

glas gospodarstva





ŠKODA
SIMPLY CLEVER

NOVI, ČISTO ELEKTRIČNI

ENYAQ iV



NAJ TUDI VAS NAVDUŠI
NA TESTNI VOŽNJI!

skoda.si

Poraba električne energije po kriterijih NEVC v kWh / 100 km, komb: 21,6 – 14,6. Emisije CO₂: 0 g/km.

Emisije CO₂ med vožnjo in skupne emisije CO₂ so odvisne od vira električne energije, zato ŠKODA priporoča uporabo ekološko pridobljene električne energije. Ogljikov dioksid (CO₂) je najpomembnejši toplogredni plin, ki povzroča globalno segrevanje. Emisije onesnaževal zunanjega zraka iz prometa pomembno prispevajo k poslabšanju kakovosti zunanjega zraka. Prispevajo zlasti k čezmerno povišanim koncentracijam prizemnega ozona, delcev PM₁₀ in PM_{2,5} ter dušikovih oksidov.

PAMETNE POGONSKE REŠITVE

GRADIMO ZNANJE ZA PRIHODNOST





Nagrada
Gospodarske
zbornice Slovenije

glas gospodarstva

posebna izdaja ob 53. podelitvi Nagrad GZS, julij 2021

Uvodnik

53. podelitev Nagrad GZS 9
Tradicija in inovacije z roko v roki 11

Nagrade GZS

S tradicijo gradimo prihodnost 12

Letošnji nagrajenci

Zdenko Zanoški, Frutarom Etol d. o. o., Škofja vas, Celje 16
Trdo delo je temelj rasti podjetja 18

Marta Kelvišar, ADRIA DOM d. o. o., Črnomelj 22
Privilegij je ustvarjati navdihujoča doživetja za počitnikovanje 23

Marko Lukić, Lumar IG d. o. o., Maribor 26
Dom v konceptu trajnostnega bivanja postaja tudi stičišče različnih 27
tehnologij

Jasna Dominko Baloh, DOBA fakulteta, Maribor 30
Sem zahtevna, moji cilji so bili zmeraj najvišji 31

Ustvarjalci dogodka

170 let delovanja Gospodarske zbornice Slovenije
in 53. podelitev Nagrad GZS 38

**NAJBOLJŠI
OKUSI**
se pričnejo z
**NAJBOLJŠO
IZBIRO.**

Pivka

**AGRA 2020
Šampion**

**CHICK
BURGER
NOVO**

**IZBRANA KAKOVOST
SLOVENIJA**

Slovensko poreklo

Pivka

S tradicijo gradimo prihodnost

Tradicija kot pomemben temelj za gradnjo prihodnosti 42

Čestitka letošnjim nagrajencem

Priznanje, spodbuda in obveznost 46

Tradicija

Ko drevo posadimo za pravnuke, ne zase 52

Družinska podjetja

Bistvo je v zaupanju, motivaciji in odlični komunikaciji 56

S tradicijo gradimo prihodnost

Tradicijo nagrajenci vidijo predvsem v človeku 60

Pomen nagrade GZS

Šele pogled nazaj pove, ali si nekaj naredil izjemno dobro, ali pa si v nekem trenutku imel samo srečo 64

Covid-19

Epidemija je čas za analizo 68

Uspešnost podjetij

To dela podjetja uspešna 74

Motivacija

Za dobrega vodjo in za smiselni cilj lahko ljudje premaknejo goro 80

Inovativnost

Kakšne inovacije želimo in potrebujemo? 84

170 let GZS

GZS je bazen znanja, generator idej in inovativnosti 88

Covid-19

Epidemija kot priložnost za pogled z druge perspektive 92

Zanimiva izkušnja

Ko si s podjetjem povezan že pred službo v njem in ko igraš dedka Mrza, ker ta pozabi nate 96

Hobiji

Nazaj k naravi 100



THE NEXT-GENERATION HYBRID POWER ANALYZER. SIRIUS® XHS.

15 MS/s sampling rate | 5 MHz Bandwidth | Up to 150 dB Dynamic Range.





Izdajatelj:
Gospodarska zbornica Slovenije
Dimičeva 13, 1504 Ljubljana

Gospodarska
zbornica
Slovenije

V.d. odgovornega urednika:
Barbara Perko

Izvršna urednica:
Ana Vučina Vršnak

Oblikovanje:
Samo Grčman

Uredniški odbor:
Grit Ackermann, Antonija Božič Cerar,
Marko Djinović, Ariana Grobelnik,
Bojan Ivanc, Tomaž Kordiš,
Tajda Pelicon, Petra Prebil Bašin,
Matej Rogelj, Igor Zorko

Uredništvo:
Dimičeva 13, 1504 Ljubljana
01 5898 000
gg.plus@gzs.si

Trženje oglasnega prostora:
Dašis, d. o. o.
gg.trzenje@gzs.si
01 5130 824

Tisk: Present, d. o. o.

Datum natisa: 6. 7. 2021

Distribucija: Pošta Slovenije

Revija Glas Gospodarstva prejmejo
člani GZS brezplačno (1 izvod).

Letna naročnina za dodatni izvod je:
80,00 evrov z vključenim DDV.

Poštšina za tujino se zaračuna posebej.

Medij Glas gospodarstva izdajatelja
Gospodarske zbornice Slovenije, s
sedežem v Ljubljani, Dimičeva 13, je
vpisan v razvid medijev, ki ga vodi
Ministrstvo za izobraževanje, znanost in
šport, pod zaporedno številko 516.

ISSN 13183672

Pri tiskanju smo uporabili okolju
prijazne barve na rastlinski osnovi.



Dora Domajnko, Inženirka leta 2018

Udejanjamo napredne zamisli

V RLS že več kot 30 let razvijamo, izdelujemo in tržimo magnetne senzorje pomika in zasuka. Naše vrednote se zrcalijo v našem odnosu do dela, sodelavcev, partnerjev, naravnega in družbenega okolja. Zavezani k nenehnemu izboljševanju jih gradimo vsakodnevno na podlagi etičnih načel obnašanja pri poslovanju.

RLS Merilna tehnika d. o. o. | Pod vrbami 2 | 1218 Komenda

T 01 5272 100 | F 01 5272 129 | E sales@rls.si | www.rls.si



Zlata nit 2018
ZMAGOVALEC IZBORA



SKB bančnik

Podpiramo poslovne podvige

Podjetnica - arhitektka

S pomočjo strokovnih skrbnikov
predstavljamo oporo viziji in
odločitvam podjetnikov in podjetij.

www.skbbanka.si

SKB d.d., Ajdovščina 4, 1000 Ljubljana



pregradne stene za čiste prostore



pohodni in nepohodni strop



vrata za čiste prostore



pohištvo in oprema

Perfekcija v izgradnji čistih prostorov

Gradimo na 20-letni tradiciji in izkušnjah v projektiranju in izgradnji preko 200.000 m² celovitih rešitev čistih prostorov. Ponujamo sodobne tehnološke rešitve čistih prostorov, ki omogočajo našim strankam, da pri izgradnji čistih prostorov zadostijo najbolj strogim predpisom GMP-ja in HSE-ja, optimizirajo poslovne procese in tako povečujejo svojo konkurenčnost. Čiste prostore izdelujemo po individualnih zahtevah naših kupcev, pri čemer sledimo popolni integraciji vrat, medijev, opreme in pohištva ter usklajeni kombinaciji s prezračevanjem in tehnologijami.

Platinasta bonitetna ocena že tretje leto zapored ter sodelovanje z največjimi farmacevtskimi podjetji na eni strani in verigo zanesljivih dobaviteljev na drugi strani nas odlikujejo kot zanesljivega in odgovornega poslovnega partnerja. Projektiranje, izvedba in vodenje velikih projektov nam predstavlja poseben izziv. Ekipa strokovnjakov v lastnem razvojnem centru nenehno razvija nove izdelke, prilagojene našim kupcem, in izboljšave obstoječih. Naše montažne ekipe dajejo velik poudarek varnosti in zdravju pri delu, ponašamo pa se tudi s certifikatom SCC[®]. Podpiramo kvalifikacijo čistih prostorov v skladu s cGMP, FDA in ISO zahtevami ter zagotavljamo 48-urni servis na področju celotne Evrope in oskrbo z rezervnimi deli.

Uvodnik

53. podelitev Nagrad GZS

Samo tri leta po pomladi narodov (1848), ko so se Slovenci zedinili v okviru avstrijskega cesarstva, in nekaj let pred uvedbo dvojne monarhije je v začetku leta 1851 v Ljubljani pričela delovati prva čezsektorska gospodarska zbornica na Slovenskem, ustanovljena po odloku Franca Jožefa.

Od tedaj je minilo polnih 170 let. Predstavljajte si, da bi sedeli v časovnem stroju. Vanj bi se usedli v devetnajstem stoletju, ko je bila ustanovljena zbornica, usmerjena v spremljanje in spodbujanje gospodarskega razvoja s pospeševanjem trgovine, obrti in industrije. Zbornica, ki je koordinirala povezovanje podjetij in vključevanje avstrijskega gospodarstva v evropske in svetovne gospodarske tokove. Zbornica, ki je opravila pomembno delo na področju organiziranja trgovskega in obrtnega šolstva, pri ustanavljanju obrtnih zadrug, novih trgovskih in industrijskih podjetij ter pri predstavljanju na svetovnih razstavah in sejnih.

S časovnim strojem bi se ustavili v dvajsetem stoletju, ko je zbornica razširila svoja krila in pokrila širok nabor aktivnosti. Vodila je poseben davčni kataster, pospeševala strokovno šolstvo, svetovala članom glede napredka organizacije in poslovanja, pridobila določena javna pooblastila ... Kasneje je ustanovila Gospodarski vestnik ter izobraževalna centra – Center za zunanjo trgovino Radenci in Center Brdo, sklad za razvoj managementa. Bila je tudi med prvimi v Sloveniji z lastno spletno stranjo!

Posebna letnica je prav gotovo leto 1969. Tedaj je zbornica prvič podelila nagrado Borisa Kraigherja, namenjeno izjemnim dosežkom v gospodarstvu. Danes ji pravimo Nagrada Gospodarske zbornice Slovenije za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke, ki jo podeljujemo vsako leto. Svojega pomena, svojega čara in ugleda ni izgubila. Nasprotno. Biti Nagrajenec GZS je in ostaja čast, ki so je deležni le najuspešnejši, najbolj prodorni in najbolj v prihodnost usmerjeni gospodarstveniki in gospodarstvenice posameznega leta.

Naslednji postanek. Sedanjost. Enaindvajseto stoletje, ko zbornica na podlagi preteklega znanja in pridobljenih izkušenj krepi svoj položaj najmočnejše stanovske organizacije, sogovornika vlade in drugih

deležnikov. Zavzema se za nov razvojni zagon in izvedbo tistih strateških reform, ki so nujne za ohranjanje vzdržnosti javnih financ in oblikovanje boljšega poslovnega okolja.

Tudi letos podeljujemo Nagrade GZS. Letos najboljše v gospodarstvu slavimo že triinpetdesetič.

In kaj je skupni gradnik vseh 170 let zbornice in 53 let Nagrad GZS? Čemu je ostala zbornica zvesta?

V prvi vrsti svojemu osnovnemu poslanstvu – zastopanju interesov svojih članov. Skozi celotno obdobje je gradila na tradiciji, znanju, izkušnjah in strokovnosti, hkrati pa tudi na novih dognanjih. Tradicija je tista svetilka, ki pametnim osvetljuje pot naprej. Brez nje ni ustvarjanja, je dejal že Carlos Fuentes, mehiški pisatelj, kritik in diplomat, za katerega je vse novo zgolj različica preteklosti. Tudi za zbornico je tradicija bila in še vedno je svetilka. A sama tradicija ni dovolj. Kot bi rekel Konrad Adenauer: »Oziranje v preteklost ima smisel le tedaj, če služi prihodnosti.« Iz preteklosti jemljemo, kar je dobro, to pa vztrajno nadgrajujemo s tistim, kar je ključno in brez česar si prihodnosti ne moremo predstavljati. Najsi so to nove véde, informatika, digitalizacija, umetna inteligenca, širokopasovno omrežja najsi industrija 4.0, zelene tehnologije, pa tudi okoljska vzdržnost in trajnost.

In pri Nagradah GZS? Promoviranju najboljših. Dosedanjim 376 nagrajencem in nagrajenkam najstarejših in najprestižnejših gospodarskih nagrad, tako imenovanih gospodarskih oskarjev, se letos pridružujejo novi – dve nagrajenki in dva nagrajenca. Verjamem, da bomo tudi v prihodnje spremljali njihovo pot.

Torej zgodbe tu ni konec. Potujemo naprej v prihodnost. V letih 2025 in 2030 se bomo ozrli nazaj in preverili, ali smo dosegli smelo zastavljene gospodarske cilje in uspeli postati Slovenija 5.0, družba trajnostnega razvoja. Leta 2071 pa bodo tisti, ki stopajo za nami, praznovali dvestoto obletnico zborničnega delovanja in 83 let Nagrad GZS.

Spoštovani nagrajenki, spoštovana nagrajenca, iskrene čestitke ob nagradi. Ponosni smo na vas in na vaše izjemne uspehe. Ostanite zvesti sebi in svojim dosežkom ter jih oplemenitite z novim.

... zgodba se nadaljuje. [gg](#)



Foto: Krafart

Iz preteklosti jemljemo, kar je dobro, to pa vztrajno nadgrajujemo s tistim, kar je ključno in brez česar si prihodnosti ne moremo predstavljati.

Tibor Šimonka, predsednik GZS



MREŽIMO SVETLO PRIHODNOST

www.elektro-ljubljana.si



Elektro
Ljubljana

Uvodnik

Tradicija in inovacije z roko v roki

Pozitivni rezultati, dobre zgodbe, uspešni posamezniki in kolektivi že 170 let pišejo zgodbo Gospodarske zbornice Slovenije in slovenskega gospodarstva. Od samega začetka si zbornica prizadeva zastopati interese svojih članov in krepi konkurenčnost slovenskega gospodarstva, obenem pa izreči priznanje gospodarstvenikom in gospodarstvenicam, ki s svojim delom dosegajo izjemne gospodarske in podjetniške dosežke.

Prvič je bila najstarejša in najprestižnejša nagrada gospodarstvenikom in gospodarstvenicam v slovenskem prostoru podeljena leta 1969. Takrat je gospodarskega oskarja prejelo šest gospodarstvenikov, za njimi pa vključno z letošnjima nagrajenkama in nagrajencema še 374. Nagrado so prejeli gospodarstveniki in gospodarstvenice, ki so s svojim delom dosegali odlične rezultate na domačem in svetovnih trgih. Ob tem so izpolnjevali najbolj zahtevna merila odličnosti, bili razvojno naravnani, inovativni in izjemno družbeno odgovorni.

Letos vam tako s ponosom predstavljamo nagrajenki in nagrajenca, ki so s svojim delom lahko dober zgled vsem, ki stopajo po poti uspešnih gospodarstvenikov in gospodarstvenic. Iz njihovih izkušenj in dosežkov lahko črpamo znanje in motivacijo.

Za poslovanje podjetij sta pomembna tako tradicija, ki je lahko temeljni kamen, na katerem gradijo svojo pot, kot skrb za iskrico, ki neti novosti in skrbi za inovativni žar v podjetjih. »Tradicija ostaja v nas in je ne moremo iztrgati, saj s seboj nosi naše zgodnje preference in lepe spomine,« pravi Zdenko Zanoški, direktor podjetja Frutarom Etol. Poleg tradicionalnih okusov posegajo tudi po kreacijah novih trendov, za kar pa je treba »vlagati v čas kreativnega dela in imeti ustvarjalni kapital za realizacijo izdelkov, ki temeljijo na teh kreativnih procesih«.

V podjetju Adria Dom, ki ga vodi Marta Kelvišar, veliko vlagajo v razvoj izdelkov: »Na osnovi tržne analize trgu vsako leto ponudimo nekaj razvojnih novosti, posodobitev, prenovljene družine produktov. V večini

primerov pa si kupci zaželi unikatni produkt, ki bo ustrežal njihovim potrebam oz. potrebam njihovih uporabnikov.« Razumevanje potreb uporabnikov vodi do tega, da so pričakovanja uporabnikov uresničena in kaj kmalu počitnice v njihovih proizvodih za uporabnike postanejo tradicija.

Do križanja tradicije na eni ter tehnologije prihodnosti na drugi strani prihaja tudi na področju gradbeništva, kjer je po prepričanju direktorja podjetja Lumar IG Marka Lukića še izjemno veliko potenciala, saj »so nove tehnologije v gradbeništvu nekaj nujnega. Odnos do združevanja starega in

novega v arhitekturi in urejanju prostora je odraz kulture naroda, njene prostorske politike in gledanja na stvari nasploh,« meni.

Brez znanja seveda ne bo šlo.

»Z znanjem smo osebno močnejši, imamo širši pogled na svet, razvijamo sposobnost kritičnega razmišljanja, bolje se spopadamo z reševanjem pro-

blemov, lažje se odločamo in peljemo svoje življenje v 'zeleno' smer,« poudarja Jasna Dominko Baloh, direktorica DOBA Fakultete. Na področju izobraževanja veliko vlogo igrajo nove tehnologije. »Prav uvajanje tehnologij, ki postajajo vse pomembnejši sestavni del poučevanja, bo v prihodnosti krojilo in vpeljevalo nove načine poučevanja tudi v tradicionalnem izobraževanju.«

Izzivov gospodarstvu tudi v prihodnje ne bo manjkalo. Z zadnjim izzivom – pandemijo covid-19 – se še vedno spopadamo, a je slovensko gospodarstvo doslej dokazalo, da se z njim dobro spopada. Na krilih tradicije in inovativnosti pa mu bo to zagotovo uspelo tudi v prihodnje. In tako bomo tudi naslednje leto lahko spet podelili Nagrado GZS za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke.

Spoštovani nagrajenki, spoštovana nagrajenca, iskreno vam čestitamo ob prejemu nagrade za izjemne gospodarske dosežke in vam želimo vse dobro na vaši poti še naprej.

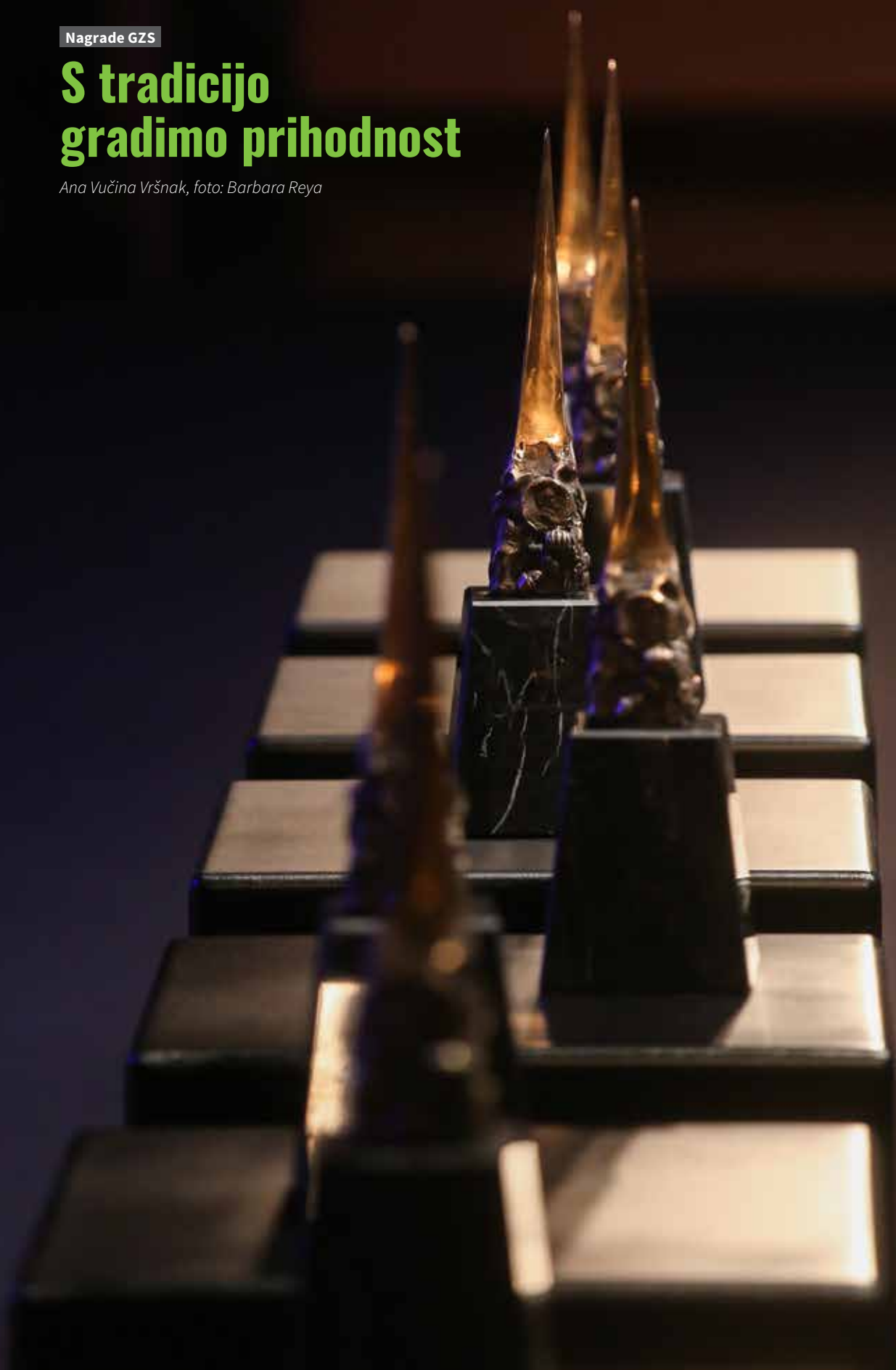
Gospodarska zbornica Slovenije

170 let Gospodarske zbornice Slovenije, 53 let podeljevanja Nagrade GZS za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke, 351 nagrajencev in 29 nagrajenk – tudi to je bera, s katero se lahko pohvali slovensko gospodarstvo.

Nagrade GZS

S tradicijo gradimo prihodnost

Ana Vučina Vršnak, foto: Barbara Reya



V letu 2021 Gospodarska zbornica Slovenije (GZS) obeležuje 170 let svojega obstoja. Zato je letošnja podelitev »gospodarskih oskarjev« zdržena s praznovanjem visokega jubileja. Rdeča nit podelitve Nagrad GZS za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke je »S tradicijo gradimo prihodnost«.

53. podelitev Nagrad GZS za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke je letos organizirana »hibridno« – s fizično prisotnostjo v Poletnem gledališču Studenec in z digitalnim prenosom.

Vodilna misel »S tradicijo gradimo prihodnost«, s katero letos podeljujemo Nagrade GZS, povezuje preteklost s prihodnostjo: iz 170 let zgodovine želimo v prihodnost prenesti tradicijo, torej tisto, kar je bilo dobro in pozitivno, pa tudi znanje, izkušnje, strokovnost, široko mrežo partnerstev ... In vse to želimo nadgraditi s tistim, kar je ključno in brez česar si prihodnosti ne moremo predstavljati: bodisi so to nove vede, informatika in digitalizacija bodisi širokopasovna omrežja, industrija 4.0, umetna inteligenca ...

Doslej – torej skupaj z letošnjimi nagrajenci – je Nagrado GZS prejelo 380 posameznikov.

Merila za Nagrado GZS

Med merili za presojo upravičenosti do Nagrade GZS komisija prednostno upošteva splošne razvojne rezultate, rezultate poslovanja in tržne rezultate. Družba, ki jo predlagani kandidat vodi, mora poslovati z dobičkom zadnjih 5 let, dodana vrednost na zaposlenega mora biti enaka ali višja od panožne.

Še posebej so v ospredju trajnost in stabilnost dosežkov, razvojna vizija in strategija gospodarske družbe ter njeno uresničevanje, poslovna uspešnost in odličnost ter poslovno finančni položaj in rast gospodarske družbe, še zlasti v primerjavi z rezultati drugih družb enake dejavnosti.

Pomembni so tudi rast in konkurenčnost na domačem in tujih trgih, uvajanje in donosnost novih programov, poslovnih modelov, izdelkov in storitev, uvajanje inovacij, dobro upravljanje s človeškimi viri, sodobna organiziranost poslovanja ter družbena odgovornost.

Nagrada v številkah:

Vključno s tokratnimi nagrajenci je Nagrado GZS doslej prejelo

351

gospodarstvenikov in

29

gospodarstvenic.

BODITE NEUSTAVLJIVI

Magnezij Krka 300 vsebuje **magnezijev citrat** in **vitamin B₂**.

- ✓ Magnezij in vitamin B₂ prispevata k **zmanjševanju utrujenosti in izčrpanosti**.
- ✓ Magnezij prispeva tudi k **normalnemu delovanju mišic**.



www.magnezijkrka.si

Prehransko dopolnilo ni nadomestilo za uravnoteženo in raznovrstno prehrano. Skrbite tudi za zdrav življenjski slog.

KRKA

*Vir: Prodajni podatki v lekarnah, ePharma Market Slovenija, za leto 2020 – kategorija izdelkov z magnezijem.

Komisija za Nagrade Gospodarske zbornice Slovenije za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke
Predsednik:

- Otmar Zorn, nagrajenec GZS za leto 2013

Člani:

- Boštjan Gaberc, nagrajenec GZS za leto 2010
- Andrej Gradišnik, nagrajenec GZS za leto 2012
- Petra Melanšek, nagrajenka GZS za leto 2012
- Martin Novšak, nagrajenec GZS za leto 2014
- dr. Mark Pleško, nagrajenec GZS za leto 2017
- Ariana Grobelnik, direktorica projektov, GZS

Upošteva zahtevne gospodarske razmere v letu 2020, ki jih je povzročila pandemija covid-19, je komisija izjemoma med pogoje za kandidacijo uvrstila tudi realizacijo v prvih dveh oziroma treh kvartalih 2020 na področjih prihodkov, dobička in števila zaposlenih.

Le izpostavljanje in nagrajevanje dobrih praks in sposobnih posameznikov vodi v napredek

Na čelu Komisije za Nagrade GZS je od junija 2019 dr. Otmar Zorn, direktor skupine Zorn Plus in nagrajenec GZS za leto 2013. Pravi, da Slovenci velikokrat premalo opazimo in nagrajujemo izjemne dosežke, kar velja tudi za gospodarske dosežke. »Ponekod je še vedno prisotna miselnost, da se ne smeš pohva-

liti z uspehom in dobrim rezultatom, saj se takrat začnejo težave z davkarjo, nevoščljivci in morebiti tudi z nesposobneži. Le izpostavljanje in nagrajevanje dobrih praks in sposobnih posameznikov vodi v napredek,« poudari Zorn.

Zaposleni v podjetjih, ki jih vodijo prejemniki Nagrade GZS, so, kot doda, po eni strani ponosni, da imajo sposobnega vodjo, po drugi strani pa se zavedajo, da so k uspehu podjetja prispevali tudi sami. »Razvoj družbe mora sloneti na pozitivnih rezultatih, dobrih podjetjih in dobrih posameznikih. Le na ta način lahko spreminjamo negativno razmišljanje, ki občasno še spremlja zmagovalce. Privoščimo jim enako dobro pohvalo in slavo, kot jo prejemajo naši odlični športniki,« je jasen Zorn.

Diploma, umetniška skulptura Janeza Boljke in vpis na »steno nagrajencev«

Nagrajenci prejmejo diplomu in umetniško skulpturo, ki jo je izdelal akademski kipar Janez Boljka, oblikovalsko zasnovano pa ji je dal Miljenko Licul. Njihovo ime in ime gospodarske družbe se zapiše na »steno nagrajencev« v Domu gospodarstva, v stavbi GZS. Predstavljeni so tudi v e-monografiji Portreti dosežkov v gospodarskem razvoju Slovenije (predstavitev nagrajencev od leta 1969 dalje). [gg](#)

Nagrada GZS



DOMEL



Zanesljiv partner že od leta 1946.



SMART
BUSINESS



PAKET SMART BUSINESS

Vrhunsko pripravljeni na nove poslovne etape.

Celovite storitve po konkurenčni ceni.

Samodejno odobren limit na računu.

Poslovanje na enem mestu s poslovnim skrbnikom.

Za pametno poslovanje potrebujete **pametne nasvete najboljših strokovnjakov**. Zato za kar najvišjo kakovost vsakdanjega poslovanja sklenite paket **Smart Business**.

NovaKBM 

080 1770
nkbm.si/smartbusiness

LETOŠNJI NAGRAJENCI

Ana Vučina Vršnak, foto: Barbara Reya



Marko Lukić



Zdenko Zanoški



Marta Kelvišar



Jasna Dominko Baloh



**Nagrada
Gospodarske
zbornice Slovenije**



Zdenko Zanoški
Frutarom Etol d. o. o., Škofja vas, Celje

Trdo delo je temelj rasti podjetja

Ciljno usmerjen realist. Izziv oziroma nalogo poskuša najprej dobro razumeti, nato išče rešitve. Zadeve želi kakovostno izpeljati do konca, če pa ugotovi, da je cilj v danem trenutku predalet, poskuša najprej ustvariti takšne pogoje, da se izboljšajo možnosti cilja tudi doseči. Zdenko Zanoški meni, da je pri delu našel zdravo ravnovesje, saj se po več kot 40 letih dela še vedno počuti dobro v službi in obenem na delovnem mestu še vedno najde iskricke ustvarjalnosti. Meni pa, da bi morali v Sloveniji bistveno več vlagati v znanje.

Leta 1924, torej pred skoraj 100 leti, je lekarnar Vojko Arko odprl trgovino z eteričnimi olji in rastlinskimi izvlečki, kar velja za začetek delovanja celjskega Etola. Etol je postal del izraelskega Frutaroma, ta pa od leta 2018 del ameriške multinacionalke International Flavors & Fragrances – IFF. Frutarom Etol se od 1. januarja 2021 imenuje Tastepoint. Veliko sprememb v podjetju, v katerem ste zaposleni že 43 let, od leta 1978. V vodstvu družbe ste od leta 2000, od 2008 direktor. Kako ste se v tem času spremenili vi in kako družba?

V teh letih se nisem spremenil samo jaz, ampak celoten kolektiv. Strokovno smo rasli, pridobili širino, znanje in nove izkušnje. Vesel in ponosen sem, da smo to pot prehodili uspešno. Praktično ves ta čas sem močno vpleten v delovanje in vodenje družbe Etol, s katero sem se razvijal in menedžersko rasel tudi sam. V tem času je prišlo do mnogokaterih sprememb, tako na ravni potrošnje kot na socio-političnem in na kulturnem področju, ki so vplivale tudi na naše delovanje. Na začetku je bila družba usmerjena predvsem na trge bivše Jugoslavije in v turbulentnih 90-ih letih prejšnjega stoletja smo izgubili precejšen del tega trga. Z dobršno mero iznajdljivosti in kreativnosti, znanja in s prekvalifikacijo zaposlenih smo se usmerili še na preostale trge Evrope. Potrebno je bilo odreagirati takoj in se prilagoditi na spreminjajoče se potrebe. Približali smo se željam kupcev, ki so imeli drugačne zahteve in senzorična pričakovanja. Tako smo uspeli osvojiti nove trge in s tem tudi potencialne nove uporabnike naših izdelkov. Danes se je globalna družba še bolj povezala in terja še hitrejša prilaganja, na kar smo dobro pripravljeni. Prišel sem kot mlad inženir in rasel z razvojem podjetja.

Ukvarjate se s proizvodnjo arom in eteričnih olj, sirupov, sadnih pripravkov, uprašenih izdelkov iz sadja. Kako se skozi leta in desetletja spreminja okus potrošnika? Ali obstajajo »tradicionalni« okusi ter okusi »prihodnosti«?

Po mojem mnenju tradicionalni okusi ostajajo in vedno bodo. Že iz otroštva imam v spominu določene navade pa tudi okuse, ki so mi še posebej ljubi. Tudi ko sam pri sebi pomislim na svojo mladost, se s toplim

in lepim občutkom spomnim na marsikatero jed iz tako imenovane kuhinje naših babic, h kateri se danes vse bolj zatekajo tudi številne regije. Tradicija ostaja v nas in je ne moremo iztrgati, saj s seboj nosi naše zgodnje preference in lepe spomine. Zagotovo med potrošniki prihaja do premikov. Že zaradi različnih marketinških vplivov, ki so prisotni v našem vsakdanu, in pa zaradi rasti življenjskega standarda, ki omogoča več turističnih migracij. Potrošniki tako spoznavajo in posledično iščejo nove okuse, vendar ti okusi ostajajo nišni in se, vsaj po določenem času, nekako izgubijo oziroma izvenijo.

Kakšen izziv je ustvarjati v obdobju, ko po eni strani poudarjamo pomen zdrave hrane, po drugi strani pa je na voljo neskončna množica raznih prehranskih dodatkov?

Že vseskozi pri svojem delu izhajamo iz osnovne predpostavke, da je temelj prehranjevanja zdrava hrana. To z napredkom farmacevtske, kemijske in živilske industrije lahko udejanjamo tudi na področju arom in aditivov. Pod okriljem prej omenjenih industrij so arome in aditivi pod strogim nadzorom in so jasno regulirani. Ob tem nikakor ne smemo pozabiti, da si potrošnik želi uživati okusno hrano ter da se danes, veliko bolj kot v preteklosti, zaveda, kaj je zdravo. Iz prehrane izloča manj zdrava živila. Verjamem, da se bo ta trend v prihodnosti samo še krepil in gledam na to kot na veliko priložnost za nadaljnji razvoj naše panoge.

Prejeli ste Nagrado GZS za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke. Bi rekli, da imate »zdrav odnos do dela«?

Verjamem, da gre za pozitiven odnos do dela, če delaš več kot 40 let in se ob tem počutiš dobro in hkrati pri svojem delu še vedno uspeš najti iskricke ustvarjalnosti. Zase menim, da sem našel to ravnovesje. K temu je zagotovo pripomoglo tudi to, da sem pri delu ciljno usmerjen. Nek izziv oziroma nalogo poskušam najprej dobro razumeti in nato iščem rešitve. Rad stvari kakovostno izpeljem do konca, če pa ugotovim, da je cilj v danem trenutku predalet, poskušam najprej ustvariti takšne pogoje, da se nam

Po mojem mnenju tradicionalni okusi ostajajo in vedno bodo. Že iz otroštva imam v spominu določene navade pa tudi okuse, ki so mi še posebej ljubi.

Smo posebna panoga, za katero fakultete študente ne izobražujejo neposredno. Sami moramo poskrbeti za primerno uvajanje, prenos znanja ter dolgoročno usposabljanje.

Naše podjetje je bilo preko intenzivnega tržnega in razvojnega dela vedno inovativno, pa tudi rezultati so nam vseskozi dovoljevali, da smo izvedli vse potrebne investicije.

Menim, da bi morali v Sloveniji bistveno več vlagati v znanje – še posebej zato, ker smo majhni. Prepričan sem, da bi moralo biti pri malih državah znanje vedno med prvimi prioritetami.

Vsem mladim predlagam, da se začno bolj spogledovati s tehničnimi vedami, ker te odpirajo vrata v številna zanimiva delovna okolja širom sveta.

izboljšajo možnosti cilj tudi doseči. Ne grem z glavo skozi zid, temveč zagate venomer rešujem z dobršno mero preudarnosti. Seveda brez izvrstnih sodelavcev marsikateri projekt ne bi bil uspešen.

Pri razvoju izdelkov sodelujejo raziskovalci. Imate registrirano raziskovalno skupino s 17 raziskovalci in 7 tehnik, raziskovalce tudi zaposlujete, sodelovali ste v evropskem programu Food4future. Kakšen kader iščete in katere lastnosti ali veščine so za vas ključne?
Zavedamo se, kako pomemben je predan in strokovno usposobljen kader. Naš kolektiv je raznolik po strukturi izobrazbe, a prav pri pridobivanju tehničnega kadra imamo največ težav. Smo namreč posebna panoga, za katero fakultete študente ne izobražujejo neposredno. Sami moramo poskrbeti za primerno uvajanje, prenos znanja ter dolgoročno usposabljanje. Ocenjujemo, da ima razvojni tehnolog šele po približno desetih letih dela dovolj znanja in izkušenj za popolnoma samostojno kreiranje arom in okusov. Pri tem mora biti seznanjen z ogromno različnimi surovinami. Gre skratka za dolgotrajen in izčrpen proces izobraževanja na delovnem mestu, znanje pa ohranjamo tako, da ga dosledno in načrtno prenašamo iz generacije v generacijo.

IFF je prepoznal Etol kot strateško močnega partnerja in ga vključil v investicijsko strategijo – vlaganja v nove tehnologije za izoliranje naravnih arom. Skupna vrednost investicij v samo zadnjih dveh letih znaša 25 mio EUR, v naslednjih štirih letih načrtujete posodobitev prostorov, opreme in nakup nove v

skupni višini preko 5 mio EUR. Bi bila takšna vlaganja mogoča brez strateškega partnerja?

