

# USPEH

ISSN 1855-5020

ČASOPIS GOSPODARSKE ZBORNICE  
DOLENJSKE IN BELE KRAJINE

[WWW.GZDBK.SI](http://WWW.GZDBK.SI)

**INTERVJU**

**LUDVIK JERMAN  
KZ TREBNJE, Z. O. O.**

**V SREDIŠČU**

**VREDNOST INTELEKTUALNEGA  
KAPITALA**

**OBVEZNO BRANJE**

**ZNOVA NAJBOLJŠA REGIJA**



# NAPOVEDNIK DOGODKOV JESEN 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](mailto:INFO@GZDBK.SI).

DOGODEK	IZVAJALEC	TRAJANJE ŠTEVILO UR	KOTIZACIJA ČLANI	OSTALI	
<b>SEPTEMBER</b>					
7.	<b>NOVI ZAKON O VARNOSTI IN ZDRAVJU PRI DELU</b>	<b>MEDOBČINSKO DRUŠTVO VARNOSTNIH INŽENIRJEV NOVO MESTO</b>	5,5	90 €	120 €
8. IN 9.	<b>PEDAGOŠKO-ANDRAGOŠKO USPOSABLJANJE MENTORJEV (PAUM)</b>	<b>ŠOLSKI CENTER NOVO MESTO</b>	16	100 €	150 €
12.	<b>OPREDMETENA OSNOVNA SREDSTVA IN NJIHOV VPLIV NA DAVČNO OSNOVO</b>	<b>JANA GALIČ</b>	2,5	50 €	75 €
13.	<b>UPORABNA ORODJA ZA OBVLADOVANJE STRESA (PREPREČITE SVOJE IZGOREVANJE)</b>	<b>MAJDA ŠAVKO</b>	6,5	110 €	150 €
15.	<b>ŽELIM SODELOVATI V IZBORU ZLATA NIT 2011</b>	<b>JANA PETKOVŠEK ŠTAKUL IN EDITA KUHELJ KRAJNOVIČ V SODELOVANJU S SEKCIJO ZA RAVNANJE S ČLOVEŠKIMI VIRI (SRČV)</b>	1,5	B	B
16.	<b>KLJUČ DO USPEŠNO IZVEDENEGA DOGODKA</b>	<b>IRENA POTOČAR PAPEŽ</b>	4	110 €	150 €
20.	<b>KADROVIKI IN PROVCI Z ROKO V ROKI</b>	<b>PRSS</b>	1,5	B	50 €
20.	<b>ZAKAJ JE UDELEŽBA DELAVCEV NA DOBIČKU ŠE VEDNO RELEVANTNA?</b>	<b>ZDS</b>	5	**	**
21.	<b>POSLOVNI ZAJTRK: DIALOGIKA – VEŠČINE VODENJA ZA TRETJE TISOČLETJE</b>	<b>BOJANA FENDE HABULA</b>	1	B	50 €
22.	<b>POSLOVNI ZAJTRK: IZBOLJŠAJTE VODSTVENO KARIZMO</b>	<b>JURE LEGVART</b>	1,5	B	50 €
22.	<b>ZBOR ČLANOV SOE S PREDAVANJEM</b>	<b>SEKCIJA ZA OKOLJE IN ENERGIJO (SOE)</b>	2	B	-
22. IN 23.	<b>HITRO BRANJE (POWER READING)</b>	<b>MILAN VUJASINOVIČ</b>	13	150 €	210 €
23.	<b>FORUM KADROVSKE PRAKSE V PODJETJU NEK, D. O. O., KRŠKO</b>	<b>SEKCIJA ZA RAVNANJE S ČLOVEŠKIMI VIRI (SRČV) IN DKD DBK</b>		60 €	-
30.	<b>GOSPODARJENJE Z INOVACIJAMI</b>	<b>MARJAN PERŠAK IN URŠA ŠOBA</b>	3,5	B	130 €
<b>OKTOBER</b>					
5.	<b>POŽARNA VARNOST OBJEKTOV (V SKLOPU MESECA POŽARNE VARNOSTI)*</b>	<b>INŠPEKTORAT RS ZA VARSTVO PRED NARAVNIMI IN DRUGIM NESREČAMI IN PODJETJE TINDE, D. O. O.</b>	3	B	75 €
7.	<b>RAČUNOVODSTVO IN DAVKI PRI SAMOSTOJNIH PODJETNIKIH</b>	<b>VESNA BARTOLJ MAVER</b>	5	110 €	155 €
15.	<b>ZMANJŠAJMO ABSENTIZEM V PODJETJU</b>	<b>PROJEKT POZA**</b>	5	B	75 €
20.	<b>4. DAN RAVNANJA S ČLOVEŠKIMI VIRI: ZAVZETOST ZAPOSLENIH</b>	<b>SEKCIJA ZA RAVNANJE S ČLOVEŠKIMI VIRI (SRČV)</b>	6	B	50 €
<b>NOVEMBER</b>					
7., 14., 21., 28., NOV. IN 5. DEC.	<b>ŠOLA POGAJANJA – PET ZAPOREDNIH PONEDELJKOV OD 12.00 DO 15.20</b>	<b>RUDI TAVČAR</b>	17	450 €	550 €
9.	<b>IZMENJAVA DOBRIH PRAKS SOE V PODJETJU ADRIA MOBIL</b>	<b>SEKCIJA ZA OKOLJE IN ENERGIJO (SOE)</b>	2,5	B	-
23.	<b>14. DAN KAKOVOSTI IN INOVATIVNOSTI</b>	<b>SEKCIJA KAKOVOSTI IN INOVATIVNOSTI (SKI)</b>	6	B	50 €

LEGENDA: B BREZPLAČNO

\* STROKOVNI DELAVCI ZA VZD Z OPRAVLJENIM USPOSABLJANJEM PRIDOBIMO 5 KREDITNIH TOČEK!

