnikov in podjetnic se je v celoti posrečil, saj smo se na koncu klepeta vsi uspešno pomrežili in si izmenjali vizitke.



Podjetniški klepet z Branko Drnovšek Adamlje

# Branka Drnovšek Adamlje: "Za podjetnika je najbolj pomembno, da načrtuje svoje prihodke in odhodke."

► Piše: Vida Petrovčič



**Branka Drnovšek Adamlje**

Na prvem podjetniškem klepetu je s predavanjem o optimiziranju in zmanjšanju stroškov podjetnikov sodelovala **Branka Drnovšek Adamlje**, direktorica družbe Konto +, računovodstvo in finance, ki v sklopu PTZ tudi svetuje na področju davkov, računovodstva in financ. V svojem računovodskem servisu ima dvanajst zaposlenih, ki se stalno izobražujejo na računovodskem in davčnem področju.

Na prvem podjetniškem klepetu je tako poudarila, da je pametno, da družba premisli, kaj želi s svojim podjetniškim delovanjem doseči, na katerem področju bo dosegla prihodke, in kako naj planira svoje prihodne odhodke, da bi ji ostalo čim več dobička. Tudi investicije je pametno načrtovati vnaprej, da nas stroški ne presenetijo.

➤ **Eno pogostih vprašanj letos je tudi, kako rokovati z vezano knjigo računov. Ali imate kakšen nasvet?**

**BRANKA DRNOVŠEK ADAMLJE:** Vezana knjiga računov je dovolj enostavna za uporabo, zahteva pa nekaj administracije. Podatke iz vezane knjige je namreč treba kasneje pretipkati v pravo knjigovodstvo, da se lahko zajamejo v letno poročilo. Za majhne po številu izdanih računov, je to sprejemljivo in izvedljivo. Primerna je tudi za terenske podjetnike, ki denimo montirajo pohištvo ali opravljajo servis in lahko na licu mesta napišejo račun za opravljeno storitev. Za velike podjetnike in za podjetja, ki si lahko privoščijo inter-

net in si za majhno nadomestilo dobijo zakup uporabe in izdajajo račune »on line«, torej izdajajo račune s preverjenim in davčno sprejemljivim programom, se ta način bolj izplača, saj jim tako odpade vse pisanje. To pa jim tudi zmanjša strošek računovodstva, ampak lahko podatke o izdanih računih v parih trenutkih »potegnemo« iz fakturiranja v glavno knjigo.

➤ **Kaj vas letos največ sprašujejo?**

**BRANKA DRNOVŠEK ADAMLJE:** Druga velika dilema podjetnikov letos je odgovor na vprašanje, kaj bo z davčnimi blagajnami. Pomembno je, da karkoli bomo imeli,

bo za vse enako.

➤ **Kaj pa optimizacija stroškov?**

**BRANKA DRNOVŠEK ADAMLJE:** Podjetnike najbolj zanima, ali naj nekega človeka zaposlijo ali ne. Ali naj ga najamejo kot samostojnega podjetnika, ali naj dajo delo študentu. Sama sem v teh letih prišla do spoznanja, da je prav, da damo mladim priložnost. Če je študent nekje na praksi, je prav, da ga po koncu študija zaposlimo, da mu damo priložnost, da začne tudi on graditi svojo prihodnost. Če se počuti varnega, bo tudi dobro delal in ne bo samo razmišljal, kdaj bo šel nekam na boljše.

➤ **Dve izjavi udeležencev prvega podjetniškega klepeta, ki sta me navdušili:**



**Nada Mulej, podjetje Sledi, svetovalka za vodenje in založnica:** »Pritegnile so me tri ključne besede: klepet, šparovček in mreženje, to sem tudi dobila. Bolj kot se različni ljudje povežemo, boljši so



**Uroš Ferlin, specialist za email marketing, TrendSet d.o.o. (del skupine ePrvak):** »Le nekaj procentov ljudi v svetu si shranjuje vse vizitke in poslovne kontakte, ki jih na svoji poti sreča. Ta klepet me je spodbudil, da bom še bolj delal na mreženju in povezovanju podjetij med seboj. Tega bi moralo v Sloveniji biti več.«

Torej je vedno prostor za dodatno znanje in veščine. **Sklep vseh udeležencev je bil udeležiti se tudi naslednjega podjetniškega klepeta. Se vidimo!**

**Pokrovitelj vode**







# Letošnja novost: knjiga vezanih računov - kdaj in kako?

► Piše: Branka Drnovšek Adamlje

Uporaba potrjenih vezanih knjig računov obvezna od 31. 1. 2015 dalje. Namen uvedbe vezanih knjig računov je ureditev področja gotovinskega poslovanja in doseganje večje transparentnosti pri tovrstnem poslovanju.

Obrazec računa je univerzalen in je namenjen tako za zavezance, identificirane za namene DDV, kot za zavezance, ki niso identificirani za namene DDV. Zavezanci na obrazcu računa izpolnijo različne podatke (DDV, podatki kupca, klavzule, ...)

V skladu 6. členom ZDavP-2H (nov 31.a člen ZDavP-2) morajo vsi zavezanci, ki na podlagi davčnih (in drugih) predpisov vodijo poslovne knjige in evidence ter izdajajo račune pri gotovinskem poslovanju brez uporabe **ustreznega računalniškega programa** oziroma elektronske naprave (z revizijsko sledjo o izdanih računih) uporabljati knjigo vezanih računov.

Stari obrazci niso več v veljavi. Uporaba teh je možna le pri brezgotovinskem poslovanju.

Knjiga vezanih računov mora biti potrjena preko portala eDavki (takoj izpišete potrdilo) ali na izpostavi FURS – obrazec

(velja po prejemu na FURS): [http://www.fu.gov.si/fileadmin/Internet/Medijsko\\_sredisce/2015/Vloga\\_za\\_potrditev\\_vezane\\_knjige\\_racunov\\_osebno\\_na\\_financnem\\_uradu.pdf](http://www.fu.gov.si/fileadmin/Internet/Medijsko_sredisce/2015/Vloga_za_potrditev_vezane_knjige_racunov_osebno_na_financnem_uradu.pdf)

### Plačilna kartica je tudi gotovina

Po Zakonu se **za gotovinsko plačilo šteje:** »plačilo z bankovci in kovanci, ki so v obtoku kot plačilno sredstvo, drugi načine plačila, ki niso neposredna nakazila na transakcijski račun, odprt pri ponudniku plačilnih storitev, plačila s plačilno ali kreditno kartico, čekom ter druge podobne načine plačila«. Po tem pojasnilu bo moral račun iz vezane knjige torej dobiti tudi kopec, ki bo plačal s plačilno kartico, čeprav za to obliko plačila ostane zapis. Tudi, če je račun delno plačan z gotovino, mora biti v KVR.

### Limit pri gotovinskem poslovanju

Najvišji znesek plačila za dobavljeno blago in storitve, ki ga sme pravna ali fizična oseba, ki opravlja dejavnost, plačati z gotovino po ZDavP-2 (36. čl. Zakona o davčnem postopku - ZDavP-2) je 420 €.

Najvišji dovoljeni znesek prejema gotovinskega plačila za pravne in fizične osebe, ki opravljajo dejavnost prodaje blaga in



storitev v RS po ZPPDFT (37. čl. Zakona o preprečevanju pranja denarja in financiranja terorizma – ZPPDFT) je 5.000 €.

**Sankcije** v primeru izdaje računa v nasprotju z zakonom ali nezagotovitve hrambe izvornih podatkov in vseh poznejših sprememb izvornih podatkov v vezani knjigi računov, če je do takšnih sprememb prišlo (31. a člena ZDavP-2), so globe od 1.500 € do 250.000 €. Za prekršek se sankcionira posameznike, samostojni podjetnik posameznik ali posameznik, ki samostojno opravlja dejavnost, pravna oseba ter vse odgovorne osebe. Priporočamo imeti eno papirno knjigo za vsak slučaj na prodajnem mestu.

**Arhiviranje** knjig vezanih računov je obvezno enako kot vsak dokumentacija, to je 10 let.

### Optimizacija

Izbira med papirno vezano knjigo računov ali uporabo ustreznega programa je enostavna na prodajnih mestih opremljenih z ustrežno opremo (računalnik, tiskalnik). Možen je najem programa (mesečna, letna pogodba). Ob dostopnosti interneta je možen dostop do programske aplikacije na serverju računovodskega servisa. Običajno je stroškovno to optimalna rešitev. Računovodski servis ima podatke za prenos v glavno knjigo dnevno na voljo. Za vsako dejavnost, predvsem delo na terenu ali manjše število kupcev, pa je knjiga vezanih računov edina izbira.

DOBAVITELJ BLAGA OZ. IZNAJALNIK STORITVE		KUPLEC ALI NAROČNIK		Račun št.:				
Ime in naslov:		Ime in naslov:		Kaj in kdaj je nastal				
Bardni zavezanec za DDV: BA/HE ID za DDV: BG		Bardni zavezanec za DDV: BA/HE ID za DDV: BG						
Zap. št.	Številka dobave	VRSTA BLAGA / STORITVE	Količina in merska enota	Če ima to vrsto brez DDV	Če ima to vrsto z DDV	VRŠNOST brez DDV	DDV	VRŠNOST z DDV
Drugi podatki:		Opis vršnosti DDV:		Znesek DDV		Znesek DDV		
		Ostalo iz DDV pa: % strojev		Znesek DDV		Znesek DDV		
		Ostalo iz DDV pa: % strojev		Znesek DDV		Znesek DDV		
		Dobava predplačila		Priloga št.:				
				BRUKAJ ZA PLAČILO EUR				
Rep. št. rač.:		Lokacija / naslov:		Številka iz vezane knjige računov:				
01		DZS d.d., ZALOŽNIŠTVO TISKOVIN		3001-0020833				
0000+000-10		Kraj, pošta:		Obi. št. FURS				

# Igor Hočevar, Menjalko d.o.o.:

## "Podjetjem rešujemo neprodane zaloge, neizrabljeno proizvodnjo in nelikvidnost."

► Piše: Vida Petrovčič



Igor Hočevar

Podjetje Menjalko d.o.o. je novost na slovenskem trgu. Od januarja 2015 ponujajo podjetjem prodajo in nakupe blaga in storitev za blago in storitve brez plačil v denarju. Njihov sistem temelji na škotski programski opremi družbe GETS Global, ki je tudi partner družbe Menjalko d.o.o. Sicer je ta sistem na trgu že več kot 27 let. Menjalko skupaj s principalom GETS Global vzpostavlja večstransko blagovno menjavo na področju Slovenije in nekdanje Jugoslavije. To pa podjetjem, ki se ubadajo z neprodanimi zalogami, neizrabljenimi proizvodnimi kapacitetami in nelikvidnostjo lahko pomaga, da kljub krizi obstanejo. Posebno ponudbo so pripravili tudi za člane Podjetniško trgovske zbornice. Ta hip je v sistem vključenih že 65 podjetij, katerim se vsak mesec pridružujejo nova. O novostih smo se pogovarjali s partnerjem in z direktorjem družbe Menjalko d.o.o. Igorjem Hočevarjem.

