

GOSPODARSKA ZBORNICA DOLENJSKE IN BELE KRAJINE
NOVI TRG 11, 8000 NOVO MESTO

TISKOVINA

MAREC 2011

11

POŠTNINA
PLAČANA
PRI POŠTI
8101
NOVO MESTO

USPEH

ISSN 1855-5020

ČASOPIS GOSPODARSKE ZBORNICE
DOLENJSKE IN BELE KRAJINE

WWW.GZDBK.SI

INTERVJU

**BOŠTJAN GABERC,
MIKROGRAFIJA, D. O. O.**

PETA SKUPŠČINA GZDBK

V SREDIŠČU

INDUSTRIJSKO OBLIKOVANJE



GOSPODARSKA ZBORNICA
DOLENJSKE IN BELE KRAJINE

NAPOVEDNIK DOGODKOV POMLAD 2011

VEČ O DOGODKIH JE NA VOLJO V SPLETNEM KOLEDARJU DOGODKOV NA POVEZAVI [HTTP://WWW.GZDBK.SI/SI/KOLEDAR](http://www.gzdbk.si/si/koledar).
ČE ŽELITE, DA VAS OBVEŠČAMO O NAŠIH DOGODKIH, NAM TO SPOROČITE NA ELEKTRONSKI NASLOV INFO@GZDBK.SI.

DOGODEK	IZVAJALEC	TRAJANJE ŠTEVILO UR	KOTIZACIJA ČLANI	OSTALI
MAREC				
14.	KAJ MORA DELODAJALEC VEDETI, KO PRIPRAVLJA ...	METKA PENKO NATLAČEN, PRAVNA SLUŽBA GZS	1	40 €* 100 €* 130 €
17.	SODOBNI SPLETNI MARKETING	PETER GERŠIČ, T-MEDIA, D. O. O.	3,5	B
18.	UPRAVLJANJE PRITOŽB IN REKLAMACIJ	POLONA ZUPANČIČ	5,5	95 € 150 €
22.	UČINKOVIT PRISTOP K RAZLIČNIM POGAJALSKIM TIPOM	SUZANA ŠTULAR, POLONA ZUPANČIČ	5,5	130 € 180 €
23.	4. POSVET DOLENJSKIH IN BELOKRANJSKIH INFORMATIKOV	SEKCIJA ZA INFORMATIKO	5	B 50 €
23.	VEDENJSKE IN ČUSTVENE KOMPETENCE ZAPOSLENIH	DANIELA BREČKO	5,5	140 € 190 €
24.	OSVEŽITE ANGLEŠKE ČASE	MIHAELA MRVOŠ, YURENA, ŠOLA TUJIH JEZIKOV	6,5	B 120 €
25.	OSVEŽITE NEMŠKO SLOVNICO	IRENA GOLOBIČ, YURENA, ŠOLA TUJIH JEZIKOV	6,5	B 120 €
28.	SPREMEMBE IN NOVOSTI INSOLVENTNIH POSTOPKOV	MARKO DJINOVIČ, PRAVNA SLUŽBA GZS	1	40 €* 100 €* 130 €
30.	ZBOR ČLANOV SEKCIJE ZA KAKOVOST IN INOVATIVNOST	SEKCIJA ZA KAKOVOST IN INOVATIVNOST	1	B -
APRIL				
1. IN 2.	ŠOLA KONSOLIDIRANJA NA PRAKTIČNIH PRIMERIH	VESNA BARTOLJ MAVER	19	370 € 420 €
4.	OSNOVE IN NOVOSTI JAVNEGA NAROČANJA	POLONA FINK, PRAVNA SLUŽBA GZS	1	40 €* 100 €* 130 €
6.	USPOSABLJANJE ZA VARNO IN UČINKOVITO DELO ...	JOHN REIJERINK, TIMO WILLEMSSEN	7,5	B 130 €
7.	CELOVITA PODOBA ZA RAZLIČNE POSLOVNE PRILožNOSTI	LEA PISANI	3,5	95 € 120 €
8.	OBLIKOVANJE MARKETINŠKEGA BESEDILA ...	VIDA PETROVČIČ	5,5	105 € 155 €
12.	INDUSTRIJSKA ERGONOMIJA	SAŠO SRŠEN, PISK, D. O. O.	3,5	B 130 €
13.	RECITE MOBINGU NE! (SEMINAR S KNJIGO)	DANIELA BREČKO	5,5	191,20 €* 251,20 €* 130 €
14.	3. POSVET SEKCIJE ZA OKOLJE IN ENERGIJO	SEKCIJA ZA OKOLJE IN ENERGIJO	5	B 50 €
15.	POSVET ZA DELODAJALCE	ZRSZ	2	B B
18.	KAKO "IZPLAČATI" DOBIČEK LASTNIKU PODJETJA? ...	JANA GALIČ	3,5	110 € 150 €
20.	NOVOSTI NA PODROČJU VARNOSTI IN ZDRAVJA PRI DELU	METKA PENKO NATLAČEN, PRAVNA SLUŽBA GZS	1	40 €* 100 €* 130 €
21.	ELEKTRONSKO ARHIVIRANJE ...	DAMJANA PIRNAR, MIKROGRAFIJA, D. O. O.	2	B 50 €
MAJ				
4.	UNICREDIT FINANČNI DAN S PREDSEDNIKOM UPRAVE FRANCETOM ARHARJEM IN PRODUKTNIMI STROKOVNJAKI	FRANCE ARHAR, KLEMEN HAUKO IN MILOŠ VIGNEJVIČ	2	B 130 €
5.	UPRAVLJANJE IN VODENJE KRIZE IN KRIZNIH RAZMER	JANI MUHIČ, IRENA VRHOVNIK, NATAŠA TOMINŠEK, BREDA BUNIČ, CENTER ZA RAZISKOVANJE ...	5,5	B 130 €
6.	PREOBLIKOVANJE IZ S.P. V D.O.O. – KDAJ, ZAKAJ IN KAKO?	VESNA BARTOLJ MAVER	3,5	110 € 155 €
10.	ZAJTRK Z AVTORJEMA KNJIGE STARŠI NOVE GENERACIJE	ROBERT KRŽIŠNIK, MARJETA NOVAK ...	1,5	B 50 €
11.	3. DAN SEKCIJE RAČUNOVODSKIH SERVISOV	SEKCIJA RAČUNOVODSKIH SERVISOV	5	B 50 €
11.	KAKŠEN JE ZMAGOVALNI TIM	MARJAN PERŠAK, URŠA ŠOBA	5,5	110 € 150 €
12. IN 13.	VODENJE SESTANKOV: TALENT ALI VEŠČINA?	KARIN ELENA SÁNCHEZ, KAETRIDA	15	230 € 270 €
12.	VSE JE PROJEKT IN NIČ NI PROJEKT	DOBRAN JURIČAN, JANEZ ŽEZLINA	5	95 € 150 €
17.	KRATKO IN JASNO O OBDAVČITVI AKTUALNIH ...	JANA GALIČ	3,5	110 € 150 €
18.	SISTEM RAVNANJA Z OKOLJEM PO MODELU ...	ALOJZ BITENC	4	75 € 130 €
19.	INCOTERMS 2010 (SEMINAR S KNJIGO)	ANDREJ FRIEDL, ICC SLOVENIJA; MARKO DJINOVIČ, PRAVNA SLUŽBA GZS	5	243,95 €* 277,55 €* 130 €
20. IN 21.	NADALJEVALNI MODUL – JAVNI NASTOP ...	VIDA PETROVČIČ	15	225 € 285 €
23.	KAKO ZAGOTOVITI IN SPODBUDITI SODELOVANJE ...	KARIN ELENA SÁNCHEZ, KAETRIDA	2	B** 50 €**
23.	MEDOSEBNI ODNOSI KOT TEMELJ USPEŠNOSTI ...	KARIN ELENA SÁNCHEZ, KAETRIDA	2	B** 50 €**
23.	POGAJAM SE, TOREJ SEM! (3/3)	KARIN ELENA SÁNCHEZ, KAETRIDA	2	B** 50 €**
26.	POSLOVNA MORALA V PRAKSI ...	DOBRAN JURIČAN	5	95 € 150 €
31.	PREŽENIMO JEZIKOVNE ZADREGE	IRENA POTOČAR PAPEŽ	4	110 € 150 €

LEGENDA: B - BREZPLAČNO

- DOGODEK JE SAMO ZA ČLANE GZDBK

* CENA JE Z 20-ODSTOTNIM DDV.

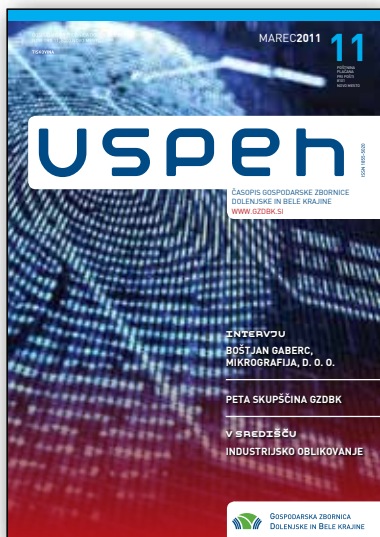
** PRIJAVITE SE LAHKO NA ENEGA, DVA ALI VSE TRI DOGODKE.

DOGODKI POTEKAJO OD 9.00 DO 16.00 Z VMESNIMI POLURNIMI ODMORI.

Napoved dogodkov izkazuje stanje 22. 2. 2011. Pridržujemo si pravico do sprememb in dopolnitev. V ceno kotizacije ni vračunan 20-odstotni DDV. Prijave sprejemamo do zapolnitve razpoložljivih mest. Pri zasedbi razpoložljivih mest na dogodkih imajo prednost člani GZDBK. Če se udeležba pri plačljivih dogodkih ne odjavi pravočasno, zaračunamo kotizacijo v celoti.

YURENA
šola tujih jezikov

www.yurena.si



MAREC11

NAPOVEDNIK	2
UVODNIK	3
POGLED	4
MNENJA	5
PETA SKUPŠČINA GZDBK	6 - 8
V SREDIŠČU	
INDUSTRIJSKO OBLIKOVANJE	9 - 11
INTERVJU	
BOŠTJAN GABERC, MIKROGRAFIJA, D. O. O.	12 - 14
POSVET	
OKROGLA MIZA O PREDLOGU ZAKONA O MALEM DELU	15
3. RAZVOJNA OS	16 - 17
NOVICE	18, 20
DROBNOGLED USPEHA	
STEKLENI VSAKDAN	22

IZDAJATELJ:

Gospodarska zbornica Dolenjske in Bele krajine
Novi trg 11, 8000 Novo mesto (info@gzdbk.si, www.gzdbk.si)

ODGOVORNI UREDNIK:

Franci Bratkovič (franci.bratkovic@gzdbk.si)

UREDNIŠKI ODBOR:

Nataša Derganc Štajdohar, Boris Bukovec, Peter Geršič,
Stane Gorenc, Slobodan Jovič, Tomaž Kordiš

UREDNIK FOTOGRAFIJE: Boštjan Pucej

LEKTORIRANJE: Nina Štampohar

Oglasi niso lektorirani. Uredniški odbor se je odločil, da ob imenu in priimku opušta akademске naslove.

OBLIKOVANJE IN PRODUKCIJA: Solos, d. o. o.

TISK: Tiskarna Novo mesto

FOTOGRAFIJA: Borut Peterlin, Žiga Culiberg,
Božidar Vidmar, Lidija Jež, Ajda Zorko, Arhiv Adrie Mobil,
Arhiv Kolpe, Arhiv TEM Čatež, Arhiv Mikrografije,
Arhiv GZDBK, Arhiv Šiško steklarstva.

FOTOGRAFIJA NA NASLOVNICI: iStockphoto

NAKLADA:

1500 izvodov. Glasilo je brezplačno.

Uredništvo si pridržuje pravico, da po potrebi skrajša ali slogovno predela članke.

ISSN 1855-5020

VSEBINA IN OBLIKA



Dejstvo je, da je ponudba izdelkov in storitev iz dneva v dan večja. Razlikovati med podobnimi izdelki in storitvami, najti svoj prostor na prodajni polici, prepričati kupca, pa je postalo vprašanje, s katerim se ukvarja vse več ljudi. Pri tem je vse bolj pomembno zavedanje, da vsebina izdelka še ni dovolj za prodajno uspešnost, mnogokrat je ravno videz tisti, ki prevesi jeziček na tehtnici. Če zapišem še nekoliko drugače. Verjetnost za uspešno prodajo je večja, če imamo kakovosten izdelek, ki je tudi dobro oblikovan. Seveda lahko dodamo še pomen blagovne znamke, dobrega prodajnega nagovora in še bi lahko naštevali. Tista podjetja, ki so uspela razviti lastno blagovno znamko, svojo serijo izdelkov ipd., imajo običajno višjo dodano vrednost kot konkurenti v panogi. Najlepše pri vsem pa je, da ni vse pogojeno z denarjem, marsikaj je odvisno od naše iznajdljivosti, inovativnosti in predanosti kakovosti. Več pa v rubriki V središču.

Za nami je 5. skupščina Gospodarske zbornice Dolenjske in Bele krajine, ki se je udeležilo rekordno število članov. Vse to kaže na pomen povezovanja in sodelovanja. Skupaj bomo lažje prebrodili izzive in se lotili novih projektov. Zbornica je v minulem letu poslovala uspešno in takšni so tudi načrti za letošnje leto. Pridobili smo nekaj večjih projektov, ki bodo zahtevali še dodatno energijo, a tega

v nižjih razredih osnovne šole smo v preteklosti za eno nalogo dobili dve oceni. Ena je bila za vsebino in druga za obliko. Natančnejših vzrokov oziroma namena takšnega ravnanja ne poznam, je bilo pa vseeno lepše videti dve dobri oceni kot le eno. Dvomim, da bi že v nižjih razredih osnovne šole oblikovanju pripisovali velik pomen. Smo se pa pri snovanju tokratne številke uspeha odločili, da namenimo industrijskemu oblikovanju še posebno pozornost.

smo javni in se novih izzivov veselimo.