Naše podjetje je bilo prek intenzivnega tržnega in razvojnega dela vedno inovativno, pa tudi rezultati so nam vseskozi dovoljevali, da smo izvedli vse potrebne investicije. Verjamem, da nas je tudi zaradi prepoznavnosti in uspehov, ki smo jih dosegali brez strateškega partnerja, IFF prepoznal kot močnega zaveznika. S strateškim partnerjem, kot je IFF, nam je omogočen lažji prehod do globalnih kupcev in cenejši dostop do surovin. Ob tem se lahko uspešneje vključujemo tudi v nove globalne trende, ki zahtevajo znatne finančne vloške.

Kako nasploh ocenjujete vlaganja v nove tehnologije v Sloveniji?

V Sloveniji se je ključen preobrat na slabše pojavil s krizo leta 2008. Takrat se je začelo zapiranje razvojnih oddelkov, ki so temeljni pogoj za rast. S tem sta bila okrnjena tako inovativnost kot tudi razvoj novih sodobnih tehnologij. Menim, da bi morali v Sloveniji bistveno več vlagati v znanje – še posebej zato, ker smo majhni. Prostora za povezavo gospodarstva z že obstoječimi raziskovalnimi institucijami je še veliko. Napore pri prizadevanjih za povezovanje pa bi morala povečati tako podjetja kot predstavniki znanosti. Prepričan sem, da bi moralo biti pri malih državah znanje vedno med prvimi prioritetami.

Dodana vrednost na zaposlenega znaša pri vas okoli 122.000 EUR. Kako ste to dosegli?

Kot sem že orisal, ključno je vlaganje v razvoj, saj so za dodano vrednost potrebne dobre ideje, ki jih trg zna realizirati. Ob tem pa moramo kot delodajalec ves čas skrbeti, da imajo naši zaposleni na voljo čas za ustvarjanje in kreativnost.

Večino prihodkov ustvarite na tujih trgih, vstopili ste na trg Iraka in Japonske. Kaj napovedujete glede svetovnega gospodarstva na vašem področju?

Naj tu poudarim, da je trdo delo tisto, ki je temelj rasti podjetja. Vedno smo si prizadevali iskati tržne niše za določene programe in širjenje našega poslovanja. A tu je pomembno omeniti Kitajsko, proizvajalko ogromno surovin, ki jih uporabljamo tudi v naši branži. Prepričan sem, da bo prišel kmalu čas, ko bodo, kakor so to že uspeli na marsikaterem področju, usvojili znanje tudi v naši panogi. Takrat bodo postali naš velik konkurent. A še vseeno bo prostora za tiste, ki bodo znali izdelke bolje prilagoditi tradicionalnim okusom. Zato so ti pomembni, saj konec koncev ponudijo tisto, po čemer lokalni kupec najbolj povprašuje.

V določenih segmentih ste kreatorji trendov, v drugih dobri sledilci. Kaj je tisto bistveno, da lahko podjetje prestopi mejo in postane tisti, ki mu drugi sledijo?

Ko celostno ocenim našo pozicijo, lahko rečem, da smo bili pred leti znani kot izredno dobri in fleksibilni sledilci. Danes smo del multinacionalke, zato imamo možnost posegati tudi po kreacijah trendov, saj nam





Kaj bi svetovali mladim, ki so na začetku svoje poti? Ste namreč zelo mirni in potrpežljivi, dandanes pa je vse »instant«, tudi uspeh naj bi prišel kar čez noč.

Vsem mladim predlagam, da se začno bolj spogledovati s tehničnimi vedami, ker te odpirajo vrata v številna zanimiva delovna okolja širom sveta. Tistim pa, ki so že tik pred začetkom službene kariere, želim sporočiti, naj se učenje zanje nikoli ne konča. Naložba v učenje, radovednost in odprtost za novosti prinaša uspeh. Omogočila jim bo uresničitev mnogih idej, ki bodo podjetjem prinašale dodano vrednost, njim pa strokovno in finančno zadoščenje.

Kaj vam pomeni Nagrada GZS?

Želim poudariti, da nagrada ni samo moja. Pri njej so soudeleženi številni sodelavci, ki so potrpežljivo in vztrajno razvijali podjetje. Sam sem nagrade seveda izredno vesel, saj poleg priznanja našim dosedanjim dosežkom prinaša tudi resno obvezo prihodnjim generacijam, ki bodo ustvarjale v tem okolju.

**Sveži podatki
za leto 2020:**

**Skupni prihodki:
77.080.000 EUR**

**Dobiček pred
obdavčitvijo:
15.459.000 EUR**

**Število zaposlenih
na podlagi ur:
221**

**Dodana vrednost
na zaposlenega:
122.000 EUR**

naš strateški partner ponuja podporo pri začetnih kapitalskih vložkih. Podjetje mora namreč pri tem vlagati v čas kreativnega dela in imeti ustvarjalni kapital za realizacijo izdelkov, ki temeljijo na teh kreativnih procesih.

Kateri je vaš najljubši okus oziroma najljubša aroma?

Da bom študiral živilsko tehnologijo, sem vedel že zelo zgodaj – in sicer, ko smo doma skuhal juho iz vrečke. Ni mi bilo jasno, kako je to možno. Sem sicer pristaš tradicionalnih okusov z »manjšo vsebnostjo uporabe arom«. Močno dozirani produkti me zelo motijo. Rasli smo z jabolki in to sadje oziroma njegova aroma mi je še danes zelo pri srcu.

V kateri vaš izdelek morda na začetku niste verjeli, pa je vendarle doživel uspeh?

Naši sodelavci iz Rusije so predlagali izdelavo nove palete alkopopov. V nasprotju z običajnimi razmerji naj bi vsebovali šest in devet odstotkov alkohola. Napovedovali so nam velike količine prodaje arom in produktov. V podjetju smo bili precej skeptični, vendar smo s pomočjo ruskih kolegov zadeli okus, ki ga imajo Rusi radi. Zato smo na ta trg prodali ogromne količine teh izdelkov. Ko pa je postal predsednik Putin, so začeli v državi ukinjati prodajo alkoholnih pijač, zato nam je prodaja hitro upadla.

Utemeljitev:

Tovarna arom in eteričnih olj Etol iz Celja beleži skoraj 100-letno tradicijo. Podjetje, ki ima osem odvisnih družb, je leta 2012 kupil izraelski Frutarom, od 2018 pa je del ameriške multinacionalke International Flavors & Fragrances – IFF, ki ga je s ciljem enotne globalne blagovne znamke s 1. januarjem 2021 preimenovala v Tastepoint, d.o.o. Družba je v letu 2019 od 70 mio EUR prihodkov ustvarila 86,7 % prihodkov na tujih trgih in ob 24,5-odstotni EBITDA v prihodkih dosegla skoraj 125.000 EUR dodane vrednosti na zaposlenega. Kot vodilni evropski proizvajalec arom in prehranskih sestavin razvijejo letno prek 1.000 novih produktov ob upoštevanju mednarodnih standardov prehranske in okoljske kakovosti. Aktivno sodelujejo v številnih projektih s področja prehrane, kot je bil na primer v letu 2020 zaključen razvojni projekt F4F (Food for Future – Funkcionalna živila prihodnosti). Z lastno raziskovalno skupino s 17 raziskovalci in 7 tehnikami postajajo v okviru multinacionalke Evropski inovacijski center za razvoj določene vrste proizvodov in proizvodna enota za posebno produktivno skupino za dobave v celotni Evropi. V ta namen so zgolj v zadnjih dveh letih investirali v posodabljanje, avtomatizacijo, robotizacijo in večanje kapacitet ob poudarku na odnosu do okolja prek 25 mio EUR. Mag. Zdenko Zanoški, ki je na vodilnem položaju v družbi od leta 2000, načrtuje udeležanje začetne razvojne in poslovne strategije znotraj globalne IFF tudi v bodoče.



Marta Kelvišar
ADRIA DOM d. o. o., Črnomelj

Privilegij je ustvarjati navdihujoča doživetja za počitnikovanje

Proizvajajo izdelke in rešitve za turizem, ki ga je pandemija koronavirusa zelo prizadela. A Adria Dom to ni ustavilo. Nasprotno: kljub zaprtim mejam v prvem valu epidemije je proizvodnja delovala, še dodatno so zaposlovali. Izobraževali so se, razvijali nove produkte s preusmeritvijo na nove trge, predvsem pa so našli voljo za spopad s tako velikim izzivom, pravi prva dama družbe Marta Kelvišar. Morda jim je pri tem pomagalo zavedanje, da je njihovo delo – ustvarjati navdihujoča doživetja za počitnikovanje v naravi – pravzaprav njihov privilegij.

Adria Dom je bila ustanovljena leta 2002, lastnik je Adria Mobil, ki je od leta 2017 v lasti francoske skupine Trigano. Izdelujete mobilne hiše, mobilne šotore in modularne mobilne hiše, nudite tudi celovite rešitve za počitniške resorte. Si tudi sami vzamete čas in uživate v udobju »vaših« izdelkov?

Poleti z veseljem nekaj dni počitnikujem v naših produktih. Ob tem kot uporabnica tudi testiram in razmišljam o ustreznosti uporabniških rešitev, zato tudi sodelavce spodbujamo, da jih pridobijo kar največ z letovanjem v naših počitniških kapacitetah. To pomembno vpliva na razumevanje potreb uporabnikov in tudi iz tega črpamo inovativne predloge, domiselne rešitve za razvoj novih produktov. Naš privilegij je, da imamo poslanstvo ustvarjati navdihujoča doživetja za počitnikovanje v naravi. S tem pa imamo seveda tudi odgovornost. Gostje namreč skrbno načrtujejo in varčujejo za počitnice in resnično je pomembno, da upravičimo njihova pričakovanja. Lahko rečem, da jih v veliki meri presegamo, saj se gostje – ko enkrat doživijo počitnice v naših mobilnih hišah ali šotorih – vse bolj pogosto odločajo za kamping ali glamping počitnikovanje. Pomembno je »vzeti si čas«, kot pravite. Kajti uspešen človek je le zadovoljen človek. Zadovoljen pa je, ko zna poskrbeti zase, skrbi za svoje psihično in fizično počutje ter zna uravnovesiti zasebno in poslovno. To ga ščiti pred stresom in izgorelostjo. Tega se zavedam in to prakticiram.

Kako je na poslovanje vplivala epidemija, ki je po eni strani turistično panogo resnično prizadela, po drugi strani pa naj bi sedaj vsak slehernik čim več časa preživel v naravi?

Naši produkti, ki so rešitev za turizem, omogočajo zasebnost in varnost v povezavi z naravo. Če kdaj, se zdaj še bolj izkazuje naša filozofija, da je bivanje v naravi dragocenost. Tudi pandemija, ki je sicer vse presenetila, nas ni ustavila. Kljub zaprtim mejam v prvem valu je naša proizvodnja delovala, čeprav to ni bilo enostavno. Izobraževanje, razvoj novih produktov s preusmeritvijo na nove trge in naša volja, da to naredimo – vse to je bilo ključno za pridobitev novih kupcev in naročil. Tako smo celo zaposlili 60 novih sodelavcev. Z naročili smo že zapolnili sezono 2021,

medtem ko ima naša konkurenca v Evropi le polovično zapolnjene kapacitete.

Vpliv na okolje je dejavnik, ki ga morate upoštevati pri zasnovi proizvodov. Kaj je za vas največji izziv v tem trenutku? Lahko izpostavite okoljski izziv v preteklosti, ki ste ga z inovativnim pristopom uspešno rešili?

Ena od vrednot v našem podjetju je odgovoren odnos do okolja. Danes že prvi pogled na naše produkte pove, da so naši materiali za gradnjo les in drugi naravni materiali, kot so kovina, steklo, tekstil, kamen ... Včasih je bil delež naravnih, razgradljivih materialov bistveno manjši. Pomembna sprememba je bila vključitev dizajna v razvoj produktov, s čimer poudarimo uporabo naravnih materialov. Tudi naši kupci želijo imeti proizvode, ki so ekološko grajeni in v sožitju z naravo. Celotno proizvodnjo smo zasnovali tako, da je prijazna do okolja. Naš produkt je možno ob koncu njegove življenjske dobe reciklirati do 90 %. Velik premik smo naredili tudi pri embalaži materialov, ki je v celoti vračljiva. Odgovoren odnos do okolja pa uvajamo tudi znotraj podjetja, med zaposlenimi. Tako smo že pred šestimi leti popolnoma izločili plastenke za vodo in jih nadomestili s steklenicami, pri nas pijemo izključno vodo iz pipe. Na strehi tovarne imamo sončne celice in tako proizvedemo dovolj električne energije za svoje potrebe.

Podjetje ima zaščiteno korporativno znamko Adria tako v Sloveniji kot v tujini, svoje rešitve ščitite s patenti (Collapsible accommodation unit, Modular living unit) ter z zaščito modela doma in v tujini. Kako pomembna pri uspehu je zaščita blagovnih znamk?

Blagovna znamka Adria je zelo prepoznana in uveljavljena, a sama po sebi ni dovolj. Ključna je kakovost proizvodov, zaradi katere je prepoznavna in cenjena. Naši kupci, ki jih je vse več in so geografsko vse bolj razpršeni, vedo, da je znamka Adria obljuba, s katero dobijo odlično razmerje med ceno in kakovostjo. V kolikor kakovost produkta in storitve ni zadovoljiva, tudi blagovna znamka ne pomaga. Naša panoga se ne poslužuje patentnih in modelnih zaščit, saj jih je možno z minimalnimi spremembami konstrukcije obiti.

Gostje skrbno načrtujejo in varčujejo za počitnice in resnično je pomembno, da upravičimo njihova pričakovanja.

Če kdaj, se zdaj še bolj izkazuje naša filozofija, da je bivanje v naravi dragocenost.

V kolikor kakovost produkta in storitve ni zadovoljiva, tudi blagovna znamka ne pomaga.

Naše delo so prepoznali celo v Združenih arabskih emiratih in na Kitajskem, kjer je že nekaj turističnih resortov opremljenih z našimi produkti, predvsem šotori, ki so zaradi transporta bolj primerni.

Spreminjanje organizacijske kulture in vsega, kar je z njo povezano, je tek na dolge proge.

S šolo vodenja, v katero je bila vključena več kot tretjina zaposlenih, smo pridobivali kompetence vodenja, komunikacije in izboljšanja osebnih odnosov.

Potencial je lahko v sebi, v drugem, v razmerah in nastalem položaju ... Beseda potencial vsebuje besedo pot, po kateri hodiš in se uriš ves čas.

Skoraj vse prihodke ustvarite v tujini, kupci so kampi, hotelske verige, tour operaterji in individualni lastniki. Produkte imate v 380 različnih kampih v 30 državah, vendar večino izvoza predstavljata hrvaški in italijanski trg. V zadnjih letih ste uspeli stopiti na številne nove trge – kako vam je uspelo in kaj še imate v »rokavu« za pridobitev dodatnih trgov?

Podjetje razvija inovativne, visokokakovostne izdelke ter tako krepi svoj položaj vodilnega ponudnika v JV Evropi, res pa je, da se širimo tudi globalno. Naše delo so prepoznali celo v Združenih arabskih emiratih in na Kitajskem, kjer je že nekaj turističnih resortov opremljenih z našimi produkti, predvsem šotori, ki so zaradi transporta bolj primerni. »Koronski« čas je že in bo še spremenil svet, čez noč je spremenil tudi naš trg. Hrvaški in italijanski kupci, ki so za nas do lani predstavljali največji delež prodaje, so zaradi slabe sezone močno zmanjšali naložbe. To je za nas pomenilo skoraj prepolovljeno prodajo. A smo jo nadomestili z novim razvojem in novimi trgi. Priložnost smo poiskali na celinskih in severnih trgih, saj so turisti ostali doma in se je povpraševanje na teh trgih povečalo, s tem pa tudi zahteve po zasledovanju novih standardov gradnje, drugačnih tlorisnih rešitvah, dizajnu, materialih, izolativnosti, energetiki. Močno se je zamenjala tudi struktura kupcev. Hotelske verige so zaradi negotovosti preložile investicije, tour operaterji pa so skoraj izginili s trga. Investirajo kampi, ki so vse bolj ekološko naravnani, želijo biti unikatni. Tu jim mi, z našimi izkušnjami in povezovanjem z arhitekti in oblikovalci, kreiramo celovito rešitev. Transportni stroški so zaradi velikih volumnov produktov pomemben del konkurenčnosti, zato vidimo ključ za širitev v novih rešitvah.

Podjetje vodite od leta 2014, v letu 2019 ste vzpostavili strateške projekte na vodstveni ravni, ki se nanašajo med drugim na vitkost procesov in

vodenje, implementacijo digitalizacije, razvoj novih trgov s trajnostnim razvojem produktov in nove poslovne modele, poudarek je tudi na izobraževanju, medsebojnih odnosih. Kako so nove pristope sprejeli zaposleni in kakšne rezultate ste dosegli?

Spreminjanje organizacijske kulture in vsega, kar je z njo povezano, je tek na dolge proge. Za ta tek pa je – tako kot pri vrhunskem športniku – potrebnih več lastnosti: vztrajnost, neomajnost, pogum, vzdržljivost, pozitivna naravnost, jasni cilji, odgovornost, ambicioznost, zdrava tekmovalnost ... Po nekajletni več kot 20-odstotni rasti smo spoznali, da ne bomo več mogli rasti brez vlaganja v ljudi, da nam je postala »naša obleka pretesna«. Zato smo se najprej osredotočili na ljudi; kajti spremembe se začnejo v naših glavah, v razumevanju koristi, nato sledijo procesi in šele potem je na vrsti tehnologija – digitalizacija, ki to podpira in pomaga »izvajati«, udejanjati, meriti, izboljševati. S šolo vodenja, v katero je bila vključena več kot tretjina zaposlenih, smo pridobivali kompetence vodenja, komunikacije in izboljšanja osebnih odnosov. Z opolnomočenjem vodij smo lahko začeli z uvajanjem vitkosti v procese, kar pomeni vključenost vseh zaposlenih v izpostavljanje in reševanje problemov, v krog stalnih izboljšav s koristnimi in inovativnimi predlogi. Lepo je videti, kako zaposleni z zavzetostjo osvajajo spremembe, tudi v povezavi z digitalizacijo. V proizvodnji so delavci z navdušenjem sprejeli digitalne ure, ki jim kot pomoč pri delu prikazujejo zaporedne tehnološke operacije. Z rezultati smo zadovoljni. Kljub številnim spremembam je raziskava o zavzetosti pokazala, da je v našem podjetju kar 57 % zaposlenih aktivno zavzetih, kar je visoko nad povprečjem.

Kako pa nagradujete zavzete zaposlene? In kako »draga« vam je Nagrada GZS?

Zaposleni so naš kapital in vedno poudarjam, da brez dobre ekipe ne bi bilo rezultatov. Nagrade, kot je denimo Nagrada GZS, so zgolj posledica vsega, kar smo s sodelavci ustvarili skupaj in to je priznanje, ki nam bo navdih in motivacija pri našem delu tudi v bodoče. Naši zaposleni so nagajeni za dobro delo. Poleg plače mesečno izplačujemo poslovno uspešnost, ki je odvisna od doseganja skupnih rezultatov vseh zaposlenih po določenih kriterijih. Dvakrat na leto izplačamo nagrado za osebno uspešnost, ki je rezultat osebnega prizadevanja posameznika, ki ga oceni neposredno nadrejeni. Oceno osebne delovne uspešnosti neposredno nadrejeni sicer poda in razloži sodelavcu kvartalno, ob osebnem pogovoru. Pogovor o delovni uspešnosti je priložnost, da vodje zaposlenim posredujejo povratno informacijo in jim razložijo, kaj je njihova vloga na delovnem mestu in v skupini, kaj pričakujejo od njih, kje bi se lahko še izboljšali. Je tudi priložnost, da vodje prejmejo povratno informacijo od zaposlenih o tem, kaj potrebujejo, da bi lahko bili bolj uspešni, s čimer vplivajo na njihovo zavzetost. Zaposlene aktivno vabimo k ustvarjalnemu razmišljanju, zato tudi za vsak podani inovativni predlog zaposleni prejme nagrado. Najboljše inovatorje ob koncu leta še posebej nagra-





dimo, pri čemer je glavna nagrada počitnikovanje v naših produktih. Ob zaključku leta izplačamo nagrado za poslovno uspešnost in vsak zaposleni prejme bogato praktično darilo. Po zaključku visoke sezone so zaposleni nagrajeni z nagrado za delo v visoki sezoni, ki pa je odvisna od osebnega prizadevanja posameznika, saj želimo najboljše sodelavce prav posebej nagraditi. Vsako leto izplačamo najvišji možni regres. Zaposlenim veliko pomenijo motivacijski dogodki s športno, izobraževalno in kulturno vsebino, ki jih organiziramo poleti z namenom povezovanja in izobraževanja ter zasluženega odklopa po zaključku visoke sezone in pred nastopom dopustov.

Podjetje razvija in inovira tako samo kot v sodelovanju s strateškimi partnerji in institucijami znanja. Kako ocenjujete sodelovanje med gospodarstvom in akademsko sfero v Sloveniji?
Mi smo to priložnost prepoznali in izkoristili. Pri razvoju določenih projektov sodelujemo s Fakulteto za strojništvo, Fakulteto za arhitekturo, z oddelkom za lesarstvo Biotehniške fakultete, z Zavodom za gradbeništvo Slovenije (ZAG) in drugimi ter tako povezujemo prakso s teorijo in znanostjo. Sodelujemo tudi s srednjimi šolami in fakultetami nasploh ter z veseljem vabimo dijake in študente na prakso. Če me sprašujete o mojem mnenju glede tega v Sloveniji, pa bi rekla, da je povezovanje premalo. Dejstvo je, da teorija brez prakse ne more zaživeti, po drugi strani pa je dobra praksa rezultat teorije. Obe sta torej močno povezani in nujni za uspeh.

Milijone vlagate tako v razvoj izdelkov kot tudi v investicije na področju proizvodnje (zemljišča). Kakšne imate načrte?

Na osnovi tržne analize trgu vsako leto ponudimo nekaj razvojnih novosti, posodobitev, prenovljene družine produktov. V večini primerov pa si kupci zaželi unikatni produkt, ki bo ustrezal njihovim potrebam oz. potrebam njihovih uporabnikov. Prisluhnemo jim in dodatno upoštevamo standarde posameznih trgov. Dizajn je zelo pomemben in je vključen v vse faze razvoja, od ideje do izvedbe. Sodelujemo tudi z različnimi zunanji oblikovalci.

Kreativni in inovativni smo v razmišljanju in hitro prepoznamo tržno priložnost. Primer: ker že sedaj vemo, da bo po pandemiji vsaj del delovnega procesa potekal od doma in bo zelo uporaben t. i. hibridni model dela, smo razvili mobilno enoto, ki je neke vrste pisarna doma. Gre za vrtno pisarno (»home garden office«), zelo dober odziv je prišel iz Velike Britanije. In ker so z našo večletno hitro rastjo prodaje, razvojem izdelkov, proizvodnje in zaposlovanja postale naše kapacitete premajhne, smo postopno dokupovali zemljišča v industrijski coni in tako v letošnjem letu zaokrožili kompleks s 32 ha zemlje. Sedaj pripravljamo idejni projekt širitve proizvodnih in poslovnih kapacitet.

Česa doslej na vaši osebni in poslovni poti še niste uspeli doseči, pa bi si tega zelo želeli v prihodnosti?
Prepričana sem, da je človekov osebni in poslovni uspeh največkrat rezultat tega, da si ob pravem trenutku na pravem mestu in da prepoznaš potencial ter imaš dovolj motivacije in poguma. Potencial je lahko v sebi, v drugem, v razmerah in nastalem položaju ... Beseda potencial vsebuje besedo pot, po kateri hodiš in se uriš ves čas. Torej je treba ves čas razvijati svojo intuicijo, se povezovati, učiti, raziskovati, potovati vase ... Vzajemno spoštovanje, ljubezen v najširšem smislu in hvaležnost so ključni prebujanja in razvoja. Želim si poglobljati svojo intuitivno inteligenco. Vem, da bom tudi poslovno na pravem mestu, kjer koli že. gg

Ker že sedaj vemo, da bo po pandemiji vsaj del delovnega procesa potekal od doma, smo razvili mobilno enoto, ki je neke vrste pisarna doma.

Sveži podatki za leto 2020 (poslovno leto 1. 9. 2019–31. 8. 2020):

Skupni prihodki: 34.616.014 EUR

Dobiček pred obdavčitvijo: 4.134.230 EUR

Število zaposlenih: 230

Dodana vrednost na zaposlenega: 56.448 EUR

Utemeljitev:

Adria Dom, ki je v 100-odstotni lasti novomeške Adrie Mobil, je proizvajalec mobilnih hišk ter visokokakovostnih šotorov za luksuzno kampiranje (glamping). V skoraj 20 letih obstoja so izdelali več kot 15.000 enot, prek 1.300 v letu 2020. Njihovi produkti se nahajajo v 380 različnih kampih v 30 različnih državah. Vodilne tržne deleže dosegajo predvsem na Hrvaškem in v Italiji. Prek 92 % prihodkov so v letu 2019 ustvarili na tujih trgih, kjer so prihodke v zadnjih treh letih v povprečju povišali za 11 % letno. Poleg rasti prihodkov beleži družba tudi rast dobička, dodane vrednosti, EBIDTA in donosnosti kapitala. K izjemnim poslovnim rezultatom prispevajo strateške usmeritve družbe, ki na področju razvoja in inovacij deluje v smeri stalnih produktivnih in storitvenih inovacij, odličnosti v dizajnu in zagotavljanju izjemne uporabniške izkušnje ob diverzifikaciji, standardizaciji, primernem razmerju cena/kakovost in zagotavljanju trajnostnega razvoja s ciljem 100-odstotne reciklabilnosti ter implementacije pametnih rešitev. Družba je v zadnjih štirih letih investirala prek 5 mio EUR v povečanje proizvodnih in skladiščnih kapacitet, nakup zemljišča, avtomatizacijo in digitalizacijo proizvodnje (postavili so digitalni dvojček) in poslovanja. Uvedli so tudi nove marketinške pristope, kot je na primer ponudba celostne rešitve »one-stop-shop« za kupce. So prejemniki številnih nagrad za inovacije, v proizvodni proces so vključili aktiven odnos do okolja – od uvajanja industrijskih pakirnih standardov za zmanjševanje količine embalaže, možnosti recikliranja produktov ob koncu življenjske dobe do postavitve lastne sončne elektrarne. Aktivno se vključujejo v razvojno-raziskovalne projekte kot partnerji ali vodilni partner in v številne kompetenčne centre.

Direktorica Marta Kelvišar se je v zadnjem obdobju usmerila v bistveno preobrazbo notranjega delovanja družbe s poudarkom na digitalizacijski transformaciji proizvodnih procesov, vitkosti poslovanja in bolj agilni organizacijski kulturi. Poudarek je predvsem na zaposlenih, njihovem izobraževanju, izboljšanju kompetenc in veščin ter na gradnji medsebojnih odnosov.



Marko Lukić
Lumar IG d. o. o., Maribor

Dom v konceptu trajnostnega bivanja postaja tudi stičišče različnih tehnologij

Poleg tega, da dom predstavlja prostor za preživljanje časa z družino in prijatelji, postaja tudi stičišče različnih tehnologij v konceptu trajnostnega bivanja. Zato v Lumarju pozornost intenzivno usmerjajo v razvoj in implementacijo rešitev za življenje brez emisij. A direktor Marko Lukić želi podjetje, ki je po splošnih merilih trajnostno naravnano, še bolj preobraziti – na način, da bo trajnostno na vseh možnih področjih, vendar bo obenem ohranilo dobičkonosnost. Želi biti zgled vzdržnega in dobičkonosnega poslovnega modela.

V družbi Lumar IG se ukvarjate s trajnostno montažno gradnjo tako individualnih kot večstanovanjskih objektov, tako poslovnih kot javnih objektov. Doslej ste zgradili prek 2.500 objektov po Evropi, kakšnega pa ste zgradili zase? Kaj je pomembno za vas, ko gre za domače in pa tudi poslovno okolje?

Kot lepo pravi slovenski pregovor, je tudi v mojem primeru »kovačeva kobilica bosa«. To pomeni, da še zmeraj prebivam v objektu, ki smo ga že leta 1995 dogradili z montažnimi elementi. A sem v procesu priprave novega doma, ki bo upošteval vidike trajnostnega bivanja in arhitekture, ki kar najmanj posega v prostor. Seveda mi je sedanj dom izjemno pomemben, vendar doma preživim zelo malo časa, zato ga tudi dojemam drugače kot večina, ki gradi hiše. V njem vidim predvsem zatočišče med različnimi zasebnimi ali službenimi potovanji, izleti v naravo ipd. Zame je pomembno, da mi domače ali poslovno okolje ponuja varnost, svetlobo, svež zrak, zvočno zaščito, torej primarno varno zavetje, obenem pa je pomembno, da so pri gradnji uporabljeni materiali, ki po eni strani najmanj obremenjujejo okolje ter po drugi strani omogočajo zdravo bivalno klimo in visoko udobje bivanja.

Epidemija je pokazala, kako bistvenega pomena so zdravi in udobni prostori, v katerih živimo in delamo. Ob razglasitvi epidemije leta 2020 ste najprej doživeli upad naročil, nato pa ste dobili rekordna naročila. Kaj se je zgodilo?

Epidemija je – pa naj se sliši še tako kruto – veliko stvari postavila na svoje mesto. Včasih sem imel že občutek, da je vse, kar je pomembno v življenju, postavljeno na glavo. Zagotovo so ljudje sedaj, ko ne morejo toliko potovati in se družiti, naenkrat spoznali, da je dom osrednja točka njihovega življenja, ki mora omogočati sobivanje vseh članov družine dlje časa. Res je, ob začetku epidemije situacija ni bila videti nič kaj rožnata. Nismo namreč vedeli, kam se bo naš posel obrnil, ampak prav zaradi zavedanja ljudi o pomembnosti doma, kakovosti bivanja, tudi dela od doma in na drugi strani nizkih obrestnih mer, se veliko ljudi odloča, da bo svoja sredstva investiralo v kakovostno domovanje. Ta denar bi verjetno v časih pred epidemijo porabili za druge netrajne dobrine. Menim, da smo se ljudje malo ustavili in ugotovili, kaj je res pomembno.

Vizija vašega podjetja je na področju energetske učinkovitih rešitev bivanja postati ustvarjalec trendov na evropskem trgu. Kakšne trende pa napovedujete?

Trendi kažejo, da se vračamo nazaj k naravi, razvijajo se koncepti samozadostnosti na področju gradnje, oskrbe z energijo, pridelave hrane ... Dom ni več le hiša, v kateri preživljamo čas z družino in prijatelji, ampak postaja stičišče različnih tehnologij v konceptu trajnostnega bivanja. Zato v Lumarju pozornost intenzivno usmerjamo v razvoj in implementacijo rešitev za življenje brez emisij. Razvili smo koncept Lumar Zero Emission Living® in večino rešitev predstavljamo na vzorčni hiši Lumar Primus-R 150 iEDITION v Dragomlju. S fotovoltaičnimi paneli na nadstrešku za avtomobile sami proizvajamo električno energijo za delovanje hiše in polnjenje avtomobila, ob tem imajo paneli tudi funkcijo strehe. Na vzorčno hišo smo vgradili zeleno streho, s katero vračamo naravi zelene površine, ki so bile odvzete z gradnjo. Da z našim konceptom upoštevamo ključne kriterije trajnostne gradnje – ugodje bivanja, energetska učinkovitost in vplivi na okolje, potrjuje prejeti certifikat organizacije Active House iz Bruslja. Gre za prvo in edino stanovanjsko hišo z omenjenim certifikatom v Sloveniji.

Naslednji razvojni izziv pa je povezan s tem, kako hiše še bolj povezati z drugimi industrijami – z energetske in informacijske industrije ter intenzivno vključevati sodobne disruptivne tehnologije v proces trajnostne gradnje.

Kaj prinaša aktivno povezovanje z drugimi sektorji – z mobilnostjo, energijo, IKT? Je takšnega sodelovanja sicer dovolj v gospodarstvu, ali ga pogrešate?

Ja, bili smo pionir tovrstnih povezovanj zelenih tehnologij: pred leti z izdelovalci sončnih elektrarn, z BMW-jem in njihovo znamko BMW i na področju trajnostnega bivanja in mobilnosti, z multinacionalko Saint-Gobain pri razvoju prve hiše MultiComfort, s podjetji na področju pametnih domov, sodelovali smo z Univerzo Princeton z našim certificiranim pasivnim sistemom na Beneškem arhitekturnem bienalu leta 2014 in kasneje s predstavitev v Južni Koreji, pasivno gradnjo smo predstavili tudi študentom arhitekture na Univerzi Harvard. Sodelovanje je še posebej pomembno v pionirski fazi, da se ustvarijo pilotni

Ob začetku epidemije situacija ni bila videti nič kaj rožnata. Ampak zaradi zavedanja ljudi o pomembnosti doma se veliko ljudi odloča, da bo svoja sredstva že danes investiralo v kakovostno domovanje.

Da z našim konceptom upoštevamo ključne kriterije trajnostne gradnje – ugodje bivanja, energetska učinkovitost in vplivi na okolje, potrjuje prejeti certifikat organizacije Active House iz Bruslja.

Kupci si lahko v prihodnje obetamo intuitivne, potrošniku prijazne pametne domove. Razvoj vključuje tehnologijo na eni ter ekologijo na drugi strani.

Tako kot je tehnologija v zgodovini prinašala spremembe, bo tudi tokrat morala zagotoviti prehod v nizkoogljično družbo.

Menim, da bi moral imeti vsak izdelek že danes v svoji ceni vključeno okoljsko komponento. Tako kot ni zastoj kosila, tudi pri izdelkih velja, da bo treba vse stroške njihove izdelave enkrat plačati.

Od novosti vedno pričakujemo, da bodo že v prvem trenutku boljše kot obstoječe rešitve. To pa je nemogoče, saj gre za evolucijo. Novim tehnologijam je treba dati priložnost in v njih iskati potencial.

projekti, ki kažejo smer razvoja, dovolijo sanjati, tudi, če v tistem trenutku še niso ekonomsko upravičeni. Predvsem gre za dvigovanje zavesti. V naslednji fazi postane izredno pomembno povezovanje in integriranje tehnologij, ko se začnejo njihovi učinki med seboj množiti in lahko postanejo tudi ekonomsko upravičeni. Tipični primer je povezava pasivne hiše, sončne elektrarne in električnega avtomobila. Če govorimo o integraciji digitalnih tehnologij v dom, je izredno pomembno, da to ni pametni dom sam zase, ampak je vključen v platformo, ki prek polnilne infrastrukture, shranjevalnikov energije, sončne elektrarne in predvsem nizke rabe energije za delovanje hiše omogoča ustvarjanje energetskih presežkov ter nato prek pametnih omrežij povezovanje v večje ekološke in predvsem ekonomsko vzdržne sisteme.

Vedno več vlagate v raziskave in razvoj, vključeni ste v različne razvojne programe, projekte in skupine. Kaj si obetate kot podjetje od raziskav v prihodnjih letih? Kaj pa lahko pričakujemo potrošniki inovativnega?

Seveda vse, kar razvijamo, ne bo nujno ugledalo luči sveta. Nam pa takšni projekti omogočajo, da poskusimo razvijati stvari, ki si jih drugače ne bi upali, ali se jih ne bi bili zmožni lotiti. Kupci si lahko v prihodnje obetamo intuitivne, potrošniku prijazne pametne domove. Torej hiše, kjer bo vgrajene veliko pametne tehnologije, ki pa bo uporabniku tako prijazna, da se je sploh ne bo zavedal oz. ne bo občutil njenega delovanja. Razvoj vključuje dvojje – tehnologijo na eni ter ekologijo na drugi strani. Pomembno je, s katerimi materiali gradimo in kakšen vpliv imajo na okolje, zdravje ter udobje bivanja. Ob tem je bistveno, kako vse to ponuditi na trgu za sprejemljivo ceno. Torej, da ne gre za elitistični izdelek, ampak za produkt – hišo, ki je dosegljiva običajnemu uporabniku. Samo če postane tehnologija zaradi ekonomije obsega, povezovanja in integracije cenovno in širše dostopna, ima prave učinke, tudi ekološke. Tako kot je tehnolo-

gija v zgodovini prinašala spremembe, bo tudi tokrat morala zagotoviti prehod v nizkoogljično družbo.

Koncept Lumar Zero Emission Living® predstavlja vaš pogled na bivanje prihodnosti brez emisij. Kako gledate na boj proti podnebnim spremembam globalno in kako na ravni posameznika?

Kot nekdo, ki je velik del svojega otroštva in življenja preživel v naravi, opazim spremembe v naravi. Zato sem si že na začetku poslovne poti zadal cilj, da bo imelo moje početje kar najmanjši vpliv na okolje. Tudi zato smo v Lumarju pionirji nizkoenergijske in zelene gradnje. Vesel sem, da smo doprinesli k preboju v gradbeništvu, kjer so premiki še posebej težki. Zato izrazito podpiram boj proti podnebnim spremembam. Menim, da bi moral imeti vsak izdelek že danes v svoji ceni vključeno okoljsko komponento. Tako kot ni zastoj kosila, tudi pri izdelkih velja, da bo treba vse stroške njihove izdelave enkrat plačati.