### ➤ Kaj vse je torej mogoče ta hip kupiti? Kaj Menjalko ponuja ta hip?

**IGOR HOČEVAR:** Danes člani Menjalka ponujajo storitve oglaševanja, tiska, mi-zarske storitve, izdelavo internetnih strani, pranje avtomobila, pravne in davčne storitve, urejanje okolice, čistilni servis, računovodstvo, itn. Imamo partnerja, ki dobavlja kartuze za printerje, partnerja, ki ponuja pisarniški material in papir. V kratkem bo v naš sistem vključena tudi družba, ki bo nudila še elektriko in druge energente.

### ➤ Kako torej podjetje vstopi v ta sistem – s ponudbo ali s povpraševanjem?

**IGOR HOČEVAR:** Z obojim, vendar je osnova vedno aktivna ponudba naših članov. Torej če podjetje A nekaj potrebuje, in opazi ponudbo podjetja B, ki pa ne potrebuje nič, kar ponuja podjetje A, lahko podjetje A vseeno kupi to, kar ponuja podjetje B. Podjetje B pa istočasno ali pa kasneje kupi tisto, kar potrebuje, od tretjega podjetja C. Tako se blago ali storitve izmenjujejo v celotnem sistemu. Sistem omogoča tudi nakupe pred prodajo. Tudi če posamezno podjetje kljub svoji aktivni ponudbi še ni nič prodalo, lahko vseeno kupi tisto, kar potrebuje za svoje poslovanje. To lahko stori na podlagi odobrenega posebnega stanja. Za znesek posebnega stanja ne zaračunavam obresti. Pomembno je poudariti, da celoten sistem Menjalka temelji na ovrednotenju blaga in storitev z vzporedno oz. obračunsko valuto - menjalnimi evri, ki veljajo samo v našem sistemu, so pa vrednostno enaki pravim evrom. Torej ob prodajno-nakupnih transakcijah ne prihaja do denarnega toka, pač pa le do toka blaga in storitev ter evidentiranja stanj menjalnih evrov. V sistemu Menjalko tako dejansko kupujemo s tem, kar imamo, to je s prostimi kapacitetami ali neprodanimi zalogami. Naš slogan zato glasi: uporabi, kar imaš, za nakup tega, kar potrebuješ. Zakaj bi vedno posegal po denarju?

### ➤ Torej je to sistem za podjetja, ki nimajo likvidnih sredstev?

**IGOR HOČEVAR:** Vsekakor je to lahko rešitev zanje, saj lahko tako uspešno kljubujejo svojim likvidnostnim omejitvam. Menjalko je prav tako primeren tudi za podjetja, ki zelo dobro poslujejo. Vendar v njihovem primeru promet preko Menjalka pomeni dodaten promet, povečane prihodke in izboljššan poslovni rezultat. Seveda lahko tudi boljše likvidnost. Kljub povedanemu našim članom priporočamo, da preko Menjalka opravljajo do največ deset odstotkov celotnega prometa. Podjetja kljub vsemu potrebujejo tudi pravi denar, npr. za izplačilo plač, prispevkov in davkov. Poleg tega omogočamo našim članom tudi prožnost, da se pri vsakem poslu sproti odločajo, v kolikšnem deležu želijo biti plačani z menjalnimi evri in v kolikšnem deležu s pravimi evri. Naj ponovim: menjalni evro ima popolnoma enako vrednost in kupno moč

kot pravi evro. Če bi se zgodilo, da podjetje kljub aktivnemu povpraševanju v daljšem obdobju ne bi moglo porabiti menjalnih evrov v sistemu, mu družba Menjalko po analizi njegovega nakupnega profila pomaga poiskati pravega partnerja na trgu in ga nato poskuša vključiti v sistem, da bi lahko menjalne evre porabil.

### ➤ Kako pa je s plačilom davkov?

**IGOR HOČEVAR:** Enako kot pri poslovanju s pravimi evri. Ne glede na plačilo v menjalnih evrih se davek na dodano vrednost obračuna in plača s pravimi evri. Če torej naredimo menjavo za 1.000 evrov plus DDV, plača kupec 220 evrov DDV-ja na transakcijski račun prodajalca v pravih evrih in 1.000 menjalnih evrov na njegov menjalni račun pri Menjalku. Za obračune in plačila davkov so vedno odgovorna podjetja sama.

### ➤ Kako je zagotovljena konkurenčnost cen med ponudniki v sistemu?

**IGOR HOČEVAR:** Cene oblikujejo naši člani sami. Izhajamo iz predpostavke, da naši člani poznajo trge in cene, ki veljajo za posamezno blago in storitve. Kljub temu so lahko cene za enako blago ali storitev različne. Na koncu je vse odvisno od dogovora med prodajalcem in kupcem. Naša naloga je, da z vključevanjem najširšega kroga podjetij zagotavljamo raznovrstnost in konkurenčnost ponudbe. Vse pa je odvisno od poslovnih odločitev podjetij, ki so naši člani.

### ➤ Kako pa se ta sistem izplača Menjalku d.o.o.? Koliko vam podjetja plačajo za članstvo?

**IGOR HOČEVAR:** Podjetja za članstvo v sistemu poravnajo članarino, ki znaša mesečno 30, 100 ali 200 evrov, odvisno od paketa storitev, za katerega se odločijo. Lahko pa se odločijo tudi za članstvo brez članarine, a v tem primeru plačujejo provizijo od vsake opravljene transakcije. Ta znaša za člane Podjetniško trgovske zbornice štiri odstotke.

### ➤ Kaj naj si naši bralci zapomnijo o Menjalku?

Sistem Menjalko pomaga podjetjem reševati štiri težave: presežne kapacitete, neprodane zaloge, probleme s financiranjem in neplačane terjatve. Kdor razmišlja o teh temah, naj vzpostavi stik z nami in se vključi v naš sistem.



## MENJALKO

### Za plačilo tega, kar potrebujete uporabite, kar imate

► Piše: Igor Hočevar

*Idealna situacija vsakega podjetnika bi bila, da bi lahko vse svoje stroške kompenziral s svojimi izdelki oz. storitvami, dobiček pa imel na bančnem računu. To pri večini ni možno niti v majhnem odstotku, saj ima klasična kompenzacije določene omejitve.*

#### Omejitve klasične kompenzacije so:

1. neuskajenost glede ponujenega (z boni se ne da izplačati plač),
2. časovna neuskajenost ponujenega (potrebujem šele čez 2 leti), in
3. dimenzijska neuskajenost (kaj naj s sto okni).

Menjalko rešuje probleme kompenzacije tako, da omogoča menjavo ena proti mnogo. To pomeni, da lahko iz tržišča Menjalka vzamete kar potrebujete, plačate pa s tem kar imate.

#### Kako je to mogoče?

Člani Menjalka trgujejo med seboj s pomočjo zelo napredne programske rešitve, ki jo je razvil škotski partner GETS

Global. Uporablja se jo po vsem svetu več kot 25 let, na vseh kontinentih in v 32 državah sveta.

Menjalko vsem včlanjenim podjetjem aktivno trži ponujeno blago in storitve. Po izvršeni prodaji od drugih članov kupite to, kar bi sicer morali plačati iz svojega transakcijskega računa.

#### To pomeni, da vam Menjalko omogoča:

- ustvariti dodatno prodajo, ki je sicer ne bi bilo,
- z dodatno prodajo plačati stroške tiska, oglaševanja, pisarniškega materiala ali katerekoli druge stroške,
- sproščati pritisk na denarni tok vašega podjetja, in
- na ta način povečati dobiček.

### Ponudba za člane PTZ

Za vse člane PTZ smo pripravili poseben paket, na podlagi katerega boste imeli najbolj ugodne pogoje za menjavo.

#### Poleg tega pa vsem, ki se bodo Menjalku pridružili do 30.6.2015 omogočamo:

- nakup novih pnevmatik znamk Nexen s popustom 48 % od priporočene cene proizvajalca, in
- **10% popust** na uradni cenik družbe Gold Ekspres d.o.o., katere dejavnost je hitra dostava pošiljk in logistika.

# IDENTIKS 10<sup>LET</sup>

kartični sistemi

Ko kartica postane rešitev!