Začenja se postopek javne razgrnitve prvega odseka južnega dela 3. razvojne osi. Tudi pri tem projektu smo v dosedanjih postopkih pokazali veliko mero enotnosti in sodelovanja. Nadaljujemo v tem duhu z željo, da bi čim hitreje prišli do uresničitve tega projekta. Naj dodam, da sta se z dograjeno avtocesto mimo Trebnjega bistveno izboljšali zanesljivost pravočasne dobave materialov in prometna varnost. Število nesreč se je znižalo, predvsem pa je razveseljivo, da ni nesreč z najhujšimi posledicami.

V zadnjih mesecih se je zgodilo še obilo drugih dogodkov, o katerih pišemo v najnovejši številki Uspeha. Udeležili smo se sejma Kariera in Informativa ter prejeli številne pozitivne povratne informacije. Odprt je razpis za podelitev inovacijskih nagrad. V osrednjem intervjuju pa predstavljamo dobitnika nagrade GZS za izjemne gospodarske in podjetniške dosežke.

Želim prijetno branje in številne nove ideje. ■

Bratkovič
FRANCI BRATKOVIČ



NE KAJ, AMPAK KAKO

POGOVOR Z OBLIKOVALCEM
JURETOM MIKLAVCEM, LETOŠNJIM
NAGRAJENCEM PREŠERNOVEGA SKLADA

Zelo mladi ste še in že je tu nagrada Prešernovega sklada za področje, ki je bilo v Sloveniji podhranjeno. Kaj vam pomeni?

Nagrade sem se zelo razveselil in sem nanjo ponosen. Vendar je pravzaprav pomembnejše, kot tudi vi opazate, da je bila s tem nagrajena tudi oblikovalska stroka.

Oblikovanje omogoča prepoznavnost, daje dodano vrednost ... Ali je v našem gospodarstvu to že tako razumljeno? Menite, da bo vaša nagrada spodbudila gospodarstvo, da se bo bolj odprlo za industrijsko oblikovanje?

V našem prostoru je sicer kar nekaj primerov dobrega oblikovanja izdelkov, ki so bili nagrajeni tudi z mednarodnimi nagradami. Vendar pa ostaja – po grobi oceni – obseg podjetij, ki vlagajo v oblikovanje, v zadnjih letih enak. Oblikovanje ni ustrezno zastopano v razvojnih in strateških načrtih, zato se teže uveljavlja kot orodje za doseganje uspešnosti. Zavedanje o pomembnosti oblikovanja je preloženo na vodstva podjetij. Vprašanje pa je, ali imajo vodilni dovolj znanja o izkoriščanju in vodenju emocionalnega dela dodane vrednosti. Žal večina podjetij v Sloveniji vlaga v oblikovanje izključno zaradi konkurence, ker so njim konkurenčni izdelki na trgu tudi oblikovani.

Od kod črpate navdih, kako raziskujete, kakšne so vaše prednostne naloge pri ustvarjanju?

Navdih je pravzaprav vsakodnevno življenje. Oblikovalec črpa informacije iz okolice in jih zavedno ali nezavedno vtke v svoje projekte. Oblikovalski proces je sestavljen iz metodologije dela, ki je sistematiziran in je pomoč pri vodenju obsežnejših projektov; načrtovalski del pa je posledica čustvene inteligence, je kreativen. V našem studiu dajemo velik poudarek na jasnost oblikovalskih izhodišč, saj se že v tem delu zakodira smer rešitve. V studiu deluje (vključno z menoj) pet oblikovalcev in po osebnosti smo si namenoma zelo različni, kar je odlično za prevetritev različnih pogledov in pestrost rešitev.

Koliko prostora je v sodobnem oblikovanju za tradicijo, naravo? Kakšno je razmerje med lepoto in uporabnostjo? Koliko je pri industrijskem oblikovanju mode in koliko večnosti oz. umetnosti?

Izdelkov pravzaprav ni mogoče deliti na estetski in funkcionalni del. Če je izdelek dobro zasnovan, sta v rešitvi obe postavki logično prepleteni. Za večni izdelek sta po navadi poleg dobre zasnove potrebna pravo okolje in tudi nekaj sreče.

Sicer pa je razpon različnih oblikovalskih pristopov širok. Lahko izhaja iz tradicije, narave ... ali je zelo avtorsko usmerjen. V studiu imamo širši pogled in smo usmerjeni v strateški pristop; to pomeni, da obvladujemo kompleksnejše naloge, delamo vedno v kontekstu strategije in vizije podjetja in smo sposobni delati najrazličnejše projekte.

V eni od izjav ste poudarili humanistično noto v oblikovanju. Kako vi delujete, kako ustvarjate?

V osnovi je oblikovanje usmerjeno v gospodarstvo in je orodje za večjo uspešnost podjetij. Posledici dodane vrednosti sta večja prepoznavnost in večji zaslužek. Vendar pa se oblikovanje pogosto izkorišča predvsem za pospeševanje prodaje; v tem primeru so pozitivni učinki zelo kratkotrajni. V etičnih osnovah našega poklica je zato zadovoljstvo končnega uporabnika izredno pomembna postavka. Okolje oblikujemo in spreminjamo predvsem za boljše življenje ljudi; to zavedanje pa je treba razširiti tudi na varovanje okolja, saj so se človeške dejavnosti tako razširile, da ti procesi že prekomerno obremenjujejo okolje.

Kako ste začeli svojo ustvarjalno kariero?

Z oblikovanjem sem se srečal na Akademiji za likovno umetnost in oblikovanje. Prvi uspešen projekt v času študija je bil set nožev za sir, ki sem ga oblikoval pri prof. Pezdircu. Nože je izdeloval moj oče in tržili so se celo desetletje. Pomemben del moje izobrazbe pa je bila tudi srednja strojna šola, v kateri sem pridobil znanje o tehnologijah in materialih. Lahko rečem, da je oblikovanje moje življenjsko prepričanje, hkrati pa moj poklic in hobi.

Za koga poleg Alpine še ustvarjate, kdo vas poišče?

Poleg našega pomembnega partnerja Alpine smo v zadnjem času precej zaposleni z oblikovanjem različnih svetilk za Intra lighting, oblikovali smo kar nekaj novega pohištva, elektronskih aparatov, mobilno informacijsko točko, nekaj notranjih prostorov ... Dnevno se ukvarjamo z najrazličnejšimi vizualnimi komunikacijami in zasnove različnih blagovnih znamk.

Kaj bi si še želeli delati?

Pravzaprav ni področja, ki se ga ne bi lotili. Predvsem je bolj pomembno vprašanje kako, ne kaj. Torej bolj je bistven interes za jasno strategijo, izhodišča, vizijo, pogum, razvijanje lastne blagovne znamke in želja po končnih izdelkih. Če tega podjetje še nima, ima pa jasno željo in namen, z njimi skupaj razvijemo pristop.

Kaj vas je pri vašem delu najbolj razžalostilo, razočaralo?

Najbolj nas potrejo neizkoriščene priložnosti in neambiciozni pristopi. Za svoje projekte garamo od jutra do večera in tudi na naročnikovi strani iščemo podobno predanost.

Kaj vas pri vašem ustvarjanju najbolj navdušuje?

Pestrost naročnikov in težav, s katerimi se srečujemo.

Kakšni so vaši načrti?

Ta trenutek se osredotočamo na končanje gradnje našega studia. V bližnji prihodnosti bomo skušali izpeljati tudi kakšen eksperiment. Torej projekt, ki ga bomo razvili do določene stopnje in nato iskali partnerje za podporo in uresničitev. ■

INDUSTRIJSKO OBLIKOVANJE POMAGA GOSPODARSTVU DO DODANE VREDNOSTI; V SEBI NOSI HUMANIZEM, SPOROČILNOST, FUNKCIONALNOST ... JE DRUŽBENO VPLIVNA DEJAVNOST, KI IZHAJA IZ NARAVE IN TRADICIJE TER KAŽE POT V PRIHODNOST. Z NAŠIMI SOGOVORNIKI SMO RAZMIŠLJALI O INDUSTRIJSKEM OBLIKOVANJU IN ZUNANJI PODOBI PODJETIJ.



**JOŽICA NOVAK
KRAJŠEK,
AVTOGALANT
NOVO MESTO**

Gospodarsko oblikovanje ima zelo široko in raznoliko področje delovanja. Rezultati oblikovalskega dela nas spremljajo dobesedno povsod. Zato je odprto vprašanje, ali oblikovanje spada bolj na kulturno-umetniško ali gospodarsko področje.

Svet vse bolj spoznava, da oblika nima le estetske vrednosti, ampak da je tudi vibracija, energija. Oblika je lahko konstruktivna ali destruktivna - pozitivno ali negativno vpliva na človeka, na okolje. Najpopolnejše oblike daje narava, človek pa se mora tem oblikam znati približati in jih vnašati v svoje življenje.

Naše podjetje Avtogalant uspešno deluje že 35 let. Zaposluje 20 ljudi, izdelujemo tenkostenske šivne cevi različnih dimenzij in izpušne sisteme za osebna vozila. Izdelki temeljijo na tehnologiji, kakovosti, funkcionalnosti in na izgledu. Tudi naš logotip, s katerim se predstavljamo, ima svoj pomen. Oblikovalec je dve zaviti cevi AG obarval rdeče, kar pomeni energijo, strast, vitalnost in prodornost, s črno barvo, ki je barva ponosa in elegancije, pa označujemo moč in skrivnost.



**STANISLAV BUKOVEC,
EVOSTIL, STRAŽA**

Industrijsko oblikovanje je še zlasti za Slovenijo izjemnega pomena; ker smo majhni, ne moremo računati na množično proizvodnjo - naša prednost je v butičnosti. Dodana vrednost je v idejah, oblikovanju, blagovnih znamkah. Naše podjetje deluje od leta 1995, in sicer izdelujemo kosovno pohištvo in dodatke, kot so sklede, svečniki, pladnji ... Naši pretehtano oblikovani izdelki iz plemenitega lesa imajo poleg uporabne tudi dekorativno vrednost. Le nekaj odstotkov naše proizvodnje prodamo doma, ostalo gre v izvoz, kjer visoko cenijo izvirne ideje, pozornost pri izdelavi, razmislek pri obliki ... Razvili smo lastno blagovno znamko Breka; poimenovali smo jo po plemeniti, a redki in zato zaščiteni drevesni vrsti, ki raste tudi na slovenskih tleh. Tudi z našimi izdelki opozarjamo na plemenitost lesarske tradicije ter na odgovoren odnos do gozdov. Naš gozd ne sme biti le surovinska baza za tujce, ampak moramo poiskati v njem svojo identiteto in jo - tudi skozi oblikovanje lesa - bolj ceniti.



**JULIJ BRINC,
SMITHERS-OASIS
ADRIA, GRADAC**

Oblika je seveda zelo sporočilna, poleg tega pa se lepa oblika bolje in lažje prodaja. Oblika je hkrati podvržena ne le modnim trendom, ampak tudi določenim kulturnim vzorcem. To še zlasti velja za izdelke, ki jih razvija naše podjetje. Izdelujemo pripomočke za cvetličarstvo, ki so narejeni iz cvetličarske gobe ter ustrezne podlage. Naše podjetje ima 47 zaposlenih in več kot 75 % izdelkov in storitev prodamo na tujih trgih. Srce kot podlaga za cvetlični aranžma je na primer sprejeto povsod, peterokraka zvezda pa le v določenih državah. Oblika je pogosto tudi simbol, ki lahko predstavlja določeno ideološko usmeritev, in je zato lahko tako prednost kot tudi ovira. Zaradi narave našega dela in zato ker prodajamo v različnih državah, nam oblike narekuje posamezno okolje.

Na leto razvijemo do 15 novih izdelkov; pri teh pa je poudarek predvsem na funkcionalnosti in seveda tudi na obliki; cvetličarji iščejo vedno nove, inovativne oblike in tem pričakovanjem tudi sledimo.



**MARJAN MATOH,
SMC INDUSTRIJSKA
AVTOMATIKA,
TREBNJE**

Oblika in barva sta pomembni vsebini posameznega izdelka, sta elementa sporočanja in s tem dajeta izdelku nekaj več. Niso zaman narejene cele študije o psihologiji barv in pomenu oblike. Tako pri izdelkih - pri katerih je seveda v ospredju funkcionalnost - kot pri predstavitvi podjetja z zunanjo podobo je oblikovanje zelo pomembno. Celo pri vsebini našega dela; imamo namreč zastopstvo in prodajo posameznih delov za avtomatizacijo proizvodnih procesov (podjetje deluje od leta 1997 in ima 12 zaposlenih). Ti deli so običajno vgrajeni na mestih, kjer jih v času delovanja niti ne opazimo (npr. v krmilni omari). V primeru popravil, dodelav in predelav stroja pa so različne barve posameznih priključkov izjemnega pomena; tako vzdrževalec že »od daleč« opazi, za kakšno aplikacijo gre. Večina teh izdelkov izvira z Japonske. Opažam, da naši dobavitelji poleg funkcionalnosti in izvedbam, ki so prijazne do uporabnikov, namenjajo veliko pozornosti tudi obliki in barvi izdelkov.