Dejstvo pa je, da tako kot vsaka sprememba tudi ta zagotovo ne bo prišla od zgoraj navzdol. Ne bo prišla od vodilnih politikov, skoraj zagotovo ne bo prišla od glavnine gospodarstva, ampak bodo spremembo povzročili potrošniki s svojimi nakupnimi odločitvami in prodorni posamezniki. Torej, »ne sprašuj, kaj lahko naredi planet zate, ampak kaj lahko ti narediš za planet«.

Kakšen je odnos kupcev doma in v tujini v povezavi z »zelenimi« trendi? Smo se pripravljene čemu odreči?

Mislim, da se svet zelo hitro preobraža. Predvsem mlajši potrošniki so izrazito ozaveščeni in tudi neizprosni. Je pa svet močno polariziran, imamo dva ekstrema: na eni strani so ljudje, ki zanikajo kakršnekoli podnebne spremembe in se niso v resnici pripravljene odreči ničemu, na drugi strani pa so tisti, ki zavračajo potrošniško družbo ... Vse to pred nas postavlja velike izzive. Te lahko podjetniki na eni strani vidimo kot priložnost in na drugi strani kot poslanstvo, da delamo na način, da prisluhnemo tem, ki jim je za planet mar. Opažamo, da so naši kupci, verjetno predvsem zaradi našega pozicioniranja, izrazito naklonjeni zelenim trendom in prek teh kupcev smo v preteklosti uspeli ozaveščati širšo javnost o kakovostni trajnostni gradnji. Predstavili smo pilotne projekte, ki pa so nato v desetih letih postali del naše standardne tehnologije, na kar smo izrazito ponosni.

Morebiti vprašanje, ali se je potrebno nečemu odreči, da bi pustili svet lepši, sploh ni ustrezno. Danes je tehnološki razvoj tako hiter, da se ni treba odreči ničemu v materialnem smislu, odreči se moramo zgolj starim prepričanjem. Ta so največja cokla razvoju in napredku. Od novosti vedno pričakujemo, da bodo že v prvem trenutku boljše kot obstoječe rešitve. To pa je nemogoče, saj gre za evolucijo. Novim tehnologijam je treba dati priložnost in v njih iskati potencial. Z omenjenim problemom smo se v Lumarju soočali, ko smo pred več kot desetletjem začeli z uvajanjem pasivne tehnologije in pasivne gradnje v Sloveniji. Takrat smo bili deležni tudi posmehovanja kolegov iz panoge, danes pa je pasivna gradnja standardni način gradnje.





Kako pa gledate vi osebno na tradicijo na eni ter tehnologije prihodnosti na drugi strani, seveda v povezavi z gradbeništvom? Katero mesto na svetu je v arhitekturnem smislu lahko zgled prijaznega združevanja starega in novega?

Gradbeništvo je ena od najbolj nazadnjaških panog. Industrializacija se je v glavnem ni dotaknila, digitalizacija še manj. Zato menim, da ima gradbeništvo z integracijo novih tehnologij izjemno veliko potenciala. Vse manj je usposobljene in pripravljene delovne sile za delo na gradbiščih, saj gre tukaj za izredno težko delo in mladi danes veliko lažje zaslužijo denar v drugih panogah, zato so nove tehnologije v gradbeništvu nekaj nujnega.

Odnos do združevanje starega in novega v arhitekturi in urejanju prostora je odraz kulture naroda, njene prostorske politike in gledanja na stvari nasploh. Določene kulture so bolj usmerjene v prihodnost, določene se raje ukvarjajo s preteklostjo. Nacija, ki k združevanju starega in novega pristopa zelo pragmatično in inovativno, so Nizozemci. Izpostavil bi Amsterdam. Mojstrsko pristopajo k združevanju tipologij in arhitekture iz različnih časovnih obdobj. So vsekakor pionirji na področju prostorske politike in v tem tudi eksperimentirajo. Določeni poizkusi se obdržijo, drugi propadejo.

V tujini ste prisotni predvsem v Avstriji, Nemčiji ter Italiji. Ali načrtujete širitev prodaje po svetu oziroma odpiranje podjetij v tujini?

Pravzaprav ne. Iz Nemčije, Italije in Švice smo se umaknili in smo prisotni predvsem v Sloveniji in Avstriji, delno bomo v prihodnje tudi na Bavarskem. Odločitev smo sprejeli iz preprostega razloga. V skladu z našo trajnostno poslovno strategijo ocenjujemo, da je neekološko, netrajnostno in do ljudi neprijazno, če so gradbišča od našega sedeža oddaljena več kot 5 ali 6 ur vožnje. To je skrajna razdalja. Vemo, da se to v tem trenutku sliši nekoliko neambiciozno ali utopično, vendar verjamem, da bodo skozi trajnostno poslovno transformacijo podjetja vse bolj delovala lokalno. Nedvomno ni trajnostno voziti ekološke hiše s štirimi ali petimi vlačilci 1.500 km daleč.

Zato smo tudi na tem področju neke vrste pionir in skušamo delovati na bližnjih trgih. Ko pa govorimo o širjenju po svetu, je bilo že več razgovorov o prodaji znanja, torej našega »know-how-a«. To je naša možnost, da ne prodajamo fizičnega dela in sten, ampak da nekemu v oddaljenih krajih vzpostavimo tehnologijo in tudi s tem prispevamo k čistejšemu okolju.

Za svoje rešitve ste prejeli že kar nekaj nagrad, kaj pa vam pomeni Nagrada GZS?

Nagrada GZS je zagotovo v mojem dožemanju najvišja nagrada, kar sem jih do sedaj prejel. Zaradi velikega števila renomiranih prejemnikov do sedaj in dejstva, da GZS združuje veliko število poslovnih subjektov, ima zagotovo izredno visoko mesto in spada med najvišja priznanja, ki jih lahko nekdo, ki deluje v gospodarstvu, dobi. Tako da sem na to nagrado izjemno ponosen, tudi zaradi našega kolektiva.

Česa doslej na vaši osebni in poslovni poti še niste uspeli doseči, pa bi si tega zelo želeli v prihodnosti?

Lumar IG je danes po splošnih merilih trajnostno naravnano podjetje, vendar pa so moja osebna merila višja. Zato si želim v prihodnosti preobraziti podjetje na način, da bo trajnostno na vseh možnih področjih – od materialov, do ljudi, do planeta – in bo istočasno še vedno dobičkonosno. Želim biti zgled vzdržnega in dobičkonosnega poslovnega modela. [gg](#)

V skladu z našo trajnostno poslovno strategijo ocenjujemo, da je neekološko, netrajnostno in do ljudi neprijazno, če so gradbišča od našega sedeža oddaljena več kot 5 ali 6 ur vožnje.

Sveži podatki za leto 2020:

Skupni prihodki (čisti prihodki od prodaje): 19.132.069 EUR

Dobiček pred obdavčitvijo: 1.743.601 EUR

Število zaposlenih: 78

Dodana vrednost na zaposlenega: 61.125 EUR

Utemeljitev:

Lumar IG je družinsko podjetje, vodilni slovenski proizvajalec skoraj-nič-energijskih montažnih objektov, ki s svojo razvojno naravnostjo, inovativnimi in okolju prijaznimi rešitvami ustvarja trende na področju montažne gradnje tako v Sloveniji kot v tujini.

V skoraj tridesetih letih delovanja so zgradili več kot 2.450 objektov po Evropi, največ v Sloveniji, Nemčiji, Italiji in Avstriji. Z visoko kakovostjo in nadstandardno ponudbo objektov, ki jih odlikuje vrhunski dizajn in najsodobnejša tehnologija, dosegajo višje cene od konkurence. To potrjuje tudi kar 24-odstotna rast dobička in 16-odstotna rast čistih prihodkov v zadnjih treh letih. Rast so ustvarili tudi v letu 2020. Inovativnost in razvoj dosegajo s svojo razvojno-raziskovalno skupino trinajstih raziskovalcev in petih tehnikov, družba sodeluje tudi v različnih razvojnih programih, projektih in strokovnih skupinah. S proizvodi, ki jih prodajajo pod lastno blagovno znamko in imajo številne domače in mednarodne certifikate, so tudi prejemniki priznanih domačih in tujih nagrad.

Družba sledi filozofiji trajnostne in okolju prijazne gradnje. Vgrajujejo le materiale, ki v svoji življenjski dobi najmanj obremenjujejo okolje, uporabljajo tehnologije, ki potrebujejo najmanj energije za ogrevanje in vzpostavljajo takšno delovno okolje, ki že v procesu proizvodnje hiše zagotavlja odlične pogoje dela in minimalno obremenjevanje okolja. Poslovni model in proces, ki ga zasledujejo, naj bi zadovoljeval vse deležnike podjetja – od lastnikov do zaposlenih, poslovnih partnerjev, kupcev, mikro in makro okolja, v katerem delujejo in živijo. Izjemno družbeno odgovornost izkazujejo tudi z visokimi sponzorstvi in donacijami, saj so v zadnjih treh letih za podporo športa, izobraževanja in zdravstva namenili več kot 111.000 EUR.

Uspehi družbe so zagotovo rezultat razvojne in inovativne usmerjenosti direktorja Marka Lukića, ki s svojim zgledom, znanjem in pristopom oblikuje trajnostni razvoj podjetja Lumar in celotne panoge montažne gradnje v Sloveniji in tudi v tujini.



Jasna Dominko Baloh
DOBA fakulteta, Maribor

Sem zahtevna, moji cilji so bili zmeraj najvišji

Izzive prihodnosti bodo na najboljši možni način obvladovali tisti posamezniki, ki bodo razvili radovednost, domišljijo, vizijo, odpornost, samozavest in sposobnost organiziranega delovanja. Tisti, ki se bodo znali spopadati z napakami, a hkrati tudi napredovati. To so spretnosti, ki jih s klasičnimi metodami poučevanja ni mogoče razvijati, pravi Jasna Dominko Baloh, direktorica DOBA Fakultete. Dodaja, da je znanje dostopno, pridobivamo ga vsak trenutek, pomembno pa je, kako znanje uporabimo.

DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije Maribor je sodoben samostojni visokošolski zavod z enajstimi dodiplomskimi in podiplomskimi akreditiranimi študijskimi programi. Kaj za vas predstavlja znanje – pridobljeno tako formalno kot neformalno?

Z znanjem smo osebnostno močnejši, imamo širši pogled na svet, razvijamo sposobnost kritičnega razmišljanja, bolje se spopadamo z reševanjem problemov, lažje se odločamo in peljemo svoje življenje v »želeno« smer. Učimo se vsak dan na vsakem koraku – ko preberemo članek, si ogledamo film, učimo se od svojih otrok, v komunikaciji z bližnjimi. Učimo se torej v najrazličnejših situacijah, ki so del našega vsakdana. Zame pomeni znanje možnost kakovostnega življenja, drugačnega razmišljanja, širšega pogleda na svet, povezano pa je tudi z vodenjem družbe. Po mojem prepričanju je znanje vsakega posameznika treba razumeti tudi kot javno dobro. Svoj slogan »Samo z znanjem prihaja DOBA sonca« uresničujemo vsak dan. Poudarjamo pomen znanja in učenja v vseh življenjskih obdobjih, vključno v podjetjih, kjer so že vrsto let v ospredju tudi mehka znanja in kompetence.

Če bi morali v zgolj nekaj stavkih opisati svojo pot učenja od otroštva naprej, kako bi jo opisali? Kaj vas je na tej učni poti najbolj zaznamovalo?

V šoli so me navduševali razmišljajoči in zavzeti učitelji. Znala sem tudi glasno izreči kritike na njihov račun in nisem marala krivic ter halo efekta. Svoje zanimanje za učenje sem uresničevala s študijem pedagogike in psihologije na Filozofski fakulteti v Ljubljani, kjer sem imela možnost sodelovati z odličnimi profesorji – vizionarji. Pri učenju nisem marala preveč faktografije, bolj so me zanimale analize, primerjave, različne teorije. Pri razvijanju naše fakultete me je vodila misel, da mora biti ta drugačna, evropska, sodobna, vsakemu študentu mora omogočiti enake možnosti za razvoj.

Direktorica zavoda ste od leta 2004. Kako se je v tem času spreminjal odnos do znanja in izobraževanja? Kako pa ste se v tem času spremenili vi?

Vodenje fakultete je zame velik strokovni izziv. Svoje poslanstvo sem od začetka delovanja fakultete videla v odpiranju možnosti in dostopnosti študijskih programov. Svoje cilje smo dosegali s sinergijskim

povezovanjem razvojnega, izobraževalnega in svetovalnega dela ob stalnih inovacijah. Prav stalne spremembe v našem okolju, o katerih sprašujete, in potrebe gospodarstva ves čas spodbujajo razvoj novih študijskih programov ter novih sodobnih načinov poučevanja.

Spremljam povpraševanje, uspehe študentov na izpitih, njihovo zadovoljstvo, spremljam uvajanje pedagoških inovacij, spodbujam nenehno učenje, inoviranje in razvoj. Sem zahtevna, moji cilji so bili zmeraj najvišji. V vseh letih delovanja se moja visoka pričakovanja niso spremenila. Seveda so zame pomembne številke o vpisanih študentih, pomembno je poslovanje, a najpomembnejši so zadovoljni in uspešni študenti, učitelji in zaposleni. Zlepa ne pozabim pohval študentov, ki mi pogosto polepšajo dan. Vesela sem tudi podatka, da 84 % naših diplomantov po diplomi napreduje v karieri. To je za nas uspeh, diplomanti so naši zmagovalci.

Pri odgovoru na vprašanje, kako sem se spremenila, pa naj dodam še to, da se pri eni stvari nisem spremenila: še zmeraj zaupam intuiciji.

Kakšni so pa vaši kadri? Kaj iščete?

Naši sodelavci so veliki strokovnjaki, visoko motivirani, nenehno se učijo. Delo je izjemno kompleksno, sodelavci so odgovorni za procese, vsi delajo na projektih, ključno pa je tudi timsko delo. Visokošolski učitelji poleg predavanj sodelujejo pri razvoju fakultete, saj potrebujemo njihova znanja. Zame je pomemben prvi stik, a tudi sama sem se že kdaj zmotila. Zato si pomagamo tudi z zunanjimi strokovnjaki – psihologi, ki opravijo razgovor z ožjim izborom kandidatov. Zame so pri sodelavcih pomembni pozitivni pogled na svet, odgovornost, nenehno učenje, pa tudi zavzetost in skladnost njihovih osebnih vrednot z vrednotami fakultete.

Postati želite »vodilna online fakulteta v jugovzhodni Evropi in mednarodni zmagovalca ter fakulteta z največ online študenti«. Kako vidite povezavo med tradicionalnim šolanjem in šolanjem v prihodnosti?

Naš slogan je »Fakulteta, ki vidi dlje, fakulteta, ki se nenehno razvija in plemeniti«. Pri odločitvi za izvajanje študijskih programov v obliki online izobraževanja je bilo ključno iskanje odgovora na vprašanje, kako lahko napredek na področju informacijsko-ko-

Zame osebno pomeni znanje možnost kakovostnega življenja, drugačnega razmišljanja, širšega pogleda na svet, povezano pa je tudi z vodenjem družbe.

V šoli so me navduševali razmišljajoči in zavzeti učitelji. Znala sem tudi glasno izreči kritike na njihov račun in nisem marala krivic ter halo efekta.

Svoje poslanstvo sem od začetka delovanja fakultete videla v odpiranju možnosti in dostopnosti študijskih programov.

Razvili smo najzahtevnejši model e-izobraževanja, in sicer kot model celostno podprtega online učenja. Študentom je ves čas na voljo mentorska podpora.

Prav uvajanje tehnologij, ki postajajo vse pomembnejši sestavni del poučevanja, bo v prihodnosti krojilo in vpeljevalo nove načine poučevanja tudi v tradicionalnem izobraževanju.

munikacijskih tehnologij (IKT) izboljša dostopnost, kakovost in individualizacijo izobraževanja. Razvili smo najzahtevnejši model e-izobraževanja, in sicer kot model celostno podprtega online učenja. Študentom je ves čas na voljo mentorska podpora. Model ves čas dopolnjujemo in vpeljujemo inovacije. V sedemnajstih letih smo spremenili celoten pedagoški model v skladu z najnovejšimi dognanji pedagogike in visokošolke didaktike, nadgrajevali smo tehnologijo s poudarkom na interakciji med učitelji in študenti.

Pogosto slišimo očitke, da poteka visokošolsko izobraževanje preveč po ustaljenih tirih. S tem se popolnoma strinjam, saj je tradicionalno poučevanje osredotočeno na znanja, ki jih morajo študentje pridobiti, manj pa na načine pridobivanja znanja. Prav uvajanje tehnologij, ki postajajo vse pomembnejši sestavni del poučevanja, bo v prihodnosti krojilo in vpeljevalo nove načine poučevanja tudi v tradicionalnem izobraževanju. Naj poudarim, da je online izobraževanje svetovni trend že nekaj časa. Predstavlja izjemno hitro rastočo panogo, ki radikalno spreminja visokošolsko izobraževanje. Srečujemo ga na vseh ravneh izobraževanja, tako v formalnih kot neformalnih oblikah. Porast spletnega izobraževanja so beležili na vseh kontinentih že pred pandemijo covida-19, med njo pa se je to še okrepilo.

Kakšne trende še napovedujete glede izobraževanja?

Izobraževanje že dolgo ni več to, kar je bilo. Učitelj ni več edini vir znanja, znanje je dostopno vsak trenutek kjer koli. Učitelj je danes bolj usmerjevalec, motivator, razlagalec, mentor, ki študenta vodi do usvajanja potrebnega znanja in razvoja kompetenc. Vsi se danes sprašujemo, kako se mora visokošolsko izobraževanje razvijati v času svetovnih izzivov in družbenih sprememb. Raziskave kažejo, da bodo izzive prihodnosti na najboljši možen način obvladovali tisti posamezniki, ki bodo razvili radovednost,

domišljijo, vizijo, odpornost, samozavest in sposobnost organiziranega delovanja. Tisti, ki bodo sposobni razumeti in spoštovati ideje, perspektive ter vrednote drugih, se spopadati z napakami in regresijami, hkrati pa pazljivo napredovati. To so spretnosti, ki jih s klasičnimi metodami poučevanja ni mogoče razvijati. Tem trendom sledimo, saj je poleg strokovnih znanj poudarek na razvoju mehkih kompetenc, ki so kompetence prihodnosti.

Pomembne raziskave, ki se osredotočajo na trende v online izobraževanju, kažejo, da je online izobraževanje postalo »nova normalnost«. Trendi gredo tudi v smer digitalizacije, razvoja in uporabe odprtega izobraževanja oziroma odprtih učnih virov in s tem večanja personalizacije. V prihodnosti bodo vedno bolj pomembne mikrokvalifikacije. To je učenje ob delu, ki omogoča pridobivanje praktičnih znanj v krajših programih, ki jih lahko zaposleni uporabijo takoj. Govorim o vseživljenjskem učenju.

Digitalizacija vas spremlja že od samega začetka, v učno tehnologijo za potrebe razvoja online študija, IT opremo in programe ste v zadnjih štirih letih vložili skoraj pol milijona evrov. Ali se je z epidemijo za vas sploh kaj spremenilo?

Področje IKT na naši fakulteti zagotavlja podporo študijskim in poslovnim procesom ter zagotavlja vse pogoje, da sistemi in programska oprema delujejo brezhibno. Informacijska podpora je tako eden izmed ključnih elementov konkurenčnih prednosti pri izvajanju vseh procesov. Iz leta v leto podporo nadgrajujemo z velikimi IT projekti in en velik projekt na področju IT smo zaključili prav v letu 2020. Sledimo najnovejšim trendom, kar je naša stalna prioriteta, ki se v času epidemije ni spremenila.

Pristen stik predavateljev s študenti je zelo pomemben in pride pri študiju na daljavo manj do izraza. Kako ga vendarle zagotavljate?

Gotovo so stiki in medosebni odnosi pomembni, saj smo družbena bitja. Človekovo potrebo po socialni pripadnosti in skupnosti je v šolskem sistemu – tudi v visokem šolstvu – nujno uresničevati. In to velja tako za klasično izvajanje poučevanja kot tudi za online izobraževanje.

Ponosna sem na to, da nam je uspelo povezati študente tudi izven študijskih aktivnosti. Ponosna sem na to, da študenti zaupajo online mentorjem, učiteljem in akademskim svetovalcem, ki jih podpirajo na njihovi študijski poti. Imajo klepetalnice, bloge, spletne seminarje in so ves čas med seboj povezani. Res pa je, da se najpogosteje prvič v živo srečajo na podelitvi diplom.

Razvili ste model online študija, ki je edini mednarodno akreditiran model v jugovzhodni Evropi, uporabljate pa ga v Sloveniji, na Hrvaškem in v Srbiji. So ti trgi vaš končni cilj? Kaj načrtujete glede na to, da vaši študenti prihajajo iz 46 držav sveta?

Tako je, DOBA Fakulteta je globalna fakulteta, edina v jugovzhodni Evropi z dvema mednarodnima akredi-





tacijama. Delež tujih študentov na fakulteti se večja. Prve tuje študente smo vpisali leta 2008, njihov delež je takrat predstavljal 4 %, danes pa predstavlja že 42 %. Programe izvajamo v slovenskem, hrvaškem, srbskem in angleškem jeziku. Hkrati smo že vrsto let odlični partnerji pri mednarodnih projektih in uspešno sodelujemo s tujimi fakultetami. Naš cilj je še povečati delež tujih študentov, tudi s skupnimi programi s tujimi fakultetami. V tem trenutku pri nas študira 1.240 študentov, skupaj jih je do danes pri nas študiralo več kot 8.000, ponosni pa smo na doslej 4.824 diplomantov.

Glede izobraževanja po svetu: kateri sistem, pristop iz tujine vam je blizu, vas je navdušil?

Odnos do študentov v svetu je velikokrat drugačen kot smo navajeni v tradicionalnem načinu izobraževanja. Študenti so v tujini partnerji. Tam je cilj, da so aktivni študenti, ni pomembna aktivnost profesorja. Samo v aktivnem učenju lahko razviješ kompetence, ne pa s ponavljanjem tega, kar je že napisano v knjigah. Znanje je tako dostopno, da ga lahko pridobimo vsak trenutek, pomembno pa je, kaj glede znanja uporabimo, kako to uporabimo in kaj razvijamo. Ko hodim po svetu, me fascinira, kakšen trud vlagajo v osebni razvoj študentov. Učitelji naj bodo torej motivatorji, študenti pa naj razvijajo tudi kritičnost. Naučiti se morajo reševati probleme, saj to danes delodajalci pričakujejo.

Ali nam lahko zaupate morebitni trenutek, ko ste ponosni, da ste pri nekem izzivu ali težavi odreagirali »pametno« in s pomočjo lastnih izkušenj izborili zmago za podjetje?

Kot inovativna fakulteta smo želeli študentom ponuditi drugačno kakovostno online izkušnjo in povečati dostopnost izobraževanja. Za nas je bil velik izziv odločiti se za študij na daljavo. Na začetku nam v Sloveniji nihče ni prav verjel, da bomo uspeli. Na Ministrstvu za izobraževanje, znanost in šport so naš razvoj spremljali z nezaupanjem, nihče nas ni podpiral, a bili

smo trmasti in uspelo nam je. Z lastnim razvojnim in raziskovalnim delom smo razvili edinstveni model DOBINEGA online študija. To je naša največja zmaga in danes smo regionalni zmagovalci na področju online študija. Takratne izzive še danes uresničujemo na način, da s pomočjo tehnologije izboljšujemo kakovost poučevanja in učenja. Verjemite mi, da je razvoj tehnologij tudi na področju online izobraževanja zelo hiter. Zelo se trudimo, da mu sledimo in da v naše okolje prenašamo svetovne trende.

Kaj vam pomeni Nagrada GZS? Vam bo dala dodatni zalet?

Prejete Nagrade sem izjemno vesela. Nagrada je potrditev našega razvojnega dela, stalne inovativnosti in potrditev, da naš trud ni neopažen. Uspešno zgodbo DOBA Fakultete sooblikujemo vsi, predani in odgovorni sodelavci, odlični profesorji in online mentorji, zato nagrado delim s celotno ekipo. Nagrada pa je tudi odgovornost, je vodilo, da bomo tudi v prihodnje znali in zmogli skupaj s sodelavci z nenehnim učenjem reševati nove izzive, iskati boljše rešitve pri uresničevanju naše vizije. Ob tej priložnosti se zahvaljujem ekipi GZS, da nas je opazila in prepoznala naše uspehe.

Česa doslej na vaši osebni in poslovni poti še niste uspeli doseči, pa bi si tega zelo želeli v prihodnosti?

Prepričati odgovorne, da Slovenija potrebuje »odprto univerzo« po zgledu evropskih držav, ki bi skrbela za razvoj novih online študijskih programov in uvajanje inovativnih pedagoških pristopov v jugovzhodni Evropi.

Učitelj je danes bolj usmerjevalec, motivator, razlagalec, mentor, ki študenta vodi do usvajanja potrebnega znanja in razvoja kompetenc.

Sveži podatki za leto 2020:

Skupni prihodki: 3.248.761 EUR

Dobiček pred obdavčitvijo: 767.335 EUR

Število zaposlenih: 28

Dodana vrednost na zaposlenega: 119.572 EUR

Utemeljitev:

DOBA Fakulteta za uporabne poslovne in družbene študije Maribor je sodoben samostojni visokošolski zavod, ustanovljen leta 2004. Je del Poslovne skupine DOBA, ki deluje že 31 let. Vsi programi fakultete so akreditirani, izvajajo pet dodiplomskih visokošolskih strokovnih programov, pet magistrskih programov in doktorski program. Srednjeročna strategija razvoja DOBA Fakultete ima šest glavnih strateških usmeritev: Online, Znanje, Povezovanje, Rast in trajnost, Ljudje, Skupnost/Ljudje. Razvili so model online študija, ki je edini mednarodno akreditiran model v jugovzhodni Evropi in imajo največ online študentov, skoraj polovica jih študira iz tujine, iz 46 držav sveta. Vpis študentov se je v zadnjih dveh letih povečal za 20 %. S svojo unikatnostjo, odprtostjo in fleksibilnostjo so nosilci sprememb na področju inovativnega učenja, razvijanja aktualnih znanj ter raziskovanja za trajnostno rast. Raziskovalna in razvojna dejavnost je usmerjena predvsem v prijavo in izvajanje raziskovalnih in razvojnih projektov, diseminacijo in krepitev odmevnosti raziskovalnih rezultatov ter vključevanje študentov v raziskovanje. V letih 2018–2020 so bili kot nosilci ali partnerji vključeni v pet mednarodnih programov Erasmus+ in tri slovenske projekte Javne agencije za raziskovalno dejavnost (ARRS).

Družba je s triletno povprečno 12,4-odstotno rastjo ustvarila v letu 2019 3,1 mio EUR prihodkov in kar 103.000 EUR dodane vrednosti na zaposlenega. Tudi EBITDA v prihodkih od prodaje je znašala 25,8 % v 2019 ob 23,1-odstotni letni rasti v zadnjih treh letih. Rast prihodkov in dobička so beležili tudi v času epidemije v letu 2020.

Družbeno odgovorno ravnanje je sestavni del DOBINE poslovne filozofije in se odraža v odnosu do študentov, profesorjev in mentorjev ter v odnosu do družbe in okolja. Tako aktivno sodelujejo pri različnih družbenih akcijah, ustanovljen imajo poseben učni sklad za pomoč študentom v stiski.



Nagrada
Gospodarske
zbornice Slovenije





Borza BSP v zahtevnih razmerah uspešno deluje

Tudi borze BSP spremenjene razmere na trgu električne energije zaradi Covida-19 niso obšle, so se pa nanje uspešno prilagodile in poslujejo uspešno. Več o tem nam je povedal njen direktor mag. Anže Predovnik.

Kolikšen del tokov elektrike, ki tečejo na območju Slovenije, je v letu 2020 potekal s pomočjo trgovanja prek vaše borze?

Celotni obseg trgovanja na slovenskem borznem trgu je v letu 2020 presegel 9,09 TWh oziroma 65 odstotkov tokov vse v Sloveniji porabljene elektrike. Je pa bilo leto 2020 tako za borzo BSP kot tudi za celotno slovensko gospodarstvo zahtevno, saj ga je med drugim zaznamoval upad porabe elektrike v Sloveniji. Na našem najbolj likvidnem segmentu trgovanja (trgu za dan vnaprej) se je to odrazilo v upadu obsega trgovanja za 0,67 TWh oziroma za 9 % glede na predhodno leto. Po drugi strani se nam je v letu 2020 zaradi učinka integracije slovenskega trga znotraj dneva v enotni evropski trg konec leta 2019 izjemno povečal obseg trgovanja na trgu znotraj dneva, kar pomeni, da smo presegli 1 TWh letnega prometa na trgu znotraj dneva.

Kakšni so vaši načrti v zvezi s tem za leto 2021?

Ugoden trend rasti prodaje in nakupa elektrike na slovenskem borznem trgu se nadaljuje tudi v letu 2021, zato v tem trenutku ne razmišljamo, da bi bilo treba kakorkoli spreminjati svoj načrt za letos.

Kako daleč je dokončanje projekta spajanja trgov na podlagi pretokov moči?

Za pripravo metodologije izračuna vrednosti čezmejnih prenosnih zmogljivosti (ČPZ) na podlagi pretokov moči – v primeru slovenskega trga z elektriko v okviru t. i. osrednje evropske regije (CORE regije) – so odgovorni sistemski operaterji.

Po prejetju izračunanih vrednosti pa borze dodelijo razpoložljive ČPZ na implicitnih avkcijah v skladu s procedurami enotnega evropskega trga z elektriko. Operativna izvedba spajanja trgov na podlagi pretokov moči je trenutno predvidena za prvo četrtletje 2022.

Kako na vaše poslovanje vpliva dejstvo, da je s 1. januarjem napovedi presežkov in potreb po elektriki treba pripravljati za vsakih 15 minut?

Borza BSP od 19. novembra 2019 slovenskim tržnim udeležencem ponuja trgovanje s 15-min MTU produkti na likvidnem trgu znotraj dneva. Svoje delovanje smo torej v preteklosti že prilagodili uvedbi 15-min intervala, od 1. januarja 2021 pa ugotavljamo zgolj dejstvo, da se nam promet s temi produkti na borzi povečuje. Si pa prizadevamo, da trgovanje s 15-min MTU produkti uvedemo tudi na segmentu trgovanja za dan vnaprej. Cilj je, da jih uvedemo v operativno uporabo tekom leta 2024.

Kako na vaše poslovanje vpliva epidemija Covid-19?

Epidemijo Covid-19 smo v naši družbi v celoti obvladali. To potrjujejo zdravi sodelavci, nemotena izvedba operativnih procesov in naši odlični poslovni rezultati.

Kakšni so vaši poslovni načrti za leti 2021 in 2022?

Že v uvodu sem poudaril, da je obseg trgovanja na slovenskem borznem trgu letos spodbuden in zato v tem trenutku nimamo razlogov za spreminjanje svojih poslovnih načrtov za leti 2021 in 2022. Dejstvo je, da imamo pred seboj obdobje, ki ga bodo še nekaj časa narekovale spremenjene okoliščine, nastale z epidemijo, in da bo v naslednjih letih prišlo do konsolidacije borznega trga z elektriko v Evropi. Zato bo izredno pomembno, kakšna bo vloga in položaj borze BSP na novem zemljevidu energetskega borz.



»Prepričani smo, da so naše znanje, izkušnje in uspešno poslovanje primerna osnova za novo rast, pri čemer je podpora in vloga obeh naših lastnikov bistvenega pomena za uresničitev zastavljenih ciljev: rasti in odpornosti borze same,« pravi mag. Anže Predovnik, direktor družbe BSP Southpool.



Za lepšo prihodnost vaših zaposlenih.



290.000 varčevalcev

Osredotočamo se na želje
in potrebe varčevalcev.



2.200 podjetij

Zagotavljamo dolgoročno
in zanesljivo partnerstvo.



**1,8 milijarde sredstev
v upravljanju**

Finančna moč in stabilnost.

**MODRA**

080 23 45
www.modra.si

Ustvarjalci dogodka

170 let delovanja Gospodarske zbornice Slovenije in 53. podelitev Nagrad GZS

Poletno gledališče Studenec, 6. julij 2021



Nagrada
Gospodarske
zbornice Slovenije

Slavnostni govorniki

Borut Pahor, predsednik Republike Slovenije
dr. Otmar Zorn, predsednik Komisije za Nagrade GZS
Tibor Šimonka, predsednik GZS

Nastopajoči

Povezovalca Maja Martina Merljak in Janez Dolinar
Klavirski interpret Jure Ivanušič
Vokalistki Maja Keuc in Irena Yebuah Tiran

Glasbeni aranžmaji

Rudolf Gas

Oblikovanje projekcij

Andrej Intihar – VJ Rasta

Scenografija

FABulatorij, dogodkovni butik

Režija prireditve

FABulatorij, dogodkovni butik
Anja Rebek
Vesna Hočevar
Sanja Martinec

Organizator

Ariana Grobelnik, direktorica projektov, GZS
Ekipa GZS

Zasnova in produkcija dogodka

Ekipa GZS
FABulatorij, dogodkovni butik



Foto: Barbara Reya



PAMETNA ENERGIJA

080 1558

WWW.GEN-ISONCE.SI

Zaupajte samooskrbo strokovnjakom!

Vse za vašo sončno
elektrarno uredimo mi.



*Sončna elektrarna podjetja
TEM Čatež d. o. o.*



CELOSTNA
STORITEV



CERTIFICIRANA
KAKOVOST



DOLGOROČNO
VZDRŽEVANJE

Z IT avtomatizacijo si zagotovite globalno konkurenčnost

IT avtomatizacija je pomemben del digitalne transformacije, brez katere v vse bolj digitaliziranem poslovnem svetu dolgoročna uspešnost ne bo mogoča.

»Kompleksnost IT sistemov in zahtevnost njihovega upravljanja skokovito narašča,« pravi Gregor Berginc, direktor družbe XLAB, ki letos praznuje 20 let delovanja. Organizacije se pri tem soočajo z izzivi upravljanja celotne infrastrukture, od strežniške do naprav interneta stvari. Ta pa bo, ko bodo zaživela 5G omrežja, krojil prihodnost poslovanja.

Številne koristi IT avtomatizacije

»IT avtomatizacija poenostavlja upravljanje z IT infrastrukturo in sodi med gradnike prenove in modernizacije procesov organizacije, ki ji z drugimi besedami rečemo tudi digitalna transformacija,« razlaga sogovornik. Koristi IT avtomatizacije so v podjetju številne. Rutinski postopki se izvajajo avtomatično, kar zmanjšuje možnosti za napake. Obenem je podjetjem omogočeno učinkovitejše prilagajanje in hitrejša ukrepanje v nepredvidenih situacijah, denimo ob hekerskih napadih.

Priporočena uporaba namenskih orodij

Sogovornik podjetjem pri IT avtomatizaciji priporoča uporabo namenskih orodij, ki pokrivajo širok spekter različnih tehnologij – strežniške infrastrukture, omrežij, varnosti in programske opreme. Med najbolj učinkovita sodi Red Hat Ansible, ki nudi podporo za široko paleto programske in strojne opreme. Njegovo ključno prednost Gregor Berginc vidi v preprosti uporabi, saj ne zahteva vnaprejšnje konfiguracije in namestitve pri upravljanju sistema. Pri uvajanju IT avtomatizacije daje izjemno hitre rezultate in omogoča zelo visoko donosnost naložbe.

V družbi z najboljšimi v svetu

Družba XLAB je specializirana za IT avtomatizacijo. Od leta 2016 so uradni

partner podjetja Red Hat, ki je vodilno v svetu pri nudenju odprtokodnih rešitev kot je Ansible. XLAB organizacijam, kot so banke, zavarovalnice, telekomunikacijski operaterji in ponudniki javne infrastrukture pomaga pri izobraževanju strokovnjakov, uvajanju IT avtomatizacije in optimizaciji procesov s pomočjo orodja Ansible.

V svojem delovanju so predani predvsem organizaciji upravljanja podatkov in sistemov. Za uspešno poslovanje podjetja je namreč ključno povezovanje podatkovne analitike in avtomatizacije. Poleg IT avtomatizacije s pomočjo orodja Ansible ponujajo tudi rešitev ISL Online, ki omogoča enoten dostop in podporo oddaljenim sistemom. Je med najbolj prodajanimi rešitvami za oddaljeno podporo na Japonskem. Ponujajo tudi telemedicinsko rešitev, ki povezuje paciente z zdravniki iz domačega okolja, ter geografski informacijski sistem Gaea+, ki omogoča prikaz in obdelavo 3D prostorskih podatkov v realnem času.

Visoka strokovnost, agilnost in prilagodljivost

Gregor Berginc ključne konkurenčne prednosti XLAB-a vidi v visoki strokovnosti ekipe, ki lahko s poznavanjem tehnologij rešuje še tako zapletene težave strank. So agilni in prilagodljivi. Imajo izjemno močan raziskovalni oddelek, čigar inovacije velikokrat postanejo integralni del njihovih rešitev. »Naši strokovnjaki svoje znanje in izkušnje pogosto delijo na odmevnih svetovnih konferencah, kjer ima osrednje mesto AnsibleFest, in na spletnih seminarjih,« razlaga sogovornik.