\*\* PROJEKT POZA JE NA PODLAGI JAVNEGA RAZPIS ZA SOFINANCIRANJE PROJEKTOV ZA PROMOCIJO ZDRAVJA V LETIH 2011 IN 2012 FINANČNO PODPRIL ZAVOD ZA ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE SLOVENIJE.

- DOGODEK JE SAMO ZA ČLANE GZDBK

Napoved dogodkov izkazuje stanje na dan 22. 8. 2011. Pridržujemo si pravico do sprememb in dopolnitev.  
V ceno kotizacije ni vračunan 20-odstotni DDV.  
Prijava sprejemamo do zapolnitve razpoložljivih mest.  
Pri zasedbi razpoložljivih mest na dogodku imajo prednost člani GZDBK.  
Če se udeležba pri plačljivih dogodkih ne odjavi pravočasno, zaračunamo kotizacijo v celoti.





## SEPTEMBER 11

<b>NAPOVEDNIK</b>	2
<b>UVODNIK</b>	3
<b>POGLED</b>	4
<b>MNENJA</b>	5
<b>V SREDIŠČU</b>	
VREDNOST INTELEKTUALNEGA KAPITALA	6-7
<b>PROJEKTI</b>	
NAGRADE ZA INOVATIVNOST	8-10
POT, VZPOSTAVITEV ČEZMEJNE E-REGIJE	11
<b>INTERVJU</b>	
LUDVIK JERMANI, KZ TREBNJE, Z. O. O.	12-14
<b>OBVEZNO BRANJE</b>	
ZNOVA NAJBOLJŠA REGIJA	16-17
<b>OBVEZNO BRANJE</b>	
POMEN NOTRANJEGA KOMUNICIRANJA V ČASU SPREMEMB	18
SEPA – ENOTNO OBMOČJE PLAČIL V EVRIH	19
<b>AKTUALNO</b>	
USPEŠNO DELOVANJE DOLENJSKIH POSLOVNIH KOMUNIKATORJEV	20
<b>NOVICE</b>	21
<b>DROBNOGLEDE USPEHA</b>	
REŠITVE NA KLJUČ	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 Pucelj

### LEKTORIRANJE:

Nina Štampohar  
Oglasi niso lektorirani. Uredniški odbor se je odločil, da ob imenu in priimku opušča akademske naslove.

### OBLIKOVANJE IN PRODUKCIJA:

Solos, d. o. o.

### TISK:

Tiskarna Novo mesto

### FOTOGRAFIJA:

Boštjan Pucelj, Alen Ježovnik, Lidija Jež,

Arhiv GZDBK, osebni arhivi.

### FOTOGRAFIJA NA NASLOVNICI:

Shutterstock

NAKLADA: 1500 izvodov. Glasilo je brezplačno.

Uredništvo si pridržuje pravico, da po potrebi skrajša ali

slogovno predela članke.

ISSN 1855-5020

# INTELEKTUALNI KAPITAL



Slovenci smo znani po tem, da imamo do lastnine poseben odnos. Verjamemo v lastniško stanovanje ali hišo, in tudi sicer vidimo v lastnini varnost in možnost pridobivanja trajne rente brez večjih naporov. Do tu vse lepo in prav, težava pa nastane, če pri tem ostanemo.

Premalo se zavedamo, da je enako ali še bolj pomembno, da je za zidovi vsebina. Vsebina je tista, ki daje vrednost podjetju. Zaposleni, akumulirano znanje več generacij, sposobnost odzivanja na spremembe, premikanje meja možnega, sposobnost privabiti novo znanje so le nekateri izmed dejavnikov, ki povečujejo tržno vrednost podjetja. Danes je zmagovalc tisti, ki je lastnik vsebine.

Verjetno je današnje stanje povezano tudi z dejstvom, da je več vredno tisto, kar se vidi. Pred leti, ko sem kot mlad inženir delal v razvojnem oddelku tovarne za izdelavo elektronskih komponent in naprav, me je sodelavec opomnil naj se nikan ne trudim narediti miniaturnega elektronskega vezja. Da zaposleni bolj cenijo večje izdelke, je dejal. Torej, več je vredno tisto, kar lahko vidimo, stehamo in izmerimo. V tem pogledu je merjenje s t. i. metodo benchmarking, ki jo običajno uporabljamo pri merjenju intelektualnega kapitala, zahtevnejše.

Vprašanje, na katerega pogosto iščem odgovore, je, ali se posamezniki in podjetja

NEKATERI PRAVIJO, DA JE INTELEKTUALNI KAPITAL NAJPOMEMBNEJŠA SKRITA VREDNOST V EKONOMIJI, KI TEMELJI NA ZNANJU. MOGOČE JE RAVNO V BESEDI SKRITA VREDNOST OPREDELJENO BISTVO, DA SE TEGA PREMALO ZAVEDAMO IN DA POGOSTO DAJEMO PREDNOST ZIDOVOM PRED VSEBINO.

resnično zavedamo pomena znanja in intelektualnega kapitala. Ali ni poudarjanje pomena znanja samo leporečje?

Imamo primere dobrih praks in žal številne primere slabih praks. V življenju sem srečal kar nekaj ljudi, ki znajo veliko povedati o pomenu znanja in pri tem za neznanje krivijo šole, državo in še koga. Povejo še, da današnji diplomanti nimajo dovolj znanja, da niso uporabni za njihove potrebe ipd., istočasno pa pravijo, da so tako zaposleni, da se nimajo časa udeleževati dodatnih usposabljanj in izobraževanj. Radi navedejo še, da je to drago in da od tega nič nimajo. V takšnih primerih pogrešam več dolgoročnega razmišljanja, več pripravljenosti za pridobivanje novih znanj. To je pogosto naporno delo, ki pa je lahko zelo zanimivo, saj nam odpira nova obzorja in ustvarja nove priložnosti.