5. SKUPŠČINA GZDBK

AVTOCESTO IMAMO, NA VRSTI TRETJA RAZVOJNA OS IN UNIVERZA

GOSPODARSKA ZBORNICA DOLENJSKE IN BELE KRAJINE (GZDBK) IMA KLJUB ZAOSTRENIM RAZMERAM V GOSPODARSTVU ZA SEBOJ USPEŠNO LETO. PREDSEDNIK ZBORNICE **JOŽE COLARIČ** JE NA SKUPŠČINI, KI JE POTEKALA 3. MARCA NA OTOČCU, UVODOMA POUDARIL, DA JE ZBORNICA V MINULEM LETU ČLANOM PONUDILA VEČ BREZPLAČNIH IZOBRAŽEVANJ, DAJALA POBUDE ZA IZBOLJŠANJE POGOJEV POSLOVANJA IN IZBOLJŠANJA INFRASTRUKTURE TER POZORNO SPREMLJALA RAZMERE IN Z NASVETI POMAGALA ČLANOM. ZBORNICA ŽE ČETRTO LETO ZDRUŽUJE ČLANE, KI V REGIJI SKUPNO ZAPOSLUJEJO VEČ KOT 70 % VSE DELOVNE SILE V REGIJI, USTVARIJO VEČ KOT 80 % CELOTNIH PRIHODKOV REGIJE IN VEČ KOT 90 % ČISTEGA DOBIČKA REGIJE.



Zagotavljanje infrastrukture za dolenska in belokranjska podjetja je eden ključnih ciljev GZDBK. Z dejavnim vključevanjem je zbornica pripomogla k odprtju manjkajočega odseka dolenske avtoceste mimo Trebnjega, ki so ga odprli lanskega 30. junija. Poleg večje varnosti za udeležence v prometu od odprtja avtoceste v regiji ni bilo zabeleženih nobenih zastojev v proizvodnji zaradi zamude dobav materiala, ki bi bili posledica zastojev na cesti. GZDBK si prizadeva, da bi čim hitreje dokončali manjkajoče

priključke na avtocesto, v prvo vrsto pa prihajajo dejavnosti za začetek izgradnje južnega dela 3. razvojne osi. Postopek javne razgrnitve omenjenega odseka, ki s cestnim obročem okoli Novega mesta in s predorom skozi Gorjance pomeni nov mejnik za nadaljnji razvoj regije, se je začel 3. marca. Zbornica pričakuje plodno razpravo in čim hitrejši začetek gradnje. GZDBK si prizadeva za boljše elektroenergetsko preskrbo, za katero želi, da bi bila zanesljivejša in stabilnejša, ter administrativno in davčno razbremenitev

gospodarskih družb. Prizadeva si tudi za razvoj visokošolskega prostora in ustanovitev Univerze Novo mesto. Direktor GZDBK **Franci Bratkovič** ocenjuje, da je to cilj, ki bi bil lahko uresničen v naslednjem obdobju. Spodbudo za razvoj visokega šolstva v regiji je GZDBK pokazala tudi na letošnjem sejmu Informativa, na katerem so se pod njenim okriljem predstavile novomeške izobraževalne ustanove. Že drugo leto zapored je lani decembra zbornica na sejmu Kariera združila

predstavitve nekaterih podjetij, ki delujejo v regiji. GZDBK načrtuje organizacijo skupnih nastopov članov na sejmih tudi v prihodnje.

Člani so imeli v lanskem letu na voljo več brezplačnih izobraževanj kot leto prej, bilo jih je 40, zbornica pa je pripravila še 24 plačljivih. Skupaj se jih je udeležilo več kot tisoč ljudi. Pripravili so več kot dvajset posvetov, na katerih je sodelovalo več kot 900 udeležencev. V letošnjem letu načrtujejo izvedbo vsaj 50 izobraževanj, del katerih bo namenjen izključno članom zbornice, vsaj polovica pa jih bo za člane brezplačna.

Lani jeseni se je petim delujočim sekcijam (Sekcija za kakovost in inovativnost, Sekcija za ravnanje s človeškimi

viri, Sekcija za informatiko, Sekcija računovodskih servisov ter Sekcija za okolje in energijo) pridružila še Sekcija seniorjev, ki združuje upokojene menedžerje in strokovnjake. Vsaka izmed sekcij se v povprečju sestane petkrat na leto, izvede vsaj tri izobraževanja oziroma izmenjave dobrih praks ter en posvet. Njihova glavna naloga je ustvarjanje vzdušja zaupanja, ki je temelj za projektno delo. GZDBK bo tudi letos v okviru sekcij pripravila razpis za vzoren primer ravnanja s človeškimi viri ter razpis za podelitev priznanj za inovacije. Zadnji je že odprt, nanj se je mogoče prijaviti do konca marca. Lani je na omenjeni razpis prispelo 28 inovativnih predlogov 16 prijaviteljev, s to rekordno udeležbo so preseгли vse dotedanje rezultate.

GZDBK je uspela pridobiti projekt Kompetenčni centri kemijske industrije, pri katerem je nosilni partner in prijavitelj. V projektu poleg Združenja za kemijsko industrijo Slovenije sodeluje še dvajset drugih partnerjev. V letošnjem letu je zbornica dobila rezultate še dveh projektov, in sicer Gospodarska razvojna središča, na katerem je uspela s podjetjem Krka, d. d., sodelovala pa bo tudi pri projektu, katerega nosilec je podjetje Novoline, d. o. o. V tem letu se načrtuje večji zagon delovanja mediacijskega centra, ki je bil ustanovljen lani. Člani bodo z njim dobili možnost reševanja sporov mimo sodišča. Mediatorji bodo upokojeni sodniki, odvetniki in druge osebe z ustreznimi izkušnjami, rezultat mediacije pa je lahko tudi notarsko zapisan. ■





BORIS KOŠMERL,
DIREKTOR PODJETJA TRI-K,
D. O. O.

Naše podjetje je član še nekaterih drugih zbornic v Sloveniji, vendar moram priznati, da je GZDBK svetla izjema, saj je precej dejavna in deluje zelo dobro. Članstvo v zbornici nam prinaša številne ugodnosti od izobraževanj in seminarjev, njen program pa je zelo obširen, zato nam ni žal, da smo njeni člani.



VLADIMIR GREGOR BAHČ,
PRESEDNIK UPRAVE IN
GENERALNI DIREKTOR TPV,
D. D.

Za zbornico, ki bo združevala Dolenjsko in Belo krajino, smo se zavestno odločili in naše sporočilo ob ustanovitvi je bilo, da bomo dobri ali pa nas ne bo. Dolenjska združuje številna uspešna podjetja, in to se pozna tudi v delovanju zbornice, zato je GZDBK dobra. Sekcije, ki jih je ustanovila, in ostale stvari, ki jih delamo skupaj, so zagotovo tista pozitivna točka, zaradi katere smo uspešnejši. Seveda lahko vsak sam pripravi izobraževanja, ampak če so kakovostno pripravljena in na njih predavajo priznani predavatelji, so tudi rezultati drugačni. Tudi skupni nastopi so tisti, ki dajejo vsem boljše rezultate. Dokler bo tako, bomo uspešni.



**ALENKA JANŽEKOVIČ
KAVŠEK,**
DIREKTORICA PODRUŽNICE
NLB, D. D. DOLENJSKA IN
BELA KRAJINA

Pridruženi člani GZDBK smo približno leto in pol, naše sodelovanje ocenjujem za več kot vzorno. Zbornico predvsem odlikuje izjemna pripravljenost do novosti in inovativnih pristopov, vedno najdemo nove načine za uspešno sodelovanje in upam, da bo tako tudi v prihodnje.

Trenutno se z GZDBK dogovarjamo, da bi zbornica znotraj izobraževalnega sistema NLB, d. d. predstavila tiste stvari, ki jih gospodarstvo pričakuje od banke. Na ta način bomo skušali zgraditi še nov most med banko in komitenti ter njihovimi potrebami, željami in pričakovanji.

Predvsem pa bi želela poudariti, da v NLB ocenjujemo, da je delovanje GZDBK izjemno povezovalno in kot tako prinaša pozitivne učinke tako na gospodarsko dejavnost poslovnih subjektov in posledično tudi na splošno raven zadovoljstva prebivalcev dolenjsko-belokranjske regije. Želim si, da bi s pozitivnim pristopom in z usmerjenostjo na rešitve in ne na probleme nadaljevali tudi v prihodnje.

ZBORNICA JE V LANSKEM LETU ZABELEŽILA PRESEŽEK PRIHODKOV NAD ODHODKI, KI JE ZNAŠAL DOBRIH 5 TISOČ EVROV. SKUPŠČINA JE SOGLASNO POTRDILA LETNO POROČILO ZA LETO 2010, SPREJELA PROGRAM DELA IN FINANČNI NAČRT ZA LETO 2011. VIŠINA ČLANARINE JE OSTALA NESPREMENJENA:

MIKRO ČLANI (DO VKLJUČNO 10 ZAPOSLENIH)	25€ MESEČNO
MAJHNI ČLANI (OD 11 DO VKLJUČNO 50 ZAPOSLENIH)	50 € MESEČNO
SREDNJI ČLANI (OD 51 DO VKLJUČNO 150 ZAPOSLENIH)	100 € MESEČNO
VEČJI ČLANI (OD 151 DO VKLJUČNO 250 ZAPOSLENIH)	200 € MESEČNO
VELIKI ČLANI (OD 251 DO VKLJUČNO 450 ZAPOSLENIH)	250 € MESEČNO
ZELO VELIKI ČLANI (OD 451 DO VKLJUČNO 1000 ZAPOSLENIH)	500 € MESEČNO
NAJVEČJI ČLANI (1001 IN VEČ ZAPOSLENIH)	2000 € MESEČNO

MITJA KOŠAK

INDUSTRIJSKO OBLIKOVANJE

ROI. EKONOMISTOM DOBRO ZNANE NENAKLJUČNO POSTAVLJENE ČRKE. GONILCO RAZVOJA, MOTIVACIJSKI ELEMENT PODJETIJ, RAZLOG ZA POGODBENO NAGRADO MENEDŽERJU. PONAVIDI JE V BILANCI POLEG ŠTEVILKE, KI JE DEJANSKI REZULTAT NAŠEGA PODJETJA.



ALPINA, tekaški čevlji ELITE RACING, Red Dot Design Award 2008; oblikovanje Jure Miklavc, Kabinet 01, Robert Križnar

Pove, koliko smo vložili in koliko smo dobili povrnjenega na osnovi naše dejavnosti. Suhoparen, pa vendar zelo pomemben podatek. Pomembno je torej ustvarjati razliko med kupljenim in prodanim. Kako in s čim doseči največji učinek? Recept je preprost in enostaven, vendar je malo tistih, ki ga uporabljajo. Dodana vrednost. Ta je tista bistvena začimba, s katero izdelek spravimo na trg in prodamo za več kot drugi. Ker so uporabniki (potrošniki) ocenili, da sta zaradi nje naš izdelek ali storitev vredna več, da so zanj pripravljeni več plačati, ju večkrat kupiti, se med množico konkurenčnih izdelkov odločiti prav zanj.

Živimo v času, ko nihče več ne zna v celoti izdelati niti osnovnih stvari, ki jih uporabljamo v vsakdanjiku. Ali zna kdo popolnoma sam izdelati žlico? Izkopati rudo, jo spremeniti v kovino in na koncu še oblikovati?

Danes menedžerji vodijo, obrtniki izdelujejo, prodajalci prodajajo. V tem procesu, procesu izdelave po malih delčkih, so inovatorji, izumitelji, oblikovalci in snovalci ključni faktorji pri dodajanju novih vrednosti izdelku ali storitvi.

Na kakšen način podjetja prihajajo do dodanih vrednosti? Uporabnik s svojim vedenjem sporoča, da je čas za nekaj novega. Korak pred njim so industrijski oblikovalci.

Beseda oblikovanje je zelo izkoriščana. Oblikovalci smo pravzaprav vsi; neoblikovati sploh ne moremo; ko napišemo elektronsko sporočilo, si zavežemo kravato ali nadenemo nakit. Od obrtnika, ki izdeluje mizo, do peka, ki bo malce drugače zarezal črto v hlebec in naprej do profesionalnega oblikovalca, ki ima znanja, orodja in izkušnje, da bo

pripravil novo linijo kopalne kadi, oblikoval prodajni katalog podjetja ali pa zasnoval popolnoma novo črkovno vrsto oziroma tipografijo novega časopisa. Spletni mediji so izumili še nove poklice med oblikovalci – spletni oblikovalec, oblikovalec informacij (velike količine informacij vam poda na urejen in uporabniku prirejen način) ...

Kje je meja med oblikovanjem kar tako in tistim, ki zares prinaša dodano vrednost? Oblikovalka **Pattie Moore** meni: »Dobro oblikovanje je kot pornografija; ne moremo ga točno definirati, vendar ga prepoznamo, ko je pred nami.« Dobro oblikovanje torej prepoznamo, ko naša uporabniška izkušnja preseže pričakovanja. Podjetja, ki se zavedajo tega, vlagajo v razvoj kadrov, raziskovanje materialov, testiranje trga, iskanje priložnosti in zaznavanje novih trendov. Količina »oblikovalskega« v izdelku je odvisna od uporabnika in naročnika. Skrajne vrednosti pa so uporabni predmeti (brez dodane vrednosti) in na drugi strani popolnoma neuporabni, ki so namen samo obliki. Ni pravega navodila, koliko več oblikovalskega mora imeti vaš izdelek, da se bo bolje prodajal oziroma vam prinesel več dodane vrednosti, izražene v denarju. Tržne raziskave so dober pokazatelj priložnosti, mala podjetja pa lahko najdejo odličen vir informacij pri svoji konkurenci. Podjetja, tržni vodje na osnovi izkušenj iz preteklosti z novimi izdelki tudi namenoma tvegajo, saj vedo, da prvi pobere največ dodane vrednosti.