Vključenost v evropske raziskovalne projekte in programe

XLAB, ki zaposluje 120 ljudi, je od samega začetka prisoten na globalnem trgu, pri čemer večino prihodkov ustvarja zunaj



»Ob izvajanju IT avtomatizacije je ključno izobraževanje, saj smo pri njej v Sloveniji na začetku,« poudarja Gregor Berginc.

Slovenije. Veliko sodelujejo v evropskih raziskovalnih projektih in programih. Med malimi in srednjimi podjetji so v Sloveniji pridobili največ evropskih raziskovalnih sredstev, med vsemi podjetji in ustanovami pa so na petem mestu. Iz raziskovalnih projektov tudi črpajo inovacije za lastne rešitve.





Skupina COFACE vam nudi:

- **ZAVAROVANJE TERJATEV:** TERJATVE SO VAŠE PREMOŽENJE. ZAVARUJTE JIH IN OBVLADUJTE RIZIKE NEPLAČILA VAŠIH KUPCEV.
Če vaš kupec ne poravnava svojih obveznosti, vam pripada izplačilo nadomestila škode.
- **BONITENA POROČILA:** POSKRbite ZA VARNOST POSLOVANJA IN SE PREPRIČAJTE O ZANESLJIVOSTI VAŠIH PARTNERJEV.
Jasna, pregledna in sodobna bonitetna poročila o podjetjih iz celega sveta.
- **IZTERJAVA DOLGOV:** IZBOLJŠAJTE VAŠ DENARNI ROK S POSPEŠENIMI IN PROFESIONALNIMI POSTOPKI IZTERJAVE.

VEČ INFORMACIJ

Zavarovanje terjatev / Coface PKZ: +386 (0)1 2005 801 ali www.coface.si

Bonitetna poročila in izterjava dolgov / Coface Adriatic: +386 (0)31 314 963 ali mario.varga@coface.com

S tradicijo gradimo prihodnost

Tradicija kot pomemben temelj za gradnjo prihodnosti

S tradicijo gradijo prihodnost tudi lanskoletni nagrajenci GZS. Kaj jim pomeni tradicija, kako se ozirajo v preteklost in kako jo povezujejo s prihodnostjo, je razkrilo osem nagrajencev GZS, ki je Nagrado GZS prejelo v letu 2020.

Ana Vučina Vršnak, foto: Barbara Reya



Lucija Živa Sajevec, AMZS

V lanskem letu je AMZS skupaj s člani praznovala častitljivih 111 let obstoja. Združevanje slovenskih avtomobilistov in motociklistov sega v davno leto 1909, ko je bilo na Kranjskem registriranih 19 avtomobilov. Cenimo naše korenine, na njih stojimo, a naše drevo tako raste naprej. Danes imamo v Sloveniji več kot 1,2 milijona registriranih avtomobilov. Živimo v svetu informacijske revolucije, pod vplivom velikih sprememb v avtomobilski industriji se aktivno prilagajamo novim tehnologijam in obvladujemo nenehne spremembe. Vendar smo še naprej prepričani, da imajo največje krošnje tudi najmočnejše korenine.

Andrej Ribič, Elektro Ljubljana

Če se kdo zaveda pomena tradicije, potem smo to prav gotovo zaposleni na področju elektro infrastrukture. Izum žarnice v daljnem letu 1879 je postavil temelje razvoja distribucijske dejavnosti. Na krilih te tradicije Elektro Ljubljana že več kot 120 let od pionirskih začetkov elektrifikacije Ljubljane in Dolenjske do danes gradi sodobno električno omrežje prihodnosti. Na trdnih temeljih in po zaslugi »žarnice« gradimo prihodnost – smo pionirji e-mobilnosti v Sloveniji, razvijamo pametna omrežja, uvajamo napredne merilne sisteme, digitaliziramo omrežje in poslovanje, usmerjeni smo v trajnostno zeleno transformacijo. Pri tem pa ne pozabljamo na nas in na svoje korenine: s skrbnostjo skrbimo za naše zaposlene, naše odjemalce, partnerje in okolje in spoštljivo skrbimo za našo dediščino »Staro mestno elektrarno«, ki tudi v fizični obliki predstavlja naše tradicionalne vrednote.



Jakob Šušterič, MESI, razvoj medicinskih naprav

Izjemna dela so običajno resnično cenjena šele mnogo let od nastanka. Ravno tako so izjemna dela iz preteklosti največji učitelj o sedanjosti in prihodnosti. To dokazuje, da moramo graditi na temeljih naših predhodnikov in tako nadaljevati tradicijo, ki bo pomagala razviti dela in rezultate, ki jih bodo cenili in se iz njih učili naši zanamci.

Aleš Dolenc, M Sora

M Sora, ki jo vodim, je že praznovala svojo 70-letnico. Torej smo podjetje s tradicijo, ki pa se je stalno prilagajalo in spreminjalo – dd kolhoznih zadružnih začetkov do razvojno usmerjene male multinacionalke z devetimi podjetji. Včasih smo prodajali hlode in deske, danes razvijamo vrhunska okna in jih prodajamo po celem svetu. Spremenili smo vse in spreminjamo se še naprej – razen naših vrednot. Tradicija ne pomeni, da delaš tako, kot si nekoč, ampak da ohranjaš, neguješ in razvijaš vrednote podjetja.



**Sebastijan Suhovršnik, TRO - reznalna orodja**

Delujem v podjetju, ki se ponaša z resnično dolgo tradicijo, saj bomo kmalu praznovali 100 let obstoja. Tradicija sicer ne pomeni garancije za uspehe v bodočnosti, je pa zagotovo trden in pomemben temelj za gradnjo prihodnosti. Tradicija nas navdaja s pogumom, ki je eden izmed ključnih dejavnikov za drzne odločitve v poslu, ki prinesejo svetlo prihodnost podjetju in njihovim zaposlenim.

Uroš Lozar, TTK

Sami naše podjetje TTK opisujemo kot 73 let star start-up. Oksimoron, ki povezuje tradicijo kot moč in trdno osnovo, na kateri je možno hitro graditi in razvijati podjetje. Za nas tradicija pomeni pristne odnose z več kot 1.000 kupci v 70 državah po vsem svetu, preko 600 izdelkov, razvitih doma in preizkušenih v vseh klimatskih razmerah. Samozavest, ki temelji na tradiciji, pa nam omogoča, da smo agilni, pogumni in prepričani pri zasledovanju hitre rasti in razvoja podjetja.

**Iztok Lipnik in Branko Šeruga, Elrad International**

Vsakič, ko se ozremo na do sedaj prehojeno pot našega Elrada, ugotavljamo, da so nas od prvega dne naša predanost, odgovornost, pogum in predvsem strast do tega, kar počnemo, vedno znova pripeljali do res veliko novih idej, pravih odločitev – in skozi vsa ta leta tudi do dobrih poslovnih uspehov. Z jasno vizijo, vodenjem z vzgledom in realnimi cilji gradimo skupaj z vsemi našimi sodelavci trdne temelje za v bodoče in nadaljevanje uspešnosti celotne skupine Elrad.

Svet se neprestano razvija. *Mi ga razvijamo na bolje.*

S kakovostnimi izdelki in storitvami življenje ljudi po svetu naredimo lažje, varnejše in prijetnejše – in zato preprosto boljše.

#razvijamoboljšezivljenje

ebmpapst

engineering a better life



Portal myGW bo kmalu na voljo strankam podjetja Gebrüder Weiss v Sloveniji

Gebrüder Weiss je startal projekt uporabniškega portala myGW, ki strankam omogoča, da na enem mestu in v realnem času dobijo vse informacije o storitvah, ki jih uporabljajo. Kmalu bo na voljo vsem strankam podjetja v Sloveniji.

V zadnjem letu so razmere, ki jih je povzročila pandemija koronavirusa, pospešile razvoj digitalnih rešitev in izvajanje nekaterih procesov v poslovnem svetu, ki dotlej morda niso bili prednostna naloga. Podjetja po vsem svetu, zlasti logistična, so naletela na množico zahtev po digitalizaciji, tako da je prilagajanje hitri širitvi tega načina poslovanja močno pridobilo na pomenu. Razvoj spletnih platform in e-poslovanja je postal neizogiben, tako za operativni kot za administrativni del poslovanja.

Gebrüder Weiss je že na začetku lanskega leta začel projekt portala myGW, ki strankam omogoča, da na enem mestu in v realnem času dobijo vse informacije o storitvah, ki jih uporabljajo v okviru podjetja Gebrüder Weiss. Uspešno se uporablja že v štirinajstih državah, medtem ko je Slovenija trenutno v zadnji fazi implementacije.



Aprila letos je portal uporabljalo že 7.396 uporabnikov po vsem svetu in se prepričalo o vseh ugodnostih, ki jih le-ta ponuja, v kar se bodo podjetja v Sloveniji prepričala na začetku poletja. Stranke lahko vidijo vsa svoja naročila in pripadajočo dokumentacijo, imajo možnost online komunikacije s podjetjem, lahko zahtevajo ponudbe za prevoz in celo sami pošljejo vnašajo naročila za prevoze.

Popoln sistem za sledenje z vsemi potrebnimi funkcionalnostmi

Preko myGW so stranke v realnem času obveščene o trenutnem stanju in lokaciji pošiljk. Pregledujejo lahko vsa svoja

naročila in spremljajočo dokumentacijo, na enostaven način komunicirajo s podjetjem, zahtevajo ponudbe za prevoz in imajo celo možnost, da sami pošljejo naročilo za prevoz, ki se samodejno prenese v transportni sistem Gebrüder Weiss.

»Preko osebnega myGW računa naši testni uporabniki že dostopajo do sledenja (Track and Trace) in naše nove storitve ETA (predvideni čas dostave). Glede na trenutne prometne razmere Gebrüder Weiss vsakih 5 minut posodablja čas dostave, v okviru 2-urnega časovnega okna. Portal je popoln sistem za sledenje z vsemi potrebnimi funkcionalnostmi, ki stranki omogočajo hitro online komunikacijo, pregledno spremljanje vseh pomembnih nalogov in računov, predvsem pa je zelo enostaven za uporabo,« pojasnjuje Klemen Dolenc, vodja prodaje.

www.gw-world.com/si/mygw



Digitalna strategija Gebrüder Weiss: »Najboljše iz obeh svetov« Združujemo operativno odličnost in digitalno usposobljenost.



30°C

EDINA KLIMA,
KI SLEDI GIBANJU
V PROSTORU

22°C

Nizka  Visoka

Čestitka letošnjim nagrajencem

Priznanje, spodbuda in obveznost

Osmerica lanskoletnih nagrajencev GZS letošnji četverici nagrajencev iz srca čestita! Menijo, da je nagrada potrditev, da delajo prave stvari, na pravi način in s pravimi ljudmi. A vsako priznanje je vedno tudi spodbuda in še večja obveznost za naprej.

Ana Vučina Vršnak, foto: Barbara Reya



Lucija Živa Sajevec, AMZS

Prejeti Nagrado GZS za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke je izjemna potrditev, hkrati pa zaveza in odgovornost. Kot je tudi vodenje. Nenehno razmišljanje o pravih smereh razvoja, o okoliščinah in vzvodih za uresničevanje namenov, doseganje dobrih rezultatov in predvsem razmišljanje o ljudeh. Še bolj kot kadarkoli prej je pomembno zavedanje, da smo ljudje tisti, ki ustvarjamo, in ljudje so tisti, za katere ustvarjamo. Iz srca čestitam vsem, ki ste tokrat stopili v ospredje in boste svoje poslanstvo uspešno nadaljevali tudi v teh drugačnih časih.

Andrej Ribič, Elektro Ljubljana

Spoštovani nagrajenci GZS!
Čestitam vam za prejeto nagrado, še bolj pa za opravljeno pot, s katero ste si nagrado prislužili. Prepričan sem, da ta pogosto ni bila lahka, da pa se danes lahko z zadovoljstvom ozrete nazaj. Želim vam, da je nagrada tudi popotnica za naprej in da vas motivira k nadaljnjim uspehom.



Iztok Lipnik in Branko Šeruga, Elrad International

Iskrene čestitke vsem letošnjim nagrajencem! Ta nagrada je prav gotovo tudi potrditev, da delate prave stvari, na pravi način in da ste okoli sebe zbrali prave ljudi, s katerimi ni noben cilj nedosegljiv.

Naj vam bo to priznanje v veselje in ponos ter dodaten zagon na vaši poti do novih ciljev.

Še enkrat vam iskreno čestitava in vam želiva obilo uspehov tudi v prihodnje.

**Aleš Dolenc, M Sora**

Spoštovani nagrajenci!

Kot lanski nagrajenec vam čestitam za nagrado. Slovenci imamo do priznanj včasih malo čuden odnos. Mogoče imate pomisleke, tudi jaz sem jih imel. Zato pogledajte seznam nagrajencev v zadnjih desetih letih. Veliko priznanje in čast je biti med temi imeni. Ponosno sprejmite nagrado in uživajte v podelitvi. A vsako priznanje je vedno tudi spodbuda in še večja obveznost za naprej. Naslednji dan zato delajte naprej strokovno, trdo, pametno in pošteno. Tako kot v športu: včerajšnja zmaga je že pozabljena, štejejo le nove.

Uroš Lozar, TKK

Spoštovana nagrajenka, spoštovani nagrajenec!

Zelo sem vesel za vas osebno in za podjetje, ki ga vodite, da so bili vaši rezultati prepoznani kot vrhunski in izjemni. Verjamem, da so bili za doseganje le-teh potrebni vizija, osredotočenost, disciplina, prepoznavanje priložnosti in potenciala v sodelavcih, razvoj in vodenje zaposlenih. Iz srca vam čestitam za nagrado!



Labena je ključni regionalni dobavitelj analitske opreme za

Živilsko industrijo

Mesna industrija / žitna industrija /
proizvodnja krme / vinarstvo /
mlečna industrija

**Farmacevtsko in
bioznanstveno industrijo**

Nadzor kakovosti / raziskave in razvoj /
rutinsko testiranje

Medicinsko industrijo

Oprema za in vitro diagnostične
preiskave krvi, urina in blata

Z analitskim in raziskovalno-razvojnim laboratorijem za molekularno biologijo, ki izpolnjuje zahteve standardov GMP in FDA, nudimo tudi najsodobnejšo raziskovalno, razvojno in aplikativno podporo strankam na področju farmacevtske industrije, biotehnologije in medicinske diagnostike.

www.labena.si

Podružnice: Ljubljana/SLO, Zagreb/HR, Sarajevo-Banja Luka/BiH, Beograd/SR, Skopje/MK, Podgorica/ME

**Sebastijan Suhovršnik, TRO - rezalna orodja**

Iskrene čestitke za nagrado, ki vam in vašim sodelavcem ob podelitvi na prav poseben, slavnosten način prikaže zasluge za naporno, a očitno zelo uspešno in učinkovito delo. Želim vam še veliko uspehov, da še naprej slovensko gospodarstvo prikazujemo v najboljši luči tudi v mednarodnem okolju.

Jakob Šušterič, MESI, razvoj medicinskih naprav

Nagrade GZS gredo v letu 2021 v roke resničnih zmagovalcev. Vsi nagrajenci in vaša podjetja ste uspeli vse do sedaj še neizkušene izzive uspešno premagovati in na koncu tudi premagati. Iskrene čestitke in uspešno naprej!



Čas je, da uredimo varno okolje za žvižgače!

Ste v vaši organizaciji že vzpostavili kanal za posredovanje sumov zlorab in prevar, neetičnega, morda tudi nezakonitega ravnanja?

Res je, da vas v vzpostavitev kanala za žvižganje še ne sili zakonodaja.

Res pa je tudi, da brez njega ne boste dosegali najvišjih standardov korporativnega upravljanja.

Kanal za žvižganje pomembno prispeva k transparentnosti in skladnosti poslovanja ter pravični obravnavi prijaviteljev.

V BDO vam nudimo:

- ▶ vzpostavitev vaši organizaciji prilagojene platforme za žvižganje;
- ▶ izvajanje izločene funkcije sprejemanja in preverjanja prijav;
- ▶ poročanje in po potrebi izvajanje forenzičnih preiskav.

Žvižgačem zagotavljamo varnost in anonimnost v skladu z Direktivo EU o zaščiti žvižgačev.

Pri izvajanju storitve izpolnjujemo standarde informacijske in kibernetске varnosti.



Za dodatne informacije nas kontaktirajte na: zvizgac@bdo.si



sharetoo

Fleksibilna mobilnost.

Sharetoo je storitev ugodnih **kratkoročnih najemov vozil** v okviru Porsche Finance Group Slovenia. Kadar potrebujete vozilo le za krajše časovno obdobje ali iščete nadomestno vozilo za čas popravila oz. servisa, morebiti čakate na svoje novo vozilo, ali pa le želite doživeti e-mobilnost ter preizkusiti enega novejših modelov bogate palete vozil znamk Volkswagen, Audi, SEAT, Škoda in Volkswagen Gospodarska vozila, je sharetoo najboljša možna rešitev za vas.

1. Fleksibilnost

Lahko prilagodljiv vozni park, tudi po številu vozil, glede na spremenljive mobilnostne potrebe posameznega podjetja.

2. Nižji stroški

Hitra uresničitve in večja učinkovitost uporabe vozil.

3. Raznolikost

Pestra izbira vozil v voznem parku, lahek dostop do različnih modelov vozil in konfiguracij glede na potrebe po mobilnosti.

4. Varnost

Zaposlenim zagotavlja kvaliteten prevoz v varnih okoliščinah.

5. Celovitost

Porsche Finance Group Slovenia v okviru svojih produktov financiranja in storitev upravljanja voznega parka ter sharetoo svojim strankam zagotavlja celovito in kvaliteto ponudbo mobilnosti.

MERKUR
VSE UREJENO

**ZA DOM IN VRT,
VREDNA OBČUDOVANJA.**

Odgovor za lepšo prihodnost: voditeljstvo

Branko Žunec, direktor Družbe za odličnost, mednarodni trener in coach za sodobno voditeljstvo



Vodje z vrednotami, sodobnimi veščinami, visoko ravnijo čustvene inteligence in opremljeni z ZKP (zdrava kmečka pamet) so tisti, ki bodo v prihodnje krepili zavzetost, pogum in predanost zaposlenih – na vseh ravneh in v vseh organizacijah. Ustvarjali bodo tudi pogoje za lepšo in obetavno prihodnost vseh nas.

V ekipi Družbe za odličnost kot del skupine BMC International že 20 let s strastjo in ponosom skrbimo za razvoj vodij in njihovih veščin, ki sledijo trendom sodobnega poslovnega okolja, in pričakovanja zaposlenih. Na slovenskem trgu smo znani kot inovatorji s programi 'edutainmenta', Vodja kot Trener in Coach, Vodenje z vrednotami in Sodobno voditeljstvo, s katerimi smo med vodilnimi v razvoju vodstvenih kadrov v Sloveniji. Imamo tudi številne reference iz tujine, na katerem smo ponosni.

Čustvena inteligenca pridobiva pomen

Že v času pred korono so bili voditelji z visoko razvito čustveno inteligenco v prednosti, ki se bo v naslednjih letih še povečevala. Vodja je prvi motivator, da se zaposleni potrudijo in opravijo svoje delo po svojih najboljših močeh. Vodja je prvi razlog, da se nadarjeni ljudje sploh zaposlijo v organizaciji. Vodja je ključni dejavnik, da zaposleni razvije svoj potencial in postane pri svojem delu izjemen. Organizacije, ki zaposlujejo takšne vodje, imajo magnetni učinek na nadarjene zaposlene. Organizacije, ki skrbijo za razvoj vodij, pa še dodatno povečujejo svojo konkurenčno moč in ugled na trgu.

Prvi pravi slovenski vodstveni priročnik

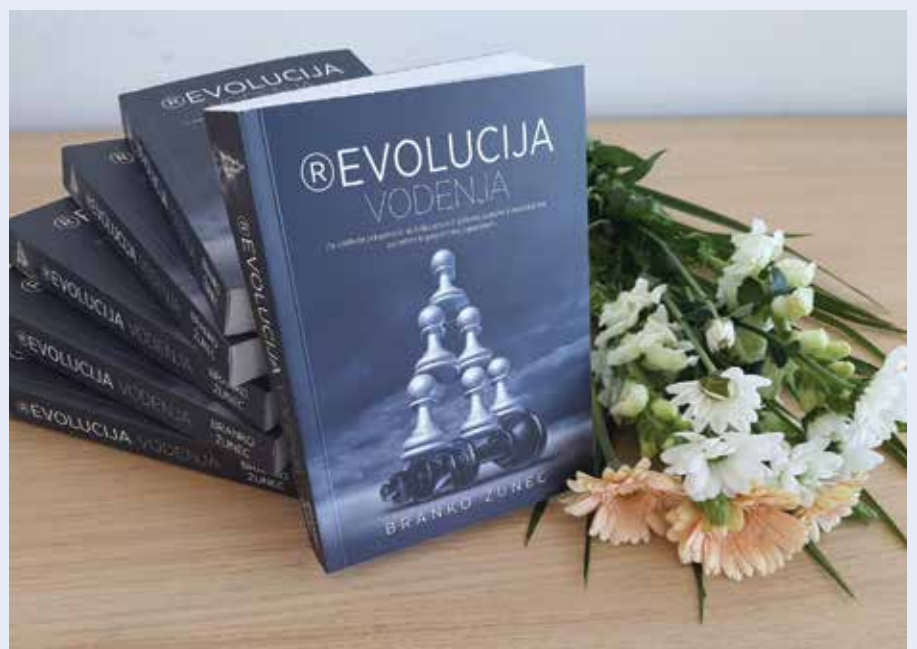
Konec marca je izšla moja nova knjiga (R) *Evolucija vodenja*, ki je postala pravi hit med vodji. Napisana je s primeri iz slovenske prakse in konkretnimi navodili, kako naj se vodja v določenih situacijah odzove,

da okrepi svojo vodstveno avtoriteto in zavzetost zaposlenih – tudi v težavnih situacijah. Koliko je knjiga zanimiva, pove tudi podatek, da je prva izdaja (2000 kosov), pošla v dobrih dveh mesecih. Z junijem izide ponatis. Sam pravim, da je prvi pravi slovenski vodstveni priročnik, kar potrjujejo številne objave navdušenih bralcev na različnih socialnih omrežjih.

Tri ključna sporočila

Izpostavil bi tri ključna sporočila iz knjige:

- v prihodnosti bodo preživela podjetja z odločnimi in pogumnimi voditelji, ki se bodo prilagodili spremenljivim okoliščinam in iz svojih zaposlenih izvalili najboljše;
- če se vodja za delavce potruditi takrat, ko ga najbolj potrebujejo, lahko računa, da se bodo oni potrudili zanj, ko jih bo sam najbolj potreboval;
- ni vsak delavec, ki je produktiven, tudi cenjen; je pa vsak delavec, ki je cenjen, tudi produktiven.



Tradicija

Ko drevo posadimo za pravnuke, ne zase

Tradicija družinskih podjetij je na Slovenskem že dolgo prisotna in še vedno pomembno prispeva k sodobnemu gospodarstvu. Tovrstno podjetništvo predstavlja številne prednosti, a vendar gre za dvorezen meč, ki skriva tudi marsikatero past.

Jerneja Srebot

Uspešna družinska podjetja so bila pri nas prisotna že v času Avstro-ogrske monarhije ter kasneje tudi v kraljevini Jugoslaviji in obdobju med obema vojnoma.

Podjetniki svoje potomce že od malega navajajo k razumevanju njihovega poslanstva in dejavnosti preko konkretne izkušnje.

Graditi bi morali na elementih tradicije

Družinska tradicija je v Sloveniji še vedno zelo močna, kar se kaže tudi na področju podjetij. Etnolog dr. Janez Bogataj v prid temu izpostavi dejstvo, da je na Slovenskem v preteklosti delovala cela vrsta uspešnih družinskih podjetij. Ta so bila prisotna že v času Avstro-ogrske monarhije ter kasneje tudi v kraljevini Jugoslaviji in obdobju med obema vojnoma. Pomembno so vplivala ne samo na življenja naših prednikov, temveč so se aktivno vključevala tudi v evropske gospodarske tokove.

»Tudi danes lahko še vedno govorimo o nadaljevanju te tradicije. V Sloveniji imamo namreč celo vrsto uspešnih in izvirnih družinskih podjetij. Prav tako pa je res, da je vedno več tudi podjetij v drugih, predvsem tujih lastništvih,« pravi sogovornik. Po njegovem bi morala Slovenija zaradi svoje majhnosti – ki je poleg geografske pogosto tudi mentalna – toliko bolj graditi na elementih tradicije. »Če smo več generacij vpeti

v neko kulturno-geografsko okolje, nam ni vseeno, kako bomo v tem okolju delovali ter kako se bomo v tem ekonomskem in socialnem smislu razvijali,« pojasnjuje.

Družinsko podjetništvo je sicer značilno tudi za širše evropsko okolje, kjer podjetja, četudi multinacionalna, temeljijo na bolj ali manj družinskih tradicijah.

»Danes živimo v multitipološkem svetu. Poleg izrazito družinskih podjetij poznamo številne druge, tudi kombinirane oblike in vsak od teh tipov ima določene značilnosti,« razloži Bogataj.

Vedno je bil najbolj ključen prenos znanja

Dediščina nas uči, da se je družinska dejavnost vedno prenašala iz ene generacije v drugo, kar pomeni, da so starši že zgodaj določili bodočega prevzemnika ter ga uvajali za prevzem poslov. Sogovornik poudarja predvsem pomen prenosa in bogatenja veščin: »Vse je temeljilo na dopolnjevanju znanja. Če je bil praded sposoben menedžer, je bilo logično, da so poznejše generacije tovrstne veščine nadgrajevale in izpopolnjevale.«

V 17. in 18. stoletju so nasledniki pridobivali znanje v drugih kulturnih okoljih Evrope, kasneje pa so se skladno z razvojem izobraževalnih sistemov šolali v ustreznih institucijah. Vselej pa je bila navada takšna, da so se po končani izobrazbi vrnili domov in nadalje razvijali svoje sposobnosti v primarnem kulturnem okolju. »Tu se pokaže razlika od sodobnosti, ko nekateri zrastejo mimo te družinske tradicije, se vzpenjo do zavidljivih strokovnih izkušenj, potem pa odidejo v tujino,« izpostavlja Bogataj.

Odločitev se oblikuje na podlagi dobre primarne vzgoje

Ena pomembnejših prednosti, ki jo predstavlja tradicija družinskih podjetij, je ta, da primarno vzgojo posameznika še vedno v veliki meri predstavlja družinska vzgoja. Tako podjetniki svoje potomce že od malega navajajo k razumevanju njihovega poslanstva in dejavnosti preko konkretne izkušnje. »Ta motivacija se mi zdi izjemno pomembna, saj je ne more dati nobena šola. Ta lahko prispeva metodolo-



gijo in predstavi odprto okno v evropske in svetovne poglede, ne more pa privzgojiti te pripadnosti družinski firmi in njenemu razvoju,« meni Bogataj.

Hkrati opozarja tudi na pasti, ki jih prinaša pretirano zanašanje na potomce. Te so lahko težava predvsem, ko mlajši člani družinske skupnosti ne vidijo svoje perspektive v prihodnosti, ki jo od njih pričakuje družina. »Tega prenosa ni možno kar vsiliti, pač pa se ustvarja na dolgi rok skozi vzgojo in celo vrsto na videz zelo marginalnih detajlov, ki pa potem v seštevku dajo odločitev mladega človeka, da poprime za posel in nadaljuje tradicijo,« poudarja.

Opominja pa tudi na vprašanje prenosa lastništva in dedovanja, ki je v Sloveniji zelo problematično. Pomembno je namreč, da se prenos izvrši razmeroma zgodaj, ko so mladi še dovolj vitalni.

Pomembno je priznavati uspehe in ustvarjati pogoje za uspešno rast

»Družba se spreminja in prav je tako, bi se pa morali še enkrat vprašati, kaj je tisto, kar je specifično za nas, in na čem bi lahko uspešno gradili,« meni Bogataj in pojasnjuje: »Ali bo to na tujih lastništvih, kjer iz danes na jutri ne veš, ali bodo še zagotavljala eksistenco zaposlenim, ali pa bomo gradili na nečem, kar izvira iz primarne ekonomije in ekonomskih odnosov, torej družinske ekonomije.«

Tako bi morali po mnenju sogovornika dajati večji poudarek na uspešna družinska podjetja, ki dobro poslujejo. »To do neke mere sicer dosegamo s podeljevanji priznanj in nagrad, ampak te so kakor šport. Zmagovalec pobere medaljo, naslednje leto pa nanj že vsi pozabijo in le čakajo, kdo bo naslednji dobitnik,« pojasni sogovornik in zaključí: »Spet se moramo obrniti k naši dediščini, ki nas uči, da je kmet posadil drevo ne zase, ne za svoje otroke, ne za vnuke, temveč za pravnuke.« gg

Do težave pride, ko mlajši člani družinske skupnosti ne vidijo svoje perspektive v prihodnosti, ki jo od njih pričakuje družina.

V Sloveniji je zelo problematično vprašanje prenosa lastništva in dedovanja.



Skupina GEN zagotavlja energijo.

ZANESLJIVO. NIZKOOGLJIČNO.

Tudi v zahtevnih razmerah delujemo nemoteno: proizvajamo, tržimo in prodajamo ter investiramo. Zanesljivo oskrbujemo Slovenijo z domačo električno energijo.

gen
SKUPINA

www.gen-energija.si

Krepijo razvojne potenciale Vipavske doline



V Regijski razvojni agenciji ROD Ajdovščina skrbijo za razvoj gospodarskih in kadrovskih potencialov v Vipavski dolini, ki jo tudi približujejo investitorjem.

V RRA ROD Ajdovščina, ki deluje 22. leto, svoje poslanstvo vidijo v pospeševanju razvoja in povezovanju obrtništva in podjetništva, s tem tudi kmetijstva, dopolnilnih dejavnosti in razvoja podeželja, v pospeševanju turizma, kulture in njene vpetosti v skladen razvoj; ter tudi pospeševanju razvoja kadrov z usposabljanjem, svetovanjem in izobraževanjem ter svetovanju in pomoči pri prijavi projektov na razpise ob upoštevanju načel trajnostnega razvoja in usklajenega prostorskega in okoljskega načrtovanja. »Močno verjamemo v sistem vključevanja in sodelovanja vseh akterjev regionalnega in lokalnega razvoja. Na ta način koordiniramo tudi aktivnosti skupaj s pogodbenimi partnerji v Mrežni Regionalni Razvojni Agenciji na ravni Severnoprimske (Goriške razvoje) regije,« pravi direktorica RRA ROD Ajdovščina Brigita Habjan Štolfa.

Spodbujanje podjetnosti med mladimi

Že vrsto let sistematično spodbujajo podjetnost med učenci z izvajanjem podjetniških krožkov v osnovnih šolah občin Ajdovščina in Vipava. Krožke dopolnjujejo s Tehniškimi dnevi, v okviru katerih izvajajo promocijo poklicev in podjetnosti ter ozaveščajo mlade o kompetencah in veščinah. So tudi partner pri organizaciji velikega promocijsko-izobraževalnega dogodka 'InCastr – dan ajdovske industrije in podjetništva'.

Izvajajo tudi projekt 'MLIN – spodbujanje ustvarjalnega in inovativnega razmišljanja med mladimi'. Glavne aktivnosti zajemajo usposabljanje in opolnomočenje mentorjev na temo razvijanja kreativnega razmišljanja s pomočjo programa CoRT (The Cognitive Research Trust) in start-up vikend, ki je namenjen študentom. Pozno poleti



»Močno verjamemo v sistem vključevanja in sodelovanja vseh akterjev regionalnega in lokalnega razvoja,« pravi Brigita Habjan Štolfa, direktorica RRA ROD Ajdovščina.

načrtujejo izvedbo dogodka 'MiniCastr – mesto v malem', kjer želijo na praktični način prikazati poklice. Skupaj z Inštitutom Jožef Stefan pa pripravljajo program 'MyMachine', ki je namenjen povezovanju med najmlajšimi in najstarejšimi v izobraževalnem sistemu: aktivnosti bodo potekale v vrtcu, osnovni šoli in na fakulteti.

Bogato podjetniško svetovanje

Opravlja tudi podjetniško svetovanje, in sicer kot točka SPOT (Slovenska Poslovna Točka) Goriške regije. Svetovalne, izobraževalne vsebine in podporne aktivnosti za podjetja od leta 2015 nadgrajujejo s programom 'Invest in Ajdovščina'. Z občino Ajdovščina sodelujejo pri spodbujanju domačega gospodarstva in internacionalizacije Vipavske doline. »Trenutno so naše aktivnosti usmerjene v zagotovitev ustrezne turistične infrastrukture – v iskanje investitorjev za hotelski kompleks v mestu,« razlaga Brigita Habjan Štolfa.

Od 2017 so aktivnosti razširili tudi na raven severnoprimske statistične regije preko programa 'West Slovenia

Invest'. Trenutno za to območje izvajajo Regionalno skrbništvo za področje TNI (tuje neposredne naložbe) pod okriljem agencije SPIRIT, v sklopu katerega nudijo podporo in servis tako nacionalni ravni kot tudi investitorjem.

Pospešujejo razvoj podeželja

Kot vodilni partner LAS Vipavska dolina in s projektnim delom skrbijo tudi za razvoj podeželja. Vzpostavljajo ogrode, preko katerega spodbujajo povezovanje ponudnikov, njihovo rast in opolnomočenje, iščejo nove kanale za promocijo in trženje produktov destinacije in na ta način omogočajo dodano vrednost območju in dejavnostim ponudnikov. Tako so pred 20 leti vzpostavili Vinsko cesto Vipavska, izvajajo pa tudi dogodke: Festival Okusi Vipavske, Vinski hrami Vipavske doline med martinom in božičem, Kulinarični mesec, Borza gostincev in ponudnikov ter Tržnica na borjaču, ki je bila lansirana februarja letos. O pomenu prilagajanja kmetijstva na podnebne spremembe pa osveščajo prek projekta LIFE 'ViVaCCAdapt', kjer so vodilni partner.



NOVI CUPRA FORMENTOR.

OBČUTI, DA ZARES ŽIVIŠ.

ŽE OD 30.670 €

ČE V TEBI NE VZBUDI OBČUTKOV, POTEM TO NI LJUBEZEN. ČE V TEBI NE VZBUDI NEMIRA, POTEM TO NI UMETNOST. ČE TE NE PREMAKNE, KO JO SLIŠIŠ, POTEM TO NI GLASBA. IN ČE ŽELIŠ VEDETI, KAKŠEN JE PRVINSKI OBČUTEK VOŽNJE, NE ODLAŠAJ. NOVI CUPRA FORMENTOR JE PRAVI ZATE.

SESTAVI SVOJEGA NA [CUPRAOFFICIAL.SI](https://www.cupraofficial.si)



CUPRA

AVTOCENTER ŠPAN, TRŽAŠKA CESTA 547, 1351 BREZOVICA PRI LJUBLJANI, 01 365 80 81.

Povprečna poraba goriva 7,7 – 5,4 l/100 km, povprečne emisije CO₂ 192 – 33 g/km. Emisijska stopnja: EURO 6 DG. Emisije NOx: 0,0174 – 0,0085 g/km. Emisije trdih delcev: 0,00098 – 0,0001 g/km. Število delcev: 0,00032 x 10¹¹ – 0,0001 x 10¹¹. Emisije onesnaževal zunanjskega zraka iz prometa pomembno prispevajo k poslabšanju kakovosti zunanjskega zraka. Prispevajo zlasti k čezmerno povišanim koncentracijam prizemnega ozona, delcev PM₁₀ in PM_{2,5} ter dušikovih oksidov.

Družinska podjetja

Bistvo je v zaupanju, motivaciji in odlični komunikaciji

Velika prednost družinskih podjetij je v grajenju tradicije in s tem vzpostavljanju zaupanja pri partnerjih, zelo velik izziv pa predstavlja prenos poslov na naslednjo generacijo. Pri nas ta sprememba pokonča približno dve tretjini podjetij, razlogi za to pa so povečini notranji.

Jerneja Srebot

Družina je zavzeta za to, da podjetje obstane in je tudi v težkih časih zanj pripravljena narediti več.

Družinska podjetja praviloma bolj zavzeta za svoj obstoj

Po podatkih Inštituta MoST je v Sloveniji več kot 80 % podjetij družinskih, kar nakazuje, da ima družina velik vpliv na uspešnost poslovanja. Odstotek sovpada s stanjem v svetu, predvsem v državah s krščansko tradicijo.