- ID☒ Konferenca - "event management"
- CLIP - celovit program zvestobe
- ID☒ WellICHECK  - upravljanje strank
- iGuard™ registrator delovnega časa
- Unikatna poslovna in bio darila - ID☒ gifts



ISO 9001  
BUREAU VERITAS  
Certification



Excelent SME

[www.IDentiks.si](http://www.IDentiks.si) | [ovratnitrakovi.si](http://ovratnitrakovi.si)  
[iguardsystem.si](http://iguardsystem.si) | [idegifts.si](http://idegifts.si) | [USB-kljucki.com](http://USB-kljucki.com)



## Kdo smo in kaj počnemo?



### ► mag. Vida KOŽAR

Direktorica PTZ

Telefon: 01 5898 315

E-pošta: vida.kozar@gzs.si



### ► Polona MEŽAN

Samostojna svetovalka

Področje dela: Trgovinski kotiček, Podjetniški šparovček (Skupinska nabava in prodaja blaga, PTZ MENJALKO in tematske vsebine Podjetniških klepetov), Združenje malih trgovcev Slovenije, Združenje podjetnikov centra mesta Ljubljana, Sekcija za pospeševanje nabave, Združenje proizvajalcev in distributerjev medicinskih pripomočkov SLO – MED, BNI skupina Karantanija

Telefon: 01 5898 103

E-pošta: polona.mezan@gzs.si



KAPILA & VEČALI | ŠNAP & WHISKY



### ► Blanka GABERC KOTNIK

Svetovalka

Področje dela: tajništvo PTZ, davčni kotiček, pravni kotiček, informacije v zvezi s sejmi, združenje laboratorijske zobne protetike Slovenije, sekcija refleksoterapevtov, sekcija holistov, sekcija izvajalcev dezinfekcije, dezinfekcije in deratizacije, sekcija jezikovnih centrov, sekcija plesnih šol

Telefon: 01 5898 312

E-pošta: blanka.gaberc@gzs.si



### ► Lidija Flajs

Samostojna svetovalka

Področje dela: Združenje šol vožnje Slovenije, Sekcija pooblaščenih trgovcev in serviserjev z motornimi vozili, Združenje zavarovalnih posrednikov Slovenije, Združenje trgovskih agentov Slovenije, priprava e-novic PTZ, izobraževanja po meri članstva (Podjetniški klepet in drugo).

Telefon: 01 5898 335

E-pošta: lidija.flajs@gzs.si



## ČLANI PROGRAMSKEGA ODBORA ZA ORGANIZACIJO 2. KONFERENCE MSP 2015



**ga. Vida Petrovčič**, vodja PO, urednica glasila Veter

**prof. dr. Mateja Drnovšek**, vodja Katedre za podjetništvo, Ekonomska fakulteta v Ljubljani – **namodešča jo prof. dr. Boštjan Antončič**, Ekonomska fakulteta v Ljubljani

**prof. dr. Miroslav Rebernik**, predstojnik Katedre za podjetništvo in ekonomiko podjetij, Ekonomska poslovna fakulteta, Maribor; Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij, predstojnik

**dr. Jaka Vadnjal**, GEA College - Katedra za podjetništvo, dekan

**mag. Maja Tomanič Vidovič**, Slovenski podjetniški sklad, direktorica

**mag. Sabina Koleša**, Direktorat za podjetništvo, konkurenčnost in tehnologijo, generalna direktorica, MGRT

**g. Roman Budna**, Sberbank, direktor področja Poslovanja s prebivalstvom

**ga. Jasna Ravnikar**, SID banka, Oddelek za podjetja

**ga. Manuela Dabo**, Bisnode d.o.o., direktorica prodaje

**ga. Damjana Sever**, BTL marketing d.o.o.

**g. Marko Prijon**, Conrad Electronic d.o.o.

**Marko Podgoršek**, B&B d.o.o.

**mag. Vida Kožar**, GZS PTZ, direktorica



## SKUPNA NABAVA BLAGA IN STORITEV

### Vir zniževanja stroškov in optimizacije nabave

► Piše: Igor Hiti



Igor Hiti

Podjetniško trgovska zbornica (PTZ) pripravlja v sodelovanju s podjetjem WTB d.o.o. novo spletno storitev, ki bo svojim članom omogočila, da bodo znatno poenostavili nabavo različnih izdelkov in storitev ter obenem znižali stroške.

Glede na organiziranost članov PTZ v sekcije in združenja se kaže priložnost skupinskega nastopa pri nabavi določenih izdelkov in storitev s ciljem doseganja boljših komercialnih pogojev, kot jih ima vsak posameznik. Podjetje WTB razpolaga s spletno aplikacijo, ki ima vse potrebne funkcionalnosti za doseg tega cilja.

Za razliko od spletnih trgovin gre za informacijski sistem s katerim je mogoče na enostaven način pridobiti individualne ponudbe različnih ponudnikov in jih transparentno med seboj primerjati. Uporabniki imajo na voljo še več funkcionalnosti, kot so elektronsko naročanje v določenem obdobju po zajamčenih cenah, elektronska pogajanja in druge.

Vse delo glede pridobivanja ponudb prevzame podjetje WTB. Zaposleni v podjetju tako ne izgubljajo časa in energije za pripravo povpraševanj, iskanje ponudnikov na trgu in pogajanja s ponudniki. V splošnem

gre za pridobivanje ponudb za skupino podjetij, ki so člani PTZ. Zaradi ekonomije obsega so cene praviloma nižje, kot če bi ponudbo iskalo vsako podjetje samo zase. Kupci bodo lahko uporabljali storitev pri nabavi različnih izdelkov in storitev, kot so pisarniški in potrošni material, električna energija, zavarovalne storitve, telekomunikacijske storitve, računalniška oprema, pa tudi repromaterial in druge specifične kategorije, glede na potrebe članov v posameznih sekcijah in združenjih. Obseg ponudbe se bo tako s časom vedno večal. Storitve bo uporabnikom na voljo v nekaj mesecih. Za kupce, člane PTZ, bo uporaba brezplačna, za ostale pa plačljiva. Podobno bodo tudi ponudniki, člani PTZ, deležni ugodnejših pogojev.



Podjetniško trgovska zbornica



Podjetniški šparovček

## Pogovarjajmo se z računovodjem

Do boljše bilance je včasih možno z ustvarjalnim razmišljanjem. Ali so izbrane računovodske politike ustrezne glede na stanje in pričakovanja podjetja, ali bi bilo katerega od poslovnih dogodkov opredeliti ali ga enostavno zavrteti malo drugače ter s tem popraviti bilančna razmerja? Tak primer nastopi tudi, ko družbenik da kratkoročno posojilo podjetju, pa ga to ne vrne, temveč sklepa anekse in podaljšuje rok vračila. Bolje je skleniti dolgoročno pogodbo, ki ima možnost predčasnega odplačila. Včasih ima to za družbenika celo ugodnejši davčni učinek, vsekakor pa je boljša slika podjetja tista, kjer je več dolgoročnih virov. Ko ima podjetje malo osnovnega ali celotnega kapitala ali ko je na začetku svoje poslovne poti, bo pri bankah dobilo boljšo oceno, če bo imelo več dolgoročnih virov, predvsem pa več lastnih virov. Zato je koristno preučiti, ali bi ne bilo bolje, da se ta finančna sredstva ne obravnavajo kot posojilo, temveč kot naknadna vplačila kapitala (kapitalske rezerve). Ob izpolnjevanju vsebinskih in postopkovnih pogojev iz ZGD-1 je v kasnejših obdobjih te rezerve možno družbeniku izplačati, je pa res, da se vmes ne obrestujejo.

Kristinka Vukovič, Unija d.d.

unija®

www.unija.com

6 držav, 1 računovodja



RAČUNOVODSTVO • PLAČE • DAVČNO SVETOVANJE • MOBILNA PISARNA

## Infopika GZS ima odgovore

► Piše: Mateja Tilia, zunanja svetovalka - Infocenter GZS



Mateja Tilia

✦ **Zanima me koliko časa imam zagotovljeno servisiranje pralnega stroja?**

Obveznost zagotavljanja servisiranja in dobavo rezervnih delov je povezna z izdajo garancijskih listov. Namreč pri prodaji izdelkov v Sloveniji velja naslednje:

Blago, za katerega mora proizvajalec oz. prodajalec v RS obvezno izdati garancijo, določa Pravilnik o blagu, za katerega se izda garancija za brezhibno delovanje (Ur.l. RS 14/12). Ta pravilnik med drugim določa 9 skupin blaga za katere je potrebno izdati garancijo za najmanj (1) eno leto.

Garancija za brezhibno delovanje za obdobje **najmanj enega leta** se izda za naslednje skupine blaga:

1. Proizvodi za gospodinjstvo in podobno uporabo;
2. Proizvodi avtomobilske in podobne industrije;
3. Stroji in naprave za kmetijstvo in za obdelavo majhnih površin;
4. Proizvodi informacijske tehnologije, in sicer;
5. Športna oprema in rekviziti;
6. Proizvodi s področja radio-komunikacij, avdio- in video-tehnike in naprav, ki se nanje priključujejo;
7. Elektro-medicinski pripomočki, namenjeni osebni uporabi;
8. Naprave za varstvo pred požarom,;
9. Čistilne naprave.

Garancijski rok za navedene skupine blaga ne sme biti krajši od enega leta, rok zagotavljanja vzdrževanja, zagotavljanja

nadomestnih delov in priklonih aparatov pa ne krajši od treh let. Torej če je garancija za blago 2 leti, je torej potrebno zagotavljati rezervne dele 6 let.

Kot določa Zakon o varstvu potrošnikov (Ur.l. RS št. 98/04 UPB 2, 126/07, 86/09 in 78/11) za navedeno blago mora proizvajalec ali prodajalec ob sklenitvi prodajne pogodbe izročiti potrošniku garancijski list, navodila za sestavo in uporabo **in seznam pooblaščenih servisov**. Pri tem je dolžan zagotoviti pooblaščen servis, razen če sam ne opravlja te dejavnosti.

**Pooblaščen je tisti servis, ki ima veljavno pooblastilo proizvajalca, da lahko izvaja servisna dela na proizvodih in ima sklenjeno pogodbo za dobavo originalnih rezervnih delov.**

Garancijski list mora biti za potrošnika lahko razumljiv. Kadar je izdelek namenjen prodaji na ozemlju Republike Slovenije, mora biti garancijski list v celoti v slovenskem jeziku.