Za konec pa še razmišljanje, da nam niti zidovi niti patenti niti zaščita blagovnih znamk niti znanje ne pomagajo do tržnega uspeha, če tega ne znamo izkoristiti, če ne znamo najti kupcev za novo znanje, nove izdelke, nove storitve. In tukaj se pravo delo šele začne. Želim veliko uspehov. ■

*Bratkovič*  
FRANCI BRATKOVIČ

### FOTOGRAFIJA NA NASLOVNICI:

KMETIJSKA ZADRUGA TREBNJE JE DRUGA NAJVEČJA KMETIJSKA ZADRUGA V SLOVENIJI, KI NA DOMAČEM IN ITALIJANSKEM TRGU PRODA KAR 24 MILIJONOV LITROV MLEKA.





# INTELEKTUALNA LASTNINA

V SODOBNI DRUŽBI ZNANJA JE INTELEKTUALNA LASTNINA IZJEMNO POMEMBNO PODROČJE, PRAVI NAŠ SOGOVORNIK DR. BOJAN PRETNAR.

Bil je prvi direktor Urada RS za intelektualno lastnino v samostojni Sloveniji in med letoma 1995 in 2000 tudi stalni predstavnik Slovenije v Svetovni organizaciji za intelektualno lastnino ter pri Svetu za TRIPS (Sporazum o trgovinskih vidikih pravic intelektualne lastnine) v Svetovni trgovinski organizaciji. Slovenci smo mu hvaležni tudi zato, ker je uspel zavarovati ime lipicanec kot t. i. geografsko označbo.

*Danes je vrednost uveljavljene blagovne znamke praviloma višja od knjigovodske vrednosti podjetja.*

Prof. dr. Bojan Pretnar pravi, da se je tako rekoč po naključju začel ukvarjati s področjem intelektualne lastnine. Sprva ga je zanimala predvsem termodinamika in takoj po končanem študiju strojništva je postal asistent na fakulteti. Postopno pa ga je pritegnilo tudi področje, ki ga je pri nas prvi začel razvijati njegov oče, akademik prof. dr. Stojan Pretnar (1909–1999), naš rojak in častni občan Novega mesta. Zato se je vpisal še na ekonomijo in tam magistriral in doktoriral.

Dr. Bojan Pretnar je bil v času približevanja Slovenije Evropski uniji (EU) trd pogajalec, ki je branil vitalne interese slovenske industrije. Pred tem je opravil pionirsko delo pri postavitvi Urada za intelektualno lastnino in razvil izvirno patentno zakonodajo, ki je zbudila mednarodno pozornost. Zelo odmeven je tudi njegov uspeh pri geografski zaščiti lipicanec; o tem so poročali svetovni mediji, bil je celo na naslovnici NY Timesa. Povečano zavedanje o pomenu geografskih označb je spodbudilo zaščito številnih domačih izdelkov; pri tem pa dr. Pretnar opozarja tudi na napake. Geografska zaščita je vezana predvsem na regije, ne na državo! Zato se mu ne zdi prav, da imamo poleg

nekaj »regijskih« geografskih označb za med tudi geografsko označbo »slovenski med«, ki dejansko ne nudi prave zaščite, ker je slovenski med prav vsak med, ki je izdelan v Sloveniji – ne glede na to ali izpolnjuje kriterije za geografsko označbo.

Zlasti manjšim proizvajalcem, ki nimajo ne dovolj kadra in ne tovrstnega znanja, priporoča, da se pri poslovnih svetovalcih za intelektualno lastnino pravočasno pozanimajo glede zaščite lastnih izdelkov; seveda ne z geografsko označbo, ki je kolektivna pravica, temveč z lastno blagovno znamko ali celo s patentom.

Opozarja tudi, da če gre za na videz še tako izvirno rešitev, je dobro, da izumitelj naroči poizvedbo pri strokovnjaku, ki bo ugotovil ali ni morda kje na svetu že znana taka ali podobna rešitev. Navede primer »izvirne« ideje o WC školjki brez vode. Poizvedba je pokazala, da za takšne školjke obstaja nekaj tisoč patentov po svetu! Intelektualna lastnina je preplet pravnih, ekonomskih in tudi menedžerskih vsebin, zato pravilne odločitve zahtevajo ogromno znanja. »Pri nas išče patentno zaščito veliko tujcev; torej nas dojemajo kot resno konkurenco. Patentno varstvo je namreč teritorialne narave; zato pač svoj izum zaščitiš tam, kjer se srečuješ s svojo konkurenco. Tudi naša podjetja naj bi patentirala svoje inovativne izdelke, temu pa mora slediti nadzor morebitne kršitve patenta. To ni naloga urada ali policije, kot se pri nas pogosto zmotno misli, temveč je to naloga vsakega lastnika patenta, ki mora biti »policist« za svojo intelektualno lastnino.«

## VREDNOST BLAGOVNE ZNAMKE

Podobna pravila veljajo tudi za blagovne znamke. Blagovne znamke so predmet lastnine; so kot kapital, s katerim lahko trgujemo, ga prodamo, zastavimo ...

Danes je vrednost uveljavljene blagovne znamke praviloma višja od knjigovodske vrednosti podjetja, zato je treba ločevati znamko od kapitalskega lastništva podjetja.