Nekatera slovenska podjetja se zavedajo pomembnosti oblikovanja kot bistvenega dela dodane vrednosti njihovih izdelkov. Oblikovanje je tam enakovreden deležnik dodane vrednosti njihovega izdelka.

Slovinci imamo veliko dobrih oblikovalcev. So mednarodno priznani in so se dokazali zunaj naše države z deli, ki presegajo oblikovalske standarde doma in v tujini. Podjetja, ki sodelujejo z njimi, so z rezultati zelo zadovoljna.

Veliki torej vedo, koga kje najeti in kako se lotiti oblikovanja. Žal ravno pri srednjih in manjših podjetjih iz zavedanja potrebe še ni prišlo do iskanja tovrstnih strokovnjakov. Držijo se pravila, da se neoblikovati ne da. Čas in konkurenca bosta naredila svoje – podjetja bodo spoznala, kje leži največji del dodane vrednosti njihovih izdelkov. Poskrbeti bodo morali, da prej kot konkurenca. ■

Mitja Košak je direktor agencije Solos in predavatelj na Visoki šoli za dizajn.

ANDREJ BAJUK, TEM ČATEŽ, D. D.



ZA TEM ČATEŽ LAHKO REČEMO, DA JE ZGODBA O DIZAJNU. V PODJETJU SMO SE LETA 1996 Z NOVIM VODSTVOM ODLOČILI ZA NOVO STRATEGIJO POSLOVANJA, V KATEREM SMO SE NAJPREJ OSREDOTOČILI NA PROIZVODNJO IZDELKOV LASTNE BLAGOVNE ZNAMKE (INŠTALACIJSKA STIKALA IN VTIČNICE).

Ključna odločitev je bila sprememba v prodajni filozofiji, po kateri je izdelke treba obravnavati celovito. To pomeni, da niso pomembne le tehnične karakteristike, ampak tudi izgled in učinkovit način prodaje. V skupino se je vključil tudi industrijski oblikovalec **Borut Dvornik**. Preobrat smo dosegli z novo celostno podobo, oblikovali smo kataloge in posebno prodajno mesto ter uvedli novo cenovno politiko. Zelo velik poudarek smo dali tudi prodajnim predstavnikom. S temi koraki smo svoja stikala močno diferencirali od konkurence, podjetje pa si je pri kupcih močno dvignilo ugled. Če ne upoštevamo izredne energije, ki so jo vsi vpleteni vložili v oživitev podjetja, vložki v spremembo sploh niso bili zelo veliki. Takrat smo uporabili samo obstoječe stvari, kar smo dodali, so bili dizajn in nekaj promocijskih orodij.

Ko so se v nekaj strpnih letih ustvarili pogoji za potrebne nove finančne investicije, smo začeli razmišljati o novih izdelkih. Na razvoj smo se dobro pripravili. Zelo natančno smo preučili potrebe in preference ljudi, ki odločajo o nakupu stikal. Na podlagi natančne analize tržnih gibanj smo se odločili

za razvoj modularnih stikal, ki dajejo v primerjavi s klasičnim sistemom bistveno večje možnosti. Posebna pozornost je bila poleg tehničnim rešitvam namenjena tudi obliki novih stikal. Leta 2003 je nastala linija stikal Modul, pri čemer je TEM dobil nove možnosti, s katerimi uspešno širimo svojo prodajno mrežo doma in v tujini. Z dobro oblikovanimi stikali in s skrbno pripravljenim nastopom na trgu nismo dobili samo novega tržnega prostora za Modul, ampak se zaradi boljše podobe podjetja povečuje tudi prodaja stikal nižjega cenovnega razreda. Dodana vrednost na zaposlenega stalno raste.

Uspeh, ki ga dosegamo pri kupcih, se ne kaže le prek večje donosnosti, ampak ima pomemben vpliv tudi na klimo znotraj podjetja. Zaposleni so ponosni na razvoj in stalne pozitivne spremembe. Odnosi so postali bolj sproščeni, ljudje raje in bolje delajo, manj je napak, sproščeni odnosi blagodejno vplivajo na ustvarjalnost ključnih ljudi, kar spet vodi v pozitivno spiralo ambicioznega razvoja podjetja. TEM odlikujejo celovitost ponudbe, sodobne tehnologije in zavestna uporaba dizajna. ■

DAMIR DOMINIČ, ADRIA MOBIL, D. O. O.



V ADRII MOBIL JE RAZVOJ ENA TEMELJNIH DEJAVNOSTI, KI JO RAZVIJAMO IN NEGUJEMO ŽE VEČ KOT 45 LET IN BREZ KATERE SI TEŽKO PREDSTAVLJAMO DANAŠNJE ALI MINULE USPEHE PODJETJA.

Glavni cilji razvojne dejavnosti so doseganje zahtevane kakovosti izdelkov (spremljamo jo vsak dan za vse produktne vrste in izvedbe) ter odličnost dizajna in funkcionalnost izdelka, ki v močno konkurenčnem okolju predstavljajo ključne

prodajne prednosti blagovne znamke Adria.

Adriina razvojna strategija predstavlja nenehno evolucijo izdelkov, saj svoj izbor izdelkov nenehno nadgrajujemo bodisi s popolnoma prenovljenimi izdelki bodisi s tehnološkimi in/ali funkcionalnimi prenovami posameznih komponent. Odličnost dizajna, ki ne pomeni le novega videza, temveč – kot že rečeno – tudi izboljšano kakovost ter funkcionalnost, je botrovala tudi Adriinemu uspehu v obdobju gospodarske krize. V tem obdobju

smo namreč obseg vlaganj v razvojne dejavnosti povečali tako v odstotku kot tudi v absolutnem znesku; v letu 2010 je tako obseg vlaganj v razvojno dejavnost znašal skoraj 3,9 milijona evrov, kar predstavlja več kot 35-odstotno zvišanje v primerjavi s prejšnjim letom.

Z razvojem in oblikovanjem novih izdelkov v Adrii stremimo k ustvarjanju koncepta sodobne estetike, ki se odraža predvsem skozi skladnost zunanega dizajna s sodobnim, udobnim okoljem notranjosti počitniške prikolice, avtodoma ali mobilne stanovanjske hišice, pri čemer imajo pomembno vlogo izbira barv, materialov, osvetlitve ter prostorsko inovativne tlorisne rešitve.

Največ pozornosti v sezoni 2011 je bil deležen nov integriran avtodom Sonic, ki ga je Adria Mobil predstavila ob svojem 45-letnem jubileju. Razvojno in tehnološko najzahtevnejši tip avtodoma zaznamuje sodobna, dinamično oblikovana zunanost, ki jo dopolnjujejo številni inovativni sklopi v notranjosti vozila, kot so ambientalna osvetlitev, elipsasta oblika tuš kabine, prilagodljivost sedežnega dela ... ■



KOLPA, D. D., VEČINO SVOJIH PROIZVODOV PRODA V TUJINI (PRIBL. 80 %), IN ZATO MORAMO BITI V NENEHNEM RAZVOJNEM TRENDU IZDELKOV TAKO PO IZBORU MATERIALOV KOT NA PODROČJU OBLIKOVANJA. TA JE V ZADNJIH 15-IH LETIH ZELO NAPREDOVAL IN TEMU SMO SE PRILAGODILI, TAKO DA STA OBLIKA IN PODOBA IZDELKOV V NAŠEM PODJETJU NA ZELO VISOKEM MESTU PRI RAZVOJU IZDELKA.

Dodano vrednost lahko prinesejo kakovost, uporabnost in oblika izdelka. Vedno se iščejo nove poti, zato je treba biti nenehno pozoren na trende v svetu. Da temu slediš, se je treba vključevati v mednarodne procese, biti prisoten na sejmih po svetu in se udeleževati raznih mednarodnih strokovnih konferenc na to tematiko.

V Sloveniji je resno industrijsko oblikovanje še vedno v zaostanku za ostalim svetom. Razlogi tičijo v premajhnem sodelovanju med oblikovalci in proizvajalci izdelkov. To pa izhaja še iz časov, ko se je dalo prodati skoraj vse, če je le bilo kolikor toliko dobro narejeno. Je pa še ena zelo velika ovira, ki izhaja iz časov, ko se je izvajala privatizacija in se še vedno, ko za te stvari ni bilo poslušna zaradi omejitve sredstev, ki bi jih bilo treba prenesti v industrijsko oblikovanje, a se ga ni. Jasno, resna podjetja so prepoznala učinek dobrega oblikovanja in vedo, da je z njim možno odskočiti iz povprečja. Se ga pa določena podjetja bojijo, ker se ne znajo postaviti proti oblikovalcem, ki se ne morejo izoblikovati za določeno

področje, na katerem bi bili specialisti in so večinoma oblikovalci za vse in nič.

V prihodnosti se bodo morali specializirati za določeno področje oblikovanja, kajti brez tega bo tako, kot je sedaj, ko oblikovalci oblikujejo vse, kar jim kdo ponudi. Treba bo iti po izkušnje ven, iz Slovenije, in priti nazaj zelo obogaten z njimi. Slovenija ima sicer kar nekaj oblikovalcev, ki so se našli na mednarodnih trgih, vendar jih bo treba več za močnejši preboj naše industrije. Imamo tudi dobre primere (Gorenje) s tujimi oblikovalci, ki so specialisti na svojem področju in orjejo ledino pri nas.

NAJPOMEMBNEJŠI OBLIKOVALSKI DOSEŽKI KOLPE

Vsak globok izdih posameznika, ki izraža sproščenost, zadovoljstvo in užitek ob uporabi Kolpinih izdelkov, je pohvala sama zase. Še bolj pa v podjetju cenijo tista priznanja, ki mu jih podelijo poznavalci – na osnovi strokovne presoje. V zadnjih letih je Kolpa naredila velik korak v razvoju in oblikovanju kopalniškega programa ter si s tem prislužila številne nagrade, kot so: zlata plaketa revije Naš dom 2004 za oblikovalski tim podjetja Kolpa v programu Kolpa san, priznanje za dobro zasnovano na BIO 2006 za kolekcijo U (You), nagrada Top ten – deset najboljših na Ljubljanskem pohištvenem sejmu 2007 za kopalno kad Tristan in več mednarodnih priznanj za različne sejemске predstavitve. Najpomembnejši nagradi z oblikovalskega področja pa sta Eureka in Red Dot v letih 2007 in 2010. ■



KREATIVNE INDUSTRIJE

HITRO RAZVIJAJOČE KREATIVNE INDUSTRIJE, KI SE ZAVEDAJO POMENA INOVATIVNOSTI, SO DANES KLJUČNI DEJAVNIK RAZVOJA SODOBNE DRUŽBE. KOT TAKE POSTAJAJO EDEN IZMED NAJPOMEMBNEJŠIH DEJAVNIKOV GLOBALNE KONKURENČNOSTI. USPEŠNA PODJETJA SE ZAVEDAJO POMENA KREATIVNIH LJUDI, KI SO SPOSOBNI PREOBLIKOVANJA ZNANSTVENIH DOSEŽKOV IN NOVIH TEHNOLOGIJ V IZDELKE S KOMPLEKSNO KAKOVOSTJO IN VISOKO DODANO VREDNOSTJO.

Na Visoki šoli za dizajn smo zato ustanovili Laboratorij za kreativne industrije, prek katerega se izvajajo raziskovalno-razvojni projekti za potrebe domačih in tujih proizvajalcev. Bistvo laboratorija je sinergija partnerjev z znanjem z različnih področij in s tem večja konkurenčnost na domačem in tujem trgu. Vzpostavljeno je sodelovanje z raziskovalnimi inštituti, in sicer zaradi aplikacije novih tehnologij in materialov v inovativne izdelke z visoko dodano vrednostjo. Posebna poudarka sta na pomenu dizajna v kontekstu trajnostnega razvoja in na izboljšanju kulture bivanja za vse starostne skupine.

Poslanstvo laboratorija je pomoč pri razvoju izdelkov tako manjšim podjetjem, ki nimajo lastnih razvojnih birojev, kot tudi večjim, ki imajo svoje razvojne oddelke, ki bi pa vseeno potrebovala pomoč zunanjih strokovnjakov. Dolgoročna vizija laboratorija pa je tudi ustvariti eminenten center odličnosti dizajna za različne tehnologije in procese ter hkrati razviti lastno blagovno znamko. ■

Doc. Nada Matičič Rožmanec je dekanja Visoke šole za dizajn.

A portrait of Boštjan Gaberc, a middle-aged man with short dark hair and glasses, wearing a dark pinstriped suit jacket, a light blue shirt, and a dark purple tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a blurred office setting with a green wall and a window.

USPEH PRIDE, ČE SE ZANJ POTRUDIŠ.

OBDELALI SO ŽE VEČ MILIJARD DOKUMENTOV, IN SICER OD NAJBOLJ ZAUPNIH PODATKOV PA DO ARHIVSKIH GRADIV, KI BODO SLUŽILI ZA RAZISKAVE IN ŠTUDIJE ... PODJETJE, KI GA JE **BOŠTJAN GABERC** USTANOVIL LETA 1992, KO JE BIL STAR KOMAJ 22 LET, UŽIVA UGLED IN ZAUPANJE DOMA IN V TUJINI.

SO DOBITNIKI MNOGIH PRIZNANJ, TUDI DOLENJSKO-POSAVSKE GAZELE 2009, NAGRADE DISKOLOBOS 2009 (ZA PROJEKT KODIFEL) TER NAGRAD ZA NAJBOLJŠE SEJEMSKJE PREDSTAVITVE; BOŠTJAN GABERC JE TUDI LETOŠNJI DOBITNIK PRIZNANJA GOSPODARSKE ZBORNICE SLOVENIJE ZA IZJEMNE GOSPODARSKE DOSEŽKE.