Proizvajalec je dolžan zagotoviti popravilo in vzdrževanje izdelka, za čas garancijskega roka oziroma njegovega podaljšanja brezplačno, po poteku le tega pa proti plačilu tako, da servis opravlja sam ali ima sklenjeno pogodbo o servisiranju z drugo osebo. Tudi po preteku garancijskega roka je proizvajalec dolžan potrošniku zagotavljati vzdrževanje, nadomestne dele in priklonpe aparate. Pravice iz garancije lahko potrošnik uveljavlja tudi proti prodajalcu. Zakon o varstvu potrošnikov (Ur.l. RS št. 98/04 UPB 2, 126/07, 86/09 in 78/11) za uveljavljanje garancije ne predpisuje, da bi moral potrošnik ob reklamaciji predložiti tudi račun. Zadostuje izpolnjen garancijski list, iz katerega je razviden datum nakupa, kdo je bil prodajalec, naveden mora biti pooblaščen servis, obseg garancije in trajanje garancijske dobe. Garancijsko zahtevo lahko potrošniki uveljavljajo neposredno pri pooblaščenem servisu, pri proizvajalcu, ali pa pri prodajalcu.

To pomeni, da se potrošnik lahko sam odloči h kateri od omenjenih pravnih oseb bo odnesel v popravilo. Izjema velja le v primeru, ko je garancijo za izdelek dal samo prodajalec. Potem lahko uveljavljamo zahtevek le pri njemu in samo takrat bi morali tudi dokazovati, da smo izdelek kupili prav v določeni trgovini.

Račun pa ni edino sredstvo, s katerim lahko izkažemo, kje in kdaj je bil izdelek kupljen, saj to lahko storimo tudi s kakšnim drugim

dokazilom, npr. s potrdilom, ki ga dobimo pri plačilu s kartico (bančni slip iz POS-terminala), z bančnim izpiskom, ki ga dobimo od banke po pošti ali ga natisnemo (če poslujemo prek elektronske banke) itd.

**Iz navedenega sledi da ni eksplicitno določeno v zakonodaji ,kje se nahaja servis ,Pomembno je le da ima kupec zagotovljeno ustrezno popravilo v času garancijske dobe oz. izdobavo rezervnih delov tudi po preteku redne prodaje izdelka.**

✦ **Prišel bom s prodajo ur in modnega nakita preko interneta. Prosim za pojasnilo katero zakonodajo moram pri tem upoštevati?**

Podjetje, ki se bo ukvarjalo s prodajo na drobno preko spleta, mora najprej registrirati ustrezno dejavnost in sicer v skladu z Uredbo o standardni klasifikaciji dejavnosti (Ur.l. RS št. 69/07 ) (v nadaljevanju uredba SKD)

SKD se uporablja za določanje dejavnosti in za razvrščanje poslovnih subjektov in njihovih delov za potrebe različnih uradnih in drugih administrativnih podatkovnih zbirk ter za potrebe statistike in analitike v državi in na mednarodni ravni Kot izhaja iz uredbe, je dejavnost trgovine razvrščena v področje : G - trgovina; vzdrževanje in popravila motornih vozil in sicer

45 - Trgovina z motornimi vozili in popravila motornih vozil

46 - Posredništvo in trgovina na debelo, razen z motornimi vozili

47 - Trgovina na drobno, razen z motornimi vozili

Prodaja na drobno po pošti ali internetu ima oznako: G - 47.91.

Podjetje, ki se je odločilo za prodajo preko spleta mora pri opravljanju dejavnosti upoštevati določila zlasti:

- zakona o varstvu potrošnikov ( Ur.l. RS št.98/04/ -UPB 2,126/07,86/09 78/11 in 38,14 ),

- zakona o elektronskem poslovanju ( Ur.l. RS št. 96/09 – UPB 2 ) ter

- zakona o preprečevanju dela in zaposlovanja na črno / ur.l. RS št. 12/07- UPB-1,29/10 in 5712)

Prodajo preko interneta ali spletno trgovino zakon o varstvu potrošnikov uvršča med v t.i. pogodbe na daljavo. Pri tovrstnem poslovanju mora ponudnik skladno s določili zakona :



- s potrošniki poslovati v slovenskem jeziku
- omogočiti, da so v spletni trgovini oziroma na spletnih straneh na voljo naslednji podatki :
  - skrajšana firma vpisana v register,
  - kraj kjer posluje, ali naslov spletnih strani, če je iz njih nedvoumno razvidna identifikacija podjetja,
  - dostop do svojih podatkov, vključno s svojim elektronskim naslovom,
  - o vpisu v register oziroma drugo javno evidenco z navedbo registra oziroma evidence in številke vpisa,
  - podatkov o obveznosti plačila davka na dodano vrednost in s tem povezanih predpisanih podatkov.
- potrošniku pred sklenitvijo pogodbe zagotoviti podatke o :
  - firmi in sedežu podjetja,
  - bistvenih lastnostih blaga ali storitve, vključno z najkrajšim rokom trajanja pogodbe, če je predmet pogodbe trajna ali ponavljajoča se izpolnitve,
  - ceni blaga ali storitve, vključno z vsemi davki in drugimi dajatvami,
  - morebitnih stroških dostave,
  - podrobnejši ureditvi plačila ter načinu in roku dobave ali izpolnitve,
  - opisu pravice do odstopa od pogodbe

- skladno s 43.č členom zakona o varstvu potrošnikov,
- stroških, povezanih z uporabo komunikacijskega sredstva, če se ti stroški razlikujejo od običajne osnovne tarife, ki jo potrošnik običajno plačuje,
  - roku veljavnosti podatkov iz 2., 3. in 5. Alineje,
  - točni navedbi tehničnih korakov, ki vodijo do sklenitve pogodbe,
  - navedbi ali bo sklenjena pogodba shranjena pri podjetju in na kakšen način bo možen dostop do nje,
  - navedbi tehnoloških sredstev, ki omogočajo prepoznavanje in popravljanje napak pred oddajo naročila,
  - jezikih, v katerih je možno skleniti pogodbo,
  - naslov, kamor lahko potrošnik pošlje svoje ugovore, pripombe,
  - zahtevke in izjave,
  - podatke o servisni službi in veljavnih garancijskih pogojih.

Prodajalec, razen če se pogodba sklene izključno z izmenjavo elektronske pošte ali primerljivih posameznih sporočil je dolžan potrošniku takoj po prejemu naročila potrditi naročilo v elektronski obliki ter posredovati pogodbeno določila v obliki,

ki zagotavlja njihovo hranjenje in kasnejšo uporabo.  
V skladu z zakonom o elektronskem poslovanju mora prodajalec kupcu omogočiti uporabo ustreznih elektronskih sredstev. To pomeni, da mora prodajalec potrošniku po vnosu vseh podatkov potrebnih za naročilo izdelka in pred dejansko izvedbo naročila omogočiti, da vnesene podatke pregleda in popravi morebitne napake.

Posebej velja opozoriti, da ima kupec možnost odstopa od pogodbe, in sicer ima potrošnik pravico, da v štirinajstih dneh podjetju sporoči, da odstopa od pogodbe, ne da bi mu bilo treba navesti razlog za svojo odločitev. Obstajajo določene izjeme (43.č člen zakona) ko pa odstop ni mogoč. Če je potrošnik odstopil od pogodbe, mu mora podjetje vrniti vsa opravljena plačila. V primeru, da je potrošnik blago že prejel ter od pogodbe že odstopil, mora prejeta blago vrniti podjetju v tridesetih dneh. Prejeta blago mora vrniti nepoškodovano in v nespremenjeni količini, razen če je blago uničeno, pokvarjeno, izgubljeno ali se je njegova količina zmanjšala, ne da bi bil za to kriv potrošnik.

## PRAVOČASNO OBVESTILO O SPREMEMBI PRI POSLOVNEM PARTNERJU VAM LAHKO PRIHRANI NEVŠEČNOSTI

Vsakdanji hiter tempo od podjetnika zahteva, da je pri opravljanju svoje osnovne dejavnosti ves čas pozoren tudi na okolje, ki pomembno vpliva na njegovo poslovanje. Ključno je spremljanje poslovnih partnerjev z namenom, da se zmanjšajo tveganja na vseh korakih poslovnega procesa, od dobave, do prejema plačila za prodane produkte ali storitve. Pravočasne informacije o spremembah podatkov lahko prihranijo velike stroške, ki nastanejo, ko je za reševanje situacije že prepozno. Z namenom, da podjetjem pomaga pri stalnem preverjanju dogajanja pri slovenskih poslovnih partnerjih, je AJ PES razvil novo storitev eOpomnik za samodejno obveščanje o spremembah. Za podjetnika bodo še posebej ključne informacije o insolventnih postopkih, začetki blokad bančnih računov ter menjave posloводства in lastništva.

eOpomnik omogoča dnevno prejemanje obvestil o spremembah podatkov pri izbranih poslovnih subjektih na e-poštni naslov ali SMS.

### Obvešča o naslednjih spremembah:

- registrskih podatkov iz Poslovnega registra Slovenije – sprememba imena, naslova, glavne dejavnosti, zastopnikov, nadzornikov, prenehanje, preoblikovanje...,
- transakcijskih računov - odprti, zaprti, začetek in konec blokad,
- postopkov zaradi insolventnosti - stečaj, prisilna poravnava, likvidacija,
- uradnih objav - skupščine, statusno preoblikovanje...,
- protestov menic zaradi neplačila,
- drugih pomembnih spremembah.

### Ali ste vedeli?



Podjetnik si lahko na spletni strani AJ PES kadarkoli ogleda tudi vso zgodovino sprememb podatkov o posameznem poslovnem partnerju ali zgolj spremembe za zadnjih 14 dni. Prek neposrednih povezav na spremembe podatkov pa lahko pregleduje tudi podrobnejšo vsebino spremembe.

# eOpomnik

[www.ajpes.si//Bonitetne\\_storitve/eOpomnik](http://www.ajpes.si//Bonitetne_storitve/eOpomnik)  
bonitete@ajpes.si

4 AJ PES 5

# PODJETJU IDENTIKS KARTIČNI SISTEMI

## Prestižna nagrada George Hayward Award

**IDENTIKS 10<sup>LET</sup>**  
kartični sistemi

► Piše: P. V.



**Jasna Triller** (foto: osebni arhiv Jasne Triller)

Evropsko združenje trgovskih agentov (IUCAB) je junija lani – ob robu prvega srečanja vseh delegatov tega združenja v Sloveniji, v organizaciji Podjetniško trgovske zbornice, podelilo prestižno nagrado George Hayward Award lastnici družbe IDentiks kartični sistemi d.o.o. **Jasni Triller**.