*Pri nas išče patentno zaščito veliko tujcev; torej nas dojemajo kot resno konkurenco.*

Navede primer podjetja Elan, ki je bilo pred leti nekaj časa v lasti hrvaških lastnikov, pa navkljub temu znamke Elan ni nihče povezoval s Hrvaško! Tudi švedski Volvo je od nedavnega v lasti Kitajcev, vendar znamka Volvo ohranja svojo švedsko »osebno izkaznico«, pojasni dr. Pretnar.

Zaradi svojih funkcij – kakovosti in prepoznavnosti – predstavlja znamka tudi zaščito potrošnika, zato je boj proti ponaredek izdelkov znanih znamk nujen. Lani je bilo zaseženih za milijardo evrov ponaredek, od tega je bilo kar 34 odstotkov cigaret. Ob tem naš sogovornik opozori na nerazumne pobude, ki se zavzemajo za prepoved uporabe znamk za cigarete, češ da te spodbujajo kajenje: »Prepoved cigaretne znamke bi ustvarila raj za ponaredek, zanje pa je znano, da vsebujejo tudi mnogo zelo škodljivih snovi, od zmlate plastike do strihnina! Blagovna znamka pa zagotavlja izvor surovin, znan je postopek ... Zato sem proti ukinitvi blagovnih znamk cigaret, ki – kljub vsemu – ščitijo potrošnika.«

Uvedbo blagovnih znamk kot dodano vrednosti priporoča tudi malim in srednjim podjetjem ter obrtnikom.

Glede uveljavljanja patentov se strinja, da zna biti postopek drag, vendar precej cenejši kot v tujini. Zato priporoča, da si zainteresirani pred tem pridobijo informacije pri poslovnih svetovalcih za intelektualno lastnino o stanju na trgu in ugotovijo, ali gre res za izum, ki ga je vredno zaščititi. ■

USTREZNA ZAŠČITA INTELKTUALNE LASTNINE ODLOČILNO VPLIVA NA VREDNOST TER MOŽNOSTI IZRABE IN TRŽENJA ZNANJA, TEHNOLOGIJ, VEŠČIN IN IZDELKOV. VPLIVA NA KONKURENČNOST IN STRATEŠKE PRILOŽNOSTI PODJETIJ IN USTANOV PA TUDI NA UVELJAVITEV POSAMEZNIKOV – INOVATORJEV.



**ALEŠ ROTAR,**  
KRKA, D. D.

*Konkurenčen položaj podjetja je danes v pogojih zaostrene konkurenčne bitke v veliki meri odvisen od sposobnosti prilagajanja in inoviranja. V farmacevtski industriji je pomen novih izdelkov in tehnologij zelo velik, lahko rečemo celo eden od odločilnih pokazateljev konkurenčnosti podjetja.*

*Z ustrežno, to je s pravočasno in z dovolj poglobljeno zaščito znanja, torej s prijavo in pridobitvijo patentnih pravic, si zagotavljamo pravno varnost pri razvoju, proizvodnji in trženju naših izdelkov. Poleg tega je pomembna tudi ustrežna pokritost trgov s patenti. Pomeni, da moramo svoje pravice ščititi na vseh razvojno, proizvodno in prodajno pomembnih trgih. Posebej pa moramo poudariti, da je patent ustrežna konkurenčna prednost za podjetje le v primeru, ko je rezultat tržno zanimiv.*

*Priprava, vlaganje patentnih prijav ter postopek podeljevanja skrivajo tudi pasti. S patentom v eni državi prijavitelji ne morejo pridobiti prednosti pred konkurenco v drugih državah. Za uspešno prijavo in podelitev sta ključna kakovost razvojnih podatkov in tudi izbira pravnega zastopnika. Šibkosti patentov lahko konkurenti izrabijo bodisi za iskanje lastnih rešitev bodisi kot podlago za napade na prijavitelja oziroma lastnika po pravni poti.*



**ČRTOMIR REMEC,**  
CBS INŠTITUT

*Osnovna dejavnost CBS Inštituta so raziskave in razvoj, zato je za naše podjetje zelo pomembno učinkovito zaščititi intelektualno lastnino. Kadar je predmet intelektualne lastnine izum, katerega lastnosti je mogoče enostavno prepoznati in je komercialno zanimiv, ga ščitimo s patentom. Mi postopek zaščite izuma vodimo skladno z Zakonom o industrijski lastnini in Zakonom o izumih iz delovnega razmerja, medtem ko za kakovostno in strokovno zaščito intelektualne lastnine poskrbi avtor izuma v sodelovanju z našim pogodbenim patentnim zastopnikom.*

*Zaščita izuma s patentom je za naše podjetje pomembna tudi zato, ker omogoča začasni monopol nad izkoriščanjem inovativne zamisli. To pomeni, da naši naročniki pridobijo konkurenčno prednost, mi pa lahko pričakujemo nove in boljše priložnosti za uresničevanje strategije podjetja. Naš ustanovitelj in večinski lastnik je Trimo, ki ima prednost pri odkupu patentnih pravic v primeru skupnih raziskovalno-razvojnih projektov. Delež zunanjih naročil pa se iz leta v leto povečuje, tako da v prihodnje načrtujemo bolj izrazito trženje patentov doma in v tujini.*



**TOMAŽ MARAS, RSL**  
PRODUCTION, D. O. O.

*Glede na to, da smo snemalni studio, se vsako izvirno glasbeno delo, ki je pri nas posneto, šteje za avtorsko delo. To pa je zaščiten po zakonu. Težave nastanejo, kadar se ta dela nepooblaščno kopirajo, izmenjujejo ipd., saj za to kategorijo intelektualne lastnine še nimamo vseh primernih ukrepov ali rešitev zaščite. Največ tega se dogaja prek interneta. Posledično sta zelo upadla prodaja zgoščenk in drugih nosilcev zvoka, s tem pa tudi dohodek avtorjev in izvajalcev, ki si zaradi tega čedalje težje privoščijo snemanje novih skladb. Na ta način so prikrajšani tako avtorji kot snemalni studii. Nadaljnja posledica je upad kakovosti, ker si izvajalci, razen redkih izjem, ne morejo privoščiti kakovostnih posnetkov. Zato se zavzemamo za večjo zaščito avtorjev in njihovih del in tudi za večji nadzor nad kopiranjem in nelegalno izmenjavo prek interneta.*