SPRAŠEVALA: LIDIJA JEŽ

V Mikrografiji obdelujete in shranjujete dokumente za domača in tuja podjetja ter ustanove. Gre za dokumente, ki sežejo od knjig in starih listin do aktualne poslovne in tehnične dokumentacije različnih podjetij in branž. Kakšna znanja so za to delo potrebna?

Obdelujemo dokumente različnih občutljivosti, varnostnih klasifikacij ter različnih dimenzij, različnih starosti, vrst in tipov dokumentov in z zelo različnih področij. Za vsako vrsto dokumenta veljajo določene posebnosti. Posebna znanja potrebujemo za obdelavo starejših dokumentov in knjig, povsem drugačna za obdelavo aktualne poslovne in tehnične dokumentacije različnih panog – od farmacije in bančništva do zavarovalništva ipd. Naročniki nam v obdelavo zaupajo dokumente, mi pa jim predlagamo metodo implementacije. Ta je za uspeh ključnega pomena. Izjemnega pomena pa sta tudi oprema in tehnologija. Smo tehnološko razvito podjetje in usposobljeni za arhiviranje, upravljanje dokumentacije in obvladovanje različnih procesov ter avtomatizacije dela. Za nas so zelo pomembna specifična znanja v smislu novih tehnologij; tu moramo biti vsaj en korak naprej. Seveda naše delo zahteva točnost, natančnost, potrpežljivost ...

Delate z zaupnim materialom. Kako zagotavljate varnost, saj gredo dokumenti čez več rok in več oči?

Zaupanje je seveda prvi pogoj za sodelovanje, ki ga moramo z naročnikom vzpostaviti. Izguba, poškodba dokumentov ali celo razkritje vsebin bi bila nepojmljiva škoda za naše podjetje. Naša varnostna politika je zelo visoka, saj delamo tudi z zelo starimi, arhivskimi dokumenti, s tajnimi podatki, vezanimi na Nato in EU, obdelujemo razno občutljivo poslovno dokumentacijo ... Zagotavljamo neprekinjeno poslovanje, zato podatke hranimo tako na glavni kot tudi na rezervnih, oddaljenih lokacijah. Odgovornost vodilnih v Mikrografiji in vseh zaposlenih je velika; vedno znova pa jo moramo še nadgrajevati, da jo lahko upravičimo. Postopki izvedbe posamezne storitve potekajo v več fazah, s tem da je krog oseb, ki imajo pregled nad celovitostjo podatkov, zelo ozek in tudi zelo motiviran.

Je motivacija plača?

Ne samo plača oz. denar; pomembna je prava delovna klima, ki mora omogočati

dovolj svobode, da se tako rekoč spontano razvija kreativnost. Veliko vlagamo tudi v strokovni in ne nazadnje tudi osebnostni razvoj. Izobraževanje z različnih področij je ključno za naše uspešno delo, kot seveda za razvoj IT kadra, zato skrbimo, da smo prisotni na vseh v svetovnem merilu pomembnejših dogodkih in izobraževanjih.

Javljate se na razpise v EU in med drugim so vam zaupali obdelavo dokumentov tudi v Siemensu, delali ste tudi za avstrijski arhiv, Združene narode ...

V Siemensu smo bili med desetimi podjetji, ki so prišla v finalni izbor možnih izvajalcev projekta in nazadnje smo jih s strokovnim znanjem, zmogljivostmi in odzivnostjo tudi prepričali, da so nam zaupali enega največjih tovrstnih projektov v Evropi. To je bilo leta 2007. Uspeli smo zadostiti izjemno zahtevnim kriterijem; med njimi je bil tudi zelo kratek rok izvedbe projekta, ki je bil vezan na celotno Nemčijo. S projektom smo dosegli zares neverjeten razvoj! Na projektu je delalo 200 ljudi, ki smo jih morali v kratkem času priučiti za delo. To je bil ogromen izziv in prav taki izzivi nam dajejo krila! Za Avstrijo smo v elektronsko obliko digitalizirali kataster, in sicer za obdobje Marije Terezije. Njena lastnina je segala od Avstrije, Italije, Hrvaške, Romunije, Slovenije ... Zaradi denacionalizacije je bilo treba za ta del izpeljati tudi veliko poizvedb. Skratka, tudi to je bil zajeten in zahteven projekt.

Podjetje imate tudi v Bosni, kjer imate tudi izjemne rezultate.

Podjetje imamo v Srbiji ter v Bosni in Hercegovini. Še zlasti v Bosni smo zelo uspešni, saj imamo kar nekaj novih projektov; lani smo tam dosegli kar 40-odstotno rast. Uspeli smo pridobiti zanimiv in zelo zahteven projekt za sodstvo. Zaradi naglega povečevanja števila zahtevkov so se njihovi sodni zaostanki skokovito povečevali. Med temi so bili tudi številni neplačniki računov za razne storitve od komunale do elektrike. Za posamezne zamudnike smo združevali različne račune in jih strnili v enega ter tako zmanjšali število zahtevkov tudi za desetkrat, državi pa smo s tem prihranili kar pet milijonov evrov. Vedno iščemo najboljši možni in poslovno primeren model; pri tem pa ni enotne formule. Tako širimo znanje, pridobivamo izkušnje in se soočamo z novimi izzivi.

Dela imate očitno vse več in več, saj je bilo vaše podjetje med najhitreje rastočimi ...

Podjetja se zavedajo, da sta elektronsko poslovanje in e-arhiviranje dokumentacije nujnost, saj zagotavljata hitrejši odziv, urejenost in preglednost nad poslovnimi procesi in nad dokumentacijo. Pri tem je pomemben tako prihranek časa kot tudi denarja, to pa so pomembni elementi konkurenčne prednosti.

Kako ste sploh začeli s podjetjem?

Ob osamosvojitvi je bila podjetniška iniciativa bolj poudarjena, in zato sem se kljub mladosti, saj sem bil star 22 let, odločil, da se bom lotil nečesa povsem novega, česar v Sloveniji še ni bilo. Imel sem veliko idej in prav nič denarja. Imel pa sem srečo, da sem se v Nemčiji seznanil z vsebinami obdelave in hrambe dokumentov, da sem dobil prave informacije, dober vpogled v to vsebino. Tako sem tamkajšnje izkušnje lažje prenesel v svoje podjetje oz. v naše okolje. Z izposojenim finančnim vložkom v višini 50 000 nemških mark sem ustanovil Mikrografijo in začel s poslovanjem. Zdaj je v Mikrografiji že 60 zaposlenih. Naša prva stranka je bila zavarovalnica Tilia, s katero še vedno uspešno sodelujemo.

V Sloveniji smo na več lokacijah – sedež podjetja je v Novem mestu, smo pa še v Ljubljani, Mariboru, Kranju in Velenju. Širimo se tudi izven naših meja – omenil sem že podjetji v Bosni in Srbiji. Danes nekaj več kot polovico prihodkov ustvarimo v Sloveniji, ostalo v tujini.

Svoj razvoj zastavljate tudi v povsem novih smereh, in sicer v povezavi s specifičnimi znanji in v smislu visokih tehnologij. Ali je naše okolje že zrelo za to?

Internet in e-poslovanje (elektronska pošta in e-bančni računi) sta naredila velik premik v razumevanju in sprejemanju tega področja; prednosti pa so na dlani. Seveda se to področje še naprej naglo razvija. Tako je nova tehnologija že tukaj ob njeni predstavitvi, pa po navadi okolje še ni dovolj zainteresirano. Okolje dozori nekoliko kasneje, in zato tudi nekoliko kasneje sledi novi tehnologiji. Toda, kot rečeno, moramo biti ponudniki pripravljeni in vsaj en korak pred drugimi. Načrti Mikrografije gredo v področje tehnologije 3D. Ta je že danes razvita do te mere, da za ogled 3D objektov ne potrebujemo več posebnih očal. Toda tovrstni izdelki bodo



na trgu šele čez kakšno leto ali dve in takrat moramo v Mikrografiji to možnost tudi že ponuditi. Izziv vidim v več smereh; tudi v izboljšani virtualni prodaji. Tehnika 3D bo vsak izdelek kupcu približala do najmanjše podrobnosti. Če boste kupovali čevlje, boste lahko videli notranjost čevlja, podplat ... Zanimiv izziv je tudi virtualni muzej; lahko si boste ogledali arheološke predmete z vseh strani. Tako bo mogoče arhivirati izdelke, objekte ... Ponuditi želimo uporabne rešitve, ki jih naročniki potrebujejo za izboljšanje pogajalskih in prodajnih možnosti.

Za Mikrografijo pravite, da je t. i. ploščato podjetje.

Postopno smo rasli in ves čas sem si prizadeval vzpostaviti sistem, ki bo zaposlenim omogočal sproščeno in ustvarjalno delo. Pomembni so spoštovanje, zaupanje, zadovoljstvo in navdušenje nad delom. Veliko se družimo tudi izven delovnega časa. Zavedam se, da so v storitveni dejavnosti ključnega pomena ljudje; posel smo ljudje! Zato si nenehno prizadevam čim več prispevati k dobrim, pozitivnim odnosom znotraj družbe in tudi v povezavi z našimi poslovnimi partnerji. Zavedam se, da so moji sodelavci največje bogastvo podjetja.

Ali imate v načrtu širitev dejavnosti?

Utrjevati in širiti želim našo osnovno dejavnost; osredotočen sem predvsem na to. Drugih vsebin ne nameravam priključevati oziroma se širiti na sorodna področja. Zato že nekaj časa gradimo

tesna sodelovanja s partnerji, ki so strokovnjaki na posameznih področjih. Prav tako ne razmišljam o prodaji podjetja ali kaj podobnega. Precej ponudb dobivam glede vlaganj v različne delnice ali perspektivna nova podjetja, vendar do sedaj še vedno najbolj verjamem v Mikrografijo in vlagam vanjo. Kar ustvarimo, vložimo v razvoj, tehnologijo, izobraževanje. Tako je že vse od začetka. Imamo pa v načrtu še povečati prisotnost v tujini. Poleg že omenjenih držav delamo tudi na Hrvaškem in v Makedoniji, prek agentov pa tudi v Nemčiji in Avstriji. Menim, da je naša prednost v celovitosti različnih tehnologij, v bogatih izkušnjah in seveda v znanju. Smo tudi v fazi pridobivanja certifikata ISO 27001. To je standard za informacijsko varnost, ki zagotavlja varnost podatkov in dokumentov, kar je izjemnega pomena za naše naročnike.

Vas konkurenti posnemajo?

Ne morem govoriti o posnemanju; opažam pa, da so primeri, ko nekdo ugotovi, da smo uspešni in da bi se s podobnim delom lahko ukvarjal tudi on in na hitro uspel. Kdor ima izkušnje v našem delu ali v podobni dejavnosti, ve, da so to nerealna in lahko celo pogubna pričakovanja. To tako ne gre! To je proces – mi smo se učili iz izkušenj; nismo delali samo uspešnih korakov, zato smo se učili tudi na lastnih napakah. Sedaj pa se skušamo kaj naučiti na tujih napakah; od konkurence, naročnikov, posnemamo

izkušnje dobrih praks iz drugih panog.

Kaj menite, da bi bilo v poslovnem svetu treba spremeniti, kaj vas moti?

Marsikaj! Predvsem pa mislim, da je pri Slovencih preveč črednega nagona. To potrjuje že omenjeno brezglavo posnemanje, namesto da bi se potrudili poiskati drugačne, izvirne, lastne rešitve. V tem smislu je tudi popularno sklicevanje na krizo, ki je dežurni krivec za vse. Mi smo jo vzeli kot izziv. Če podjetje zdravo raste, to je predvsem skozi ideje, skozi borbo za posel, vzame take pretrese kot možnosti. Poleg tega ne smeš videti le številke, le dobička. Voditi te mora občutek za posel, veselje do dela; tako zmoreš več in preneseš več! Sicer pa je očitno tudi v času krize dovolj denarja, saj so iskalci hitrega zaslužka pripravljene vlagati v dobro stoječa podjetja, če jim le zagotavljajo primerne donose. Pri tem je čisto vseeno, kam in za kaj vlagajo svoj denar, le da bo pričakovan donos.

Vaše delo je vaš način življenja. Kaj pa družina?

Otroci – tri sinove imam – naju z ženo spravijo v hribe, na smučanje, radi tudi jadramo. Ker sem cele dneve vpet v vodenje podjetja, so za družino rezervirani predvsem vikendi, če so prosti, seveda. V povprečju sem namreč kar pol leta na službeni poti. ■

OKROGLA MIZA O PREDLOGU ZAKONA O MALEM DELU

PREDLOG ZAKONA O MALEM DELU IN ZAKON O UREJANJU TRGA DELA STA BILA TEMI OKROGLE MIZE, KI JO JE PRIPRAVILA SEKCIJA ZA RAZVOJ ČLOVEŠKIH VIROV PRI GZDBK V SODELOVANJU Z DRUŠTVOM ZA KADROVSKO DEJAVNOST DOLENJSKE IN BELE KRAJINE (DKD DBK) TER MINISTRSTVOM ZA DELO, DRUŽINO IN SOCIALNE ZADEVE.

V zelo plodnem dialogu so se soočili minister **Ivan Svetlik**, namestnik generalne direktorice Direktorata za zaposlovanje in trg dela **Zoran Kotolenko**, predsednik Društva novomeških študentov **Franci Judež**, **Majda Marolt** iz Zveze svobodnih sindikatov Slovenije, predsednica Sekcije za ravnanje s človeškimi viri pri GZDBK **Marta Strmec**, predsednica Sekcije seniorjev pri GZDBK **Metka Wachter** in direktor novomeške območne službe Zavoda Republike Slovenije za zaposlovanje **Franc Smerdu**. Okroglo mizo je povezovala predsednica DKD DBK **Judita Ledić**.