»Tradicija je pomembna predvsem zaradi posla. Partnerji, ki dolgoročno poslujejo z družinskimi podjetji, namreč razumejo, da gre za zanesljive firme, katerih člani bodo naredili vse za to, da posel ne propade,« meni Uroš Kavš, svetovalec za družinska podjetja na Inštitutu MoST. »Prav zato tudi iz gospodarskih razlogov propade manj družinskih podjetij kot pa klasičnih, saj je družina zavzeta za to, da podjetje obstane in je tudi v težkih časih zanj pripravljena narediti več.«

LOTRIČ Meroslovje: Preobrazba od generalistov do specialistov

Seveda pa se v podjetništvu ne gre ustaviti pri obstoju, temveč je potrebno gledati na rast in razvoj, kar pa prinaša svojevrstne preizkušnje. »Največji izziv predstavlja konstantna rast in širitev poslovanja. Slednja je seveda več kot dobrodošla, vendar s seboj prinaša stalne prilagoditve in spremembe poslovnih procesov,« pravi Marko Lotrič, direktor podjetja LOTRIČ Meroslovje. »Transformacija od obrti do mednarodnega podjetja v sebi skriva številne pasti, ki smo jih dolžni obvladovati. Na začetku smo bili generalisti, kasneje, ko se je naša ekipa povečala, pa smo postali specialisti. Postavila se je jasna ločnica med delovnimi mesti in vsak sodelavec se je specializiral za opravljanje zgolj enega,« doda.

Prenos poslov mora biti postopen in dovolj zgoden

Navezanost družine na podjetje, ki pripomore k njegovemu obstoju in dobremu delovanju, pa je lahko v določenih primerih tudi slabost, predvsem ko pride do predaje posla. »To, da nasledniki ne stopajo dovolj hitro v velike čevlje staršev, je eden ključnih pro-

blemov pri prevzemu poslov in v Sloveniji predstavlja veliko težavo. Tudi po prevzemu lastništva starši podjetje pogosto še vedno kontrolirajo in odločajo o njem,« opozarja Kavš.

Prenos mora biti postopen. V manjših podjetjih se mora začeti izvajati vsaj tri do štiri leta pred upokojitvijo staršev, v večjih podjetjih z več kot 50 zaposlenimi pa se morajo nasledniki uvajati najmanj sedem let pred menjavo lastništva.

»Preden se sploh začnemo pogovarjati o prenosu lastništva, je treba ugotoviti, ali obstaja motivacija vsaj enega naslednika, ki bo to podjetje dejansko vodil,« poudarja Kavš. Naslednji korak je naslednika usposobiti in opremiti z ustreznimi kompetencami, nazadnje pa se mora še preizkusiti v praksi. To pomeni, da nekaj let vrši funkcijo direktorja, pri čemer starši delujejo kot mentorji in naslednika oziroma naslednico podpirajo, a mu/ji ne dihaajo za ovratnik.

AJM: Ključno je zaupanje

Tovrsten pristop zagovarjajo tudi v podjetju AJM, kjer so pred leti prenos lastništva uspešno izpeljali. »Kot dobra praksa pri prehodu se je izkazalo tudi to, da sta nam prvotna lastnika zaupala, kar pomeni, da sta se po upokojitvi zares umaknila. Tako smo lahko začeli razvijati svojo vizijo in smo po njej tudi uspešno preoblikovali podjetje,« pravi direktor podjetja Trivo Krempel.

»Po drugi strani pa je problem tudi, če starši prehitro zaupajo. Že kar nekaj podjetij je propadlo, ker so starši otrokom kar čez noč zaupali posle. A v končni fazi je treba čisto vsako funkcijo procesno predati in to je pri prenosu celotnega podjetja še toliko bolj pomembno,« opozarja Kavš. Nujno je torej treba ugotoviti, ali je oseba, ki prevzema posle, dejansko sposobna – preveriti je treba kompetence, predvsem pa motivacijo.

»Naša statistika – ki sovpada tudi s svetovno – pravi, da je zares motiviranih naslednikov zgolj 9 %, pri čemer za takšno osebo štejemo nekoga, ki si zanesljivo želi prevzeti posle,« pove Kavš in razloži, da nekateri starši silijo potomce v prevzem ravno zaradi

V LOTRIČ Meroslovju so podpisali »družinsko ustavo«, v kateri so navedeni vrednote, smernice, zaveze in procesi odločanja.

Tudi po prevzemu lastništva starši podjetje pogosto še vedno kontrolirajo in odločajo o njem.

želje, da podjetje ostane v družini, pri tem pa pozabijo na pregled kompetenc.

»Res pa je tudi, da pri nas še ni tradicije prodaje podjetja. Z novimi generacijami prihaja tudi bolj podjetniška in bolj odprta miselnost,« izpostavi Kavš.

Ne smemo pozabiti na odnose in komunikacijo

Zagotovo je pri družinskih podjetjih eden večjih izzivov uspešno ohranjanje ravnotežja med subjektivnimi in poslovnimi relacijami članov vodstva, saj jih poleg poslovnega odnosa vežejo še praviloma močnejše družinske vezi, ki pa so močno opredeljene s čustvi. Kot pravijo v podjetju AJM: »Potrebna je velika mera discipline, da se ne vnašajo subjektivne sodbe in čustva na področja poslovanja, kjer bi imeli negativen učinek.«

Za uspešno prakso se je pri njih izkazal odprt način vodenja, vključno z jasno opredeljenimi vlogami vseh družinskih članov, vpetih v vodenje podjetja. »Izredno koristni so redni tedenski sestanki, na katerih v poslovnem okolju pretrsemo vso aktualno problematiko. Držimo se načela, da podjetniške izzive rešujemo na tak način in ne za domačo mizo,« razloži direktor.

»Primarna celica je še vedno družina in vsi ti odnosi se pri družinskih podjetjih prenašajo v posel in obratno – iz posla v družino,« poudarja Uroš Kavš. »Če ima podjetje potencial rasti in si tudi prevzemniki želijo rasti, so ti odnosi sploh posebej pomembni. Prenos vodenja podjetja preživi le tretjina podjetij in to večinoma zaradi pomanjkanja komunikacije in slabih odnosov,« zaključí.

Družinska »ustava«

Marko Lotrič pri tem izpostavlja podpis družinske ustave – gre za interni dogovor, v katerem so navedeni vrednote, smernice, zaveze in procesi odločanja. »V naši družini in podjetju vedno puščamo prostor za odkrito komunikacijo, ki je temelj vsakega odprtega vprašanja – tudi nasledstva. S podpisom družinske ustave smo se zavezali, da bomo sledili njenim smernicam tako pri delu kot izven njega,« pojasnjuje.

Pri tem poudarja, da podpis družinske ustave ni zaključek zgodbe, temveč šele njen začetek, ki predstavlja zgolj del procesa prenosa vodenja in lastništva podjetja.^g

V AJM se držijo načela, da podjetniške izzive rešujejo na rednih tedenskih sestankih in ne za domačo mizo.

Preden se sploh začnemo pogovarjati o prenosu lastništva, je treba ugotoviti, ali obstaja motivacija vsaj enega naslednika za vodenje podjetja. Zares motiviranih naslednikov je zgolj 9 %.

Krmni dodatki *farmatan*[®]



Za doseganje najboljših rezultatov v sodobni ekološki reji živali.



Tanin Sevnica d. d. SLOVENIJA
www.tanin.si / feed@tanin.si

Prenos vodenja družinskega podjetja mora biti postopen. V manjših podjetjih se mora začeti izvajati vsaj tri do štiri leta pred upokojitvijo staršev, v večjih podjetjih z več kot 50 zaposlenimi pa se morajo nasledniki uvajati najmanj sedem let pred menjavo lastništva.

Nakup mobilne hiške je edinstvena poslovna priložnost leta 2021

Naložba v mobilno hiško se je izkazala za edinstveno poslovno priložnost z visokim potencialom. Časi, v katerih živimo, so drugačni. Polni so izzivov, sprememb, vse se vrtilo okoli zaščite. Vse to se odraža tudi pri odločitvah in načrtovanju dopusta.

Če ste naklonjeni poslovnim idejam, razmislite o nakupu nepremičnine na Jadranu, ki jo uporabljate zase in za svojo družino, kot poslovno priložnost ali kot pisarno na daljavo. V zadnjem letu smo se namreč lahko prepričali, kako pomembno je, kje preživimo svoj dan, saj to lahko hitro postane naš dom, pisarna, vrtec ...

Mobilna hiška z lastnostmi hotela

Globalni trendi na področju turizma so se v zadnjem letu bistveno spremenili. Varnost je na prvem mestu in nastanitve, ki to lahko zagotovijo, so nadpovprečno iskane. Turisti se izogibajo množičnim stikom, privlači jih intima lastnega prostora, kjer je natančno opredeljeno, na kakšen način je poskrbljeno za čistočo in red. Porast je zaznati pri iskanju nastanitve, ki pričarajo utrip hotelskega dopusta, vendar na bistveno varnejši način.

V kampu Terra Park na zahodnem delu Paga je nastalo naselje mobilnih hišic, ki predstavlja popolno novost. Gre za prvi tako urejen kompleks mobilnih hišic na Hrvaškem. Mobilne hiške ne spadajo pod klasično nepremičnino, saj so na kolesih, vsebujejo šasijo in kot takšne niso obdavčene po Zakonu o davku na nepremičnine. Če se odločite za nakup z oddajo, vam v podjetju 2 DOOR, d. o. o. nudijo celostno



upravljanje hiške – upravljanje na ključ z enostavno birokracijo, svetovanje pri amortizacijskem načrtu in načrtu povračila naložbe. Vaša sladka skrb je uživanje. Skrb za vašo mobilno hiško je v varnih rokah.

Luksuz in zasebnost v kampu Terra Park na Pagu

Pravijo, da sonce najlepše zahaja prav na Jadranu, in eden takšnih najlepših sončnih zahodov vas čaka v neponovljivih, vrhunskih in bogato opremljenih mobilnih hiškah na Pagu v sklopu kompleksa Terra Park Phalaris in Terra Park SpiritoS, ki sta od mesta Novalja oddaljena le 5 km, ob morju pa je urejena sprehajalna pot. V kampu je vsa potrebna dodatna infrastruktura, ki vključuje pekarno, restavracijo, lokal na plaži, otroško igrišče, fitnes, posebej urejeno plažo za pse ...



Udobne in pametne

Adria XLine so najsodobnejše hiške na trgu počitniških mobilnih hišk; nastale so pod taktirko slovenskega proizvajalca Adria Dom, ki je del skupine Adria. Vsi modeli se lahko pohvalijo z avantgardnim in minimalističnim zunanjim videzom ter več prostora in razkošja v notranjosti. Za popolno udobje so poskrbeli z zasebnim bazenom z ogrevano vodo v prvi vrsti mobilnih hišic, prostorno teraso in bioklimatskimi pergolami na daljinsko upravljanje lamel, ki se prilagodijo položaju sonca in sistemom smart home.

Na voljo smo vam za informacije

Za podrobnejšo ponudbo nam pišite na property-sales@terrapark.hr. Naj vam predstavimo, kako lepa je lahko prihodnost z nepremičnino na Jadranu.





**FIVE
SHADES** *of gray*

**Vrhunski
dizajn in
inovativna
tehnologija
na pragu
vašega
doma.**



**GERMAN
INNO
VATION
AWARD '21
WINNER**

www.ajm.si



S tradicijo gradimo prihodnost

Tradicijo nagrajenci vidijo predvsem v človeku

Rdeča nit letošnje podelitve Nagrad GZS za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke je »S tradicijo gradimo prihodnost«. Kaj pa pomeni tradicija nagrajencem? S čim jo povezujejo? In kako vidijo prihodnost?

Ana Vučina Vršnak, foto: Barbara Reya

Zdenko Zanoški, Frutarom Etol

Tradicijo osebno vidim v človeku. Res je sicer, da moramo vsak dan izboljševati procese dela in dandanes je to z novimi tehnologijami veliko lažje. Še vseeno pa se moramo izboljševati preudarno, povezovati ljudi, da so zadovoljni in čutijo pripadnost delu in podjetju. Če je človek v središču razmisleka, se ohranja tradicija. Verjamem, da bomo v prihodnosti lahko delali karkoli, a osnova vsega bosta ostala človeška ideja in ustvarjalnost.



Marko Lukić, Lumar IG

Velik privilegij je, če ti nekdo preda znanje. Še večji pa, če ga lahko obogatiš in predaš naprej.

Tradicijo povezujem z napredkom, saj pomeni tudi kulminacijo vseh napak, ki se jim lahko izogneš. Če črpamo iz tradicije, napak ne ponavljamo. Lahko pa je tradicija velika cokla, če ji slepo slediš. Iz nje lahko črpaš tisto, kar ti koristi in ti omogoča dobre temelje za rast v prihodnje.

Marta Kelvišar, ADRIA DOM

Preprosto. Tradicija je temelj, na katerem gradimo sedanost. To je vse tisto, kar so naši predniki zgradili v materialnem in nematerialnem smislu, vsi običaji, vrednote, kultura ... Pri tej gradnji pa se zavedamo odgovornosti za prihodnost in s tem za prihajajoče rodove. To zajema naš odnos do okolja in sočloveka. Napredek in digitalizacija sta omejena s poseganjem v okolje in v svobodo posameznika. Tu pa pride na vrsto odgovornost na vseh ravneh: v politiki, gospodarstvu, šolstvu in še posebej v primarni družini. Želim si prihodnost, ki bo ljudem omogočala osebni razvoj, da bo človek še človek in bo lahko v popolnosti razvil svoje potenciale, uresničeval svoje cilje do meja dejanskih potreb, prisluhnil sebi in naravi.



Jasna Dominko Baloh, DOBA Fakulteta

Naše poslanstvo, ki nas umešča v okolje že vrsto let, je »Z inovativnimi pristopi širimo znanje in povezujemo vse, ki verjamejo v uspeh in nasmeh«. Poslanstvo je tesno povezano z rdečo nitjo letošnje prireditve GZS, saj prav z inovacijami, pozitivno naravnostjo in digitalizacijo ustvarjamo tradicijo, čeprav je tradicija v visokem šolstvu dolgotrajen proces.

Ponosni smo na to, da DOBA Fakulteta deluje v zgradbi na Prešernovi ulici 1 v Mariboru, kjer je nekoč delovala študijska knjižnica. Študijsko knjižnico so vodili eminentni ravnatelji, ki so vplivali na razvoj mesta in tudi Slovenije. Tako nadaljujemo zgodbo učenja v tej hiši in tudi to je tradicija.

Našo prihodnost vidimo v razmišljanjih, kako odgovarjati na družbene potrebe, kako študente osebno razvijati in jih pripraviti za prihodnost. DOBA Fakulteta bo tudi v naslednjih desetletjih nadaljevala z rastjo in odličnostjo na vseh področjih. Bo nosilka sprememb na področju inovativnega učenja, razvijanja aktualnih znanj ter raziskovanja. Verjamem, da bomo našo dinamično zgodbo nenehnega učenja tudi uresničili.



T.P.G. = Trust, Personal care and Global presence

Podjetje T.P.G. Logistika d.o.o. je zasnovano in deluje po načelih, kateri so razvidni že iz samega imena podjetja, in sicer:

- na osnovi zaupanja strank (**Trust**),
- osebnega odnosa ter skrbnega prizadevanja do kvalitete naših storitev (**Personal care**)
- in seveda z globalno prisotnostjo s katero zadovoljujemo celovito pokritost storitev »door to door« (**Global presence**)

Smo dinamično hitro rastoče podjetje z izkušenim kadrom, ki s svojim znanjem in prizadevanjem strmi, da svojim komitentom poišče vedno najugodnejši ter najhitrejši način transporta. Na osnovi profesionalnosti in izkušenj pridobljenih skozi leta nudimo optimalne rešitve ter najkonkurenčnejšo ponudbo.

Osnovne storitve:

- Organizacija ladijskih, zbirniških, avio ter kamionskih prevozov
- Skladiščenje ter distribucija blaga
- Uvozno ter izvozno carinjenje znotraj podjetja (z lastno carinsko garancijo)
- Svetovanje strankam s skupnim doseganjem optimalnih rešitev

S hčerinskim podjetjem T.P.G. Agent d.o.o. nudimo možnost najema oz. rezervacije ladij za projektni, razsuti in kosovni tovor. Specializirani smo tudi za hitro pokvarljivo blago ter ostali temperaturno občutljivi tovor, pri čem predstavljamo enega največjih partnerjev Luke Koper d.d.

www.tpg.si

ZAKAJ TPG ?

- Ker smo dovolj veliki, istočasno pa dovolj majhni in fleksibilni za hitre odločitve ter hiter odziv.
- Ker smo uspešno podjetje z vsakoletno rastjo, kar dokazuje, da nam vedno več strank zaupa in raste z nami.
- Ker smo med vodilnimi logisti v Sloveniji po količini pretovorjenih kontejnerjev.
- Ker smo prisotni po celem svetu v sklopu naših logističnih združenj.
- Ker nudimo hiter in poenostavljen proces carinjenja, ki ga jamčimo s certifikatom AEO (Certificate IAEOCIS001000201131967).



Podjetjem zagotavljajo trajnostno infrastrukturo za povezovanje

Ljubljanska družba Egal, d. o. o., deluje na področju poslovnih in industrijskih omrežij, podatkovnih centrov in audio-video (AV) opreme.

Od leta 1996 sodelujejo z ameriško globalno informacijsko družbo Panduit, od leta 2020 pa tudi z ameriškim podjetjem Atlona, ki zagotavlja celovite AV-rešitve za konferenčne sobe, učilnice, predavalnice in sejne sobe. So certificirani center v Vzhodni in Centralni Evropi za izobraževanje instalaterjev s področja mrežnega strukturiranega ožičenja. Svojim strankam najbolj dovršene rešitve tudi pokažejo v prenovljenem in bogato opremljenem ljubljanskem show roomu, kjer si kot prvi v Evropi lahko ogledajo najbolj napredno tehnologijo na svetu.

Sodelovanje kot ključ do uspeha

Egal je družinsko podjetje z 31-letno tradicijo. Ustanovil ga je Egon Süssinger, danes pa ga vodi druga generacija v družini, Una in Peter Süssinger, sestra in brat, ki se zavedata, da sta medgeneracijsko sodelovanje in medsebojno spoštovanje v teh časih pomembni vrlini v podjetništvu.

V Egalu 95 odstotkov prihodkov ustvarijo na mednarodnem trgu, kjer nadzorujejo projekte v vrednosti sedmih milijonov evrov. »Od same ustanovitve podjetja je bila vizija lastnika iz prve generacije globalno povezovanje in lokalno poslovanje. Sodelujemo z mrežo distributerjev, sistemskih integratorjev in končnih strank s področja mrežne infrastrukture in audio-video opreme v 26 državah jugovzhodne in vzhodne Evrope. Zavedamo se razlik v medkulturnem poslovanju in jih v največji meri spoštujemo, kar se tudi kaže v močni mreži tujih partnerstev,« razlaga direktorica Una Süssinger.

Izdelki in storitve na najvišji ravni

Glavne konkurenčne prednosti Egalu so kakovostni izdelki in storitve na najvišji ravni. Panduit razvija rešitve



Egal, d. o. o., vodita sestra in brat Una in Peter Süssinger, ki predstavljata drugo generacijo tega družinskega podjetja.

za podatkovne centre ter poslovna in industrijska omrežja. Z njimi zagotavlja pametne, razširljive in učinkovite rešitve poveztivosti v celotnem podjetju. Atlona pa zagotavlja aktivne naprave, ki so jedro AV sistema. »S podjetjema Panduit in Atlona naše stranke dobijo visokokakovostne, vrhunske in inovativne rešitve, ki jih je enostavno namestiti in še lažje upravljati. Mi jim pri tem nudimo celovito podporo,« pravi sogovornica.

S Panduitem in Atlono strankam ponujajo strateški temelj, ki jim pomaga, da so pripravljena na prihodnost. Obe razvijata rešitve za povezani svet in s tem podjetjem omogočata, da so agilnejša, produktivnejša in konkurenčnejša.

Z znanjem in vrednotami uspešni tudi v prihodnje

»V našem podjetju stremimo k nenehnemu izobraževanju tako zaposlenih kot poslovnih partnerjev, in verjamemo, da

bomo soustvarjali boljši jutri z etičnostjo, kakovostjo, integriteto in znanjem, ki so tudi naše osrednje vrednote. S pridobivanjem izkušenj v času hitrih sprememb in z vzdrževanjem odličnih poslovnih odnosov in z odličnim poznavanjem trgov skrbimo za uspešno, zdravo poslovanje, usmerjeno v ljudi in okolje nasploh,« še pravi Una Süssinger.



M SORA

Imejte svoj pogled



Pomen nagrade GZS

Šele pogled nazaj pove, ali si nekaj naredil izjemno dobro, ali pa si v nekem trenutku imel samo srečo

Andreja Šalamun, foto: Barbara Reya



Branko Kamenšek, direktor podjetja Lek veterina in nekdanji nagrajenec Gospodarske zbornice Slovenija (GZS), pove, da je Nagrada GZS za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke priznanje, ki ga ne moreš kupiti. Prinaša dober občutek, da imaš nekaj, kar ima zelo, zelo malo ljudi v Sloveniji. Zagotovo pa je vrh kariere vsakega poslovneža.

Kakšna je za vas dodana vrednost Nagrade GZS?

Gre za priznanje, ki ga ne moreš kupiti, in prinaša dober občutek, da imaš nekaj, kar ima zelo, zelo malo ljudi v Sloveniji. Zagotovo pa je vrh kariere vsakega poslovneža, več od tega ne obstaja. Obstajajo razne nagrade, kot na primer manager leta, gazela in podobne, a te imajo drug predznak, mnogokrat nimajo veze z določeno poslovno genialnostjo in lucidnostjo, kar nagrada za izjemne gospodarske uspehe, imenovana tudi gospodarski oskar, nedvomno je. Spomnim se imenitnega občutka na podelitvi, pa tudi pred in po njej, saj sem bil v izbrani družbi izjemnih posameznikov. Ne le posameznikov kot poslovnežev, pač pa tudi do neke mere posebnih v pozitivnem smislu, nekakšnih osamelcev, ki štrlijo iz množice zaradi svojega razmišljanja, včasih tako posebnega, da šele čez nekaj časa doumeš globino njihovih idej.

Ste zaradi te nagrade morda čutili tudi zavist? Kako ste se ob tem počutili in kako ste to reševali?

V poslovnih krogih ne bi mogel govoriti o zavisti, nisem je prepoznal, je pa res, da se bolj ali manj družim s poslovnimi garači in vsi tisti, ki so bili ali so del moje poslovne poti, so vedeli, da je bila nagrada zaslužena. Žal pa je v Sloveniji tako – če si osvojil nagrado na kakšnem vaškem sejmu in si to razglasil sam ali kakšen lokalni medij, te vsi trepljajo po hrbtu, če si skromen, pa te v družbi skoraj ne opazijo. Presenečen sem bil, da mesto Ptuj, iz katerega prihajam, in tukajšnje okolje tega nista hotela prepoznati in sta ta uspeh nekako uspešno sramežljivo skrila, čeprav Štajerska že dolga leta ni imela nagrajenca in so

takšne pozitivne zgodbe več kot potrebne. Mogoče je vzrok v tem, da je podjetje v Prekmurju, kjer pa je bila zgodba zelo pozitivno prepoznana.

Kaj je bil doslej vaš največji izziv v karieri? Kako ste se z njim spopadli?

Težko je govoriti samo o enem izzivu, saj šele pogled nazaj in trezen pogled na tisti čas pove, ali si nekaj naredil izjemno dobro, ali pa si samo v nekem trenutku imel srečo. Mogoče je res izziv podjetje razvijati naprej, ko je doseglo neko stopnjo – na primer prešlo iz malega podjetja v srednje veliko podjetje. Takrat tvoje sposobnosti niso več dovolj, za korak naprej pa potrebuješ ekipo pametnih, prodornih in vizionarskih sodelavcev.

Je pa zagotovo težko ustvarjati v Sloveniji in zadnja leta mi je kot direktorju in lastniku podjetja res največji izziv ta, da še naprej ostajam na tej poziciji in ustvarjam (predvsem zato, ker je od podjetja odvisno veliko družin), ne glede na to, da smo tisti, ki ustvarjamo in smo uspešni v tej družbi, mnogokrat celo sovražno sprejeti. Pogost je občutek, da bi nas marsikdo rad razlastil in izgnal, kot se je zgodilo mnogim slovenskim industrialcem ob koncu druge svetovne vojne.

Ko slišim, ko nekdo, ki ni bil nikoli v tovarni, nikoli udeležen v delovnem procesu, v nabavnih in prodajnih poteh, ki ne ve, kaj je pogodba, zahteva, da bi v tej korona krizi tovarne zaprli ter da je glavni razlog, da jih ne zapremo, ta, da smo lastniki veliki kapitalisti in nam gre samo za dobiček, in ko potem nekdo v državi celo resno razpravlja, da bi to storili, je res velik izziv ostati in delati v takšnem okolju. [gg](#)

Spomnim se imenitnega občutka na podelitvi, pa tudi pred in po njej, saj sem bil v izbrani družbi izjemnih posameznikov, posebnih v pozitivnem smislu.

Za korak naprej potrebuješ ekipo pametnih, prodornih in vizionarskih sodelavcev.

V poslovnih krogih ne bi mogel govoriti o zavisti, nisem je prepoznal.

Čestitali so mi tisti, ki so vedeli, da si nagrade ni lahko prislužiti

Doktor strojnih znanosti Tomaž Kmecl je generalni direktor podjetja Kolektor Etra in prav tako nekdanji nagrajenec GZS. Po njegovem je največji izziv vsakega menedžerja to, da si sestavi dobro ekipo in da z njo naredi na trgu tisto, kar zna.

Kaj je za vas dodana vrednost Nagrade GZS?

Nagrada za izjemne gospodarske dosežke, ki jo podeljuje GZS, pomeni zame predvsem potrditev, da delo, ki ga opravljam, opravljam kvalitetno. Poleg občutka zadovoljstva, ponosa, samopotrditve lahko rečem, da mi je omenjena nagrada dala tudi dodatno notranjo moč in motiv za nadaljnje delo.

Ste zaradi nagrade, ki ste jo prejeli, čutili tudi kaj zavisti? Kako ste se ob tem počutili in kako ste to reševali?

Ob prejemu nagrade nisem čutil nobene zavisti s kakršnekoli strani. Kvečjemu nasprotno. Čestitke sem prejemal od tistih, ki vedo, da si omenjene nagrade ni lahko prislužiti.

Kaj je bil doslej vaš največji izziv v karieri? Kako ste se z njim spopadli?

Mislim, da je največji izziv vsakega menedžerja to, da si sestavi dobro ekipo. In da potem s to ekipo naredi na trgu tisto, kar zna. Primerjava uspešnosti s konkurenčnimi podjetji pa je na trgu neposreden in objektivni pokazatelj uspešnosti te menedžerske ekipe. Primerjava bilanc konkurenčnih podjetij pove vse.



itSM CENTER
The heart of IT Service Management

2018
AAA
Boniteta odličnosti

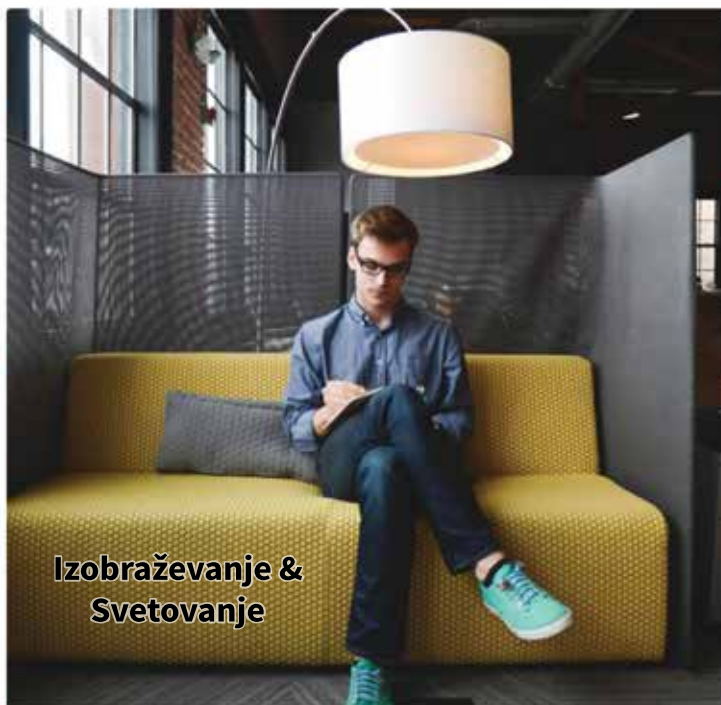
2019
AAA
Boniteta odličnosti

CIO Applications TOP 10
ITSM
CONSULTING/SERVICES
COMPANIES - 2019

Vaš partner za digitalno transformacijo.



Kot osnovo za
digitalno
transformacijo
uporabljamo
ITIL®



**Izobraževanje &
Svetovanje**

Informacijska
varnost na
osnovi
ISO/IEC 27001

AGILE SCRUM
in DevOps

PRINCE2®

Prisotni v več kot
20 držav
po svetu.

easyVISTA™



ITSM CENTER d.o.o. | <https://www.itsm-center.si> | <https://worldclass.training>

Nekaj referenc:



Čas velikih sprememb je čas novih priložnosti



»Naš cilj je, da celotno ladjo obrnemo v smer proti novim priložnostim,« pravi Tone Stanovnik, direktor Špice International.«

Obrnite čas sprememb sebi v prid! Tako pravijo v podjetju Špica International, ki se s svojimi storitvami gibko prilagaja času in spremembam, ki jih ta prinaša. Kot pravi direktor podjetja Tone Stanovnik, ima Slovenija tri ključne konkurenčne prednosti; čas, da jih izkoristimo, pa je – zdaj.

Tri konkurenčne prednosti Slovenije, ki jih izpostavlja Tone Stanovnik, direktor podjetja Špica International, so majhnost, geografska lega in nenehne spremembe. Majhnost omogoča hitro prilagoditev novo nastalim spremembam; geografska lega med vzhodom in zahodom v srcu Evrope, je velika prednost; nenehne spremembe, ki jih prinaša življenje na Balkanu, pa so vplivale na prilagodljivost in na utrjenost. Vse omenjeno v Špica International s pridom izkoriščajo na področju upravljanja delovnega časa in logistike, kjer delujejo že 30 let. Tako upravljanje delovnega časa kot logistika sta področji, ki imata velik vpliv na konkurenčnost podjetij.

'Špičaki' sledijo trendom preteklosti

»Špičaki smo v okviru trendov preteklosti visoko zavihali rokave in naše ključne informacijske rešitve predstavili v Microsoft Azure oblako infrastrukturo. Vse to nam v časih brezstične ekonomije odlično služi,« pravi Stanovnik. Svojim kupcem so tako v likvidnostno težkih časih omogočili, da se izognejo naložbi v strojno in programsko opremo ter storitev plačujejo v obliki naročnine. »Nam Špičakom pa v teh časih tudi zelo ustreza, da celoten proces

implementacije pri manjših in srednjih podjetjih lahko izvedemo brezstično,« še pove.

K5 je pot do uspeha

Da so razvili dobro informacijsko storitev, dokazuje dejstvo, da se po zgodnjih uporabnikih zanjo odloča vse več večjih podjetij. Formulo, ki so jo v Špici izumili v ta namen in jo tudi živijo, so – po osemstisočaku v Himalaji – poimenovali K5. Gre za 5 K-jev.

Prvi K so Kadri, saj so v Špici za razvijanje nove storitve aktivirali novo ekipo mlajših sodelavcev specialistov (t. i. specialcev), ki vodijo kontaktno-svetovalni center.

Drugi K so Ključni procesi – vpeljali so popolnoma nove procese, ki so zasnovani na agilnih pristopih, kar pomeni kratke odzivne čase in prilagajanje novih funkcionalnosti v nizkih valovih, ki se jih kupci velikokrat niti ne zavedajo. Med ključne procese pa spada tudi v tem času še kako aktualen 'end to end' proces, ki ga opravijo na daljavo.

Tretji K so Kupci. »Naši prodajalci v okviru klasične prodajne ekipe imajo svoj radar obrnjen proti največjim kupcem v regiji. Specialci pa imajo svoj fokus usmerjen v manjša in srednja podjetja, saj so pri teh podjetjih zahteve kupcev manj specifične in zaradi cenovne občutljivosti pogosto kupec kar sam izpelje cel proces,« pravi Stanovnik.

Četrty K so Ključni Kazalniki. V svojo storitev so pri Špici vgradili nastavke, ki bodo omogočili, da zbrane podatke z umetno inteligenco pretvorijo v informacije in tako vplivajo na odlično uporabniško izkušnjo.

Peti K pa je Kultura. Kultura pri t. i. specialcih podjetja Špica je bolj agilna in vodstvo si je s to dobro prakso zadalo preplaviti celotno podjetje.

Čas velikih sprememb je čas novih priložnosti. Če ocenjujete, da je upravljanje delovnega časa v vašem podjetju potrebno urediti, vstopite v brezplačno testno obdobje storitve registracije delovnega časa na strani www.allhours.com/sl in spoznajte naš K5 - Kontaktno Svetovalni Center.

Pokličite nas lahko tudi na telefon: +386 1 568 08 16 ali pošljete email na sales@allhours.com



MOBILNE HIŠE



MODULARNE HIŠE



MOBILNI ŠOTORI



PLAVAJOČE HIŠE



Adria z bogatimi izkušnjami in inovativnimi produkti upravljalcem počitniških destinacij ponuja celovito storitev “one stop shop”, njihovim strankam pa zagotavlja edinstveno ter udobno počitniško izkušnjo. Adriina konkurenčna prednost je storitev, ki zajema vse od proizvodnje standardnih ali po meri izdelanih mobilnih in modularnih hiš ter glamping šotorov, do garancije ter odlične poprodajne storitve. Od ideje in priprave celotnega koncepta do trženja turistične destinacije.

Adria Dom d.o.o.

Kanižarica 41 • SI-8340 Črnomelj • Slovenija

Telefon: +386 (0) 7 35 69 100

E-poštni naslov: info@adria-home.comwww.adria-home.com | www.adria-holidays.net#adriahome
#adriaglamping

Covid-19

Epidemija je čas za analizo

»V času epidemije smo se začeli zares poslušati. Poslušali smo sebe, ne drugih,« pravi Tanja Skaza, solastnica podjetja Plastika Skaza in direktorica Inštituta Skaza, nekdanja nagrajenka Gospodarske zbornice Slovenije (GZS). Prepričana je, da bo v bodoče preživel tisti, ki bo odreagiralo hitro in se prilagodilo vsakršni situaciji, pri tem pa prisluhnilo potrebam trga in zaupal sebi.

Andreja Šalamun

Tudi zato, ker smo se kot ekipa res dobro povezali, smo prebrodili najhujše.

Zavedamo se pomena transparentnega komuniciranja – v prvi vrsti z zaposlenimi, nato s kupci, dobavitelji in ostalimi deležniki.

Prihodnost plastike je v eko materialih, ki jih lahko bodisi recikliramo bodisi kompostiramo.

»Ugotovili smo, da smo kot narod v zadnjih desetletjih izjemno tehnološko napredovali, medtem ko se emocionalna raven ni premikala vzporedno temu. Tudi zato pravim, da so trenutki, kot je epidemija, primerni za to, da si vzamemo čas zase in ozavestimo, kar nam je dano,« pravi sogovornica in doda, da je to čas, v katerem je prav, da se ukvarjamo s sabo, pogledamo vase, se vprašamo, zakaj se je ali pa se nekaj ni zgodilo. Čas za analizo torej.

Skupaj z vodstvenim kadrom so se tudi v Plastiki Skaza vprašali, ali zares sledijo svojim vrednotam, poslanstvu, viziji. Ali temu sledijo sodelavci?

»Vrednote nas združujejo. Le s pravimi vrednotami, poslanstvom in vizijo lahko ustvarjamo odlično organizacijsko kulturo, ki je povod za stabilnost in uspešnost, ne glede na epidemijo. In tudi zato, ker smo se kot ekipa res dobro povezali, smo prebrodili najhujše,« je prepričana Tanja Skaza. Pravi, da so ravnali preudarno, zavedali so se, da se dogaja po celem

svetu. Zelo hitro so se prilagodili novim razmeram in pogumno nadaljevali z izvajanjem načrtane strategije. »Pri nas se vseskozi, ne glede na epidemijo, osredotočamo na trajnostno ustvarjanje vrednosti, izboljšanje uspešnosti in zadovoljstvo vseh deležnikov. Vse to počnemo z veliko mero optimizma,« pojasni.

Držali so se zastavljene trajnostne strategije

Je bila morda epidemija priložnost za premislek in za občutnejše spremembe na poslovnem področju? »Ne glede na okoliščine je bil naš fokus vseskozi enak. Odgovorno smo se držali zastavljene trajnostne strategije in pogumno premagovali ovire,« odgovarja sogovornica in pravi, da so se zavedali pomena transparentnega komuniciranja – v prvi vrsti z zaposlenimi, nato s kupci, dobavitelji in ostalimi deležniki. Sodelavce so vseskozi obveščali o dogajanju, s tem pa jim nudili občutek varnosti ter krepili zaupanje.