*Naš snemalni studio deluje neprekinjeno že 21 let. Se je pa v Sloveniji pojavilo ogromno malih, domačih studiev, ki z malo vloženega denarja v opremo - kar so omogočili napredek in razvoj tehnologije ter minimalni stroški - »na črno« snemajo. S takimi studii težko tekmujemo, ker bodo vedno cenejši. Zaradi teh dejstev smo se v našem podjetju poleg glasbene produkcije usmerili v produkcijo televizijskih oddaj, ki smo jih zaščitili pod blagovno znamko Navigator.*



**VESNA ŽVEGLJA,**  
HYB, D. O. O.

*Zaščita intelektualne lastnine je pomemben vidik internacionalizacije podjetja. Je eno izmed orodij ohranjanja konkurenčne prednosti pred tekmeci na trgu ter hkrati dvigovanja vrednosti izdelka in storitve.*

*Kakor je zaščita nujna tako s trženjskega kot tehnološkega zornega kota, pa nosi s seboj tudi pasti. Kot podjetje se vedno sprašuješ, kaj želiš zaščititi in česa ne želiš razkriti, še posebej, kadar je inovativnost v postopku.*

*Zaščita patentov, modelov, znamk je geografsko omejena, saj je treba zaščito uveljavljati v vsaki izbrani državi posebej. Še posebno za mala in srednje velika podjetja je celoten proces zaščite in vzdrževanja zaščite intelektualne lastnine zahteven in drag proces, hkrati MPS navadno nimajo zaposlenih kadrov, ki bi se kot specialisti ukvarjali s temi vprašanji.*

*Hyb je inovativno podjetje, ki išče razvojni preboj v evropskem in svetovnem merilu. Je na začetku poti intenzivne internacionalizacije. Svoje trženje usmerja v številne države v Evropi in po svetu. V zadnjih štirih letih je mednarodno vložil 5 patentnih prijav na področju medicinskih izdelkov ter zaščitil tri lastne blagovne znamke.*

# VREDNOST INTELEKTUALNEGA KAPITALA

GOSPODARSKE DRUŽBE V SVETU IN TUDI V SLOVENIJI SE ČEDALJE BOLJ ZAVEDAJO POMENA INTELEKTUALNEGA KAPITALA KOT KLJUČNEGA DEJAVNIKA PRI USTVARJANJU DODANE VREDNOSTI, KI GA JE TREBA UČINKOVITO UPRAVLJATI. SPOSOBNOST ODKRIVANJA, SPREMLJANJA, MERJENJA, OBNAVLJANJA IN POVEČEVANJA INTELEKTUALNIH SREDSTEV JE TAKO V ČEDALJE VEČJI MERI KLJUČNI DEJAVNIK USPEHA PODJETIJ V SODOBNEM POSLOVNEM OKOLJU.

Besedno zvezo »intelektualni kapital« si je izmislil britanski futurolog **Hugh MacDonald**. Zanj je to znanje, ki obstaja v organizaciji in ga ta lahko uporabi za ustvarjanje razlikovalne prednosti. Že leta 1991 je **Thomas Stewart** v reviji Fortune zapisal, da »se vsaka organizacija vsebolj zanaša na znanje - patente, procese, sposobnost upravljanja, tehnologije, informacije o svojih kupcih in dobaviteljih ter na stare dobre izkušnje. Sešteto vse skupaj je to znanje intelektualni kapital«.

*Znanje je vse bolj cenjeno, kar v ospredje postavlja pomembnost intelektualnega kapitala, ki tvori organizacijo. neotipljiva sredstva postajajo vse bolj prepoznana kot dragocen vir za poslovanje v prihodnosti.*

V informacijski dobi sta znanstveno in tehnološko znanje vse bolj pomembno premoženje organizacije. To je neotipljiv kapital, ki se stalno spreminja in obnavlja, s tem da znanje z dodatnim vlaganjem truda ustvarja še več znanja. V tem primeru človeška ustvarjalnost spodbuja ter združuje človeške vire in kapital v intelektualni kapital, katerega rezultat so izdelki in storitve, ki jih lahko organizacija proda.

Razvozlati vprašanje, kateri način je najprimernejši za merjenje vrednosti skupnega korporativnega intelektualnega kapitala, je velik izziv obstoječih ekonomskih modelov in računovodskih principov, ki večinoma še vedno temeljijo na starejših poslovnih strukturah.

## DOJEMANJE VREDNOSTI

V razvoju poslovnih modelov od agrarne in industrijske do informacijske dobe se je

spreminjala definicija delovnih sredstev. Kateri so bili temeljni elementi teh modelov?

V agrarni dobi je bilo glavno sredstvo poslovanja zemlja, ki so jo ljudje razvili v kmetije. Poleg razvoja orodja so lahko ljudje vložili le še svojo fizično moč in upanje, da bo narava dobrohotno poskrbela za zdravo žetev. V industrijski dobi so ljudje predstavili nov razred sredstev za poslovanje. To so bili predelovalni obrati, ki so nastali z investicijami. V informacijski dobi pa smo ustvarili še eno novo kategorijo sredstev - znanstveno/tehnično znanje, ki je neotipljivo, se spreminja in nenehno obnavlja, kajti znanje naravno teži k ustvarjanju še več znanja. V tem primeru človeška ustvarjalnost spodbuja in povezuje človeške vire in kapital v »intelektualni kapital«, ta se odraža v ustvarjanju izdelkov in storitev, ki imajo ekonomsko vrednost.