Uvodoma je minister predstavil predlog zakona o malem delu, pri čemer je poudaril, da želi ministrstvo s predlaganim zakonom povečati varnost določenih oblik dela. To sta študentsko delo in pogodbeno delo. Poleg tega je namen predlaganega zakona zmanjšati odstotek dela na črno in tudi tovrstno delo umestiti v okviru urejenih delovnih razmerij. »*Dejansko gre za povečano varnost omenjenih oblik dela in paradoksalno je, da predlogu zakona nasprotujejo ravno tisti, ki danes delo opravljajo manj varno, kot bi to uredil zakon,*« je poudaril minister ter dodal: »*Delodajalci pa v večini predlog zakona sprejemajo.*« To je potrdila Marta Strmec, ki pravi, da delodajalci potrebujejo prožne in kompetentne kadre.

Franci Judež je izrazil skrb, da bodo z novimi pogoji ob sredstva za študij predvsem socialno bolj ogroženi študentje ter da bodo študentske organizacije prejele manj sredstev, s tem pa so lahko ogroženi številni projekti, ki jih izvajajo.

Metka Wachter je povedala, da med upokojenci in študenti ne vidi konkurence, temveč sožitje, v katerem mladi prinašajo mladost, starejši pa izkušnje, in s tem podprla predlagani zakon.

Da zakon ni pisan le za študentsko populacijo in upokojenca, je izpostavil Franc Smerdu. Zajema tudi brezposelne in je postavil normative za čas trajanja in plačila ter tako izenačil te skupine. Ta oblika zaposlitve omogoča pripravo na dolgotrajnejšo zaposlitev in konkurenčnejše vključevanje brezposelnih v zaposlitev.

Stališča Zveze svobodnih sindikatov je predstavila Majda Marolt, ki je poudarila, da predlaganemu zakonu nasprotujejo, ker zagovarjajo, da je treba delavcu zagotoviti stabilna delovna mesta.

V drugem delu srečanja je Zoran Kotolenko predstavil Zakon o urejanju trga dela. Namen zakona je s hitrejšim ukrepanjem države na trgu dela povečati varnost iskalcev zaposlitve, zlasti brezposelnih oseb in oseb, katerih zaposlitev je ogrožena.

V zaključku je **Franci Bratkovič** poudaril, da je danes svet izrazito dinamičen, pri čemer s pristopi in z načini dela iz preteklosti ne moremo biti več konkurenčni. Zato podpira predlagani zakon o malem delu. Bojazen, da bi delodajalci izkoriščali nove oblike dela v nepravne namene, je povsem odveč ob dejstvu, da bi z novimi oblikami dela veliko lažje zaposlovali predvsem v času večjih impulzov na trgu, kjer morajo hitro odreagirati. Zaključil je z mislijo: »*Vsak naj dela tisto, za kar je poklican, gospodarstvo naj gospodari, vlada naj vlada, študenti naj študirajo.*« ■

USPEHOV ČASOMER

PRED NAMI JE ŽE 2. RUBRIKA USPEHOV ČASOMER, NAMENJENA OBELEŽEVANJU POMEMBNEJŠIH MEJNIKOV DELOVANJA NAŠIH ČLANOV. KOT SE HITRO OBRNE KOLEDARSKO LETO, SE VRTIJO TUDI POSLOVNA LETA. LE PODJETJA Z JASNI MI CILJI SLAVIJO 10, 20 ... IN CELO 50 LET DELOVANJA. V LETOŠNJEM LETU TO VELJA ZA 17 ČLANOV.

V rubriki so objavljeni le člani, ki so nam vrnili izpolnjene vprašalnike in bodo v tekočem letu praznovali okrogle jubileje. Ob tej priložnosti prosimo vse člane, ki nam še niso vrnili izpolnjenih vprašalnikov, da to čim prej storijo in omogočijo, da bo rubrika Uspehov časomer čim bolj popolna.

V LETU 2011 PRAZNUJEJO:

10 10 LET DELOVANJA:
3 TAV, D. O. O., GVS, D. D., STIA, D. O. O., NOVO MESTO.

20 20 LET DELOVANJA:
ARHA, D. O. O., EKI, D. O. O., ČRNOMELJ, GIMPEX, D. O. O., NOVO MESTO, GLOBUS, D. O. O., METLIKA, ISKRA PIO, D. O. O., KURE & CO., D. O. O., REVIS, D. O. O., RSL PRODUCTION, D. O. O., TRANSCAR NOVO MESTO, D. O. O., VARING, ANTON FABJAN, S. P., ZAVAROVALNICA TRIGLAV, D. D., OE NOVO MESTO.

50 50 LET DELOVANJA:
KOMPAS NOVO MESTO, D. O. O., KZ TREBNJE, Z. O. O., TRIMO, D. D.

Vsem izrekamo iskreno voščilo in vam tudi v prihodnje želimo čim uspešnejše poslovanje. Hkrati vas vabimo, da se tudi v prihodnje v čim večji meri vključujete v delovanje zbornice in tako oblikujete tudi našo zgodovino.



BIROBONUS
Računovodsko podjetje



3. RAZVOJNA OS – RAZVOJNI PROJEKT DESETLETJA



3. IN 3.A RAZVOJNA OS JE BILA TEMA 4. STROKOVNEGA POSVETA Z NASLOVOM STRATEGIJA PRIPRAVE IN IZGRADNJE V JUGOVZHODNI SLOVENIJI, KI GA JE 4. MARCA NA OTOČCU V SODELOVANJU Z GZDBK ORGANIZIRALO DRUŠTVO ZA CESTE JUGOVZHODNE SLOVENIJE.

Strokovni posvet je osvetlil pomen in potrebe po izgradnji 3. in 3.a razvojne osi, tudi v mednarodnem vidiku. Prikazal je stanje postopkov državnih prostorskih načrtov (DPN) in priprav tehnične dokumentacije. Predstavljeni so bili najnovejši izsledki upravičenosti gradnje ter možnosti uresničitve projektov s pomočjo javno-zasebnega partnerstva.

Posvet je potekal skupaj z javno razgrnitvijo odseka od Novega mesta do Malin, ki traja od 3. marca do 4. aprila 2011. Zainteresirani si lahko razgrnjeno gradivo ogledajo na občinah Novo mesto, Metlika in Semič, na Direktoratu za prostor ter na Direkciji RS za ceste, poleg tega je dostopno tudi na spletnih straneh Ministrstva za okolje in prostor. V času javnih razgrnitev so predvidene tudi javne obravnave, in sicer 16. marca v Novem mestu in 18. marca v Semiču in Metliki. V uvodnem nagovoru je zbrane pozdravil minister za promet **Patrick Vlačič**, ki je povedal, da je prostorsko umeščanje trase 3. razvojne osi v njenem južnem delu najmanj konfliktno. Bolj je težavno umeščanje njenega severnega, najbolj pa njenega srednjega dela, kjer se ukvarjajo z različnimi željami o poteku omenjene ceste. Demokratični postopek umeščanja v prostor je pomemben in hkrati konflikten; minister je priporočil, naj se upoštevajo le ključne pripombe. Nobenega dvoma ni,

kako zelo je pomemben dolenski krak za gospodarstvo, povezave in ljudi. Minister je izrazil željo, da naj bodo pripombe, ki bodo podane v postopku, takšne, da jih bo ministrstvo lahko upoštevalo tako, da ne bodo zadrževale sprejemanja državnega prostorskega načrta. Poudaril je še, da je zelo optimističen glede južnega dela 3. razvojne osi, vendar pa bo potrebno posodobiti načine financiranja, kjer je izpostavil javno-zasebna partnerstva. Za to obstaja zanimanje, razliko, da bo projekt vzdržen, pa bo morala pokriti država s tako imenovanimi senčnimi cestninami.

Tomaž Willenpart iz Direkcije Republike Slovenije za ceste je v svojem referatu predstavil srednji in južni del 3. razvojne osi in poudaril, da je njihov cilj sprejetje državnega prostorskega načrta v začetku leta 2012. Srednji del razvojne osi je ključni problem, ker ni konsenza o poteku trase. Narejena je bila optimizacija treh predlaganih variant, ki je bila vrnjena komisiji za pregled investicijske dokumentacije na Ministrstvu za promet.

Radovan Nikić iz podjetja Acer Novo mesto, d. o. o., kjer so pripravljali dokumentacijo za južni del 3. razvojne osi in 3.a razvojno os, je povedal, da se je pokazalo, da je tako pomemben infrastrukturni objekt mogoče umestiti le na osnovi utemeljenih strokovnih rešitev ter ob sprotne vključevanju in

upoštevanju lokalnih skupnosti in nosilcev urejanja prostora ter širše javnosti.

Posveta se je udeležil tudi predsednik Hrvaške gospodarske zbornice, Županijske zbornice Karlovec **Zlatko Kuzman**, ki je izrazil zanimanje za povezovanje med Slovenijo, Hrvaško in Bosno in Hercegovino. Poudaril je sinergijski učinek razvoja prometa in gospodarstva na regionalni ravni, ki se bo uresničil z usmerjanjem na razvoj infrastrukturnih zmogljivosti v skladu s prepoznanimi tokovi blaga in storitev. Z geoprometnega položaja omenjenih treh držav obstajajo odlične predispozicije za pritegnitev mednarodnih tranzitnih tokov in razvoj logistične industrije.

Irena Anica Oven iz Direktorata za prostor na Ministrstvu za okolje in prostor je pojasnila postopke priprav državnih prostorskih načrtov, kamor sodi tudi umestitev 3. razvojne osi. V prometnem smislu je umeščanje 3. razvojne osi razdeljeno na tri glavne odseke: severni, srednji in južni. Zaradi velike dolžine celotne trase, velikega števila občin, skozi katere poteka trasa, ter različne stopnje

UPRAVNI ODBOR GZDBK PODPIRA OSNUTEK DRŽAVNEGA PROSTORSKEGA NAČRTA PRVEGA ODSEKA JUŽNEGA DELA 3. RAZVOJNE OSI. PRIČAKUJEMO KONSTRUKTIVNO JAVNO RAZPRAVO IN ČIM HITREJŠI PRIČETEK IZGRADNJE, KI BI POMENIL NOVO VZPODBUDO GOSPODARSKEMU RAZVOJU.



sprejemljivosti predlaganih variant na posameznih odsekih, ki pogojujejo različni obseg optimizacij, so bili posamezni odseki razdeljeni na pododseke.

V nadaljevanju je **Andrej Jan** iz podjetja PNZ svetovanje projektiranje, d. o. o., predstavil idejni projekt rešitve državne ceste 3. razvojne osi od avtoceste A2 (novomeški obroč) do priključka Maline. **Irena Zore Willenpart** iz Direkcije RS za ceste na Ministrstvu za promet pa je poročala o stanju državne cestne infrastrukture in načrtovanih ukrepih na 3.a razvojni osi.

Ekonomiko gradnje srednjega in južnega dela 3. razvojne osi je predstavil **Tomaz Košič** iz podjetja DDC svetovanje inženiring, d. o. o. S postopkom priprave državnega prostorskega načrta je na Ministrstvu za okolje in prostor hkrati

tekla študija celovitega razvoja območja 3. razvojne osi, v kateri so bili podani prvi rezultati ekonomske upravičenosti in tudi nakazane možnosti financiranja tega projekta. Vrednost investicije na delu, za katerega je že pripravljen idejni projekt (od avtoceste A2 - novomeški obroč - do priključka Maline), je večja, kot je bilo sprva ocenjeno. Zaradi podrobnejše umestitve v prostor in zaradi spremembe 2-pasovne ceste v 4-pasovno je sedaj ocenjena na prek 600 milijonov EUR. Na začetku je študija celovitega razvoja območja 3. razvojne osi pokazala, da je investicijski strošek celotnega projekta približno 1,2 milijarde EUR. Podrobnejša obdelava v študijah variant je podala že vrednosti projekta v celoti približno 2,2 milijardi EUR. Zadnje stanje pa kaže, da je glede na pripravljene idejne projekte v severnem in južnem delu 3. razvojne osi strošek 90 km predlagane trase, kar je približno polovica, že 1,8 milijarde EUR.

Možnost javno-zasebnega partnerstva kot alternative pri uresničitvi javnih infrastrukturnih projektov, ki jo je v uvodnem nagovoru navedel že minister Patrick Vlačič, je v praksi predstavil **Boštjan Ferik** iz Inštituta za javno-zasebno partnerstvo.

Posvet je sklenila okrogla miza z naslovom **Možne poti za uresničitev projekta izgradnje južnega dela tretje razvojne**

3. RAZVOJNA OS JE EDEN OD KLJUČNIH PROJEKTOV NA PODROČJU CESTNE INFRASTRUKTURE V POKOLPJU, JE ZAPISANO V DOKUMENTIH RAZVOJNEGA SVETA ZA BELO KRAJINO IN KOČEVSKO, KI GA VODI MINISTRICA DUŠA TROBEC BUČAN. VSI ČLANI RAZVOJNEGA SVETA SO SI ENOTNI, DA JE ČIM HITREJŠI PRIČETEK IZGRADNJE NUJEN ZA RAZVOJ BELE KRAJINE.

osi, kjer so gostje, državni sekretar na Ministrstvu za okolje in prostor **Peter Gašperšič**, podsekretar Direktorata za ceste na Ministrstvu za promet **Drago Bregar**, direktor Direkcije Republike Slovenije za ceste **Gregor Ficko**, župan Mestne občine Novo mesto **Alojzj Muhič**, direktor Kolpe, d. d., **Mirjan Kulovec** in izredni profesor na Ekonomsko-poslovni fakulteti Maribor **Jan Žan Oplotnik**, z moderatorjem **Slobodanom Jovičem** razpravljali o pomembnosti izgradnje 3. in 3.a razvojne osi kljub neustrezni oceni ekonomske upravičenosti posameznih odsekov. ■

Z NAMENOM SPODBUDITI INOVACIJSKO DEJAVNOST NA DOLENJSKEM IN V BELI KRAJINI IN POVEČATI KONKURENČNOST GOSPODARSTVA REGIJE TER OMOGOČITI PREDSTAVITEV INOVACIJSKIH DOSEŽKOV, KI SO REZULTAT DOMAČEGA ZNANJA

OBJAVLJA

RAZPIS ZA PODELITEV PRIZNANJ ZA INOVACIJE GOSPODARSKE ZBORNICE DOLENJSKE IN BELE KRAJINE ZA LETO 2010

V skladu s Pravilnikom o podeljevanju priznanj za inovacije GZDBK imajo pravico do prijave na razpis vse gospodarske družbe, podjetja, samostojni podjetniki posamezniki, samostojni inovatorji ali druge organizacijske oblike z območja Gospodarske zbornice Dolenjske in Bele krajine.