»Trenutno stanje smo sprejeli, se prilagodili. Za to je potrebna stabilnost in preudarnost najvišjega vodstva. Prepričana sem, da nam je to uspelo, ker smo z vodstveno ekipo naredili velik korak naprej,« pravi Tanja Skaza. Poudari, da v podjetju ne želijo menedžerjev, ampak »liderje«, voditelje. Voditelji so pravi steber podjetja. »Ko se menedžer preobrazi v voditelja, se zaveda, da je vsak član ekipe povsem sam odgovoren za svoje delo in se osredotoča na svojo dodano vrednost za podjetje. Ko zna voditelj naloge vodenja razporediti med ostale, takrat lahko rečemo, da je postal pravi svetilnik podjetja. Tak svetilnik bo vedno svetil močno in v pravo smer, ne glede na globino in dolžino krize, ki jo bo srečal na svoji poti,« je prepričana sogovornica.

Iščejo stranke, ki delajo za dobro ljudi in planeta

Tanja Skaza izpostavi, da so doslej iz vsake krize prišli močnejši. Prva kriza jim je dala zagon za razvoj podjetja, druga kriza jih je opogumila za razvoj lastne blagovne znamke, zdajšnja pa jih je prepričala, da potrebujejo nove stranke, takšne, ki delajo za dobro ljudi in planeta. »Naša strateška prodaja je zelo dobro izkoristila obdobje epidemije in imela polne roke dela s pregledovanjem pridobljenih povpraševanj, v tem trenutku pa so novi posli z novimi kupci že v



Foto: Plastika Skaza

polnem teku,« razkrije sogovornica. Doda, da stalno nadgrajujejo obstoječe in razvijajo nove izdelke na področju lastne blagovne znamke, ki jih bodo lansirali na trg v tem letu. Pri nadgradnji in razvoju novih izdelkov se usmerjajo predvsem na nove trajnostne materiale. Zavedajo se, da je prihodnost plastike v eko materialih, ki jih lahko bodisi recikliramo bodisi kompostiramo.

Temeljito prenovili poslovno-informacijsko okolje

»Glede na to, da se zadnja leta soočamo s hitro rastjo poslovanja, ki narekuje tudi širitev v druge države, ter v želji po boljšem obvladovanju sprememb in poveztivosti ter podatkovni izmenjavi s številnimi dobavitelji ter strankami doma in po svetu, smo se že pred začetkom epidemije odločili za temeljito pre-novo poslovno-informacijskega okolja,« pove Tanja Skaza. Prav tako so že pred epidemijo načrtovali nove korake na področju digitalne transformacije, online dogajanje v času epidemije jim je le potrdilo pravilno odločitev. »Konec lanskega leta smo začeli uvajati spletno orodje, ki omogoča učinkovito upravljanje marketinško-prodajnih procesov. Svoje moči smo usmerili še v proizvodnjo. V okviru lastnega projekta EcoTrail smo namreč kot prvi v Sloveniji uvedli

brezžično tehnologijo UWB (ultra-wideband). Slednja se uporablja za lociranje osnovnih sredstev v podjetju, saj omogoča izjemno natančno lociranje predmeta v realnem času,« pojasni sogovornica.

Doda, da je sicer na tej poti potrebno tudi novo znanje, ki ga s pomočjo različnih izobraževanj omogočajo svojim zaposlenim.

Vsakdo naj poišče tisto, kar je dobro

»Svet je vedno bolj nepredvidljiv. Povsod okoli nas se dogajajo spremembe in prej kot se bomo s tem sprijaznili, bolje bo za celotno gospodarstvo. Danes in v bodoče bo preživel tisti, ki bo odreagiral hitro in se prilagodil vsakršni situaciji, pri tem pa prisluhnil potrebam trga in zaupal sebi,« je prepričana Tanja Skaza. Svetuje, naj se vsak človek, vsaka ekipa, vsako podjetje poglubi v svoje poslanstvo. »Naše poslanstvo je pomagati ljudem spreminjati njihove navade in s tem ohraniti zdrav planet. Vsakdo naj se vpraša, ali s svojimi dejanji, storitvami ali izdelki, ki jih ponuja, naredi kaj dobrega za planet, hkrati pa osreči uporabnika. Ali njegovo poslanstvo zadostuje tem pogojem? Vsakdo naj poišče, kaj je dobro, kaj je tisto, kar bo pustilo dober pečat za naše zanamce,« še poudari sogovornica. 

V okviru lastnega projekta EcoTrail smo kot prvi v Sloveniji uvedli brezžično tehnologijo UWB (ultra-wideband), ki se uporablja za lociranje osnovnih sredstev v podjetju.

Danes in v bodoče bo preživel tisti, ki bo odreagiral hitro in se prilagodil vsakršni situaciji, pri tem pa prisluhnil potrebam trga in zaupal sebi.

NAPREDNE ENERGETSKE REŠITVE

TAB 
Li-Ion batteries



www.tab.si

TAB d.d.
Polena 6
2392 Mežica
T: 02 87 02 300
E: info@tab.si



Z nepredvidenimi dogodki se ne smemo spoprijeti s strahom ali obupom

»Gospodarstvo se nikoli povsem ne ustavi, čeprav to država morda priporoči ali zapove,« je prepričan Miran Rauter, direktor podjetja Hermi in nekdanji nagrajenec Gospodarske zbornice Slovenija (GZS). Pravi, da je v glavah poslovnežev vedno veliko premislekov, odgovornosti in idej, kako izboljšati poslovanje ter poskrbeti za zaposlene in njihove družine.

Kako je na vas osebno in poslovno vplivala epidemija koronavirusa?

Epidemija nas je vse presenetila. Tako osebno kot poslovno je vnesla precej negotovosti. Odzvati smo se morali hitro in se prilagoditi razmeram. Za podjetje Hermi je to pomenilo spremembo načina poslovanja, saj smo bili v preteklosti precej vezani na osebni stik s stranko. Izredno hitro smo morali uvesti spremembe, vezane na omejevanje obiskov naših kupcev na domačem trgu, na tujih trgih pa smo bili primorani vso energijo usmeriti v komuniciranje prek elektronske pošte in različnih spletnih platform (Zoom, Teams ...).

Je bila epidemija priložnost za premislek in za občutnejše spremembe na poslovnem področju?

Gospodarstvo se nikoli povsem ne ustavi, čeprav to država morda priporoči ali zapove. V glavah poslovnežev je vedno veliko misli, odgovornosti in idej, kako izboljšati poslovanje ter poskrbeti za zaposlene in njihove družine. Na prvem mestu so dobri delovni pogoji in medosebni odnosi, od tu pa gradimo naprej. Najprej smo poskrbeli za spoštovanje epidemioloških ukrepov in priporočil, nato smo iskali nove poti do naših poslovnih partnerjev in kupcev. Povečali smo aktivnosti na področju digitalizacije, hkrati pa nismo zaspali na razvojnem in tehnološkem področju. In na teh področjih smo naredili velike korake naprej in zelo povečali aktivnosti, ki že kažejo pozitivne rezultate.

V poslu je treba upoštevati tudi nepredvidene dogodke. Jih gospodarstveniki jemljete dovolj v obzir?

Vsakodnevni nepredvideni dogodki so stalnica. Večji kot sta na primer epidemija ali gospodarska kriza, bolj v nas prebudijo boj za preživetje, ki nas prisili, da izstopimo iz morebitne cone udobja in razmislimo o obstoječih načinih poslovanja in konsolidaciji. Z nepredvidenimi dogodki se ne smemo spoprijeti s strahom ali obupom. Menim, da jih je treba vzeti kot izziv ter priložnost za razvoj in napredek, saj se v takšnih situacijah karte na trgu znova mešajo in nam dajo priložnost za skok naprej.

Foto Barbara Reya

ZANESLJIV PARTNER ZA NEVARNE ODPADKE!

Za vas ustvarjamo za življenja vredno okolje.



Vodenje SIQ Ljubljana prevzel Gregor Schoss

S 17. majem 2021 je prišlo do spremembe v vodstvu Slovenskega instituta za kakovost in meroslovje, Ljubljana (SIQ Ljubljana). Po 30 letih je dosedanjega direktorja Igorja Likarja zamenjal Gregor Schoss, ki je od leta 2009 uspešno vodil največje področje znotraj SIQ – Varnost in elektromagnetika. Z novim direktorjem smo se pogovarjali o njegovih načrtih pri vodenju instituta v naslednjih letih.

Vodenje instituta ste prevzeli v izjemno razburkanem obdobju. SIQ se je na zdravstveno in gospodarsko krizo uspešno odzval, kar kažejo tudi poslovni rezultati. Kako naprej?

Institutu gre dobro. Smo močna podpora slovenskemu gospodarstvu, zaradi česar moramo delovati tudi v tujini, kjer ustvarimo večino svojega prometa. Razpršenost naših dejavnosti je zelo velika in prav celovite rešitve, ki jih ponujamo svojim partnerjem, nam zagotavljajo stabilno poslovanje. A čeprav nam gre dobro, se zavedamo, da se prav vsaka dejavnost lahko še razvija. In prav razvoj ostaja temelj našim nadaljnjim usmeritvam. S sodelavci želimo nadgraditi dosedanje usmeritve, strategijo in vizijo. Še naprej bomo utrjevali pozicijo SIQ kot svetovno znanega in priznanega instituta, kar bo močno prispevalo k uspešnosti in ugledu slovenskega gospodarstva. SIQ s svojimi storitvami namreč podpira 43 % vsega prometa slovenskih gospodarskih družb. Uspeh naših partnerjev je tudi naš uspeh.

Več kot deset let ste vodili največje področje znotraj SIQ, področje Varnost in elektromagnetika. Prav glede inženirskih poklicev so glasna opozorila, tudi s strani fakultet, da najbolj perspektivni odhajajo v tujino in da bomo to težavo morali nasloviti. Kako to vidite v vašem institutu?

Zavedamo se, da so zaposleni naš največji kapital, zato želimo ostati in



Gregor Schoss: »Uspeh naših partnerjev je tudi naš uspeh.«

postati prva izbira za najbolj perspektivne in nadarjene strokovne kadre v regiji. Kot skupina strokovnjakov smo sposobni izvesti izredno zahtevne projekte in preskuse, ki se jih ustrašijo tudi bistveno večji konkurenti. Ukvarjamo se s tehnologijami, ki šele prihajajo na trg, zato moramo ohraniti izjemno visoko raven znanja. Izziv za prihodnost torej ostaja biti v svetovnem vrhu po strokovni plati, kljub vse večji kompleksnosti tehnologije. Negativnih kadrovskih trendov se zavedamo, zato že vrsto let sodelujemo s fakultetami in tudi pri projektih, katerih namen je promocija inženirskih poklicev. S Fakulteto za elektrotehniko Univerze v Ljubljani, kjer sodelujemo pri predavanjih v zadnjih letnikih študija, smo v rednem stiku. Študenti prihajajo k nam na prakso ali opravljajo delo preko študentskega servisa. Delo pri nas je specifično in zahteva leta dela z mentorjem, študentske prakse pa so pogosto

odskočna deska za nadaljnje dolgoletno sodelovanje. Približno polovico študentov tudi zaposlimo.

Katere naložbe, poleg naložb v kadre, še načrtujete?

Zagotovo so to naložbe v novo opremo in prostore, s čimer bomo omogočili rast obstoječih ključnih področij in širitev obsega preskušanj ter zagotovili uvedbo novih storitev na področjih avtomobilske industrije, medicine in informacijskih tehnologij. Z novo opremo in prostori bomo krepili tudi znanje in tako pristali na vrhu sveta v vedno več kategorijah. Želimo si predvsem uravnotežene rasti vseh področij, načrtujemo tudi prenovljeno strategijo razvoja v tujini, seveda spet kot podpora slovenskemu gospodarstvu.

Razvijajo pogonski elektromotor prihodnosti

Trajnostno napredovanje e-mobilnosti je v zadnjem obdobju vedno hitrejšo. Pomemben prispevek k temu daje tudi skupina MAHLE, ki trenutno razvija visoko učinkovit brezmagnetni pogonski električni motor. Pri njegovem razvoju in načrtovani serijski proizvodnji je aktivno vključena tudi družba MAHLE Electric Drives Slovenija, d. o. o., v Šempetru pri Gorici.

Brezmagnetni pogonski električni motor za svoje delovanje ne potrebuje redkih zemeljskih elementov. Proizvodnja je tako okolju prijaznejša, hkrati pa prinaša prednosti pri stroških in pri zagotavljanju varnosti virov.

Brezstičen prenos električne energije

Osrednja značilnost novega motorja je brezstičen prenos električne energije, kar pomeni, da motor lahko deluje, ne da bi se obrabil, še posebno učinkovito pri visokih hitrostih. Motor tudi ne potrebuje vzdrževanja in je s tem zelo trajnostno naravnan. Gre za združitev prednosti različnih konceptov električnih motorjev v enem produktu. Rešitev je nadgradljiva, kot taka pa bo uporabna tako v osebnih kot v komercialnih vozilih.

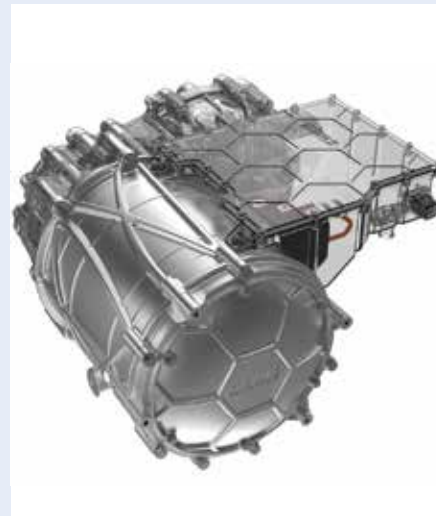
Visok izkoristek po razmeroma nizki ceni

»Naš brezmagnetni pogonski motor lahko vsekakor opišemo kot poseben dosežek, saj zagotavlja številne prednosti, ki doslej še niso bile združene v tovrstnem produktu,« pravi dr. Martin Berger, odgovoren za raziskave in razvoj v skupini MAHLE. »Zato lahko kupcem ponudimo produkt z izjemno visokim izkoristkom po razmeroma nizkih cenah.«

V procesu razvoja motorja se uporablja inovativen postopek simulacije, v katerem različne modele motorja prilagajajo različnim parametrom, dokler ne najdejo optimalnega. Ta pristop je bistveno hitrejši in cenejši od običajnih postopkov, kar Skupini Mahle omogoča hitro ustvarjanje potrebnih tehničnih pogojev za trajnostno napredovanje e-mobilnosti.

Močan razvojni in proizvodni center v Šempetru pri Gorici

Glavna lokacija skupine MAHLE za opisane inovativne električne pogone pa je – Šempeter pri Gorici. Tukaj je glavni razvojni in proizvodni center za električne pogonske sisteme, ki se bodo vgrajevali v hibridna in popolnoma električna vozila.



Zato v šempetrskem podjetju pospešeno vlagajo v razvojno-raziskovalne rešitve za e-mobilnost, v opremo za izdelavo prototipov in testiranje ter v sodobne proizvodne linije za serijsko proizvodnjo. Posledično s temi vlaganji iščejo tudi visoko kvalificirane kadre, ki bodo s svojim znanjem pripomogli k izpeljavi novih projektov za naslednje faze elektro mobilnosti.



Pri MAHLE premagujemo meje in mejnike iz geografskega in tehnološkega vidika.

Želimo si preseči trenutne zmožnosti avtomobilne industrije. Za uresničitev te vizije združujemo našo ekipo MAHLE po vsem svetu pod okrilje skupnega znanja, inovativnega duha in strasti. To raznoliko in strastno ekipo, ki je #StrongerTogether, tvorijo strokovnjaki iz več kot 30 držav, s pogledom

uperjenim v prihodnost. Kot tehnološko podkovan strokovnjak za mobilnost si ne boste le zamišljali inovacij prihodnosti, temveč bomo s skupnimi močmi poskrbeli, da bodo nove trajnostne rešitve za mobilnost postale resničnost. Postanite del naše ekipe, prijavite se zdaj!

jobs.mahle.com



MAHLE

Let's keep the future moving!

Oblikujmo mobilnost po vsem svetu.
#StrongerTogether

Tinex – ker je digitalizacija stvar vaše odločitve in naših izkušenj

Za pravočasno sledenje stroki na področju vzdrževanja in nemoteno zagotavljanje in optimizacijo skladiščnega poslovanja vam podjetje Tinex nudi celovito rešitev

Tinex – Digitalization is a matter of your decision and our experiences

Tinex offers you a complete solution to stay informed up to date on field of maintenance, smooth delivery and optimization of warehousing operations



Konsignacijska skladišča

Consignment warehouses



Strokovna pomoč

Professional support



40.000 izdelkov vedno na zalogi

40.000 products always in stock



Podpora 24/7/365

Support 24/7/365

Spletna trgovina

Online shop



www.tinex.si

Dostava Delivery



Sledimo dobi digitalizacije
—
We follow the age of digitalization



TINEX, d.o.o., Šenčur, Slovenija

SCHAEFFLER

FAG



NTN 

 ORIGINAL PERMAGLIDE®

BECO



 FREUDENBERG
REINFORCED TOOTHBELT

 DICHTOMATIK
Any seal. Any time.

 CORTECO®
The Perfect Change.

Garlock
an OPR Industries family of companies

TEXPACK

Burgmann Packings

Continental



Link-Belt®

REXNORD

 elbe
GELBOLX

elso



 DONGHUA



EVOLMEC®

THK
The Mark of Linear Motion

LOCTITE

 WÜRTH

NORD-LOCK®
Bolt securing system

 IKVO
ELEKTROTECHNIK AG

FESTO

 AEGIS

2020

AAA

Platinasta odličnost

★★★★★

Uspešnost podjetij

To dela podjetja uspešna

Vrsta dejavnikov vpliva na to, kako uspešno bo podjetje. Poleg dobrega produkta, zavzetih in motiviranih zaposlenih so pomembne tudi sposobnosti vodenja ljudi v podjetju. Receptov za uspeh je veliko.

Barbara Perko

Na eni strani je seveda obvladovanje stroškov in kakovosti, na drugi pa skrb za kulturo soustvarjanja, v kateri so pobude zaposlenih in ostalih deležnikov zelene, upoštevane, spoštovane in nagrajevane.

Zagnano dela samo petina zaposlenih.

Sodobna podjetja morajo biti vodena na osnovi vizije in vrednot, ki ne ciljajo le na lasten uspeh, temveč tudi na dobrobit vseh deležnikov – zaposlenih, strank, družbe kot celote in okolja.

»Uspeh podjetja je odvisen od usklajene kombinacije mnogih dejavnikov: najprej seveda, da ponujamo izdelek ali storitev, ki ga kupci potrebujejo in želijo, pod vsemi pogoji, ki ustrezajo obema stranema, ter etično, trajnostno in družbeno-odgovorno. Potem pa moramo uspehu podjetja pripisati tudi naše sposobnosti vodenja ljudi in procesov v podjetju, na strani dobaviteljev in odjemalcev ter v panogi. Na eni strani je seveda obvladovanje stroškov in kakovosti, na drugi pa skrb za kulturo soustvarjanja, v kateri so pobude zaposlenih in ostalih deležnikov zelene, upoštevane, spoštovane in nagrajevane,« o tem, kaj morajo podjetja storiti, da bodo uspešna, pravi Nastja Mulej, magistra komunikologije, licencirana trenerka kreativnosti po metodi 12 dejavnikov inoviranja in edina trenerka metod razmišljanja Edwarda de Bona v Sloveniji.

Zavzeti, motivirani in proaktivni bodo zaposleni le, če bodo vključeni tako, da bodo videli svoj prispevek kot smisel. »Ne smemo namreč pozabiti, da zagnano dela samo petina zaposlenih. Torej se moramo naučiti metod sodelovanja, kot je npr. šest klobukov razmišljanja – ki deluje kot nek osnovni človeški bonton, ter metod soustvarjanja, kot so npr. orodja lateralnega razmišljanja,« dodaja. Vodja mora ljudi povezovati, da sledijo skupnemu poslanstvu, skrbeti za njihovo nenehno izobraževanje tako na področju stroke kot mehkih veščin in osebne rasti.

Najmočnejša valuta je zaupanje

Teja Breznik Alfired, svetovalka, specializirana za področje strateškega menedžmenta na področju človeških virov (human resources – HR), meni, da bodo uspešna podjetja prihodnosti tista, ki bodo znala vsako delovno mesto pretvoriti v poslanstvo. »Svojo organiziranost bodo primorana preoblikovati v bistveno bolj ploske strukture, s prenosom moči odločanja na nižje nivoje organizacij in predvsem dati zaposlenim odgovornost razmišljanja in izbire dela na osnovi lastnih ambicij in potencialov,« pravi. Podjetja bodo morala svoje delo organizirati po agilnih principih timskega in medtimskega sodelovanja, da bodo lahko dovolj hitro razvijala kompetentnost in učinkovitost delovne sile. Sodobna podjetja morajo biti vodena na osnovi vizije in vrednot, ki ne ciljajo le na lasten uspeh, temveč tudi na dobrobit vseh deležnikov – zaposlenih, strank, družbe kot celote in okolja.

»Uspešni vodilni bodo tisti, ki bodo sposobni presegati lasten ego in delovati v dobrobit drugih. Njihova naloga je, da vodijo na način, da služijo drugim in ustvarjajo pogoje za kreativnost. Pri tem je coaching eden od najboljših načinov, kako podpreti osebni in profesionalni razvoj ljudi ter vzpostavljati spodbudna delovna okolja,« meni Teja Breznik Alfired. »Da bi vodilni lahko razvili takšen način vodenja, morajo začeti voditi od znotraj navzven. To pomeni, da razvijejo visoko stopnjo samorefleksije z namenom razumeti, kako njihova prepričanja in vrednote vodijo njihove odločitve in vedenja ter s tem vplivajo na ljudi, ki jih vodijo. Prepoznavati, katere odločitve temeljijo na lastnem interesu in s tem na strahu, in katere so usmerjene v skupno dobro, je prvi korak k visoko zavednemu vodenju, ki ga sodobni čas zahteva. Poleg visoke stopnje samorefleksije je pomembna tudi visoka raven obvladovanja sebe, kar zahteva od vodilnih veliko poguma in stalnega osebnega razvoja preko coachinga ali drugih primernih in učinkovitih načinov spoznavanja in vodenja sebe.«

Najmočnejša valuta sodobnega vodenja je po njenem mnenju gradnja zaupanja, za kar pa je treba začeti pri razvoju agilnega mišljenja. To pomeni, da moramo razumeti, kako način razmišljanja (»mindset«) posameznika vpliva na njegove uspehe in odnose. »Kljub temu, da vemo, da je za uspeh pomembna čustvena inteligenca, je še pomembneje razvijati adaptivno inteligenco. Ta se lahko razvije preko dela na sebi. Zato bi podjetja morala v bistveno večji meri vlagati v osebni razvoj vodilnih in zaposlenih – v razvoj osebnega zavedanja in vodenja sebe ter vzpostavljanja učinkovitih odnosov z drugimi ter s tem oblikovanje varnega in spodbudnega okolja, ki je predpogoj za kreativnost.«

»Vse, kar počnemo, delamo ljudje za ljudi«

»Uspešno podjetje naredijo predani in motivirani ljudje, ne samo zaposleni, pač pa vsi udeleženci v procesih. Pri tem najpomembnejšo vlogo igrajo sodelavci, prav tako pomembno pa k uspehu podjetja prispevajo tudi dobavitelji in kupci ter vsi ostali deležniki. V današnjem svetu je sorazmerno lahko dostopati do materialnih virov oziroma najmodernejših tehnologij, ki pa k uspehu podjetja prispevajo manj kot 20 odstotkov. Še vedno se uporablja izraz človeški viri (human resources), pri katerem se

poraja predstava, da kupujemo predmete ali stvari in da se ljudi obravnava kot tržno blago. Pri tem pa pozabljamo bistveno. Vse kar počnemo, delamo ljudje za ljudi. Osnova so dobri medčloveški odnosi, ki temeljijo na enostavnih besedah: dober dan, hvala, nasvidenje, cenim tvoj doprinos, morda bi v prihodnje tole naredili nekoliko drugače ...», pravi Slavko Kanalec, izvršni direktor za proizvodnjo, tehnologijo in investicije, Skupina SIJ.



Foto: Bor Dobrin, Skupina SIJ

Dobre odnose gradijo srečni zaposleni

»Uspešnost podjetja je v prvi vrsti odvisna od zadovoljnih in zavzetih zaposlenih, saj je to tesno povezano z zadovoljnimi kupci in posledično dobrimi poslovnimi rezultati. Celoten krog temelji na odnosih med vsemi deležniki. Dobre odnose gradijo srečni zaposleni, le-ti pa so srečni, ko so motivirani za zavzeto opravljanje dela. Pomembno je, da delovno okolje omogoča nenehen razvoj kompetenc, psihološko varnost, fleksibilne oblike dela in podobno. Zelo pomembno vlogo za uspeh prav gotovo predstavljata zaupanje in transparentna komunikacija na vseh ravneh,« svoj pogled na uspešnost predstavi Robert Agnič, direktor podjetja Plastika Skaza.



Foto: Plastika Skaza

Začne se pri dobrem produktu oziroma storitvi

»Zagotovo se uspeh začne pri dobrem produktu oziroma dobri storitvi,« meni Petra Šinigoj, generalna direktorica skupine Saop. »V Saopu si že več kot 30 let prizadevamo poenostavljati poslovanje uporabnikov in uspeva nam zato, ker sledimo napredku. Nenehno

se izboljšujemo, uporabniki pa rastejo skupaj z nami in nam zaupajo. Ko si pridobiš zaupanje strank in zaposlenih, se dober glas prenaša naprej, ustvarja nove stranke in ne nazadnje pritegne tudi nove sodelavce, ki si želijo delati v tako ustvarjalnem okolju. Pri nas gojimo zavedanje, da uspeh ustvarjajo zaposleni in toliko, kot skrbimo mi za svoje sodelavce, enako mero skrbnosti kažejo oni pri svojem delu. Tudi tako, da verjamejo v produkt in so ponosni na rešitve, ki jih nudimo strankam. Seveda pa je za uspeh pomembna tudi jasna vizija za prihodnost.«



Foto: Vid Rotar

O tem, kdo je boljši, odloča predvsem človek

Zavzeti in motivirani sodelavci so ključni za uspešnost podjetja. »V sodobnem merjenju moči med podjetji nimajo glavne besede tehnološke zmogljivosti. O tem, kdo je boljši, danes odloča predvsem človek. Krkinega razvoja in napredka si ne moremo predstavljati brez zavzetih, motiviranih in dobro usposobljenih sodelavcev in njihove pripadnosti podjetju. Zato je med našimi ključnimi cilji biti podjetje ustvarjalno mislečih sodelavcev z visoko energijo in pripravljenostjo prispevati k uspešnosti – najprej svojega oddelka in Krke nasploh,« pravi Jože Colarič, predsednik uprave in generalni direktor Krke, tovarne zdravil iz Novega mesta. »Za doseganje rezultatov niso dovolj le zapisane strategije in cilji, ampak jih moramo biti sposobni in pripravljeni tudi uresničiti. Poleg zaposlenih so glavni ključ za Krkin uspeh seveda kakovostni, varni in učinkoviti izdelki ter vertikalno integriran poslovni model, ki nam omogoča hitro prilagajanje spremembam.«



Foto: Krka

Uspešni vodilni bodo tisti, ki bodo sposobni presegati lasten ego in delovati v dobrobit drugih.

Osnova so dobri medčloveški odnosi, ki temeljijo na enostavnih besedah: dober dan, hvala, nasvidenje, cenim tvoj doprinos ...

Podjetje verjetno najbolje deluje, če je odprto za nove ideje in znanja in v njem delujejo vsi deležniki usklajeno in v ravnovesju.

Receptov za uspeh je toliko kot ljudi in podjetij.

Kultura dolgoročne pripadnosti sodelavcev podjetju je lahko zelo močno orodje, ki pa se ga ne sme zlorabiti.

Za podjetje s tradicijo velja, da ima trdno izoblikovane vrednote in svojo kulturo.

Kako to doseči? »Recept, s katerim lahko vse to dosežeš, je v prvi vrsti, da imaš jasno vizijo in strategijo, kako doseči zastavljene cilje. Pri tem je predvsem pomembno, da se vsi zavedamo njihovega pomena. Prav zato sodelavce z njimi sproti seznanjamo. Vzrok za uspeh pa so vsekakor ljudje,« pravi Colarič. V podjetju so odprti za spremembe ter hitro in učinkovito iščejo nove poti. V hitrosti in fleksibilnosti, partnerstvu in zaupanju ter kreativnosti in učinkovitosti so prepoznali trdne osnove njihove poslovne kulture in podjetniške vizije.

»Fleksibilnost načrtno razvijamo kot svojo poslovno prednost in je v naši organizacijski kulturi neposredno povezana s hitrostjo. Obenem se zavedamo, da je spoštljiv odnos do naših partnerjev – kupcev, delničarjev, dobaviteljev in vseh drugih deležnikov – ključ za partnerstvo in zaupanje. Po 66 letih se slednje odraža v zaupanju več kot 50 milijonov bolnikov v naše izdelke in to je tisto, kar nam prinaša uspeh. Za uspeh je pomembna tudi kreativnost, ki zaposlene vodi v inovativnost, in seveda učinkovitost. Vedno stremimo k temu, da tisto, kar počnemo, opravimo najbolje, kar se da učinkovito in v čim krajšem času. Naš moto je zavedanje, da je Krkina uspešnost odvisna od energije, ki smo jo pripravljene vložiti, in od naše sposobnosti, da jo obvladamo in usmerimo v skupni cilj – zadovoljstvo naših kupcev z našimi izdelki in storitvami,« pravi Colarič.

Sam lahko narediš le malo

Janez Rebec, predsednik uprave Pivke in direktor Delamarisa, poudarja, da »podjetje verjetno najbolje deluje, če je odprto za nove ideje in znanja in v njem delujejo vsi deležniki usklajeno in v ravnovesju. Receptov za uspeh pa je toliko kot ljudi in podjetij.« Pravi, da so v njihovi skupini posebni v tem, da imajo res zelo veliko različnih strokovnjakov za različne dejavnosti: pripravo krmil, rejo, pripravo mesa, predelavo in konzerve, za piščance in ribe ..., ki pa najdejo skupni jezik v tem, da želijo družinam in posameznikom nuditi visokokakovostne dnevne obroke in prihranek časa. »To rezultira v odlične izdelke, ki jih kupci cenijo in iščejo. Sami nenehno iščemo nove izzive in pri tem rastemo. Vsi v tem ciklu moramo biti slišani in najti svoje mesto: zaposleni, lastniki, partnerji in kupci. Sam lahko narediš le

malo,« priznava sogovornik in doda: »Če smo pripadni podjetju in motivirani, da naredimo skupaj nekaj dobrega, uspeh ne more izostati. Znanje, ki ga imamo, gradimo na temelju zelo bogate tradicije. V skupini smo se še nedavno veselili trojnega jubileja: 140 let tradicije Delamarisa, 60 let Pivke ter 10 let skupine Pivka – Delamaris. To je pot številnih izkušenj, ki pa jo nadgrajujemo z novim znanjem mladih strokovnjakov. Z zadovoljstvom lahko pogledaš na uspešno preteklo obdobje le, če veš, da si ustvaril nekaj dobrega za skupnost in se iz tega tudi veliko naučil.«

Kako k uspehu pripomore tradicija?

Tradicija igra veliko vlogo v podjetjih. »Današnja Krko so od ustanovitve pa do danes ustvarile generacije 'krkašev' – od komaj peščice v Andrijaničevem laboratoriju do več kot 12.600 zaposlenih, ki so danes razpršeni po različnih koncih sveta. Upam si trditi, da smo prav vsi – ne glede na obdobje, v katerem smo delovali in živeli – negovali iste vrednote. Izpostaviti pa velja tudi znanje, v katerega v Krki vlagamo že od samih začetkov,« pojasnjuje Jože Colarič. »Tradicija, ki smo jo ustvarili skupaj, ter dobre lastnosti in veščine sodelavcev nam že 66 let omogočajo, da sprejemamo prave odločitve in uspešno premagujemo različne ovire. Na ravni posameznika so to ustvarjalnost, strokovnost, predanost delu, pripadnost in dobri medsebojni odnosi. Na ravni podjetja pa predvsem konkurenčnost, inovativnost, učinkovitost, etičnost poslovanja, hitrost in sposobnost prilagajanja poslovnim izzivom.«

»Tradicijo velja povezati z eno od naših temeljnih vrednot, to so izkušnje. Na podlagi izkušenj, ki jih iz roda v rod prenašamo skupaj z lastniki že skoraj 44 let, razvijamo in nadgrajujemo kakovost izdelkov in storitev, s tem pa ohranjamo konkurenčnost in uspešnost v panogi,« poudarja Robert Agnič, direktor podjetja Plastika Skaza.

»Kultura dolgoročne pripadnosti sodelavcev podjetju je lahko zelo močno orodje, ki pa se ga ne sme zlorabiti,« o vlogi, ki jo pri tem igra tradicija v podjetju, pove Slavko Kanalec. A ob tem opozarja: »Pozdraviti je potrebno tudi sveže ideje in poglede novih sodelavcev. Stvari so vedno enostavne in logične. Primere moramo iskati v naravi, iz katere izhajamo. Zato velja, da se visoka in močna drevesa viharjem upirajo z globokimi, zdravimi in razvejanimi koreninami.«

»Dober sloves vsekakor utrjuje zaupanje pri zaposlenih in strankah. Tradicija pomeni varnost in zavedanje, da se na sodelovanje s Saopom lahko zanesemo, saj gre za stabilno in profesionalno okolje. Za podjetje s tradicijo velja, da ima trdno izoblikovane vrednote in svojo kulturo. Saop je poznan po vrednotah zaupanja, zanesljivosti, učinkovitosti, partnerstva, ustvarjalnosti in prijaznosti. To je osnova, na kateri gradimo kulturo podjetja in ne nazadnje s tem ohranjamo čut visoke pripadnosti zaposlenih in strank,« odgovarja Petra Šinigoj, generalna direktorica skupine Saop. gg



Foto: Arhiv Pivka

IZVIR
ZDRAVJA



Odlikuje nas:

- 25 let izkušenj
- 50 vrhunskih zdravnikov specialistov
- celostna obravnava v samo dveh dneh
- preventivna preiskava celega telesa z magnetno resonanco

Preventivni menedžerski pregledi

v Medical centru Rogaška

"Splošno znano je, da je preprečevati boljše kot zdraviti. V Medical centru Rogaška smo za vas oblikovali različne preventivne programe, s katerimi bomo podrobno preučili vaše zdravstveno stanje in tveganja za nastanek bolezni. Svetovali vam bomo, kako delovati, da boste ohranili in izboljšali zdravje ter uživali v življenju brez zdravstvenih težav."

mag. Irena Bajc, dr. med., specialistka družinske medicine, vodja preventivnega programa

INFORMACIJE IN REZERVACIJE:

T: 03 811 7012 ali 051 399 003 | E-mail: menedzerski.pregledi@rogaska-medical.com

Zdravilišče Rogaška - Zdravstvo d.o.o. | Zdraviliški trg 9 | 3250 Rogaška Slatina | Slovenija
www.rogaska-medical.com



Z odlično organizacijo in prilagodljivostjo v družbi najboljših

Z visokokvalificiranimi kadri, inovativnostjo in sodobno tehnološko ter merilno opremo so v TBP, d. d., kos zahtevam vodilnih avtomobilskih proizvajalcev.

Družba TBP, d. d., iz Lenarta v Slovenskih goricah, je visoko specializirano podjetje za razvoj in izdelavo bovdnen potegov in zahtevnih kinematičnih sklopov za avtomobilsko industrijo. Proizvodna dejavnost obsega brizganje in nabrizgavanje plastičnih mas na modernih horizontalnih in vertikalnih brizgalnih strojih, podprtih s sodobnimi avtomatiziranimi in robotiziranimi sistemi, ekstruzijo termoplastičnih materialov, kakor tudi visoko avtomatizirano in robotizirano sestavo sklopov.

Sistemeski dobavitelj priznanim avtomobilskim proizvajalcem

Kot proizvajalec komponent za svetovno avtomobilsko industrijo na leto proizvede več kot 87 milijonov različnih sestavnih delov za prvo vgradnjo za uveljavljene avtomobilске znamke, kot so BMW, Daimler, Audi, Porsche, VW, Seat, Škoda, Lamborghini, Volvo, Jaguar, Bentley, Rover, Ford, GM in drugi, ki jih v celoti izvažajo na trge v Evropi in zunaj nje. Letni obseg prihodkov presega 64 milijonov evrov. Svoje izdelke proizvaja v Sloveniji in Mehiki.

»Visokokvalificirani kadri, inovativnost in sodobna tehnološka ter merilna oprema zagotavljajo odlično organiziran in fleksibilen poslovni sistem, na katerem družba gradi svoje konkurenčne prednosti, ki je podprt s standardi kakovosti evropske avtomobilске industrije ISO 9001, IATF 16949, ISO 14001 in ISO 45001. Spoštovanje dogovorov in visoka stopnja osebne odgovornosti vsakega izmed skoraj 1.000 zaposlenih so temelji, na katerih gradimo komunikacijo s kupci in dobavitelji ter zagotavljamo stabilnost podjetja. Naše vrednote so spoštovanje posameznika, zaupanje, odprtost,



»Naše vrednote so spoštovanje posameznika, zaupanje, odprtost, lojalnost, kreativnost in inovativnost,« pravi dr. Danilo Rojko, direktor družbe TBP, d. d.

lojalnost, kreativnost in inovativnost,« razlaga direktor dr. Danilo Rojko.