## KAKO IZKORISTITI SKRITE VREDNOSTI

- Obravnavajte znanje kot premoženje le, če je sposobno prinesiti ekonomske rezultate.
- Zgradite človeški kapital skozi razvijanje veščin, kompetenc in sposobnosti posameznikov in skupin, ki dodajajo vrednost za kupca.
- Preoblikujte človeški kapital v strukturni kapital skozi organizacijo izmenjave in delitve znanja.
- Optimizirajte relacijski kapital - vrednost odnosov z dobavitelji, zavezniki in kupci - skozi izgradnjo blagovne znamke in zvestobo kupev.
- Uporabite premoženje znanja za zmanjšanje stroškov in bremen fizičnega premoženja ali za povečanje rezultatov tega premoženja.
- Raje poiščite konkurenčno prednost v inovacijah, prilagoditvah in storitvah kot v ekonomiji obsega.



Znanje, inteligenca, ustvarjalnost in trud seveda niso nove postavke. Človek je od nekdaj uporabljal te sposobnosti za razliko od drugih, in sicer v vseh ekonomskih strukturah in prizadevanjih. Novo je dejstvo, da fizično premoženje ne predstavlja več tako pomembne vrednosti. Ali kdo ve ali ga zanima, koliko pisarn ima podjetje Google? Kolikšen vpliv ima ta podatek na vrednost njihovih delnic? Danes so izjemno pomembni vidiki vrednosti za organizacijo naložbe v raziskave in razvoj ter v kakovost in usposobljenost zaposlenih.

Skozi čas vrednost naravnih virov z izčrpanjem navadno upade, lahko sicer tudi raste s povpraševanjem po novi uporabi istega vira. Umetno narejeni »trdi viri«, na primer zgradbe ali oprema, začnejo zgubljati vrednost, takoj ko so narejeni. »Mehki viri« oz. intelektualni kapital pa so v temelju drugačni. Njihova vrednost sledi ciklu interesa in motivacije od nizke do visoke in spet navzdol. Cikel se lahko tudi ponovi, nekako tako kot se tudi modni trendi ponavljajo vsakih nekaj let.

*Danes organizacije vrednotimo na popolnoma drugačen način kot le nekaj let nazaj. V preteklosti so se vrednosti podjetij določale zgolj na podlagi otipljivih sredstev, sredstev, zajetih v računovodskih izkazih. Danes je drugače, vse pomembnejše so zunajbilančne vsebine, kot so omrežja, odnosi, povezave, hitro prilagajanje na spremembe in sposobnost podjetij, da hitro in primerno odgovarja na spremembe v okolju z iskanjem izboljšanih novih vrednosti, skozi boljšo inovativno ponudbo.*

V tem kontekstu je intelektualni kapital temeljni in novi koncept premoženja v informacijski dobi. Ta vir je neotipljiv (večinoma), vendar pa postane oprijemljiv z različnimi opisi, kot so patentni dokumenti ali fizične iznajdbe. Drugače kot ostali fizični viri pa se znanje lahko obnavlja, in sicer skozi človeško radovednost in raziskovanje. Nova odkritja,

## SESTAVINE INTELEKTUALNEGA KAPITALA

*Pri najpogostejši delitvi intelektualnega kapitala ga razvrščamo v tri skupine. Prvo skupino zajema **človeški kapital**. Ta kapital predstavlja posameznikovo izobrazbo, izkušnje, znanje, sposobnosti pa tudi vrednote in stališča. Seveda ni v lasti družbe, do njega družba pride tako, da zaposli posameznike.*

*Drugi del intelektualnega kapitala predstavlja **strukturni kapital**. Ta kapital zajema formalno in neformalno organizacijsko strukturo, metode in postopke dela, programsko opremo, baze podatkov, sisteme raziskav in razvoja, sistem vodenja in korporacijsko kulturo. Je v lasti družbe in ga je v nekaterih primerih mogoče zaščititi (na primer s patenti).*

*Tretji del intelektualnega kapitala pa je **relacijski kapital**. Sestavine tega dela kapitala so portfelj strank, ki jih ima družba (v splošnem njeno »dobro ime«), ter odnosi družbe z dobavitelji, bankami in lastniki, njeno sodelovanje z drugimi družbami (strateško, tehnološko, proizvodno ali trženjsko) ter ne nazadnje njene blagovne znamke in splošna podoba. Tudi ta kapital je v lasti družbe in ga je v nekaterih primerih mogoče zaščititi (npr. zaščitena blagovna znamka).*

novi izumi spodbujajo človeško domišljijo in motivirajo ustvarjalnost. V takih pogojih bosta človeška ambicija in tekmovalnost naravno našli nove načine za ustvarjanje poslovnih priložnosti.

### KAKO IZ INOVACIJE USTVARITI TRŽNO VREDNOST?

Tržna vrednost je opredeljena kot družbena vrednost, kot vrednost v vsakodnevnem življenju ljudi. Primer intelektualnega kapitala je tudi ustvarjanje blagovnih znamk. Moč takega pristopa potrjuje dejstvo, da veliki proizvajalci potrošnih dobrin, kot je na primer kokakola, vsako leto investirajo ogromno denarja v vpliv in oblikovanje javnega mnenja in izbire.