Besedilo javnega razpisa, prijavni obrazci in ostala dokumentacija so na voljo na spletni strani zbornice www.gzdbk.si, v razdelku novice – razpis za podelitev priznanj za inovacije GZDBK.

Rok za oddajo prijav je 31. marec 2011.

Gospodarska zbornica Dolenjske in Bele krajine
Novi trg 11, 8000 Novo mesto
tel. 07/ 33 22 184, www.gzdbk.si, info@gzdbk.si

KERFIN
FINANČNI INŽENIRING

IZBIRA PRAVEGA RAČUNOVODSKEGA SERVISIA JE LAHKO VAŠA NAJPOMEMBNEJŠA POSLOVNA ODLOČITEV!

Naše storitve:

- kakovostno in osebno poslovno svetovanje
- računovodske storitve, finančno in poslovno načrtovanje
- pridobivanje finančnih sredstev
- pridobivanje nepovratnih sredstev iz evropskih skladov

www.kerfin.eu

KER fin d. o. o.,
Studenec 32, 8210 Trebnje
PE Novi trg 11, 8000 Novo mesto
T: 05 90 11 190, M: 031 871 173
E: info@kerfin.eu

KoCKE – KOMPETENČNI CENTER KEMIJSKE INDUSTRIJE

Zlagali smo in tudi uspešno zložili prvi večji razpis za pridobitev evropskih nepovratnih sredstev. Kot nosilni partner smo se v septembru skupaj z Združenjem kemijske industrije (ZKI) in 24 drugimi partnerji iz cele Slovenije prijavi na razpis Javnega sklada za razvoj kadrov in štipendiranje za sofinanciranje vzpostavitve kompetenčnih centrov za razvoj kadrov. S predlogom za vzpostavitev Kompetenčnega centra kemijske industrije smo bili izbrani med kar 68 prijavljenimi predlogi.

Partnerstvo poleg 22 podjetij, od tega jih je 7 iz naše regije, sestavljajo še ZKI, Sindikat kemične, nekovinske in gumarske industrije ter Visoka šola za tehnologijo polimerov. Projekt predvideva vzpostavitev kompetenčnega centra, ki bo nudil dodatno izobraževanje na področju kemijske industrije, najprej za partnerje projekta, kasneje pa tudi širše. Pojem kemijska industrija zajema dejavnosti kemije, farmacije ter plastike in gume. Po dogovoru v tej fazi farmacija ne bo neposredno vključena v projekt, bo pa po potrebi pomagala s specialnimi

in naprednimi znanji, ki jih ima. Projekt spodbuja izmenjavo znanja in prenos dobrih praks, ki pomenita in prinašata stroškovno učinkovit izobraževalni proces, ki bo dvignil kakovost kadrov in s tem prispeval k večji konkurenčnosti podjetij panoge. Za regijo to pomeni dvig kakovostnega kadra v panogi, ki v regiji ustvari največ prihodkov. Hkrati pomeni povečanje konkurenčnosti gospodarstva in dolgoročno rast, kar se sklada s poslanstvom GZDBK – ustvarjanje poslovnih priložnosti za jutri.

Konec januarja pa smo bili na javnem razpisu Razvojni centri slovenskega gospodarstva Ministrstva za gospodarstvo kot partnerji konzorcija uspešni še dvakrat in tako postali partnerji Farmacevtskega gospodarskega razvojnega središča – Farma GRS, katerega vodilna partnerica je Krka, d. d., Novo mesto, in partnerji Razvojnega centra za inovativne medicinske sisteme in metode zdravljenja In.medica, katerega vodilni partner je podjetje Novoline, d. o. o. Več o obeh razpisih v prihodnji številki Uspeha. ■

ELVIRA MEDVED IN TEJA LESJAK

PRSS IN GZDBK Z ROKO V ROKI



Slovensko društvo za odnose z javnostmi (PRSS) je strokovno, nepridobitno, prostovoljno in samostojno združenje strokovnjakov s področja odnosov z javnostmi, ki je bilo ustanovljeno novembra 1990. PRSS združuje skoraj 500 članov – strokovnjakov za odnose z javnostmi. V okviru PRSS deluje 5 sekcij, to so IABC (Mednarodno združenje

poslovnih komunikatorjev), Sekcija za spodbujanje družbene odgovornosti, Sekcija za interno komuniciranje, Sekcija javnega sektorja in Študentska sekcija.

Pod okriljem Slovenskega društva za odnose z javnostmi pa deluje tudi pet regij, in sicer ljubljanska (01), mariborska (02), celjska (03), primorska (05) in sedaj še dolenska (07).

PREDSEDNICA SLOVENSKEGA DRUŠTVA ZA ODNOSE Z JAVNOSTMI **ELVIRA MEDVED** IN DIREKTOR GOSPODARSKE ZBORNICE DOLENJSKE IN BELE KRAJINE **FRANCI BRATKOVIČ** STA V ZAČETKU JANUARJA PODPISALA DOGOVOR O MEDSEBOJNEM SODELOVANJU.

Od januarja 2010 društvo PRSS vodi uprava s predsednico **Elviro Medved** ter podpredsednicama **Simono Rodež** in **Karidio Toure Zakrajšek**.

V okviru Gospodarske zbornice Dolenjske in Bele krajine (GZDBK) pa deluje 6 sekcij, katerih namen je povezovanje, medsebojno sodelovanje, izobraževanje in izmenjava dobrih praks v določeni dejavnosti ali na določenem področju dela. Tokrat smo se odločili, da bomo najprej ustanovili regijsko skupino 07 poslovnih komunikatorjev, ki bo del PRSS, kar seveda lahko v prihodnje preraste

tudi v sekcijo GZDBK. Vodenje dolenske regijske skupine je prevzela **Teja Lesjak**.

Dogovorili smo se, da bomo najmanj štirikrat na leto organizirali strokovna srečanja, sodelovali pri zagotavljanju izvajalcev in organizaciji dogodkov ter si prizadevali za promocijo in krepitev ugleda dejavnosti odnosov z javnostmi v dolensko-posavski in belokranjski regiji. Ti iz dneva v dan postajajo pomembnejši, saj informacijska družba, v kateri živimo, z nenadnim razvojem komunikacijskih tehnologij in hitrega pretoka informacij korenito spreminja naš pogled na svet. ■

DOLENJSKI LIST

Več kot tednik

Dolenjski list, osrednji regionalni tednik za Dolenjsko, Belo krajino, Posavje in kočevsko-ribniški konec, prinaša aktualne novice, zgodbe in reportaže s področja politike, gospodarstva, kulture, izobraževanja, športa in družabnega življenja tega območja.

**V Dolenjskem listu izveste,
kar morate vedeti.**

Celoletna naročnina znaša 97,76€. Pokličite nas na tel.: 07/39 30 508 ali pošljite e-naročilo: narocnina@dolenjskilist.si.

**Si v vašem podjetju želite boljšo prodajo?
Iščete nove sodelavce?**

Pokličite nas na tel.: 07/39 30 514 ali pišite na: oglasi@dolenjskilist.si.

Kdor v Dolenjskem listu oglašuje, zmaguje!

**NAJBOLJ BRAN REGIONALNI
ČASOPIS V SLOVENIJI**



SID - PRVA KREDITNA ZAVAROVALNICA d. d.
Ul. Josipine Turnograjske 6
Ljubljana

ZAVARUJTE RIZIKE NEPLAČILA VAŠIH KUPCEV DOMA IN V TUJINI

Terjatve do kupcev v mnogih primerih predstavljajo najpomembnejši del sredstev podjetja.

SID - Prva kreditna zavarovalnica prevzema tveganja, ki izhajajo iz poslov na odprt račun pri prodaji blaga in storitev.

Sodelovanje s SID – Prvo kreditno zavarovalnico vam:

- poveča konkurenčnost in plačano prodajo
- izboljša spremljavo vaših kupcev (monitoring)
- olajša odločitve pri izbiri novih kupcev
- nudi pomoč pri pridobivanju kvalitetnih informacij o kupcih
- pomaga pri izterjavi neplačanih dolgov
- izboljša pogoje financiranja in vašo boniteto
- omogoča lažje načrtovanje denarnih tokov

Več informacij na **01 200 58 10** • www.sid-pkz.si

SID - Prva kreditna zavarovalnica d. d., Ljubljana, je hčerinska družba SID banke

tabakum

Vabljeni na dneve odprtih vrat podjetja Tabakum
12., 18., 19. in 20. marca 2011, odprto od 8. - 18. ure

Jožefovo 2011

Tradicionalni dnevi odprtih vrat podjetja Tabakum
Podbevškova 5, Cikava, Novo mesto

Najbolj široka ponudba vrtnih kosilnic
in kosilnih traktorjev na Dolenjskem
priznanih blagovnih znamk!



ZELO ŠIROKA
PONUDBA KOSILNIC
NA DOLENJSKEM



Ročno in električno orodje!

Novo v Tabakum-u!



Ponudba kakovostnih žarov že od 19,99 EUR



Podbevškova 5, 8000 Novo mesto
Tel.: 07/393-0-660, 393-0-662
Fax: 07/393-0-680
E-mail: trgovina@tabakum.com
www.tabakum.com

Širok izbor polnilcev in
vzdrževalcev napetosti Absaar
Nemčija

ABSAR
the reloading company



Servis vrtnih kosilnic, kosilnih
traktorjev, motornih žag,
kosilnic na nitko ter ostale
zelene tehnike.



Prodaja in servisiranje vseh vrst akumulatorjev
za osebna in tovorna vozila ter delovne stroje -
akcija! Ob nakupu novega akumulatorja nad
35Ah vam priznamo
10% popust
v kolikor nam
starega pustite
ob nakupu!



SKUPNI SEJEMSKI NASTOPI POD OKRILJEM GZDBK

SEJEMSKI NASTOP JE UČINKOVITA OBLIKA NEPOSREDNEGA POSLOVNEGA KOMUNICIRANJA. ZANJ SO ZNAČILNI VISOKI STROŠKI, KI MORAJO BITI UPRAVIČENI. ZATO JE POTREBNA TEMELJITA PRIPRAVA NASTOPA, DA DOSEŽEMO ČIM BOLJŠE REZULTATE. K UČINKOVITEMU SEJEMSKEMU NASTOPU POMAGAJO DOBRO ZASTAVLJENI JASNI CILJI IN DEJAVNOSTI, KI JIH V ZVEZI S SEJMEM IZVAJAMO.



Razstveni prostor mora biti oblikovan oziroma zasnovan urejeno ter z jasnim in – če je le mogoče – inovativnim sporočilom. Osebe, ki nas na sejmu predstavlja, mora biti visoko motivirano ter dobro pripravljeno na obiskovalce posameznega sejma. Predstavitveno in marketinško gradivo ter poslovne vizitke dosežejo daleč večji učinek, če so obiskovalcu izročeni osebno ob pogovoru o tistem, kar ga najbolj zanima. Dober sejmski nastop še zdaleč ni le »štant« na sejmu. Nanj se je treba temeljito pripraviti vnaprej. O sejmskem nastopu je treba komunicirati pred, med in po njem z vsemi nam pomembnimi javnostmi. Po sejmu preverimo, ali smo dosegli zastavljene cilje, določimo dejavnosti, ki jih moramo v povezavi s sejmom še narediti, ter določimo izboljšave sejmskega nastopa za prihodnjiki.

Z dobrimi sejmskimi nastopi večamo prepoznavnost svojega podjetja (organizacije), dejavnosti, ponudbe, pridobivamo kupce, poslovne partnerje in nove sodelavce ter preučujemo sejmsko predstavitev drugih.

Pri Gospodarski zbornici Dolenjske in Bele krajine (GZDBK) se zavedamo pomena in priložnosti, ki jih ponujajo sejmski nastopi, zato svojim članom omogočamo skupne sejmske nastope pod okriljem GZDBK. Tako nastopajoči pridobijo ne le večjo prepoznavnost ter medsebojno povezanost, ampak se sejma lahko udeležijo z manjšimi stroški, kot če se na sejem odpravijo v lastni režiji.

Skupinski nastop poteka na večji razstveni površini, ki jo skrbno oblikujemo in uredimo. Skupni razstveni prostor je oblikovno poenoten, tako da izpostavimo pomen naše regije in njenih prednosti ter značilnosti. Vsak nastopajoči ima znotraj skupnega prostora svoj prostor s svojim predstavitvenim pultom ter s svojim imenom in logotipom.

Novembra 2009 smo na sejmu Kariera prvič združili moči in nastopili skupaj kot regija. Pet podjetij se je odločilo za skupen nastop na sejmu, torej pod okriljem GZDBK. Skupen nastop se je izkazal kot pozitivna, sinergična in inovativna izkušnja vseh udeleženi, zato smo skupni sejmski nastop izvedli tudi v letu 2010 in ga pripravljamo tudi v letu 2011.