V utemeljitvi so zapisali, da je **Jasni Triller** uspelo z njenim mladim podjetjem **IDentiks kartični sistemi** prodorno poslovanje kljub težkim gospodarskim razmeram. Odpirajo nove trge in širijo produktno linijo. Podjetje uvaja nove produkte in dosega stalno rast vse od svojega začetka v letu 2005. Njihovi prihodki so v letu 2014 znašali prek pol milijona evrov. Poslovni koncept podjetja je izvedba celostnih rešitev za identifikacijo s poudarkom na PVC karticah. Specializirani so za dobavo in potisk vseh vrst PVC kartic, kot so kartice zvestobe, darilne in klubske kartice, študentske in dijaške, različnih tipov - navadne, z magnetno stezo, črtno kodo, s kontaktnim ali brezkontaktnim čipom. Vedno večji pomen pa ima tudi CLIP program zvestobe. Kako so začeli?

**JASNA TRILLER:** Začela sem sama. V kartice sem se zaljubila že pri dvajsetih letih, že v študentskih letih sem se ukvarjala s karticami in sem obiskovala svetovne kartične sejme. Že takrat sem videla, da lahko s kartico naredim umetniško in uporabno vrednost za naročnika. Pred desetimi leti pa sem ustanovila svoje podjetje. Začela sem povsem obrtniško. Ponoči sem delala kartice, podnevi sem jih prodajala in

sanjala o večjih projektih. Za vse sem bila sama. Potem pa je družba organsko rasla. In ko sva s soprogom Juretom dobila prvega otroka, se je tudi on pridružil podjetju in tako je začelo nastajati in rasti naše družinsko podjetje. Danes izdelujemo vse kartice, razen bančnih. Izdelujemo tudi vse upokojske kartice, nekaj časa pa smo izdelovali tudi ljubljansko Urbano.

➔ **Zakaj ste uspeli, kaj je razlika, ki je naredila razliko?**

**JASNA TRILLER:** Začeli smo s sloganom »Please Identify yourself – IDentificirajte se!«. Že na samem začetku smo želeli, da nas naročniki povezujejo z identifikacijo. Tisto, kar nas tudi razlikuje, je odnos do estetike, ta v poslu ni nepomembna. Iz samo produktne organizacije se danes želimo usmeriti tudi v storitveno organizacijo. To pomeni, da želimo, da naša kartica postane pojem za rešitev. Zato: 'Ko pomisliš na kartico, pomisliš na IDentiks'. Osredotočili smo se na razvoj svojih blagovnih znamk in na ponudbo celostnih rešitev. To je denimo upravljanje dogodkov (event management), kjer pripravimo vse – registracijo in akreditacije, za manjše ali večje dogodke ter lahko sledimo udeležencem v realnem času. V vsakem trenutku torej organizatorji vedo, kje se kakšen udeleženec giblje in nahaja, kar je še posebej pomembno, ko se odvija več vzporednih dogodkov. Tako smo lani s čipnimi karticami zelo uspešno spremljali 1.200 udeležencev IBM foruma. Naša dru-

ga rešitev, ki jo ponujamo, so lojalnostne rešitve – z našo blagovno znamko CLIP (Customer Loyalty Integration Process). V tem projektu pa združujemo več različnih podjetij, kjer gre za celovito rešitev procesa lojalnosti, torej ne gre samo za zbiranje pik ali točk, ampak ponujamo celovito rešitev upravljanja s kupci, skupaj s poslovno analitiko. Ne želimo biti le »prodajalci kartic«, ampak celostnih rešitev.

➔ **Kakšen je trg kartic pri nas?**

**JASNA TRILLER:** V naši družbi smo partnerji s svetovno globalno družbo HID Global, ki jih tudi uradno zastopamo. Na tem področju se stalno izobražujemo, vendar se nove tehnologije k nam selijo počasi. Brezstično kartico v svetu že dolgo poznajo, pri nas je popularna šele zadnje čase. Zavedamo pa se, da bodo lahko šle nekega dne plastične kartice tudi v zaton, zato se širimo v razvoj ostalih rešitev in mobilnih aplikacij.

➔ **Kako obsežna je danes vaša proizvodnja?**

**JASNA TRILLER:** Ko smo prešteli, koliko kartic smo izdali, smo prišli na številko preko 4 milijone! Imamo sedem zaposlenih, vključujemo pa tudi podizvajalce in partnerje, če imamo večja naročila. V vsakem primeru pa so kartice dokončane pri nas, s pozornostjo, za vsakogar posebej. Se pa naše poslovanje širi mednarodno: imamo svoje podjetje tudi na Hrvaškem.



Jasna Triller, prejemnica nagrade George Hayward Award, junij 2014; Foto: Arhiv GZS





## Sberbank banka pripravila spodbude za podjetnike

Sberbank banka že več kot dvajset let sodeluje z malimi in srednje velikimi podjetji ter mikropodjetniki. Prepričani so, da prav ti segmenti lahko v Sloveniji odločilno vplivajo na izboljšanje stopnje gospodarske rasti.

Za strokovnejši in hitrejši dialog s tem delom gospodarstva so pred dvema letoma vzpostavili **Center za financiranje malih podjetij**, kjer izvajajo aktivnosti refinanciranja kratkoročnih posojil za izboljšanje strukture financiranja, refinanciranja dolgoročnih posojil, ki jih v danih razmerah gospodarstvo težje servisira zaradi aktualnih gospodarskih razmer ter ponujajo nove kreditne linije za razvoj in razširitev gospodarstva. Skratka: maksimalno so se pripravili na še bolj poglobljeno sodelovanje.

V segmentu poslovanja s podjetji je ponudba Sberbank celovita: od poslovnega transakcijskega računa, elektronskega poslovanja preko Sberbank Poslovnega Spleta, limita na računu, vseh oblik financiranja, poslovnih kartic, zavarovanja pred tečajnimi, obrestnimi in blagovnimi tveganji, različnih oblik depozitov. Svetovalci podjetnikom z individualnim pristopom predstavijo najbolj primerne rešitve oz. oblike financiranja in ti se praviloma odločijo za obliko, ki jim je najbolj dostopna.

Ker je za banko Sberbank mikrosegment izredno pomemben, imajo podjetniki v osmih slovenskih krajih tudi ustreznega sogovornika - svetovalca v vsaki bančni podružnici in se lahko dogovorijo za sestanek. A ker podjetnikom praviloma zmanjkuje časa, se lahko dogovorijo za **obisk mobilnega bančnika na sedežu njihovega podjetja** (za obisk se dogovorijo na telefonski številki **080 22 65**). Več informacij lahko poiščejo tudi na spletni strani **www.sberbank.si**.

**SBERBANK**

**Kreditni za mikro podjetja**

**NAROČITE SI MOBILNEGA BANČNIKA 080 22 65**

**PODJETNIKI, ZAVIHAJTE ROKAVE!**  
**Za vas imamo 10 mio EUR spodbud.**

- ✓ Za zagon ali razširitev posla.
- ✓ Za reprogramiranje obstoječih kreditov.

*Vaša zgodba. Vaša banka.*

[www.sberbank.si](http://www.sberbank.si)

Sberbank banka d.d., Dunajska cesta 128 a, Ljubljana / SAATCHI & SAATCHI / Foto: Luka Kaše

## Kaj se je dogajalo v zadnjem letu?

### 13. STROKOVNO SREČANJE SEKCIJE REFLEKSOTERAPEVTOV – MED TEORIJO IN PRAKSO

Sekcija refleksoterapevtov vsako leto organizira strokovno srečanje. Lansko je bilo 5. decembra 2014 na GZS z naslovno temo »Med teorijo in prakso«. Predsednica sekcije je uvodoma opozorila na probleme na področju zdravilstva in posegov Ministrstva za zdravje v zakonodajo. V ta namen je bila lani junija skupaj z Združenjem za integrativno medicino organizirana okrogla miza »Zdravilstvo jutri«, kjer je bila izvedena javna razprava med vsemi ključnimi akterji zdravilstva in državnimi inštitucijami.

Na strokovnem srečanju so s svojimi predavanji sodelovali naslednji predavatelji:

- »Vloga terapevtske psa pri celostni obravnavi« - Živa Ketiš in David Ravnik
- »Razporeditev tlaka (tlačni odtis) v stopalih po refleksosonski masaži stopal in vpliv le-tega na držo ter hojo – pilotna študija« - David Ravnik in Vaclav Bittner
- »Pomen telesne aktivnosti na delovnem mestu – predstavitev ergonomskega projekta in dobre prakse« - David Ravnik, Dejan Ogrin in Justina Kocjančič
- »Uporabnost miofascialne terapije in kineziotapa pri delu refleksoterapevta« - David Ravnik, Živa Ketiš, Jure Jelovčan in David Ogrin
- »(P)ostati poskočen, (P)ostati gibčen« (Bothmer gimnastika) - Andreja Vuk
- »Refleksopsihoterapija« - Maja Vrhunc, refleksoterapevtka
- »Igljčni aplikatorji« - Mojca Boh, refleksoterapevtka
- »Obrazna refleksoterapija – primer bolnice po operaciji tumorja hipofize«, Pavla Zupančič, refleksoterapevtka

### 4. zbor članov Združenja podjetnikov centra mesta Ljubljana (ZPCML)

V ZPCML je vključenih 38 podjetij, ki delajo na ozemlju mestnega jedra. Glavni program dela je njihovo povezovanje enega z drugim, kot tudi s prireditvami, ki jih organizira Zavod Turizem Ljubljana in drugi posamezniki. Za boljšo informiranost o posameznih dogodkih mestna menedžerka **Irena Razpotnik** vsaka dva meseca organizira Programski odbor, kamor so povabljeni tako podjetniki centra

mesta, kakor tudi posamezni oddelki MOL-a (šport, kultura Zavod Turizem Ljubljana, Ljubljanski grad, Lutkovno gledališče, Gospodarsko razstavišče...). Zaradi same velikosti mesta Ljubljana, je samo združenje sedaj organizirano tako, da imamo center mesta razdeljen na 6 con, ki jih vodijo posamezniki, ki jih imenujemo vodje con in so hkrati tudi člani Izvršilnega odbora ZPCML. Predsednik je **Damjan Gašperič**, drugače direktor GDA d.o.o., ki deluje kot vodja cone za Petkovškovo nabrežje, seveda s svojo slaščičarno CACAO. Jasna Šabanovič (Restavracija Zlata ribica – Vizija gostinstvo d.o.o.) vodi področje Cankarjevo nabrežje, Jožica Trstenjak (Jožica Trstenjak s.p. – šiviljstvo) vodi Gornji trg, Meri Sarajlija vodi (Merima Sarajlija s.p. – Trgovina Barbapapa) Stari trg, Erika Velušček vodi (Butik M4 Line na Mačkovi) Mačkovo, Stritarjevo in Mestni trg, Anže Logar vodi (Anže Logar s.p. – Barka Ljubljana) Breg, Lili Mistral iz podjetja Rayher Adria d.o.o. vodi Prečno in Malo ulico, ter delno Trubarjevo, ter Nenad Đokič (Intelstar d.o.o. – Na kavo), ki vodi Čopovo ulico in Mateja Puhar (Mateja Puhar s.p.), ki vodi Slovensko in Gosposvetsko ulico. To je nova organiziranost ZPCML, sprejeta prav na tem zboru.