Znanstveno ali tehnično znanje navadno prinaša vrednost le skupini, ki ga ustvarja, ter tistim, ki razumejo to znanje in ga lahko uporabijo. Za premik k splošni javnosti mora znanje postati intelektualni kapital, ki tako lahko koristi investitorjem, kajti uporabnost postane relevantna širšemu delu družbe. Le kadar je inetelektualni kapital podvržen vsakdanji uporabi, ki vključuje izdelke in storitve, lahko končni

uporabniki neposredno pridobijo od inovacijskega procesa.

Nepretrgan premik k ekonomiji, ki temelji na znanju in inovacijah, je v ospredje pripeljal pozornost na to, kako se znanje ustvarja, razširja, ohranja in uporablja za pridobivanje ekonomske vrednosti. Znanje, ki obsega intelektualno premoženje (človeški kapital, raziskave in razvoj, patenti, software in organizacijska struktura), postaja odločilno za učinkovito poslovanje podjetij. V tem novem okolju, za katerega so značilna vse bolj globalna tržišča, morajo biti podjetja sposobna pridobiti ekonomske vrednosti skozi razvoj in rabo intelektualnega premoženja.

V svetu, v katerem se spremembe dogajajo s svetlobno hitrostjo, postaja vse bolj očitno, da ima uspeh vse manj skupnega z učenjem iz preteklosti in vse več z ramišljanjem o priložnostih v prihodnosti. Znanje je postalo surovina. Skorajda vse je mogoče najti z nekaj kliki po spletu. Ne gre več za to, koliko veš, temveč za to, kako ustvarjalno lahko svoje znanje uporabiš. Torej je izziv, s katerim se morajo podjetja spopasti že danes, če želijo v prihodnosti ustvarjati konkurenčno prednost, da ugotovijo kako meriti, upravljati in izrabljati skrite vrednosti, ki ga vsebuje njihov intelektualni kapital. ■

# NAGRADE ZA INOVATIVNOST GZDBK ZA LETO 2010

NA OTOČCU JE 8. JUNIJA GOSPODARSKA ZBORNICA DOLENJSKE IN BELE KRAJINE (GZDBK) TUDI LETOS PODELILA NAGRADE ZA INOVATIVNOST ZA LETO 2010. MED PRIJAVLJENIMI PREDLOGI, KI SO SE POTEGOVALI ZA ZLATA, SREBRNA IN BRONASTA PRIZNANJA, JE BILA TUDI TOKRAT VRSTA ZANIMIVIH INOVACIJ, KI SO LAHKO NAVDIH ZA VSAKOGAR, KI GA ZANIMA, KAKO NAREDITI NEKAJ NOVEGA.

Morda lahko opišemo rdečo nit tokratnega srečanja kot poskus odgovora na enostavno vprašanje: »Kaj je inovativnost?« Glavna govornica ob dogodku **Tatjana Fink** iz Trima je svoj nagovor zbranim končala z zelo odkritimi besedami – inovacija je denar! Tako tudi najlažje rešimo uganko, kako ločimo inovacijo in izum. Izum je neka nova ideja, za katero smo vlagali čas, znanje in denar, da smo do nje prišli, inovacija pa je v poslovnem smislu nekaj mnogo bolj oprijemljivega, saj neko idejo oplemenitimo z delom in znanjem, da sedaj ustvarja denar, novo dodano vrednost. V današnjih zaostrenih gospodarskih razmerah so podjetja prisiljena k inoviranju, da lahko preživijo, kar pa ne pomeni, da izumljajo nekaj povsem novega, ampak velikokrat na novo osmislijo tisto, kar že imajo ali kar že poznamo. Bolj učinkovito, z novimi ciljnim trgi, s cenejšo proizvodnjo ali z odgovorom na specifične potrebe trga.

*Enačba inovacije*

*ideja x čas x delo = denar*

*Enačba izuma*

*denar x čas x delo = ideja*

## NAVDIH LAHKO POIŠČEMO TUDI V ZGODOVINI INOVIRANJA

Izvrsten zgled inoviranja dobimo pri Thomasu A. Edisonu, izumitelju ali še bolje inovatorju žarnice, ki je tudi v znaku inovacijskih nagrad GZDBK. Edison je bil po oceni zgodovinarjev mnogo bolj inovator kot izumitelj, saj je edini med mnogimi 'izumitelji' žarnice, ki so jih našli prek 25, uspel žarnico komercializirati in jo spraviti do množične proizvodnje. Ideja žarnice ni bila njegov izum, ampak je z veliko mero dela, poskusov in vztrajnostjo tako izpopolnil izume drugih, da je bila njegova žarnica uporabna tudi v poslovnem smislu. Ob tem pa je imel jasno zasnovano tudi električno infrastrukturo, ki je ob žarnici nepogrešljiv del poslovne enačbe.

Ko ocenjujemo inovativnost prejetih predlogov iz naše regije, lahko zaključimo, da podjetja zelo dobro razumejo inovativnost, saj so bili vsi predlogi usmerjeni tržno, z jasno vizijo, komu je inovacija namenjena in kaj pomeni za poslovanje podjetja. V mnogih primerih je inovacija pomagala podjetjem obiti prepreke trga, konkurence ali tehnologije. Strokovna komisija, ki je inovativne predloge ocenjevala, je tako poudarila, da so podjetja očitno prepoznala, da le razvoj novih lastnih proizvodov vodi v povečanje konkurenčnosti na trgu in nudi več poslovnih priložnosti.