Decembra 2010 sta se na sejmu Kariera petim podjetjem – Revoz, Secop kompresor (nekdanji Danfoss Compressors), Adria Mobil, Trimo in TPV –, ki so nastopili skupaj že na Karieri 2009, pridružili tudi Krka in Infotehna.

Kariera je vseslovenski sejem, ki je namenjen predvsem iskalcem zaposlitve. Naš skupni nastop je obiskovalka Kariere 2010 iz Slovenskih Konjic **Helena Ajdnik** komentirala tako: »Iščem zaposlitev na področju medijev, marketinga, odnosov z javnostmi. Pričakovala sem, da bo ta sektor na razstavišču slabo zastopan, kar je tudi bil. A mi je sejem vseeno dal nekaj, česar nisem pričakovala. Pod okriljem GZDBK so nastopila znana in uspešna podjetja, katerih predstavniki so dajali informacije o možnostih zaposlovanja.

In zelo razveseljivo je, da GZDBK na dober način skrbi za promocijo dolenjske regije in dokazuje, da je to območje eno najuspešnejših v slovenskem zaposlitvenem prostoru.«

Letos smo 21. in 22. januarja pod okriljem GZDBK na vseslovenskem sejmu izobraževanja, štipendiranja in zaposlovanja Informativa predstavili štiri podporne člane, in sicer izobraževalne ustanove: Fakulteto za industrijski inženjering, Novo mesto, Fakulteto za informacijske študije v Novem mestu, Fakulteto za organizacijske študije v Novem mestu in Univerzitetno in raziskovalno središče Novo mesto.

V okviru tega sejmskega nastopa smo za obiskovalce sejma pripravili anketne vprašalnike. Poleg ličnega razstavnega prostora je obiskovalce privabljal tudi zelo dejavno osebo, ki jih je spodbujalo k izpolnjevanju anket. Izpolnjene ankete so bile vključene v nagradno žrebanje. Izmed 492 obiskovalcev sejma, ki so izpolnili anketo, smo izžrebali 35 dobitnikov zanimivih nagrad. Na razstavnem prostoru smo predstavili tudi vse, ki so prispevali nagrade izžrebancem. To so Založba Goga, Hostel Situla Novo mesto, LokalPatriot, Mladinski klub DNŠ, Adria Mobil, d. o. o., Krka, d. d., Revoz, d. d., TPV, d. d. in poslanec Franci Kek.

Dosedanji skupni nastopi so se izkazali kot pozitivna izkušnja. Na zbornici bomo tudi v prihodnje pozorni na povpraševanje o skupnih nastopih na sejmih. Vaše predloge in vprašanja nam pošljite na info@gzdbk.si. ■



ŠOLSKI CENTER Novo mesto

Šegova ulica 112
8000 Novo mesto
tel: 07 / 39 32 100
faks: 07 / 39 32 124
www.sc-nm.com



Šolski center Novo mesto v šolskem letu 2011/2012 ponuja zanimive in atraktivne izobraževalne programe, ki mladim omogočijo pridobivanje uporabnega in ustvarjalnega znanja. Pouk poteka v sodobno opremljenih in specializiranih učilnicah z bogato založeno knjižnico, v učnih delavnicah ter v veliki športni dvorani. Številne dejavnosti od strokovnih predavanj in ekskurzij, projektne tedna, gledaliških in filmskih predstav, športnih dnevoev do bogatih občolskih dejavnosti oblikujejo dijake v samostojne, odgovorne, strpne ter naravi prijazne ljudi. Dijaki dosegajo dobre rezultate na občinskih, regijskih, državnih in mednarodnih tekmovanjih iz znanj ter v športnih disciplinah.

Učitelji s strokovnim in odgovornim delom spodbujamo dijake k razvijanju njihovih močnih področij in jim nudimo podporo pri nadaljevanju izobraževanja na višjih in visokošolskih zavodih.

SREDNJA STROJNA ŠOLA

Pomočnik v tehnoloških procesih
Instalater strojnih instalacij
Oblikovalec kovin - orodjar
Klepar krovec
Izdelovalec kovinskih konstrukcij
Avtokaroserist
Avtoserviser
Mehatronik operater
Strojni tehnik
Strojni tehnik - PTI
Avtoservisni tehnik - PTI

SREDNJA ELEKTRO ŠOLA IN TEHNIŠKA GIMNAZIJA

Elektrikar
Računalnikar
Elektrotehnik
Tehnik računalništva
Tehniška gimnazija
Elektrotehnik - PTI
Tehnik računalništva - PTI
Poklicni tečaj elektrotehnik
računalništva

SREDNJA GRADBENA IN LESARSKA ŠOLA

Obdelovalec lesa
Pomočnik pri tehnologiji gradnje
Gradbeni tehnik
Mizar
Zidar
Tesar
Izvajalec suhomontažne gradnje
Pečar - polagalec keramičnih oblog
Okoljevarstveni tehnik
Lesarski tehnik
Lesarski tehnik PTI

SREDNJA ZDRAVSTVENA IN KEMIJSKA ŠOLA

Bolničar-negovalc
Zdravstvena nega
Kemijski tehnik
Farmaceutski tehnik
Kozmetični tehnik
Zdravstvena nega - PTI

SREDNJA ŠOLA METLIKA

Predšolska vzgoja

VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Strojništvo
Varstvo okolja in komunale
Elektronika
Logistično inženirstvo
Informatika
Lesarstvo
Kozmetika - nov program

ENOTA ZA IZOBRAŽEVANJE ODRASLIH

Vsi programi, ki se izvajajo za mladino ter pester nabor nacionalnih poklicnih kvalifikacij

KATARINA ŽUNIČ

STEKLENI VSAKDAN

BORUT ŠIŠKO, ŠIŠKO STEKLARSTVO



Borut Šiško je po osnovni izobrazbi inženir strojništva. Svojo prvo zaposlitev je imel v Iskri kot konstrukter. To je bilo obdobje zatona nekdanjega uspešnega podjetja in kmalu se je odločil, da se za »prehodno obdobje«, dokler si ne najde kaj sebi primernega, poizkusi v domačem podjetju. To prehodno obdobje traja že od leta 1986, torej celih 25 let. Ker je imel stik s steklom od malih nog, se mu je ta material zdel velik izziv in se je vse bolj vključeval v očetovo dejavnost. Kot zanimivost pove, da ga je šef-oče po šestih mesecih, ko je komaj začel pri njem, z dvema delavcema in tremi kontejnerji stekla poslal na vojaško letališče v Alžir. Pred odhodom nekaj noči sploh ni spal. Pa je šlo in tudi lepi spomini so mu ostali.

DRUŽINSKO PODJETJE ŠIŠKO STEKLARSTVO, KI POSLUJE ŽE OD LETA 1965, VODI **BORUT ŠIŠKO**. VSE SKUPAJ SE JE ZAČELO, KO JE NJEGOV OČE JOŽE DOBIL PRILOŽNOST, DA JE ŠEL ZA VAJENCA K TEDANJEMU NOVOMEŠKEMU STEKLARJU DOLJAKU. KO JE KASNEJE OČE ODPRL SVOJO OBRT, STA SE MU SČASOMA PRIDRUŽILA Z BRATOM GREGORJEM. NEKAJ ČASA PRED UPOKOJITVIJO JE V PODJETJU DELALA TUDI MAMA. TA DEJAVNOST JE BILA ŽE TEDAJ PERSPEKTIVNA, SAJ JE V TISTIH ZAČETKIH V NOVEM MESTU, KJER JE ZDAJ URSA V BRŠLJINU, CELO OBSTAJALA STEKLARNA.

PODJETNIŠKA MISEL:

»Odločilni sta odzivnost pri željah in v pripravi ponudb za kupce ter hitrost pri izpolnjevanju naročil. Prednost našega podjetja vidim v tem, da smo manjši sistem in s tem zelo fleksibilni. To nam večkrat omogoča doseči tudi višjo ceno.«

Od začetkov delovanja podjetja do danes se je način poslovanja močno spremenil. »V časih skupne Jugoslavije obrtniki nismo mogli sami neposredno kupovati materiala. V glavnem smo delali prek zadrug. Te so bile za nekatere primere dobra rešitev, vendar se je to sodelovanje izrodilo v neenakopraven odnos. Takrat je bilo tudi malo možnosti, da bi se kot podjetnik hitro razvil ali razširil poslovanje v svet. Ničče ni kaj dosti razmišljal o razvoju. V tistih časih je bilo težko priti do repromateriala in tudi do strojev. Če si dobil kakšen večji posel, je bilo pol dela že za tabo, ko si spraviš skupaj vso »robo«. Danes je prav nasprotno – povsod so presežki, le do posla se pride dosti težje. Je pa res, da se danes naredi nekajkrat več z istim številom zaposlenih kot nekoč. Imamo sodobno tehnološko opremo, IT tehnologijo, dobre dobavitelje, izkušnje in dober kader. Mislim, da smo v naši branži bolj pri vrhu po dodani vrednosti.«

Med zanimivimi projekti v 45 letih poslovanja je Borut Šiško izpostavil delo za finskega naročnika na turistični ladji Amarelia, ki je bila grajena leta 1988 v ladjedelnici v Splitu. Izdelali so notranje steklene ograje in vrata. Šiško Steklarstvo je še danes prisotno v ladjarstvu. Ravno aprila jih čaka delo za finskega naročnika že na tretji križarki Solstice. »Delati na takem ogromnem objektu je posebno doživetje. Steklarska dela izvaja vsaj 15 različnih ponudnikov, ker je obseg del tako velik in zahteven.«

Šiško Steklarstvo je družbeno odgovorno podjetje, ki vlaga v lokalno okolje, pri čemer Borut Šiško pravi, da je v razdajanju tudi nekaj sreče in zadovoljstva. Trudijo se biti čim bolj široki. Poskušajo ustreči gasilskim društvom, prispevati za nakup različnih medicinskih pripomočkov idr. Nekaj let so izvajali brezplačne delavnice za gimnazijce.

Na vprašanje, kje najde navdih in motivacijo za svoje delo, Borut Šiško odgovarja: »V »kletki«. Ko vodiš podjetje, si kot Rilkejev panter v kletki. Ne moreš pobegniti, vrtiš se v krogu, zapreš oči in sanjaš o prostranstvih svobode, a vendar vztrajaš. Motivacija in navdih sta to, da gradiš



podjetje, ki se razvija in ponuja nove izdelke in storitve, da imaš ob sebi dobre sodelavce, da slediš svetovnim trendom, jih prevzameš in po možnosti še obogatiš.« Ko so začeli obiskovati svetovne steklarske sejme pred dvajsetimi leti, so bili lačni strojev in tehnologije, ki so jo tam videli. Bile so jih same oči. Danes imajo vse od tega, o čemer so takrat sanjali. Na področjih, na katerih nastopajo, ne potrebujejo več nobenih zunanjih storitev. To si štejejo za uspeh.

Se pa danes – kot tudi celotno gospodarstvo – soočajo s spremenjenimi gospodarskimi razmerami, ki zahtevajo vedno več angažiranja in garanja. Ob tem pa so zagotovila poplačil majhna. »Po osamosvojitvi smo »častili« vsaj 6 prisilnih poravnav državnih podjetij, ki so propadla. Danes se dogaja podobno. Poslovna morala ni bila še nikoli tako nizka, in to me boli. Sodišča delajo s tako hitrostjo, kot da so na luni v breztežnostnem prostoru. Naše podjetje že 25 let redno plačuje račune, davke, prispevke. Vedno delamo z rezervo in s svojim kapitalom, pa se mi včasih zdi to kot donkihotovstvo.«

Za rast in razvoj Borut Šiško vidi možnost v nišah, v katerih je konkurenca opešala ali izstopila. Potrebujemo le bolj zdravo poslovno klimo, poročstva za plačila in prožnost državnih organov. In še njegove sanje: »Gradbena parcela v bližini, v velikosti od 6000 do 8000 m² s komunalnim prispevkom po 40 € za m², kjer bi lahko uresničili načrte za nadaljnjih 20 let. Če bi občinska uprava imela posluš za podjetništvo, to ne bi bile le sanje.«



NOVO

**Na voljo
brez recepta!**



Majhna tabletk za velike težave z zgago.

Ponavljajoča se zgaga je moteča nadloga, ki lahko znatno poslabša kakovost življenja. Potrebno je zdravljenje, ki poskrbi za dolgotrajno rešitev. Nolpaza control spada v skupino zdravil, imenovanih zaviralci protonske črpalke, ki jih običajno predpisujejo zdravniki. Zaradi svoje učinkovitosti in varnosti je sedaj na voljo tudi brez recepta.

Ne dovolite, da vam zgaga zagreni življenje. Preženite jo učinkovito in dolgotrajno! Obiščite svojo lekarno.

Nolpaza control. Dolgotrajno prežene zgago.



**Pojavijo se simptomi
refluksa.**



**Nolpaza control poskrbi
za zgago tam, kjer
nastaja.**



**Nolpaza control
zagotavlja dolgotrajen
nadzor nad izločanjem
želodčne kisline.**

 **Nolpaza[®]
control**

Za več informacij obiščite www.nolpaza-control.si.

www.krka.si



*Naša inovativnost in znanje
za učinkovite in varne
izdelke vrhunske kakovosti.*

Generali in Petrol

nagrajujeta
varne voznike* s

trojnim popustom!



** Prihranek za imetnike
Petrol klub plačilne
kartice zvestobe je
opisan na
www.generali.si



Ne pozabite na
blagajni Petrola
prevzeti **potrdila**
Petrol kluba!



GENERALI

PETROL

KLUB

Preverite na www.generali.si ali 080 70 77.