Bistveni del programa dela ZPCML v letu 2015 je pilotni projekt »Program zvestobe za male trgovce in gostince, z nadgradnjo kartice URBANA«. Zaradi glavne tematike mestnega marketinga, to je povezanosti med deležniki, bomo pilotno izvedli imenovani projekt in tako skušali pomagati drobnemu gospodarstvu v centru mesta do večje povezanosti med seboj in javnimi podjetji, seveda s posledico večjega učinka pri obiskovalcih. Program bo namreč omogočal tudi nagrajevanje obiskovalcev npr. vzpenjače, muzejev, Ljubljanskega gradu...odvisno od tega katero od javnih podjetij se bo seveda vanj vključilo.

Ob tem seveda ne moremo mimo zahvale direktorici Javnega Holdinga Ljubljana, gospe Zdenki Grozde, ki je s svojo projektno skupino ogromno pripomogla k vzpostavitvi pilotnega projekta. Prav tako se je vanj vključil tudi Urad informacijske pooblaščenke, ko smo skupaj pripravljali Splošne pogoje poslovanja, da zagotovimo vsem pravnim podlagam pri tako kompleksni kartici. Predvidoma v mesecu septembru 2015 pa bo pilot realiziran in se bo povezovanje v praksi pričelo.

### NOVI EVROPSKI STANDARD EN 16636

S svečano razglasitvijo dne 17. marca 2015 v Bruslju se je uradno začel izvajati nov Evropski standard EN 16636, ki ga razvil Evropski odbor za standardizacijo (CEN) v tesnem sodelovanju s strokovnjaki Konfederacije Evropskih nacionalnih združenj na področju nadzora in zatiranja škodljivcev (CEPA).

Pri oblikovanju in uveljavitvi standarda je s svojima predstavnikoma gospo Zver Jasno in g. Dakič Zlatkom v skupini za pripravo predloga novega CEPA/CEN standarda aktivno sodelovala Sekcija izvajalcev dezinfekcije, dezinfekcije in deratizacije pri Podjetniško trgovski zbornici. Z našimi aktivnostmi smo seznanili tudi Slovenski inštitut za standardizacijo (SIST) in jih zaprosili za podporo pri glasovanju za standard! SIST je z razumevanjem sprejel naša prizadevanja in 02.12.2014 glasoval ZA standard!

Standard določa zahteve, priporočila in osnovne kompetence po katerih se morajo ravnati izvajalci DDD, da s tem izkažejo profesionalno raven storitev in zagotavljanje odgovornega ravnanja in varovanja pred tveganji za javno zdravje prebivalcev, živali in okolja v katerem živimo.

Hkrati je CEPA predstavila novo vseevropsko shemo certificiranja (CEPA Certified®), ki predpisuje način izvajanja storitev. Certificirani ponudniki storitev bodo na ta način dokazovali uporabnikom, da delujejo v skladu z zahtevami Evropskega Standarda EN 16636.

Certifikacijska shema deluje kot jamstvo strankam, da je ponudnik popolnoma usposobljen za izvajanje nadzora in zatiranja škodljivcev, uporabo kemikalij tudi z vidika varnosti zdravja ljudi in živali ter odgovorno zaščito okolja.

### ZBOR ZDRUŽENJA LABORATORIJSKE ZOBNE PROTETIKE SLOVENIJE

Združenje laboratorijske zobne protetike Slovenije je 27. marca izvedlo redni letni zbor. Poleg programa dela in poročila o delu so bile predstavljene tudi aktualne teme za zobotehniške. Ob koncu zбора je gospod Slavko Brkič odgovarjal na vprašanja na temi »Kovinska porcelanska tehnika« in »Polna keramika«.



## SID banka nadaljuje financiranje malih in srednje velikih podjetij



Sibil Svilan

SID banka je konec marca malim in srednje velikim podjetjem (MSP) podaljšala tokrat že četrti program, namenjen izključno njim, in sicer za financiranje naložb in zaposlovanja. S tem je zaokrožila svojo ponudbo v okviru koncepta One Stop Shop (vse na enem mestu), kjer lahko MSP dobijo vse potrebne finančne instrumente za vse faze razvojnega cikla, vključno z internacionalizacijo. Aktivni nismo le v začetnih fazah razvoja podjetja (start-upi, semenski kapital, tvegani kapital), ki jih banke ne financirajo, ampak se to povsod po svetu dela s posebnimi skladi za spodbujanje začetkov podjetništva, tako kot v Sloveniji to izvaja SPS, s katerim si komplementarno delimo pristojnosti na tem področju.

**Intervju s predsednikom uprave SID banke mag. Sibилоm Svilanom**

➤ **Gospod Svilan, SID banka je zadnja leta razvila kar nekaj produktov za financiranje malih in srednje velikih podjetij. Kako to, da se je usmerila v ta segment gospodarstva?**

**SIBIL SVILAN:** V Sloveniji mala in srednje velika podjetja težko pridejo do ustreznega financiranja, kar že nekaj let kažejo tudi analize, ki potrjujejo to tržno vrzel. Mnogim podjetjem je dostop do financiranja povsem zaprt, številna druga pa lahko pridobijo le zelo drage kredite, ki bistveno zmanjšujejo njihovo konkurenčnost. Zato SID banka skupaj z Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo razvija posebne programe financiranja za ta, zelo

# SID Banka

pomemben del slovenskega gospodarstva.

Za mala in srednje velika podjetja smo tako razvili že pet posojilnih linij, ki temeljijo na konceptu finančnega inženiringa in mešanja sredstev javnega in zasebnega izvora ter povratnemu namenu sredstev oz. oblikovanju stalne ponudbe za MSP prek za to posebej oblikovanih posojilnih skladov. S tem SID banka postaja tudi banka za malo gospodarstvo v vseh nadaljevalnih fazah razvoja podjetij.

SID banka sicer že od leta 1992 spremlja MSP, sprva s izvoznimi spodbudami in kasneje s posebnimi, njim posebej prilagojenimi programi. Po pridobitvi pooblastil za razvojno bančništvo v 2008 je postalo spodbujanje rasti in razvoja MSP ena od ključnih nalog delovanja SID banke, zlasti z namenom financiranja MSP v kasnejših fazah življenjskega cikla (rast in razvoj). To vključuje tudi financiranje potrebnih večjih obratnih sredstev in kvalitetnejšega kapitala za rast podjetij in predvsem razvoj inovativnih podjetij z večjo dodano vrednostjo in višjim potencialom rasti.

➤ **Kakšne kredite pa lahko dobijo mala in srednje velika podjetja pri SID banki?**

**SIBIL SVILAN:** Krediti iz Posojilnega sklada za MSP imajo zaradi ugodne obrestne mere status državne pomoči. Konec leta 2013 smo namreč z Ministrstvom za gospodarstvo in tehnologijo vzpostavili Posojilni sklad za MSP, znotraj katerega razvijamo programe za njihovo financiranje. Mala in srednja velika podjetja lahko tako pri SID banki pridobijo kredite za financiranje obratnega kapitala (vključno s posebno linijo za mikrofinanciranje), za financiranje naložb in zaposlovanja ter tehnološko-razvojnih projektov.

Ker je del sredstev v posojilni sklad prispevala država, je SID banka lahko razvila in podjetjem ponudila kredite, katerih obrestna mera je nižja od siceršnje tržne v Sloveniji. Tako lahko konkurirajo tudi pod-

jetjem v tujini, kjer je znano, da so podjetja deležna bistveno cenejšega financiranja s strani njihovih komercialnih bank.

Kreditna linija za obratni kapital je tako že v prvem letu postala prava uspešnica, prek nje namreč MSP dobijo približno šest milijonov evrov nujno potrebnih sredstev za poslovanje mesečno. S tem je ta linija postala tudi največji posamični ukrep za MSP.

➤ **Kakšne pogoje mora podjetje izpolnjevati za pridobitev teh kreditov?**

**SIBIL SVILAN:** Pogoji za pridobitev kreditov so predvsem naslednji: podjetje mora poslovati vsaj dve polni poslovni leti, imeti mora vsaj dva zaposlena, ne sme biti v insolvenčnem postopku, razmerje med neto finančnim dolgom in EBITDA lahko znaša največ 6, razmerje med finančnim dolgom in lastniškim kapitalom lahko znaša največ 3, razmerje med EBITDA in finančnimi odhodki iz finančnih in poslovnih obveznosti pa mora biti najmanj 1,5.

➤ **Kam naj se podjetje obrne, če želi preveriti, ali izpolnjuje pogoje za pridobitev kredita?**

**SIBIL SVILAN:** Ker smo želeli podjetjem čim bolj poenostaviti administrativne postopke, smo razvili program, s katerim lahko podjetje svojo ustreznost preveri kar na naši spletni strani.