Končni cilj: pametna tovarna

Odlčitve so v podjetju vedno bolj podvržene strategiji oz. konceptu Industrije 4.0, katerih končni cilj so pametne tovarne, ki bodo sposobne upravljati kompleksne procese in bodo ti komunicirali drug z drugim. »Sledenje konceptu Industrija 4.0 izhaja iz potrebe po povečanju učinkovitosti, optimizaciji stroškov, izboljšanju logističnih poti itd. Prav zaradi tega smo za lastne potrebe in za trg sami razvili cenovno dostopen in učinkovit sistem nadzor proizvodnih sistemov, ki so povezani z ERP informacijskim sistemom ob istočasni integraciji sistema za planiranje in terminiranje proizvodnje s ciljem dolgoročne vzpostavitve pametne proizvodnje, ki bo v prihodnosti vodena s pomočjo inteligentnih programskih orodij, povezanih s stroji in napravami,« razlaga sogovornik.

Dejavno nad posledice epidemije

Po začetnemu okrevanju avtomobilске industrije po pandemiji Covid-19, so se začele pojavljati težave v dobavitelski verigi. Pomanjkanje polprevodniških

elementov in surovin ter rast cen surovin preko vseh meja neposredno vpliva tudi na poslovanje TBP. Pričakujejo, da se bodo v drugi polovici leta vsaj delno stabilizirale cene surovin in začele normalizirati razmere v dobavitelski verigi.

Skrbno spremljajo dogajanja pri njihovih kupcih, izvajajo racionalizacijo stroškov in analizo smotrnosti izvedbe nekaterih razvojno-naložbenih projektov. Uvajajo se novi poslovni modeli in na podlagi predvidevanja naročil izvajajo simulacije poslovanja s poudarkom na zagotavljanju likvidnosti podjetja.

Letos normalizacija poslovanja, prihodnje leto nov proizvodni program

V letu 2021 so si zadali, da normalizirajo poslovanje v luči posledic epidemije Covid-19, nadaljujejo z zmanjševanjem stroškov in uvajajo nove organizacijske modele.

»Slediti želimo začrtani poti posodabljanja tehnoloških procesov in strategiji uvajanja Industrije 4.0 in izboljševati učinkovitost procesov. V prihodnjem letu pa želimo zaključiti z razvojem novega proizvodnega programa in začeti njegovo samostojno trženje ob istočasnem povečanju prihodkov,« razlaga Danilo Rojko.



SREDNJO EVROPO POVEZUJEMO Z MORJEM

Največji kontejnerski terminal na
Jadranu.

Peti največji avtomobilski
terminal v Evropi.

Z zanesljivo pristaniško ponudbo in
razvejano mrežo pomorskih in železniških
povezav podpiramo globalne logistične
rešitve do osrčja Evrope.

Pomemben vpliv pristaniške dejavnosti
na slovensko gospodarstvo.*

- 7.154 delovnih mest vezanih na
pristaniško dejavnost
- 1,2 milijarde € ustvarjenih prihodkov
pristaniške dejavnosti
- 1 € prodaje v pristaniški dejavnosti
povzroči 2,2 € dodane vrednosti



Motivacija

Za dobrega vodjo in za smiselni cilj lahko ljudje premaknejo goro

Ljudi motivirajo dobri odnosi, smiselno delo, občutek prispevanja, znani cilji. Motiviranost je dober predpogoj za uspeh, poudarjajo sogovorniki.

Barbara Perko

»Motiviranost v smislu dobrega počutja, možnosti napredovanja, zaupanja, spodbujanja in nasploh dobrih odnosov je predpogoj za zadovoljne in zavzete zaposlene, katerih posledica sta boljša produktivnost in učinkovitost, s tem pa uspešnost poslovanja,« pravi Janja Urankar Berčon, vodja službe za odnose z javnostmi v podjetju Plastika Skaza. »Svoboda, ki mi jo daje podjetje, da sama prevzemam odgovornost za doprinos k rezultatom s svojo dodano vrednostjo po eni strani, ter možnost usklajevanja poslovnega in družinskega življenja na drugi strani – to je tisto, kar mene osebno najbolj motivira. Vsak posameznik ima drugačne potrebe, zato se vselej trudimo, da od zaposlenih pridobivamo stalne povratne informacije in se odzivamo na trende.«



»Za motivacijo sodelavcev ni enotne formule«

Vodje morajo znati poskrbeti tako za motivacijo sodelavcev kot za motivacijo samih sebe. »Sem eden tistih srečnežev, ki nimajo problemov s samomotivacijo. Od nekdaj sem jasno vedel, kakšne so moje ambicije, in če človek pred seboj vidi jasn cilj, je potrebno zgolj zavihati rokave in



foto: Bor Dobrin

se lotiti dela,« o tem, kako skrbi za lastno motivacijo, pravi Aleš Falatov, direktor za marketing in razvoj poslovanja, Skupina SIJ. »Seveda se kdaj zgodi, da motivacija tudi pade. Na primer takrat, ko projekt, v katerega sem vložil veliko truda, ne prinese pričakovanih rezultatov. Vendar so ti trenutki redki in kratkotrajni. Premoščam jih s tehniko majhnih zmag (quick win). Preusmerim se na kakšen manjši in morda manj zahteven projekt, ki s pozitivnimi rezultati prinese nov veter v jadra.«

»Za motivacijo sodelavcev ni enotne formule, saj smo si ljudje med seboj zelo različni, zato mora menedžer za vsakega neposredno podrejenega sodelavca izoblikovati unikatno motivacijsko formulo. Pomembno je tudi, da so meje in pričakovanja nadrejenega nedvoumno izražene, obenem pa se znotraj njih dopušča dovolj maneverskega prostora, da lahko vsak zaposleni razvije svoje metode doseganja rezultatov,« pravi Falatov. Na ta način se oba – nadrejeni in podrejeni – izogneta mikroupravljanju, ki je dušilec zavzetosti, kreativnosti in lastnega čuta za odgovornost. Če so uresničeni ti pogoji, po mnenju Falatova vsak sodelavec tudi lažje razume vpliv svojega dela na skupna prizadevanja družbe podjetja, torej ima pred seboj

širšo sliko. »Veliko vlogo pri tem igra tudi neposredno delovno okolje – torej korektni in pošteni odnosi, ki temeljijo na spoštovanju in zaupanju, dobra klima v oddelku, skrb za dobro počutje. Sodelavci takih timov z veseljem prihajajo v službo in so zavzeti, saj vedo, da imajo v neposrednem delovnem okolju dovolj spodbude in tudi pomoči, kadar jo potrebujejo.«

»Čut za vsakega človeka je vedno poplačan«

»Povezanost je vtkana v našo družbo. To se je zelo čutilo še posebej pri vseh izzivih preteklega in tega leta. Ob rednem delu nas vodijo predvsem dnevni in letni cilji narediti odlične, priročne in okusne izdelke višje kakovosti, brez konzervansov in aditivov, z visoko dodano vrednostjo in s certifikati kakovosti. Vsak dan znova sodelujemo predvsem v zaupanju drug do drugega, s prijazno besedo in spoštovanjem. Čut za vsakega človeka je vedno poplačan tudi z motivacijo posameznika in skupine. Za delo me osebno motivira predvsem zavedanje, da se vztrajanje, pogum in potrpežljivost vedno splačajo. Z odličnimi izdelki, urejenimi procesi in dobrimi odnosi gradimo sebi in drugim prijazno delovno okolje, na dolgi rok



Foto: Arhiv Pivka d. d.

pa tudi delo prihodnjim generacijam. Ob pogledu na prehojeno pot kasneje vedno prevladujejo lepi spomini,« pravi Aleksander Debevec, član uprave Pivka in direktor Delamaris Kal.

Zaposleni se morajo počutiti sprejete

Vrhunske rezultate lahko doseže le vrhunska ekipa, pravi Paulina Pazio, direktorica kadrov za Novartis v Sloveniji. V svoje vrste poskušajo privabiti najboljše talente z različnih področij in zgraditi organizacijsko kulturo, ki motivira zaposlene, da so najboljša različica sebe. Motivirani in zavzeti posamezniki so namreč predpogoj za uspešno opravljeno delo. »Na eni strani ustvarjamo opolnomočeno, vedoželjno in navdihujočo kulturo, ki temelji na integriteti in vrednotenju raznolikosti. Zagotavljamo varno in vključujoče delovno okolje, v katerem se vsi zaposleni počutijo sprejete. Na drugi strani pa zaposlene motiviramo tako, da jim ponujamo različne priložnosti za izobraževanje in razvoj, tako na zasebni kot profesionalni ravni, nagrade in ugodnosti ter druga orodja in pristope, ki jim omogočajo, da si



Foto: Prof. Gasčič

svoje delovno okolje prilagodijo tako, kot jim najbolj ustreza,« pojasnjuje.

Paulino Pazio osebno najbolj motivira dejstvo, da dela v farmacevtski industriji. »Poslanstvo našega podjetja, ki na prvo mesto postavlja bolnike, izboljšuje njihovo življenje s prebojnimi zdravljenji, ki jih zagotavlja čim večjemu številu ljudi, me spodbuja in motivira. Zaposleni v Novartisu se zavedamo našega vpliva na številna življenja, in kadar slišim osebne zgodbe ljudi, ki smo jim pomagali, me to še dodatno spodbudi. Motivirajo me tudi

sodelavci. Cenim sodelovanje z ljudmi, ki jim je mar in so strastni do svojega dela, predani ustvarjanju boljšega sveta in si prizadevajo delati v dobro družbe. Zavedanje, da je toliko ljudi, ki trdo delajo, odlično opravljajo svoje delo in se trudijo, da bi izpolnili visoka pričakovanja ljudi po vsem svetu, obenem pa ostajajo skromni, je tisto, kar me motivira in je razlog, da v Novartisu delam že več kot 12 let. Navsezadnje me motivira tudi dejstvo, da mi v Novartisu še nikoli ni bilo dolgčas. Zakaj? Zaradi številnih možnosti za osebni in poklicni razvoj. V podjetju lahko ves čas razvijamo svoja močna področja in izboljšujemo tista šibkejša ter pridobivamo nove veščine in znanja.«

Kako poskrbeti za motivacijo?

Nastja Mulej, magistra komunikologije, licencirana trenerka kreativnosti po metodi 12 dejavnikov inoviranja in edina trenerka metod razmišljanja po Edwardu de Bonu, poudarja, da lahko vodje pozitivno vplivajo na motivacijo zaposlenih tako, da jih vključijo v razmišljanje od samega začetka, da jih upoštevajo in

POSLOVNI INFORMACIJSKI PROGRAM PANTHEON ENTERPRISE

Ko tehnologija in ljudje delujejo v harmoniji, je takšno tudi vaše poslovanje.



Vsestranski vpogled za popoln nadzor

Poročila o trenutnem stanju poslovanja in pregled nad celotnim poslovanjem omogočajo, da so vaše odločitve hitre in zanesljive.



Samozavestno načrtovanje

Uskladite strateške načrte s finančnimi in operativnimi rezultati. Sprejemanje odločitev na podlagi kakovostnih podatkov je bolj učinkovito. Stremite k uspehu brez omahovanja.



Digitalizacija poslovanja

Dosegajte boljšo učinkovitost s prednastavljenimi procesi in brez pretipkavanja podatkov, s hitro izmenjavo dokumentov in z varno shranjenimi podatki.

- 23 let neprecenljivih izkušenj
- 65.000 uspešnih uporabnikov
- 12 evropskih držav



spoštujejo. Ljudi motivirajo dobri odnosi, smiselno delo, občutek prispevanja, znani cilji, kar jim je treba omogočiti. Za dobrega vodjo in za smiselni cilj lahko ljudje premaknejo goro. »Vsak človek teži k uspešnosti – tistega, kar mu je pomembno. Če čuti, da mu je služba po-klic-anost, potem se bo trudil biti najboljši. Naloga vodje je predvsem, da skrbi za psihološko varno okolje, v katerem lahko izrazi tisto, v čemer je najboljši. In pri tem birokratizirani, 'tayloristični' pristopi multinacionalk odpovedo,« poudarja.

Ne smemo pa pozabiti niti na to, da je treba poskrbeti tudi za vodje. »Vedno nas zanima, kaj lahko vodja naredi za zaposlene, pozabimo pa, kaj lahko mi naredimo za vodjo. Po Gallupu je tudi med vodji le 35 % motiviranih ... Zunanja motivacija pravzaprav sploh ni mogoča –

še vsako dajanje bonitet se je zaključilo z željo po še. Kot je lepo ugotovil Dan Pink v knjigi Zagon, vsak človek – tudi vodja – potrebuje: smisel, samostojnost, samoizpopolnjevanje. Omenjeno sem si prevedla kot »3S«. Vodja brez občutka smisla ne more biti motiviran. Dobro in zavzeto opravljamo tista opravila, kjer sicer vemo, kaj moramo narediti, pustijo pa nas pri tem, kako to naredimo. In, tretje, kjer nam dajo možnost, da se za področja, ki nas zanimajo, dodatno usposabljam. Vodja torej mora predvsem (s)pozna(va) ti samega sebe, da ve, kaj se njej ali njemu zdi smiselno, kaj rad in dobro počne sam, kaj pa bolje od njega počne drugi ... ter tako delovati tudi do svojih ljudi,« svetuje Nastja Mulej. [gg](#)



Foto: osebni arhiv

Vodilni ponudnik poslovnih programov
za podjetja vseh velikosti

Certifikati: IATF 16949, ISO 9001, ISO 14001

HLADILNA TELESA ZA ELEKTRO KOMPONENTE



ORODJA ZA PREOBLIKOVANJE PLOČEVINE



KOVINSKI IZDELKI pokrovi, nosilci, sponke

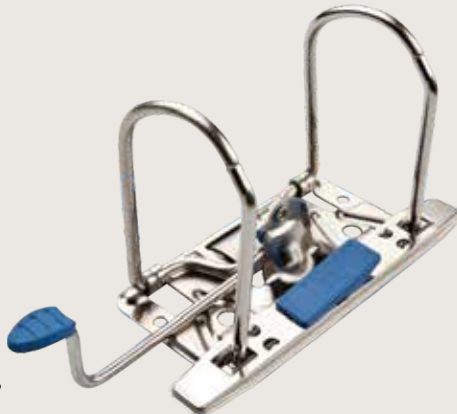


MONTAŽA SKLOPOV

„Klik-sistem“ pritrdjevanja sklopov, elektro komponente



MEHANIZMI ZA REGISTRATORJE



INDUSTRIJSKE SPONKE



Podjetje NIKO danes:

- štancanje kovinskih izdelkov,
- sestava na velikoserijskih montažnih linijah,
- lastna konstrukcija in orodjarna,
- 270 zaposlenih,
- 36 mio € letne realizacije,
- 92 % izvoza,
- hčerinski podjetji na Češkem in Madžarskem.

Inovativnost

Kakšne inovacije želimo in potrebujemo?

Čeprav so najpogostejše stalne inovacije, pri katerih je problem dobro definiran, prav tako pa je jasno, kakšno domensko znanje je potrebno za njegovo rešitev, pa obstaja cela vrsta drugih inovacij – tudi prebojne ali pa disruptivne, ki jih ne gre zanemariti. Ključno je, da se podjetje jasno zaveda svojega primarnega načina inoviranja, saj ta opredeljuje inovacijsko strategijo.

Dr. Aleš Ugovšek, Tehnološki razvoj in inovativnost, GZS

Prebojne inovacije so tiste, pri katerih je problem dobro definiran, ne pa tudi potrebno domensko znanje, saj je problem izredno težko rešiti. V primeru prebojnih inovacij je strategija odprtega inoviranja še posebej smiselna in učinkovita.

Disruptivne inovacije so tiste, pri katerih problem ni dobro definiran, je pa znano potrebno domensko znanje. V tem primeru stalno inoviranje izdelka ne bo imelo dodane vrednosti, ampak je potrebno inovirati na poslovnem modelu.

Inovacija je postopek pretvorbe ideje ali izuma v izdelek ali storitev, ki ustvarja vrednost in za katero bodo uporabniki pripravljeni plačati. Izum brez vrednosti namreč ni inovacija, ampak je zgolj materializirana ideja, ki ustvarja vrednost za izumitelja samega.

Več vrst inovacij

Inovacije delimo na več načinov, v tem članku pa sta izpostavljena dva. Najosnovnejši način deli inovacije na produktne inovacije, ki so najpogostejše, sledijo jim procesne inovacije. Manj pogoste so organizacijske inovacije, ki temeljijo na inovativnih spremembah delovanja podjetja oziroma na inoviranju poslovnega modela, so pa prav te zelo holistične in vzrok večjih transformacij. Tu so še marketinške inovacije, ki predstavljajo različne inovativne pristope k prodaji in marketingu, ter družbene ali socialne inovacije, ki odgovarjajo na probleme družbe in imajo mnogokrat v ospredju nefinančno pozitivno vrednost za družbo.

Drugi način delitve inovacij je v svoji knjigi *Mapping Innovation* definirala Greg Sattel. Razdelil jih je na podlagi stopnje poznavanja problema in potrebe po domenskem znanju (znanje z določenega področja znanosti, tehnologije ...). Najpogostejše so stalne inovacije, pri katerih je problem dobro definiran, prav tako pa je jasno, kakšno domensko znanje je potrebno za njegovo rešitev. Primer bi bila nova generacija gospodinjskih aparatov, popolnoma nov okus sladoleda, čaja ipd. Njihovo nasprotje so temeljne raziskave, pri katerih problem ni dobro definiran, prav tako pa ni jasno opredeljeno potrebno domensko znanje. Temeljne raziskave se namreč začnejo z odkritjem novega fenomena, ki nima jasno definirane poti razvoja. Naslednje so prebojne inovacije, pri katerih je problem dobro definiran, ne pa tudi potrebno domensko znanje, saj je problem izredno težko rešiti. V primeru prebojnih inovacij je strategija odprtega inoviranja še posebej smiselna in učinkovita. Zadnji tip inovacij so disruptivne inovacije. Ta izraz je »izumil« Clayton

Cristensen v svoji knjigi *Innovator's Dilemma*. Pri tem tipu inovacij problem ni dobro definiran, je pa znano potrebno domensko znanje. Christensen izhaja iz spoznanja, da zaradi tehnoloških ali drugih sprememb na trgu podjetje postaja vedno boljše v tistem, česar si ljudje vedno manj želimo. V tem primeru stalno inoviranje izdelka ne bo imelo dodane vrednosti, ampak je potrebno inovirati na poslovnem modelu. Načeloma je za disruptivne inovacije značilno, da so nizkocenovne in široko dostopne ter imajo nižjo maržo kot njihovi sodobniki ali konkurenčne rešitve. Na trg vstopajo pri »zadnjih vratih« in na majhnem delu, a ga v nadaljevanju zaradi dostopnosti preplavijo. Težko jih je predvideti in jih običajno ne jemljemo resno, ko pa prehitijo konkurenco, je največkrat že prepozno, da bi lahko tekmeči držali tempo.

Od naštetih inovacij so verjetno najbolj zaželenne disruptivne inovacije, saj spreminjajo trg in povzročijo popolno spremembo poslovnega modela, ki je prilagojen novim razmeram. Bi pa bilo nepošteno soditi in trditi, da so ostali trije tipi manj pomembni. Razlika je v njihovem učinku, ključno pa je, da se podjetje jasno zaveda svojega primarnega načina inoviranja, saj ta opredeljuje inovacijsko strategijo.

Pilotna analiza stanja inovativnosti v slovenskem gospodarstvu

V Sloveniji je bila v letu 2020 izvedena pilotna analiza stanja inovativnosti v slovenskem gospodarstvu, relevantni kazalniki pa so bili razviti v sodelovanju s slovenskimi inovatorji in podjetniki. V analizi je sodelovalo 99 slovenskih podjetij, med katerimi je večina takšnih, ki so s svojimi aktivnostmi v zadnjih treh letih izkazovala raziskovalno, razvojno in inovacijsko (RRI) dejavnost. V vzorcu sodelujočih podjetij je bilo 16 % mikro, 22 % malih, 23 % srednje velikih in 38 % velikih podjetij iz vseh slovenskih statističnih regij. Skoraj tretjina podjetij je iz predelovalne dejavnosti, 38 % pa iz strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti ter informacijske in komunikacijske dejavnosti.

Ta podjetja so v zadnjem poslovnem letu namenila 16 % letne prodaje za RRI. Najvišji delež je v mikro podjetjih (37 %), najnižji pa v velikih podjetjih (5 %). Podjetja, ki spremljajo t. i. innovation rate (dve tretjini vseh sodelujočih), izkazujejo 36 % delež prihodkov od novih izdelkov ali storitev, ki so posledica razvoja in inovacij v podjetju v zadnjih treh letih, glede na letni promet.

Največji delež inovacij v podjetjih predstavljajo stalne inovacije (51,3 %), sledijo prebojne (23,6 %), inovacije na osnovi temeljnega razvoja (14,2 %) in disruptivne inovacije (10,9 %). 62 % vseh vključenih podjetij ima konkretno pripravljeno in opredeljeno inovacijsko strategijo, ki predstavlja tudi pomemben del v strategiji podjetja, 73 % pa jih ima vzpostavljen interni inovacijski sistem, v katerem sodelujejo vsi zaposleni. 40 % vseh vključenih podjetij v svojih kazalnikih uspešnosti za zaposlene vključuje tudi kategorijo inoviranja.

Pri 33 % vseh vključenih podjetij je interni inovacijski sistem vezan na plačni sistem oziroma na sistem nagrajevanja. 24 % vseh vključenih podjetij ima med zaposlenimi najmanj eno osebo, ki je 100 % dodeljena za inoviranje, preostalih 76 % pa ima med zaposlenimi osebo, ki ni 100 % zaposlena za inoviranje, ampak to predstavlja le del njenih delovnih nalog. Najpogostejša metoda, ki jo podjetja uporabljajo pri internem inoviranju, je Design Thinking (44 %), podjetja pa najpogosteje razvijajo in inovirajo ter preverjajo, če so njihove inovacije primerne za uspeh na trgu z eksperimenti (60 %) in razvojem minimalnega sprejemljivega produkta (MVP – Minimum Viable Product) (62 %), ki ga nato izboljšujejo. Na področju zaščite intelektualne lastnine se je 52 % podjetij v zadnjih dveh letih odločilo za zaščito patenta, znamke ali modela.

88 % vseh podjetij sodeluje z domačimi razvojno-raziskovalnimi organizacijami, s tujimi pa 52 %. Na področju sodelovanja s startupi je najpogostejša oblika sodelovanja naročilo storitev ali razvoja, 23

% vključuje startupe v dobaviteljsko verigo, 20 % jih integrira v svoj razvoj, le 6 % pa jih v startupe vlaga tvegan kapital. 26 % podjetij s startupi ne sodeluje, 30 % podjetij pa še ne sodeluje, a se s tem spogledujejo. 35 % vključenih podjetij sodeluje z domačim kulturno-kreativnim sektorjem, 10 % pa s tujim. 51 % vključenih podjetij sodeluje v RRI projektih in konzorcijih, ki so sofinancirani s strani Republike Slovenije, Evropske komisije ali drugih mednarodnih organizacij tako, da so partner v enem ali več projektih, 37 % jih koordinira enega ali več nacionalnih RRI projektov, 35 % jih je partner v enem ali več mednarodnih RRI projektih. Zgolj 7 % vključenih podjetij koordinira enega ali več mednarodnih RRI projektov, 23 % pa jih v tovrstnih projektih ne sodeluje.

Dolga tradicija nagrajevanja inovativnosti v Sloveniji

Sicer pa je v Sloveniji že dolgoletna tradicija nagrajevanja inovativnosti. Gospodarska zbornica Slovenije v letu 2021 obeležuje 25 let podeljevanja priznanj za inovacije na regionalni ravni in 19 let na nacionalni ravni. V preteklih 18 letih so bila v celotni Sloveniji priznanja podeljena več kot 11.200 inovatorjem in inovatorkam ter več kot 3.200 inovacijam. Izbor najboljših inovacij poteka dvostopenjsko, in sicer najprej na regionalnem nivoju, najboljše regijske inovacije pa se uvrstijo na nacionalni nivo, kjer se potegujejo za najvišja nacionalna priznanja za inovacije.

V letu 2020 se je med 221 prijavljenimi inovacijami na regionalni ravni na nacionalno raven uvrstilo 43 inovacij. Med njimi je 11 inovacij prejelo zlato, 24 srebrno in 5 bronasto nacionalno priznanje, dve inovaciji sta prejeli posebno priznanje za mlado podjetje, ena inovacija pa posebno priznanje za inovacijski izziv – sodelovanje gospodarstva in kulturno-kreativnih industrij. Med temi inovacijami jih skoraj tretjina prihaja iz mikro in malih podjetij, od tega pet s strani mladih inovativnih startupov. [gg](#)

GZS v letu 2021 obeležuje 25 let podeljevanja priznanj za inovacije na regionalni ravni in 19 let na nacionalni ravni.

Inovativna
Slovenija



Še bolj odločno po poti odličnosti

Dr. Maja Fošner je sredi aprila postala dekanica Fakultete za logistiko. Prevzela jo je v dobri kondiciji kot ugledno akademsko ustanovo v Sloveniji in tujini. Vprašali smo jo, kako vidi svojo vlogo v slovenskem gospodarstvu in v katero smer jo bo vodila v svojem štiri-letnem mandatu.

Kaj lahko Fakulteta za logistiko ponudi slovenskemu gospodarstvu?

Že od samega začetka delovanja je naredila ogromen preboj v našem okolju. Zato močno verjamem, da lahko s svojo zagnanostjo, sledenju trendom, s svojim izobraževalnim in znanstveno-raziskovalnim delom slovenskemu gospodarstvu pripomoremo k razvoju novitet na področju logistike in oskrbovalnih verig. Sodobni vidiki, kot so digitalizacija, informatizacija, robotizacija, avtomatizacija in odlična komunikacija so vodilo našega izobraževalnega in raziskovalnega dela. Kot najpomembnejše, kar lahko ponudimo, pa so to zagotovo naši diplomanti, ki so ob zaključku študija opremljeni z najsodobnejšim znanjem logistike, predvsem pa s kompetencami, ki jim omogočajo prilagajanje in spopadanje z vsemi izzivi, s katerimi se srečajo na svoji poslovni karieri.

Na čem gradite raziskovalno in pedagoško odličnost na vaši fakulteti?

Sodelavci naše fakultete so odlični strokovnjaki posameznih področij. Dobre gospodarske povezave in povezovanje z akademiki iz celega sveta pa so podlaga za naše znanstveno-raziskovalno delo, katerega rezultat je ustvarjanje novega sodobnega znanja, ki ga uspešno, predvsem pa aktualno implementiramo v naše študijske programe. Da je fakulteta odlična, pričata tudi dve mednarodni akreditaciji, evropska ECBE in ameriška ACBSP, kar daje še večjo težo diplomantom in sami instituciji v slovenskem ter mednarodnem okolju.

Na kakšen način, kljub epidemiji Covid-19, zagotavljate ustrezno raven znanja in veščin svojih študentov?

Naši študijski programi so že skoraj od samega začetka delovanja fakultete akreditirani na zelo moderen, atraktiven t. i. hibridni način. V tem duhu nenehno posodabljam in moderniziramo izobraževanje v virtualnem okolju in seveda tudi na klasičen način v predavalnicah. Ravno zaradi tega nam v času epidemije Covid-19 kakovost izobraževalnega procesa ni upadel. Ravno nasprotno, to nam je predstavljalo motivacijo za nadgradnjo metod poučevanja in raziskovanja za uresničevanje uspešnega in kakovostnega podajanja vsebin študijskih programov.

Kakšni so vaši načrti za prihajajoče študijsko leto? Ali pripravljate kakšne novosti?

Vsekakor je načrtov veliko, naj jih naštejemo le nekaj: pridobitev še ene mednarodne akreditacije študijskega programa preko Evropskega logističnega združenja, ki bo študentom omogočal pridobitev mednarodnega certifikata, nadaljevanje z organizacijo mednarodne poletne šole in študentskega simpozija. Prav tako bomo okrepili sodelovanje z vrhunskimi tujimi znanstvenimi partnerskimi institucijami, se trudili v smeri pridobivanja evropskih raziskovalnih projektov in s tem zagotoviti financiranje za razvoj novih dognanj na področju logistike. Pripravljamo pa tudi nove študijske programe, tudi v tujem jeziku. Pripravljamo module za vseživljenjsko učenje in še bi lahko naštevale.

Kakšne cilje si zadajate v mandatu dekanice fakultete?

Cilji so jasno postavljeni v mojem programu, in sicer na področjih izobraževalne in znanstvenoraziskovalne dejavnosti, internacionalizacije, vpetosti v gospodarstvo, kot tudi na področju upravljanja fakultete in vzpostavljanja



»Naši diplomanti so opremljeni z najsodobnejšim znanjem logistike, predvsem pa s kompetencami, ki jim omogočajo prilagajanje in spopadanje z vsemi izzivi, s katerimi se srečajo na svoji poslovni karieri,« pravi prof. dr. Maja Fošner, nova dekanica Fakultete za logistiko.

spodbudnega okolja za zaposlene in zagotavljanja virov financiranja za ta razvoj. Prizadevala si bom tudi za zagotovitev lastnih prostorov fakultete, kar bo omogočalo še boljši razvoj logistike in fakultete. Moj moto je: »Za napredno in kreativno Fakulteto za logistiko«.

Financiranje naložbenih projektov za prehod v krožno gospodarstvo

Krediti za:

- samostojne podjetnike
- mala in srednje velika podjetja
- velika podjetja
- zadruga

- do 10 mio EUR
- ročnost (3-20 let)
- moratorij (do ½ ročnosti)
- 2 vrsti državne pomoči:
Začasni okvir EK, de minimis
- vse vrste zavarovanj

Vloge sprejemamo na
<https://vloge.sid.si/>

170 let GZS

GZS je bazen znanja, generator idej in inovativnosti

Gospodarska zbornica Slovenije (GZS) kot največja in najvplivnejša mreža gospodarstva v Sloveniji pomembno prispeva k izboljševanju poslovnega okolja in pomaga pri širitvi na tuje trge, poudarjajo nagrajenci.

Ana Vučina Vršnak, foto: Barbara Reya



Marta Kelvišar, ADRIA DOM

GZS je povezovalac podjetij z državo in na drugi strani z mednarodnim okoljem, ki z usklajevanjem interesov odpira vrata na tujih trgih. Gre tako za ustvarjanje pogojev poslovanja, uresničevanje najrazličnejših idej, tudi posameznikov, zato je GZS bazen znanja, generator idej in inovativnosti. Ponudba je pestra in dobrodošla, od vsakega posameznega podjetja pa je odvisno, koliko od vsega tega koristi in uporabi. GZS nam je pomembno priskočila na pomoč lani v času pandemije, ko so se čez noč zaprle meje, mi pa smo imeli še dve tretjini produktov sezone na tovarniškem dvorišču. Povabili so nas tudi k oblikovanju ukrepov pomoči. GZS spodbuja inovativnost in na razpise se redno prijavljamo.



Marko Lukić, Lumar IG

GZS kot največja in najvplivnejša mreža gospodarstva v Sloveniji pomembno prispeva k izboljševanju poslovnega okolja. S svojimi stališči in mnenji sooblikuje posamezne predloge vlade glede gospodarskega razvoja, podjetjem omogoča kakovostno analitiko in napovedi gospodarskih trendov, preko posameznih iniciativ oziroma aktivnosti spodbuja inovativnost in razvojno naravnost podjetij ter pomaga pri mednarodnih povezovanjih s tujimi subjekti. Predvsem koristimo analize in napovedi ter sodelujemo pri posameznih aktivnostih Združenja lesne in pohištvene industrije v povezavi z osveščanjem glede trajnostne in okolju prijazne gradnje.



Jasna Dominko Baloh, DOBA Fakulteta

Z GZS že vrsto let uspešno sodelujemo. Pomembno se mi zdi, da so podjetja del širše in večje organizacije, katere glavni cilj je povezovanje in predstavljanje interesov celotnega gospodarstva v Sloveniji, kar GZS tudi uspeva. Na zbornici srečujem vrsto izjemnih in požrtvovalnih ljudi, ki so pripravljeni pomagati in svetovati. Dobro sodelujemo tudi s Štajersko gospodarsko zbornico. Velikokrat se sama in moji sodelavci udeležujemo izobraževanj, ki jih organizira GZS, in ki so zmeraj aktualna, s kakovostnimi sogovorniki. Veseli smo, da nas GZS vključuje tudi v posamezne projekte, ki jih pripravlja.



Zdenko Zanoški, Frutarom Etol

Vsaka organizacija, ki obstaja že 170 let, je zagotovo vredna hvale in deluje dobro. Pri Etolu smo se že vse od ustanovitve držali filozofije, da si moramo v prvi vrsti pomagati sami, zato smo k marsikateremu izzivu pristopili samostojno. A GZS je bila zagotovo pomembna podpora pri širitvi na tuje trge, kjer smo potrebovali denimo različne komercialne dokumente. Naše sodelovanje je bilo tako doslej dobro in verjamemo, da bo takšno ostalo tudi v prihodnje.

Li-ion – črno na belem

Li-ionske baterije na slovenskem trgu

Prodor litij-ionskih baterij v slovensko gospodarstvo

Skupaj z uspešnimi podjetji, ki že uporabljajo Li-ion baterije, smo pripravili članek, kjer so zbrana dejstva in mnenja o litij-ionski tehnologiji, črno na belem. Vključili smo tudi podjetja, ki o vpeljavi Li-iona še razmišljajo in jih povprašali o njihovem odnosu do te tehnologije.



V primerjavi z dizelskimi viličarji prihranimo do 59 %* CO₂, medtem ko v primerjavi s svinčevimi baterijami do 21 %* CO₂ emisij.



Sistem za upravljanje baterije (BMS) zagotavlja njeno varno obratovanje, saj v primeru neustreznih pogojev le-to izklopi.



Transport, odlaganje in reciklažo izrabljenih litij-ionskih baterij izvaja usposobljena služba.



Življenjska doba litij-ionske baterije je kar 3-krat daljša v primerjavi s svinčevno baterijo.

*zajet je celotni življenjski cikel - proizvodnja surovin, proizvodnja viličarja in uporaba viličarja



Več kot le baterija

Ko se odločite za litij-ionsko tehnologijo, sprememba ni zgolj v viru energije vašega viličarja – uvedba pozitivno vpliva tudi na delovne procese.

Preberite članek



Farmtech želi (p)ostati najboljši v svojih segmentih



Ljutomerski Farmtech, d. o. o., se lahko pohvali z dolgoletno tradicijo na področju izdelave strojev za kmetijsko in okoljsko tehniko. Že skorajda trideset let uspešno nadaljuje tradicijo razvoja podjetja Tehnostroj in istoimenske blagovne znamke, katere začetki segajo v leto 1954 in je v pol stoletja svojega delovanja postala sinonim za kakovostno kmetijsko tehniko.



»Največji poudarek dajemo razvoju novih proizvodov, intenzivno vlagamo v najnovejšo tehnologijo in zaposlene ter spodbujamo kreativnost,« pravi direktor Farmtecha Konrad Niderl.

Proizvodni program je v Farmtechu razdeljen na dva segmenta, in sicer kmetijski pod lastno blagovno znamko Farmtech in okoljski pod blagovno znamko matičnega podjetja Komptech. »Programa se kljub različnosti med seboj dopolnjujeta in skrbita za ravnovesje v proizvodnji, kar se predvsem v težjih časih kaže kot velika konkurenčna prednost. Razmerje kapacitet je trenutno razdeljeno na pol, kar pa se prilagaja glede na dejanske potrebe in naročila,« pravi direktor Konrad Niderl.

Večino prihodkov od prodaje ustvarijo v tujini. Lani so s prihodki od prodaje dosegli skoraj 47 milijonov evrov, v dveh proizvodnih obratih v Ljutomeru pa je 370 sodelavcev

izdelalo 1.300 enot strojev za kmetijski in 210 enot strojev za okoljski program.

V okviru skupine Komptech-Hirtenberger še močnejši

»Delujemo skladno s poslanstvom, vizijo, vrednotami in strateškimi cilji skupine Komptech-Hirtenberger in enotno nagovarjamo spremembe, ki bodo v prihodnje zaznamovale naše panoge in svet – digitalizacija, sodobno trajnostno naravnano poslovanje in skrb za okolje. Prav povezanost in raznovrstnost panog skupine je naša izjemna prednost in dodana vrednost, obenem pa zagotavlja večjo finančno stabilnost vseh. V središču delovanja skupine ostajajo naše stranke, v naloženih usmeritvah pa smo zaradi trenutnih razmer pazljivejši – osnovni poudarek je na zagotavljanju ustrezne varnosti in likvidnosti naložb ob njihovi ustrezni donosnosti,« razlaga sogovornik.