Na spletni strani <https://vloge.sid.si> računalniški program s preveri, za pridobitev katerih kreditov SID banke podjetje izpolnjuje pogoje. Hkrati podjetje na tej spletni strani tudi pridobi in na koncu odda vso potrebno dokumentacijo za pridobitev kredita.

➤ **Kaj pa, če ima podjetje težave s pripravo dokumentacije?**

**SIBIL SVILAN:** V tem primeru naj pokliče na telefonsko številko **01 2007 480** ali piše na elektronski naslov **msp@sid.si**, kjer jim bodo naši svetovalci z veseljem pomagali in jih vodili skozi celoten postopek.

# MILANO – EXPO 2015

## Še se je mogoče prijaviti za predstavitev

► Piše: P. V.

V italijanskem Milanu so prvega maja slovesno odprli svetovno razstavo Expo 2015, na kateri se s samostojnim paviljonom predstavlja tudi Slovenija. "Naša država se predstavlja kot zelena, zdrava in aktivna, kar je tudi temelj za naš družbeni in gospodarski razvoj," je ob uradnem odprtju paviljona poudaril gospodarski minister **Zdravko Počivalšek**. Ker je v interesu agencije Spirit in potencialnih partnerjev, da se na svetovni razstavi predstavi čim širši krog gospodarstva, bodo pobude za partnersko sodelovanje na Expu sprejemali še naprej, predvidoma **do 31. avgusta 2015**. Partnerstva se bodo obravnavala in oblikovala individualno v okviru preostalih razpoložljivih predstavitevni možnosti.

Sicer pa je sejem, ki bo odprt do 31. oktobra 2015, živ. V začetku maja smo pričeli konferenci in dvodnevni B2B srečanjem v okviru Dnevo EU - Mediteranskih držav in Turčije. Javna agencija SPIRIT Slovenija in Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo v sodelovanju z Generalnim direktoratom za notranji trg, industrijo in podjetništvo pri Evropski komisiji, Ministrstvom za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano ter Gospodarsko zbornico Slovenije organizirajo **Dneve EU-Mediterskih držav in Turčije in t.i. Agro-Food Manufacturing Matchmaking Event**. V prvi polovici junija sledi predstavitev destinajskih in investicijskih potencialov gorenjske regije s turističnega in kulturnega področja.



MILANO 2015  
FEEDING THE PLANET  
ENERGY FOR LIFE



Official Participant



Slovenski razstavni paviljon je piramidne oblike, ki je postavljena na geometrijsko razgibani površini, kar odraža reliefno razgibanost slovenskega ozemlja – prehajanje alpskega hribovja, panonskih ravnin ter sredozemskega gričevja v obdelovalne površine, pod katerimi se skriva izjemen podzemni labirint kraških jam in kapnikov. Paviljon je narejen iz naravnih materialov - lesa in stekla. Slovenija se predstavlja s sloganom »Čutim Slovenijo. Zelena. Aktivna. Zdrava.« Vsebine, ki so predstavljene v slovenskem paviljonu v povezavi z glavno temo svetovne razstave – hrana, so: sol, čebele, termalne in mineralne vode, zdrav in aktiven življenjski slog ter zelene tehnologije.

## Peter Burkeljca – novi predsednik Združenja trgovskih agentov Slovenije

Predvidoma do jesenske skupščine bo dolžnost predsednika Združenja trgovskih agentov opravljal **Peter Burkeljca** direktor družbe Burde Metal d.o.o. Kot motiv in razlog, da je prevzel to zahtevno dolžnost, je izrazil željo, da bi se v Sloveniji znebili negativnega prizvoka, ki ga je še vedno deležen poklic trgovskega agenta. »Ljudje še vedno sprašujejo, ali bodo dobili enako ceno za blago, če ga kupijo prek trgovskega agenta, kot če bi ga kupili neposredno pri principalu. Vsekakor je cena ista, saj delamo v imenu in za račun principalu,« razlaga Peter Burkeljca, zato si bodo v sklopu sekcije v prihodnje prizadevali tudi za certificiranje tega poklica.



Peter Burkeljca



# Tiskalniki HP OfficeJet serije X za popolnoma nov način tiskanja

## Prednosti laserskih tiskalnikov, a z za do polovico nižjimi stroški na stran

**V sodobnem poslovnem svetu šteje vsak vtis. Vse od prvega stika s stranko ali partnerjem do vsakodnevne komunikacije je treba zagotoviti izkušnjo profesionalnosti in odličnosti. Pomemben del tega je tudi tisk, kjer si uspešna delovna okolja preprosto ne morejo privoščiti kompromisov pri zanesljivosti in hitrosti tiskanja ter kakovosti natisnjenih dokumentov.**

Zaradi teh zahtev so bile pri izbiri poslovnih tiskalniških naprav v preteklosti privzeta izbira laserske naprave. Pogled na črnilne tiskalnike in večfunkcijske naprave v poslovnih okoljih pa danes popolnoma spreminjajo revolucionarne naprave HP OfficeJet serije X, ki združujejo najboljše iz svetov laserskih in črnilnih rešitev.

Črnilni tiskalniki HP OfficeJet serije X namreč zagotavljajo hitrost, zmogljivost in kakovost tiskalnikov HP LaserJet, a ob občutno nižjih stroških tiskanja.

Prednosti tiskalnikov HP OfficeJet serije X:

- Natisnejo do 70 strani na minuto. Hitrost barvnega tiskanja je do dvakrat višja kot pri barvnih laserskih tiskalnikih.
- Stroški natisnjene strani so za do 50 % nižji kot pri laserskih tiskalnikih.
- Velik pladenj za papir in do 6000 natisnjenih strani na mesec, zaradi česar so primerni tudi za zaposlena delovna okolja.

Skrivnost rekordne hitrosti in profesionalne kakovosti naprav HP OfficeJet serije X je edinstvena tehnologija **HP PageWide**. Ta temelji na nepremični brizgalni glavi, ki zajame celotno širino strani in natisne celoten dokument z enim samim prehodom, kar poskrbi za izjemno hitrost in kakovost. Pri razvoju pa v HP-ju niso pozabili na okolje, saj naprave HP OfficeJet serije X v primerjavi z laserskimi modeli porabijo tudi do 84 odstotkov manj energije, privzeto omogočajo dvostransko tiskanje in imajo certifikat ENERGY STAR.

### Prava rešitev za vaše podjetje

Tiskalniki HP OfficeJet serije X hkrati nudijo enake rešitve za upravljanje in varnostne lastnosti kot legendarne naprave HP LaserJet, zato boste z njimi preprosto obdelovali delovne tokove, upravljali svoje omrežje in jih enostavno integrirali v obstoječe IT-okolje.

Več informacij o tem, kako si lahko zagotovite tiskanje s hitrostjo laserskega tiskalnika, a z za do polovico nižjimi stroški, poiščite na [hp.com/si](http://hp.com/si).



**Videti je kot laserski tiskalnik.  
Tiska kot laserski tiskalnik.  
Stane pol manj.**



### OfficeJet serije X, samo iz HP-ja

S tiskalniki HP OfficeJet serije X si zagotovite tiskanje s kakovostjo laserskega tiskalnika in hitrostjo do 70 strani na minuto<sup>1</sup> ter za do 50 % nižjimi stroški na stran<sup>2</sup> kot pri konkurenčnih barvnih laserskih tiskalnikih. Z edinstveno tehnologijo HP PageWide natisnejo celotno stran v enem prehodu in izpolnjujejo zahteve sodobnih podjetij. Več informacij poiščite na [hp.com/si](http://hp.com/si).

Izberite izkušenega HP-jevega partnerja s statusom Platinum ali Gold. Najdite ga na [hp.com/si/partnerji](http://hp.com/si/partnerji).



<sup>1</sup> V standardnem pisarniškem načinu. Ni vključena prva stran. Več podrobnosti na [hp.com/go/printerclaims](http://hp.com/go/printerclaims).  
<sup>2</sup> HP OfficeJet Pro 4: primerjava temelji na večini barvnih laserskih večfunkcijskih naprav, cenjenih od 1000 USD, in barvnih laserskih tiskalnikih, cenjenih od 800 USD (podatki iz avgusta 2013), na podlagi tržnih deležev. Iztih je objavljen za drugo četrtletje leta 2013. HP OfficeJet Enterprise 4: primerjava temelji na večini barvnih laserskih tiskalnikih, cenjenih od 1200 USD, in barvnih laserskih večfunkcijskih naprav, cenjenih od 1000 USD (podatki iz decembra 2013), na podlagi tržnih deležev. Iztih je objavljen za tretje četrtletje leta 2013. Primerjave stroškov na stran za potrošni material za laserske naprave temeljijo na objavljenih specifikacijah proizvajalcev (artus) z največjo kapaciteto. Podatki o stroških na stran temeljijo na artus an HP 500 in HP 5/0.4L/0.7/1.4L. Ocensjeni maloprodajni ceni, objavljeni na strani in ob nepreloženem tiskanju v privzetem načinu. Dejanski cene in izdatki se lahko razlikujejo. Za več informacij obiščite spletno stran [www.hp.com/go/learnaboutsupplies](http://www.hp.com/go/learnaboutsupplies).  
© Avtorske pravice 2015 Hewlett-Packard Development Company, informacije v tem dokumentu se lahko spreminjajo brez predhodnega obvestila. HP ne odgovarja za morebitne tehnične ali uredbne napake ali izpuste v tem dokumentu.

## Podjetnik AS

### Celovito zavarovanje za podjetnike!



V zavarovalnici Adriatic Slovenica (AS) so za podjetnike pripravili nov produkt Podjetnik AS, ki nudi celovito zaščito pred najpogostejšimi nevarnostmi, ki lahko ogrozijo poslovanje vašega podjetja.

Premoženjsko zavarovanje Podjetnik AS je pripravljeno na podlagi aktualnih potreb strank. Zavarovanje je namenjeno malim gospodarskim družbam in samostojnim podjetnikom. Z eno zavarovalno polico lahko vaše podjetje zavarujete pred nevarnostjo požara, obratovalnega zastoja, vloma, razbitja steklenih površin, odgovornosti zoper odškodninske zahtevke tretjih oseb.

#### Paketi po potrebah podjetnikov

V okviru zavarovanja Podjetnik AS so na izbiro štiri zavarovalni paketi: nadstandardni, optimalni, standardni in osnovni paket. Paketi se med seboj razlikujejo po obsegu kritja, zavarovanih nevarnostih in predmetih. Predmetom v izbranem paketu lahko določite zavarovalno vsoto glede na njihovo vrednost oziroma glede na najvišjo možno škodo, ki se pri posamezni zavarovani nevarnosti lahko zgodi.

Po potrebi lahko priključite tudi dodatna kritja in jim prilagodite zavarovalne vsote.

#### Nekaj primerov, ki jih krije zavarovanje Podjetnik AS:

- v okviru vlomskega zavarovanja je v nadstandardnem paketu krita tudi izginitve opreme na prostem kakor tudi zunanjih delov zgradbe;

- zavarovanje stekla krije kakršnokoli razbitje steklenih površin, ne glede na material ter nudi možnost vključitve dodatnega kritja za razbitje stekel zimskih vrtov, umivalnikov, straniščnih školjk, svetlobnih napisov ...

- zavarovanje obratovalnega zastoja krije poslovne stroške, ki jih zaradi zavarovalnega primera, ki je nastal zaradi osnovnih požarnih nevarnosti, ni bilo mogoče nadomestiti;

- zavarovanje odgovornosti krije škodo pred pretiranimi in neupravičenimi odškodninskimi zahtevki tretjih oseb ali zaposlenih (npr. padec na spolzkih tleh ...).

### Super ugodnosti ob sklenitvi zavarovanja Podjetnik AS

#### Si.mobil vrača 50 % letne premije!

Ob sklenitvi zavarovanja Podjetnik AS vam Si.mobil podari ugodnost v višini 50 % letne premije kot navedena na zavarovalni polici. Ugodnost lahko izkoristite kot popust na mesečno naročnino za ponudbo Si.mobilovih telekomunikacijskih storitev in poslovnih rešitev.

#### Bine Volčič vam podarja 3-mesečni online kuharski tečaj na portalu [www.binevolcic.si](http://www.binevolcic.si)

- Naučite se modernih tehnik kuhanja.
- Spoznajte Binetove nove avtorske jedi.
- Preverite Binetove nasvete za najboljši izkoristek sestavin.
- Ne spreglejte norih kombinacij okusov.

#### Zakaj skleniti zavarovanje Podjetnik AS?

- ✓ Kvalitetna in celovita zaščita pred najpogostejšimi nevarnostmi.
- ✓ Vse na eni polici in z enimi pogoji – boljša preglednost.
- ✓ Zanimiva nova kritja (korozija, žled ...).
- ✓ Kritje poslovnih stroškov, ki so posledica prekinitve poslovanja zaradi požara, toče ...
- ✓ Zavarovanje »na novo vrednost« brez doplačila premije.
- ✓ Zavaruje se lahko tudi sanitarna keramika za nevarnost razbitja.
- ✓ Zavaruje se lahko tudi izginitve žlebov, grelcev, stolov, miz ... na prostem.

#### AS Klub ugodnosti vabi k brezplačni predstavitvi storitev ali izdelkov vašega podjetja

Sklenite zavarovanje Podjetnik AS in predstavite svoje izdelke ali storitve 97.000 članom AS Kluba preko spletne strani [www.as-klub.si](http://www.as-klub.si) in preko mesečnih e-novic.

Več na [www.as.si](http://www.as.si) pod aktualno, Podjetnik AS.

#### VETER

Izdajatelj: GZS – Podjetniško trgovska zbornica,

T: 01 58 98 312, F: 01 58 98 317, Dimičeva 13, 1504 Ljubljana,

[ptz@gzs.si](mailto:ptz@gzs.si), [www.gzs.si/ptz](http://www.gzs.si/ptz)

Odgovorna urednica: mag. Vida Kožar

Urednica: Vida Petrovčič

Uredniški odbor: Vida Petrovčič, mag. Vida Kožar, GZS PTZ, Damjana Sever, BTL Marketing d.o.o., članica, Jadranka Bartelj, Galatea d.o.o., članica, Marko Prijon, Conrad Electronic, član

Tisk: TISK 24 d.o.o. Prelom in priprava za tisk: BTL marketing d.o.o.

Oblikovanje: Vida Petrovčič. Naklada: 5.000 izvodov. Glasilo je brezplačno.

Fotografije: arhiv GZS

Fotografija na naslovnici: T23RF Ltd.

GZS PTZ izjavlja, da je gradivo pripravila z vso dolžno skrbnostjo in opozarja uporabnike, da so vsa besedila avtorsko zaščitena. GZS PTZ izjavlja, da za vsebino avtorskih prispevkov ne odgovarja. Prav tako opozarjamo, da besedila avtorskih prispevkov niso lektorirana, za kar GZS/PTZ ne prevzema nikakršne odgovornosti. Avtorji prispevkov jamčijo, da njihova dela ne posegajo v kakršnekoli druge pravice tretjih oseb in da ne vsebuje ničesar takega, kar bi bilo v nasprotju z veljavno zakonodajo v Republiki Sloveniji. Razmnoževanje po delih ali v celoti na kakršenkoli način in s katerimkoli sredstvom ni dovoljeno brez pisnega soglasja avtorja posameznega teksta.

**CELOVITA  
ZAŠČITA ZA  
VARNO  
POSLOVANJE**

zemeljski plaz  
žled  
izpad dohodka

**POŽAR**

**POPLAVA**

vlom in rop

**POTRES**

RAZBITJE STEKEL

**ODGOVORNOST**

zastropitev s hrano



si.mobil.si

**Si.mobil vrača**

**50 %**

letne zavarovalne premije!\*



**Bine Volčič**

vam podarja 3-mesečni  
online kuharski tečaj na  
portalu [www.binevolcic.si](http://www.binevolcic.si)\*

**Vse v  
paketu**



**Podjetnik**



Več na [www.as.si](http://www.as.si) pod aktualno, Podjetnik AS.

[www.as.si](http://www.as.si)

080 11 10

Podjetja morajo danes za obstoj na trgu nenehno vlagati v nove produkte, kar zahteva nove investicije v razvoj in raziskave, kot tudi investicije v osnovna sredstva. Za spodbujanje takih naložb je SID banka pripravila Program za financiranje naložb in zaposlovanja za MSP ter Program za financiranje tehnološko - razvojnih projektov, v okviru katerih lahko podjetja pridobijo ugodne kredite s statusom državne pomoči.

## UGODNI KREDITI ZA FINANCIRANJE NALOŽB IN ZAPOSLOVANJA ZA MSP

### Prednosti

- **Ugodna obrestna mera**, ki je nižja od običajnih tržnih obrestnih mer, krediti imajo zato status državne pomoči. Obrestno mero sestavlja **6M Euribor + pribitek** (od **1,25** do **3,00 % p.a.**).
- **Ročnost** kredita je **od 2 do 7 let**.
- Najnižji znesek kredita je **100.000 €**, najvišji znesek kredita je **5.000.000 €**.

### Drugi pogoji

- Podjetje po velikosti sodi v kategorijo MSP.
- Podjetje posluje najmanj 2 polni poslovni leti.
- Ima povprečno število zaposlenih najmanj 3.

### Nameni

Namen programa je spodbujanje razvoja MSP, ki nameravajo širiti proizvodne zmogljivosti, povečevati raznovrstnost proizvodnje ali bistveno spreminjati svoj celotni proizvodni proces.

Kredit se sme uporabiti za namen financiranja izdatkov za:

- naložbe v neopredmetena in opredmetena osnovna sredstva podjetja ali
- zaposlitve neposredno povezane s projektom.

### Kako do financiranja

Podjetje na spletni strani SID banke <https://vloge.sid.si> odda izključno elektronsko vlogo za financiranje.

Vsa navodila, pogoji idr. so opisani na <http://www.sid.si/financiranje/kredit-iz-posojilnega-sklada-za-msp>

**Dodatne informacije:** tel. št. **01 2007 480**, e-naslov [msp@sid.si](mailto:msp@sid.si)

## UGODNI KREDITI ZA FINANCIRANJE TEHNOLOŠKO-RAZVOJNIH PROJEKTOV

### Prednosti

- **Ugodna obrestna mera**, ki je nižja od običajnih tržnih obrestnih mer (sicer odvisna od bonitetne ocene posojilojemalca in ponujenih zavarovanj), krediti imajo zato status državne pomoči.
- **Ročnost** kredita je **od 4 do 9 let**.
- Najnižji znesek kredita je **200.000 €**, najvišji znesek kredita je **18.750.000 €**.

### Drugi pogoji

Kredit ne sme presegati višine:

- 85% vseh primernih izdatkov, če je kredit v celoti odobren kot pomoč za raziskovalne in razvojne projekte.
- 75% vseh primernih izdatkov, če je kredit deloma ali v celoti odobren kot regionalna pomoč za naložbe.

### Nameni

Namen programa je spodbujanje podjetij vseh velikosti, ki nameravajo razvijati in/ali uvesti nov ali izboljšan produkt in/ali poslovni proces.

Kredit se sme uporabiti za namen financiranja izdatkov za:

- naložbe v industrijske raziskave,
- naložbe v eksperimentalni razvoj,
- začetne naložbe, neposredno povezane z industrijskimi raziskavami in/ali eksperimentalnim razvojem,
- začetne naložbe za nove gospodarske dejavnosti neposredno, povezane z industrijskimi raziskavami in/ali eksperimentalnim razvojem, če podjetje, ki izvaja projekt v kohezijski regiji Zahodna Slovenija, ni malo ali srednje veliko podjetje.

### Kako do financiranja

Podjetje na spletni strani SID banke <https://vloge.sid.si> odda izključno elektronsko vlogo za financiranje.

Vsa navodila, pogoji idr. so opisani na <http://www.sid.si/financiranje-tehnolosko-razvojnih-projektov>

**Dodatne informacije:** tel. št. **01 2007 480**, e-naslov [msp@sid.si](mailto:msp@sid.si)