Blagovni znamki Farmtech in Komptech sta različno pozicionirani in prepoznavni na posameznih trgih – prva je usmerjena na evropska tla, druga globalno, obe pa sta že uveljavljeni po najbolj zmogljivih in zanesljivih strojih. »Svojo poslovno uspešnost gradimo še na dobro znani tradiciji, visoki kakovosti, veliki prepoznavnosti, široki ponudbi proizvodov in celovitih rešitev ter dobrem obvladovanju tujih trgov ob odlični partnerski mreži. Razmišljamo

dolgoročno, zato tudi vedno znova iščemo nove prodajne pristope, poti in poslovne priložnosti,« poudarja Niderl.

Uspešno tudi skozi epidemijo

Epidemija Covid-19 je Farmtech prizadela v manjšem obsegu kot v drugih branžah. Zagotovili so nemoten potek vseh proizvodnih postopkov. Oba njhova programa sta se v tem času pokazala kot dejavnosti posebnega družbenega pomena – kmetijstvo in okoljevarstvo – hkrati sta bila deležna subvencij oz. nepovratnih sredstev, kar jim je poleg pozitivnih trendov branže tudi zagotovilo številna nova naročila.

Prihodnje leto zmerna rast

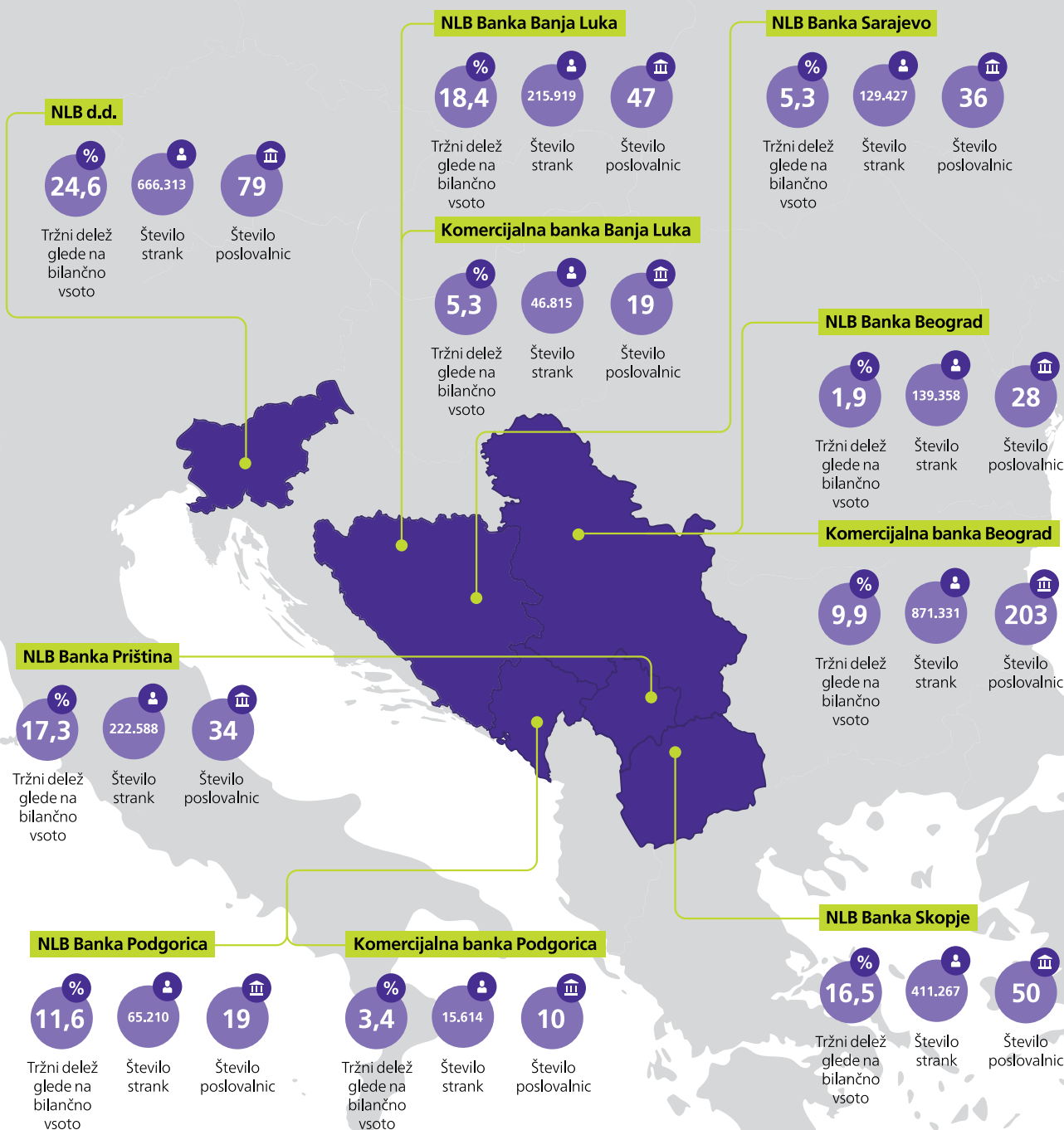
V Farmtechu želijo (p)ostati najboljši v segmentih, kjer so prisotni. »Največji poudarek dajemo razvoju novih proizvodov, intenzivno vlagamo v najnovejšo tehnologijo in zaposlene ter spodbujamo kreativnost. Prav tako želimo vpeljati inovativnost v vse pore delovanja. Stremimo k izboljševanju izdelkov, nenehni optimizaciji in avtomatizaciji proizvodnih procesov, zniževanju vseh stroškov in dvigu produktivnosti – vse z namenom zagotavljanja stabilnega in varnega poslovanja. Konkretno si za leto 2022 obetamo nadaljnjo zmerno rast in obenem upamo, da se svet čim hitreje vrne v staro realnost,« še pravi Konrad Niderl.



NLB Skupina

Vaš partner v Jugovzhodni Evropi

NLB Skupina je vodilna bančna in finančna skupina s sedežem in izključnim strateškim interesom v svoji domači regiji - Jugovzhodni Evropi (JVE).



Vir: Medletno poročilo NLB Skupine, 1. četrtletje 2021.

www.nlbskupina.si



NLB Skupina

Za vse, kar sledi.

Covid-19

Epidemija kot priložnost za pogled z druge perspektive

Leto 2020 je bilo zaradi epidemije novega koronavirusa za ves svet precej zahtevno. Gospodarstvo, ki v pretežni meri deluje globalno, je zelo čutilo posledice omejitve gibanja in poslovanja. Kako je to preteklo leto zaznamovalo nagrajence osebno in kaj je bila zanje najpomembnejša lekcija v zvezi s poslovanjem?

Ana Vučina Vršnak, foto: Barbara Reya



Jasna Dominko Baloh, DOBA Fakulteta

Zaradi našega razvojnega dela in edinstvenega modela online izobraževanja pri nas v lanskem letu ob izbruhu epidemije ni bilo potrebe po prilagajanju, tako kot so se morali prilagajati na ostalih visokošolskih zavodih. Vpis v študijske programe se je lani povečal, okrepili smo komuniciranje z vsemi deležniki, posvetili smo se aktualizaciji vsebin in predmetov, razvili in akreditirali smo dva nova študijska programa, saj sodimo med fakultete, ki znajo odgovarjati na nove in nenehno spreminjajoče se izobraževalne potrebe za prihodnost. V letu 2020 žal nismo uspeli izvesti svečane podelitve diplom, ki je vsako leto velik dogodek zame osebno. Epidemija nam je tudi prekrižala načrte glede obeleževanja 30-letnice delovanja poslovne skupine DOBA.

Sicer pa je to čas, ki je zelo zaznamoval naša življenja, prilagoditi smo se morali ukrepom omejevanja druženja. S prijatelji smo odkrivali nove pohodne poti v bližnji okolici Maribora. Bilo je zabavno, vreme nas ni oviralo. Osebno sem se trudila ohranjati optimizem. Vem, da bo epidemije konec in spet bomo živeli, delali in uživali tako kot pred njo.

Marko Lukić, Lumar IG

Zame osebno je bila po dolgem času epidemija priložnost, da se ustavim, da imam nekaj več miru in da imam možnost razmisliti o marsičem, za kar pred tem v vsakodnevnih dinamiki dela velikokrat ni bilo časa. Imel sem priložnost pogledati na stvari z druge perspektive. Prebolel sem težjo obliko covid-19 in v času prebolevanja sem imel priložnost na svoje življenje pogledati na drugačen način, se zavedati, kako pomembna sta zdravje in družina. Zavedel sem se tudi, da je podjetje pomembno, vendar pa je brez zdravega lastnika ali direktorja bistveno manj vredno. Tudi to je dodatno spodbudilo poslovno preobrazbo. Prehajamo iz lastniško vodene družbe v podjetje z novimi vodji. Glede lekcij na poslovnem področju lahko rečem tudi, da čeprav je včasih vse videti črno, ne smeš nikoli obupati. V lanskem letu smo na koncu zaključili leto nadpovprečno in tudi letos nam kaže zelo dobro. Ob vsaki krizi je treba na stvari pogledati z druge perspektive. Kar te je pripeljalo do sem, te ne bo več naprej. Včasih se je treba odreči starim prepričanjem in kriza je običajno najboljša priložnost za to.



Marta Kelvišar, ADRIA DOM

Najbolj si bom zapomnila pandemijo po spoznanju, da smo kot družba zelo ranljivi, krhki. A po prvotnem strahu in paniki smo prišli do spoznanja, da v vsaki krizi lahko najdemo priložnosti; v nekaterih panogah več, v drugih manj. Še bolj sem ozaveštila, kako pomembni so odnosi. V tem času smo se lahko zazrli vase in razmislili o tem, kaj je v življenju zares pomembno, koliko in kaj res potrebujemo. Svet postaja drugačen. In z njim tudi vsi mi.

V zvezi s poslovanjem smo se seveda v družbi soočili z velikim izzivom: naše podjetje je odvisno od investicij v panogi turizma, ki je med najbolj prizadetimi. Velik upad prodaje še v naslednji sezoni bi z lahkoto upravičili. A osredotočili smo se na tisto, kar v danih okoliščinah lahko storimo, in šli odločno naprej. Prednost pred konkurenco smo okrepili.

**Zdenko Zanoški, Frutarom Etol**

Covid-19 me je tako osebno kot poslovno zaznamoval predvsem preko strogih ukrepov, ki se jih držimo z namenom preprečevanja okužb. Kjer je bilo mogoče, smo uvedli delo od doma, drugje smo poskrbeli za izmensko delo. Ves čas smo še posebej pazili na varnost rizičnih skupin. Ponosen sem, da smo uspeli v tem kaotičnem in nepredvidljivem obdobju ohraniti zdravje zaposlenih in ob tem preseči rezultate iz leta 2019.

eba

2020
AAA
Platinasta odličnost
★★★★★

Excellent
Small & Medium Enterprises
Gospodarska zbornica Slovenije
Chamber of Commerce and Industry Slovenia

**DIGITALIZACIJA JE POGOJ ZA VAŠO
KONKURENČNOST! ODLOČITE SE!**

eba dms

www.ebadms.com

Telemach ostaja na strani zmagovalcev

V Telemachu bodo z razvojem omrežja in ponudbe svojih storitev še naprej skrbeli za lastno konkurenčnost in zadovoljstvo svojih strank. Skupaj s svojimi naročniki želijo tudi v prihajajočem obdobju ostati na strani zmagovalcev. Načrte v zvezi s tem nam je predstavil predsednik posloводства Adrian Ježina.

Ko bo epidemija Covid-19 premagana, se bomo vrnili v (novo) normalnost. Kakšna bo na področju telekomunikacij?

Velikih sprememb ne bo. Telekomunikacije so in bodo osnova za delovanje družbe in njen nepogrešljivi del. Tako ekstremnih obremenitev, kot smo jih beležili ob lanskem prvem popolnem zaprtju države, ne bo več; ne nazadnje jih ni bilo niti jeseni niti letos, je pa na drugi strani dejstvo, da na splošno gledano količina prometa nenehno raste, skladno z vedno bolj zahtevnimi širokopasovnimi internetnimi in video storitvami, ki so posledica sprememb navad uporabnikov.

Kako se na glede na to pripravljate v Telemachu?

Nenehno analiziramo, načrtujemo, širimo in nadgrajujemo zmogljivosti omrežja, zato smo tudi tako uspešni. Konja, ki zmaguje, se ne menja, zato bomo nadaljevali po začrtani poti. Še naprej bomo sledili svetovnim trendom in jih narekovali doma ter na ta način svojim vedno bolj številnim uporabnikom še naprej nudili najnaprednejše storitve.

Kako boste polni zagon in delovanje omogočali svojim strankam?

Čeprav smo se med pandemijo soočali s povsem novimi in zares velikimi preizkušnjami, smo se nenehno osredotočali na to, da smo svojim uporabnikom zagotavljali stabilne, kakovostne storitve, ki so nas popeljale tudi na prvo mesto med slovenskimi ponudniki širokopasovnih

internetnih storitev, hkrati pa smo še naprej ostali najhitreje rastoči mobilni operater pri nas. Tako kot smo doslej nenehno skrbeli za nadgradnje, bomo tudi v prihodnje, ter na ta način svojim strankam omogočali normalno delovanje. Zdaj je seveda pred vrati pomembna prelomnica – prihod pete generacije mobilnih omrežij. 5G bo močno gonilo nadaljnje digitalizacije.

Kaj bo v prihodnje odločalo o zmagovalcih in poražencih na področju telekomunikacij?

Najpomembnejše pri tem so kakovostne in stabilne storitve ter dobra uporabniška izkušnja, zato se pri Telemachu vidimo na strani zmagovalcev. Kot že omenjeno, nudimo vrhunske storitve, ki so vedno v koraku s časom, njihov nabor pa je vedno širši. Uporabniški izkušnji prav tako posvečamo posebno pozornost. Imamo oddelek, ki se osredotoča na to področje, torej kako zadovoljstvo naših uporabnikov neprenehoma dvigovati na višjo raven. Prav tako redno spremljamo odzive na številnih vstopnih točkah in na podlagi tega prilagajamo oziroma izboljšujemo delovne procese. Glede na to, da smo dve leti zapored dobili mednarodni certifikat Umlaut za najboljšo uporabniško izkušnjo tako na fiksnem kot mobilnem področju, lahko rečem, da smo tudi pri tem uspešni. Seveda pa ni to nikdar končana zgodba – ne nazadnje so tudi zahteve in pričakovanja uporabnikov vedno večji.

Kakšen bo Telemach čez pet let?

Skupaj z United Group, katere del je Telemach, bomo še naprej premikali meje, razvijali omrežje, delali na uporabniški izkušnji in stremeli k temu, da smo najboljši na trgu. Naš cilj so zadovoljni, angažirani in usposobljeni zaposleni, saj se pri njih vse začne. Prav tako je naš cilj, da smo prvi izbor med



Foto: Žiga Inthar

»Še naprej bomo premikali meje, razvijali omrežje, delali na uporabniški izkušnji in stremeli k temu, da smo najboljši na trgu,« pravi Adrian Ježina, predsednik posloводства Telemacha.

telekomunikacijskimi operaterji, da ohranimo prvo mesto med ponudniki širokopasovnega interneta in ostanemo najhitreje rastoči mobilni operater. Tu si želimo čim prej zavzeti 2. mesto, nekoč pa seveda prav tako postati št. 1. Naše storitve in naši predani zaposleni so zagotovilo našega nadaljnjega uspeha.

Življenje je bojevitost. Zavarujte ga.



Dodatno zavarovanje za hude bolezni

Finančna pomoč
tudi v primeru
raka, možganske
kapi, multiple
skleroze ali
duševne bolezni.

Delno izplačilo
za lažje oblike
bolezni.



Vse bo v redu.

triglav

triglav.si

Zanimiva izkušnja

Ko si s podjetjem povezan že pred službo v njem in ko igraš dedka Mraza, ker ta pozabi nate

Nagrajenci GZS so v svoji karieri nabrali številne zanimive izkušnje. A kateri so tisti najbolj zanimivi doživljaji, nenavadni oziroma nepričakovani dogodki, s katerimi so se soočili?

Ana Vučina Vršnak, foto: Barbara Reya

Jasna Dominko Baloh, DOBA Fakulteta

DOBA Fakulteta je pravo bogastvo uspešnih in tudi nenavadnih zgodb. Pri uresničevanju strategije pridobivanja tujih študentov smo se podali tudi v Afriko, ki je sicer moj najljubši kontinent. Ogromne kulturne razlike, s katerimi smo se pred obiski sicer dodobra seznanili, so nas vedno znova presenečale. Čas tam ni vrednota, a štiriurna zamuda oziroma čakanje na pričetek sestanka na eni izmed fakultet je bila zame, ki sem rada točna, pravi šok. V Afriki smo postali tudi donatorji ene od zelo revnih šol v okolici Nairobija. Podarili smo jim žoge, ki jih niso poznali, ter pisala in knjige. Učiteljem smo podarili koledar Slovenije in zasnežene gore na fotografijah so opazovali z začudenjem.

Druga zanimiva zgodba je povezana z zimo doma. Za otroke zaposlenih vsako leto organiziramo srečanje z dedkom Mrazom.

Zgodilo se je, da je dedek Mraz v predprazničnem času enostavno pozabil na nas. Otroci so ga nestrpnost čakali. Takrat sem rešila situacijo tako, da sem si poveznila kapo na glavo in dedka Mraza zaigrala sama. Otroci tega sploh niso opazili, zapeli so mi pesmico, najpomembnejša pa so tako ali tako bila darila.



Zdenko Zanoški, Frutarom Etol

Običajno nam v spominu bolj ostanejo tisti ponesrečeni dogodki, ko se kar ne moremo načuditi, kaj vse je šlo narobe. Med te sodi službeno potovanje po nekdanji Češkoslovaški. Potovanje je postalo prava mala odisejada in bi potreboval veliko prostora, da bi jo orisal v celoti – vključno s srečno vrnitvijo. Se je pa že začelo »pisano«. S sodelavcem sva se odpravila na 14-dnevno pot. Avto je bil poln vzorcev. Na cesti med Bratislavo in Nitro nama je počila zračnica. Ker je bila rezervna na dnu prtljažnika, sva morala vse ogromne količine vzorcev in prtljage raztovoriti kar na licu mesta. Ob vsem tem neredu se je ustavila policija v prepričanju, da sva Roma, ki se želiva utaboriti ob cesti. Začeli so glasno vpiti, naj se takoj pobereva. Ker očitno nisva bila prva, ki sva tako »postavila tabor«, je trajalo kar nekaj časa, da je policija prisluhnila in uvidela zmoto. S sodelavcem sva se vrnila v Bratislavo in poiskala pomoč. Tako sva porabila dodatna dva dneva, kar je povsem porušilo najin načrt potovanj in vse rezervacije hotelov so šle po zlu. Po vrhu vsega je sodelavec še resno zbolel in domov sva se vrnila brez opravljenih naloge.



Marko Lukič, Lumar IG

Težko je izbrati eno, saj jih je bilo v vseh letih veliko. Pred leti sem s Francozi podpisal pogodbo v zares visoki vrednosti. Ko so »kupci« odšli in s seboj odnesli še moje naliveo pero, s katerim smo pogodbo podpisali, mi je postalo jasno, da iz te moke ne bo kruha. In res se niso nikoli več oglasili. Še vedno ostaja misterij, zakaj so sploh prišli – po pisalo zagotovo ne.

**Marta Kelvišar, ADRIA DOM**

Verjamem, da ni naključje, da sem bila s proizvodnjo mobilnih hiš oziroma s sedanjim podjetjem povezana še pred nastankom podjetja. Pred 25 leti sem kot bančnica prepoznala gospodarski potencial v Industrijski coni Črnomelj, deset let kasneje sem v matičnem podjetju Adria Mobil sodelovala v procesu nakupa podjetja, ki se sedaj imenuje ADRIA DOM, v tej isti industrijski coni. Sam proces nakupa me je tako navdihnil, da sem se vpisala na študij specializacije in postala pooblaščenka ocenjevalka vrednosti podjetij. Zaključno delo sem zagovarjala z oceno vrednosti prav tega podjetja in v primerjavo med konkurenco vključila tudi francoski Trigano, ki je danes lastnik skupine Adria. Od prevzema s strani Adrie sem bila s podjetjem povezana kot članica nadzornega sveta, pred šestimi leti pa postala tudi direktorica.

Vaše podjetje ne pozna meja, niti Vaša banka. To je **außergewöhnlich.**

au|Ber|ge|wöhn|lich: izredno, nenavadno, izjemno

Podjetja z edinstvenimi idejami potrebujejo prava financiranja.

Na Vaši strani - Raiffeisen Landesbank Kärnten. Svetovanje v slovenskem jeziku.

rlb-bank.at

Raiffeisen Landesbank Kärnten | International Banking Department
t +43 463 993 00-12388 | internationaldept@rbgk.raiffeisen.at



**Raiffeisen
Landesbank Kärnten**

ALEJA je edinstveno najbolj sodobno nakupovalno središče

V ALEJI človek najde vse na enem mestu; je nakupovalna atrakcija in arhitekturni presežek. Najsodobnejše nakupovalno središče v Sloveniji, ki je ravno v tem času praznovalo 1. rojstni dan, vodi človek mnogih idej, ambicij, izkušenj, znanja, inovativnosti in ambicioznosti. To je Toni Pugelj, oče, mož in uspešen manager.



Foto: Črt Pivši



Foto: ATP/Pierer

ALEJA je ravno v tem času praznovala 1. rojstni dan. Kako ocenjujete prvo leto delovanja in s kakšnimi izzivi, tudi gospodarstvenimi, ste se srečevali?

Celoten projekt ALEJE je trajal skupno kar 18 let, spremljale so ga nenehne prepreke. Vse smo uspešno rešili in nič nas ni ustavilo. Dihali smo kot eno in trudili smo se dan in noč. Vse je že bilo pripravljeno za najbolj mogočno in nepozabno otvoritev najsodobnejšega nakupovalnega središča v Sloveniji in tudi v Evropi, potem pa je odprtje premaknila epidemija koronavirusa. Niti v sanjah nisem pričakoval, da bomo ALEJO odprli v korona času, a smo si drznili in nismo obupali. Dejstvo pa je, da smo se in se še vedno vsakodnevno srečujemo z izzivi; delovati smo morali ob nenehnih spremembah in novih vladnih ukrepih. Za nami je prvo leto delovanja, epidemija koronavirusa se umirja in z velikim optimizmom zremo naprej. Čaka nas svetla prihodnost, saj vemo, da smo v preteklosti opravili odlično delo, plod katerega se že kaže, in verjamem, da se bo dodatno pokazal še v prihodnje.

V čem je ALEJA tako posebna? Dejstvo je, da je arhitekturni presežek. Kaj pa blagovne znamke in gostinski del?

ALEJA se lahko primerja z najsodobnejšimi nakupovalnimi središči po svetu. Pri nas se obiskovalcem odprejo možnosti za sproščeno druženje, zabavo, športne aktivnosti in nakupovanje. Edinstvena zgodba je vsekakor ALEJA SKY oz. drugo nadstropje središča. Tukaj lahko v gostinskih lokalih doživite okuse s celega sveta – od slovenske, kitajske, mehiške pa vse do italijanske kuhinje. Obenem pa si lahko privoščite sprostitev oz. športne aktivnosti na športnem delu ALEJE SKY oz. aktivni strehi. Tukaj vas pričakujejo večnamensko igrišče za mali nogomet, rokomet in košarko, fitnes naprave, otroško igrišče, tekaška steza, steza za balinanje in poligon za preizkus spretnosti. Pred središčem imamo tudi kolesarski poligon oz. pumptrack, v notranjosti pa kar 80 modernih trgovin, ki so cenovno ugodne in dostopne vsakomur.

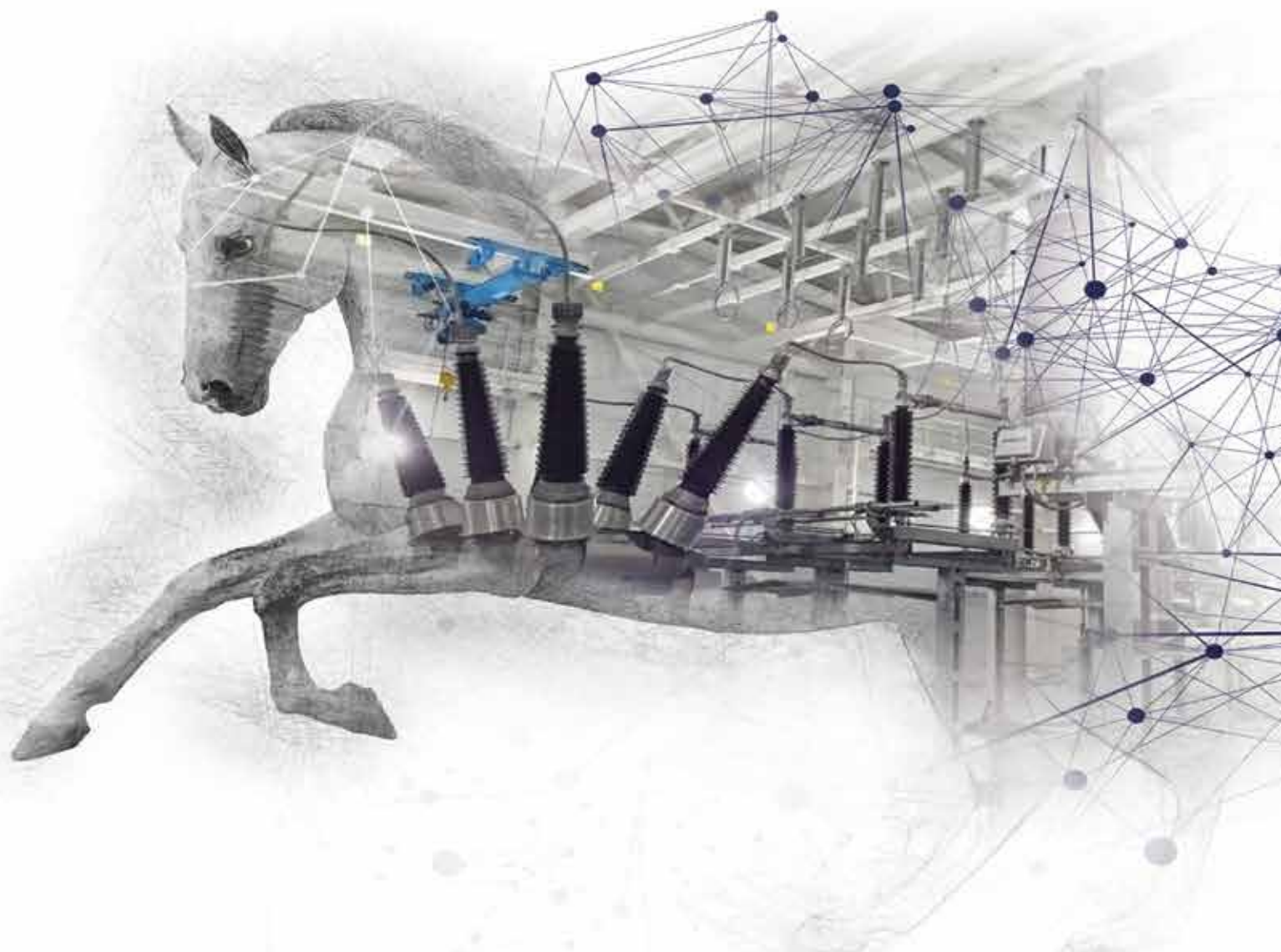
Breme te pandemije je močno zamajalo gospodarstvo in obremenilo slovenska podjetja. Vselej ste našli rešitve, prišli

najemnikom naproti in premagali številne ovire.

Res je, mnoga podjetja je korona virus pahnil v nezavidljiv, v nekaterih primerih celo brezizhoden položaj. Mi smo korakali pogumno, odločno in z jasnim ciljem. Naredili smo vse, da smo podprli naše partnerje v trgovini in gastronomiji. Skupaj z našimi najemniki smo v osebnih pogovorih z vsakim posebej našli trajnostne rešitve. Skupaj zmoremo vse in skupaj smo močnejši.

Dejali ste, da ALEJO čaka svetla prihodnost in da z optimizmom zrete naprej. Kakšni so načrti za v prihodnje?

Postavili smo enega od biserov nakupovalnih središč, smo v trendu s časom z modernimi trgovinami in imamo vse največje svetovno znane blagovne znamke. Veliko prednosti imamo, zato se že veselimo prihodnosti. Obisk je po vladnih sprostitev ukrepih iz dneva v dan večji in zagotovo bo ALEJA v prihodnje v Ljubljani ena od glavnih destinacij priljubljenega druženja, športnih aktivnosti, pestre in raznolike kulinarike ter sodobnega nakupovanja.



Energetski sistemi prihodnosti po vaši meri.

Zanesljiva, trajna in učinkovita oskrba z energijo je osnovna smernica našega delovanja na področju energetike. V izgradnji novih ali rekonstrukciji obstoječih objektov upoštevamo najvišje standarde in okoljevarstvene zahteve, sodelovanje z mednarodno uveljavljenimi podjetji s področja projektiranja in dobave visokotehnološke opreme pa objektom zagotavlja minimalne stroške vzdrževanja, zanesljivost delovanja in optimalen energetski izkoristek.

Spoznajte naša ključna znanja in kompetence na
www.riko.si

Hobiji

Nazaj k naravi

S katerimi hobiji se ukvarjajo letošnji nagrajenci? Kaj počnejo v prostem času? Ukvarjajo se s športom, sprosti jih hoja v naravi. Tudi branje in preživljanje časa z vnuki jim je v veselje.

Ana Vučina Vršnak, foto: Barbara Reya

Marko Lukić, Lumar IG

Moji hobiji so šport – plezanje, turno smučanje in kolesarjenje. Šport mi pomaga amortizirati stres iz poslovnega življenja. Šport me je tudi dobro pripravil na poslovno pot. Četudi mi gre v poslu zelo dobro, mi šport da vedeti, da sem še vedno isti. Če se pohecām, na Pohorje ne bom prišel nič prej kot sem prej brez prejete nagrade.



Jasna Dominko Baloh, DOBA Fakulteta

Delo me zelo veseli, veselim se izzivov, a delo spremlja tudi stres, ki ga poskušam obvladati. Včasih mi to uspeva bolj, včasih manj. Ob vodenju fakultete me zanima kup stvari in veliko je stvari, ki jih še želim početi v prihodnosti. Sicer rada potujem, slikam, igram golf, hodim v hribe, berem in skrbim za redno druženje s prijatelji. Obožujem morje, kjer preživljamo vikende. Zadnja leta mi kakšen dan v tednu polepšata dve krasni vnukinji. Obiskujem savno, fitness, veselim se drobnih stvari, vsakega jutra, glasbe v avtu na poti v službo, polne lune in rož na vrtu ...



Zdenko Zanoški, Frutarom Etol

Prav veliko prostega časa nimam, a ga vedno poskušam izkoristiti kakovostno. Moj najljubši hobi je preživljanje časa s sedemletnim vnukom in leto in pol mlado vnukinjo.





Marta Kelvišar, ADRIA DOM

Zavedam se, da brez dobrega počutja ni dobre volje in brez osebnega zadovoljstva ni učinkovitosti na delovnem mestu. Kljub napornemu delovnemu tempu redno skrbim za rekreacijo. Za pestrost skrbim z izbiro različnih dejavnosti: aerobika, pilates, hoja, kolesarjenje, planinarjenje ... Zelo pa se sprostim tudi na vrtu in v kuhinji. Rada zdravo kuham in pečem, pri tem pa preizkušam nove recepte. Tudi humanistična telovadnica – branje knjig me sprosti. Posredno ali neposredno so vse moje pristočasne dejavnosti povezane s sloganom nazaj k naravi, kar je osnovni namen tudi naše poslovne dejavnosti, to je proizvodnja hišic in šotorov za uživanje v naravi.

So tudi v Sloveniji tri zgradbe od štirih energetske neučinkovite?



Večino svojega časa ljudje preživimo v stavbah. V pisarnah delamo, v nakupovalnih centrih nakupujemo, v športne centre gremo na športno aktivnost, v stanovanjih pa preživljamo preostali prosti čas. Zgradbe pa so veliki porabniki energije. Danes so kar tri od štirih energetske neučinkovite. Z uvedbo izvedljivih, preprostih in zanesljivih rešitev bi lahko v letu 2030 zgolj v Evropi prihranili 67 milijard evrov.

Pri obstoječih zgradbah večino energije namenimo ohranjanju primerne temperature in kakovosti zraka v notranjosti zgradbe. Ogrevanje, hlajenje in prezračevanje so glavni dejavniki, ki vplivajo na porabo energije v zgradbi. Če ti sistemi niso pravilno nastavljeni ali ne delujejo učinkovito, je poraba energije še večja. To pomeni višje stroške in večji izpust CO₂.

Pospešimo razvoj visoko učinkovitih zgradb

Zaradi podnebne krize je nujno potrebna globalna trajnostna preobrazba na vseh področjih. To je največji izziv naše generacije. Premisliti moramo o pristopu k učinkovitosti zgradb. Energetske učinkovite rešitve prinašajo prihranek energije in stroškov ter znižanje CO₂ s koristmi za potrošnike, lastnike nepremičnin, inženirje in svetovalce, občine in državo. Takšno preobrazbo omogoča Danfoss, ki je vodilni tehnološki partner za energetske učinkovitost in trajnostne rešitve na svetu.



Takšno preobrazbo omogoča Danfoss, ki je vodilni tehnološki partner za energetske učinkovitost in trajnostne rešitve na svetu.

Čas je, da pospešimo razvoj visoko učinkovitih in povezanih zgradb. Številke so namreč osupljive:

- 30 % skupne porabe energije v EU gre na račun ogrevanja in hlajenja naših zgradb;
- 70 % stroškov za energijo povprečnega gospodinjstva izhaja iz ogrevanja in hlajenja;
- državljani EU letno porabimo 240 milijard evrov za ogrevanje prostorov – še vedno pa si eden od desetih prebivalcev EU težko privoščijo ogrevanje svojega doma.

Zahvaljujemo se pokroviteljem in partnerjem za podporo 53. podelitve Nagrad GZS.

Generalni pokrovitelj

PORSCHE
SLOVENIJA

Sponzor odličnosti

 **NLB**

Zlati partner

 **Telekom Slovenije**

Zlata pokrovitelja

 **RIKO®**
Globalni inženiring
za srečo ljudi

 **triglav**

Srebrna pokrovitelja

 **Glen**
SKUPINA

 **LUKA KOPER**
Port of Koper

Bronasti pokrovitelji

 **bosio**
industrial furnace
solutions

 **Kodila**
Ko več, bolj je!

 **SDD Banka**

 **BLED ROSE HOTEL**

Ambasadorji Nagrad

 **AMZS**

 **ELRAD**
International

 **SORA**
Imajte svoj pogled

 **MESI**
Simplifying Diagnostics

 **Troa**
SINCE 1906

Mali pokrovitelj

 **vivaopen**

Glavni pokrovitelj
pogostitve

 **Vivo**
catering

Pokrovitelji
pogostitve

 **dana**

 **BRANJEVA**
www.branjeva.si

 **LJUBLJANSKE MLEKARNE**

 **MAISTER**
BREWERY

 **VINAKOPER**



360°

VAŠA 360° VARNOST 365 DNI V LETU

MODRO JE IZBRATI OPERATIVNI CENTER KIBERNETSKE VARNOSTI

360° varnost vam zagotavlja **najsodobnejšo kibernetsko zaščito**. Na mobilni, fiksni, oblačni ali lastni infrastrukturi, ki je lahko tarča kibernetskega napada ali zlorabe. Zaradi vedno večje kompleksnosti kibernetskega okolja in varnostnih groženj brez kibernetske varnosti digitalni razvoj ni mogoč.

Z varnostnim nadzorom informacijskega sistema 24/7, večslojno zaščito ter hitrim odkrivanjem in odpravo varnostnih groženj v Telekomu Slovenije skrbimo za varno in učinkovite upravljanje informacijskega sistema Gospodarske zbornice Slovenije.

DIGITALNA TRANSFORMACIJA V GZS

“Gospodarska zbornica Slovenije [GZS] velja za močno razpršeno organizacijo z veliko zunanjimi sodelavci in izvajalci storitev. V GZS težimo k poenotenju informacijske tehnologije, vendar so zbornice po statusu samostojne in vsega enostavno ne moremo poenotiti. Tako razpršenega sistema sam ne moreš obvladati, zato smo digitalno varnost okrepili s sodobno kibernetsko zaščito. V GZS smo s storitvami Operativnega centra kibernetske varnosti Telekoma Slovenije in kibernetsko varnostno rešitvijo Cynet 360 podprli pospešeno digitalno transformacijo in nove vzorce dela.”

Uroš Snedic, direktor za digitalizacijo v GZS

POSLUJTE VARNO. POSLUJTE DIGITALNO.

telekom.si/poslovni

TelekomSlovenije



Za več informacij o prodajni ponudbi obiščite www.telekom.si ali pokličite 080 70 70. Telekom Slovenije, d.d., Ljubljana.

PORSCHE
SLOVENIJA



Od električnega vozila do lastne elektrarne

www.poslo.si/e-mobilnost



Porsche Slovenija ponuja sistemske
rešitve na področju **e-mobilnosti**.