## V SMERI NAČRTNEGA VZGAJANJA INOVACIJ

Okrogla miza, na kateri so sodelovali **dr. Aleš Rotar** iz Krke, **Elvis Pečelat** iz Infotehne ter **Denis Stepančič** iz Trima je prinesla nekaj zanimivih poudarkov o razvoju inovativnosti, saj so sogovorniki poudarjali potrebo po sistematičnem inovativnem delu. Na prvi pogled se zdi, da je to v nasprotju z inovativnostjo, ki naj bi bila velikokrat posledica naključnih prebliskov, a v resnici ni tako. Uspešne inovacije so rezultat načrtnega dela, od vključevanja mladih v inovativne procese do vlaganja v sodelovanje z ustanovami znanja, fakultetami, inštituti ... Morda je lahko eden od pomembnih dejavnikov v razvoju inovativne dejavnosti, da se tisti, ki se z njo ukvarjajo, resnično tudi počutijo kot inovatorji in za svoje delo dobijo ustrezno priznanje. Nenazadnje so tudi nagrade za inovativnost GZDBK namenjene temu, da inovatorji tudi sami začutijo, da so pomemben, morda ključen del razvoja dolenskega in belokranjskega gospodarstva.

## MED NAGRAJENCI MAJHNA IN NAJVEČJA PODJETJA

Ni naključje, da je med prejetimi nagradami za inovacije prednjačila Krka, kar ne smemo pripisovati toliko velikosti podjetja, ampak raje zavedanju pomena inovativnosti ter zelo načrtnem dolgoletnem delu na tem področju. Na drugi strani imamo med nagrajenci tudi majhna in srednje velika podjetja, za katera lahko rečemo, da morajo imeti inovativnost v krvi, če želijo preživeti v ostrem konkurenčnem boju, k temu pa jim morda pomaga ravno njihova majhnost in okretnost. Modelov, kako biti inovativen, je torej veliko, vprašanje je le, ali se dovolj zavedamo, kakšen je pomen inovacije za razvoj našega poslovnega okolja in ... ali si upamo stopiti na to pot. Charles Darwin je dejal, da vidi naravo kot inovatorja, ki ni toliko drugačen od mehaničnih inovacij njegovega časa, pri katerih je kot ključne elemente opazil vloženo delo, znanje ter tudi kopico napak na poti, ki pripelje do napredka. Ali če njegovo misel povzamemo malo po svoje – včasih je treba biti v inovativnem procesu preprosto le pogumen in vztrajno delati korake naprej. ■

*»V mnogih letih eksperimentov in raziskovanja niti enkrat nisem prišel do odkritja. Začnem tam, kjer je zadnji raziskovalec nehal.«*

*Thomas A. Edison*



## ZLATO PRIZNANJE



### RAZVOJ NOVEGA INTEGRIRANEGA AVTODOMA

**ADRIA MOBIL, D. O. O., NOVO MESTO**

AVTORJI

Ivan Bukovec, Stane Bukovec, mag. Matjaž Grm, Anton Kastrevc, Marko Mežnar in sodelavci.

Zunanji izgled skupine integriranih avtomodov Sonic je s svojo inovativno obliko postavil nov mejnik na trgu avtomodov. V notranjosti je bilo največ pozornosti usmerjene v udobje uporabnika. Upoštevana je bila tako ergonomija med vožnjo kot med bivanjem v vozilu.



### RAZVOJ FARMACEVTSKIH IZDELKOV Z IRBESARTANIJEVIM KLORIDOM

**KRKA, D. D., NOVO MESTO**

AVTORJI

Franci Bevec, dr. David Bevk, Uroš Ocepek, dr. Renata Osolnik, dr. Anica Pečavar, Radivoje Raškovič, dr. Matej Smrkoj, dr. Miha Vrbinc, dr. Silvo Zupančič, dr. Rok Zupet.

V razvoju je implementiranih več iznajdb in inovativnih rešitev na področju sinteze, priprave trdne oblike učinkovine in farmacevtske oblike. V sintezni shemi irbesartana so uvedli nov postopek sinteze, ki je omogočil zgodnje lansiranje izdelka v državah s procesno patentno zaščito.



### RAZVOJ SINTEZE, IZOLACIJE IN TRDNE FARMACEVTSKE OBLIKE S KANDESARTAN CILEKSETILOM

**KRKA, D. D., NOVO MESTO**

AVTORJI

dr. Primož Benkič, mag. Andrej Ferlan, Tamara German, mag. Miran Hvalec, Alen Kljajič, Dušan Krašovec, dr. Renata Osolnik, Maja Preskar, mag. Janez Ržen, dr. Gregor Sedmak, dr. Janez Smodiš, dr. Matej Smrkoj, Tadej Stropnik, Urška Turk, dr. Miha Vrbinc, dr. Silvo Zupančič.

Inovacija rešuje tehničen problem priprave kandesartan cileksetila na tehnološko enostaven, inventiven in ekonomsko sprejemljiv način. Sinteza kandesartana je zaščitena v več patentnih prijavih, zato je razvoj patentno neodvisnega postopka predstavljal še dodaten izziv.



### ZDRAVILNE UČINKOVINE IN FORMULACIJE ESOMEPRAZOLA

**KRKA, D. D., NOVO MESTO**

AVTORJI

dr. Primož Benkič, Polona Bukovec, Anton Kočever, mag. Berta Kotar Jordan, Dušan Krašovec, dr. Anica Pečavar, Mitja Pelko, mag. Igor Plaper, dr. Janez Smodiš, dr. Matej Smrkoj, dr. Natalija Škrbina Zajc, dr. Miha Vrbinc, dr. Franc Vrečer, dr. Rok Zupet.

Z razvojem in lansiranjem farmacevtskega izdelka z magnezijevim esomeprazolatom je pomembno dopolnjen izbor že obstoječih in tržno uveljavljenih Krkinih farmacevtskih izdelkov za zdravljenje ulkusne bolezni in sindroma GERD, ki sta zelo pogosti patološki stanji pri ljudeh.



### AVTOMOBILSKI SEDEŽ S SAMODEJNO, PO VIŠINI NASTAVLJIVIM VZGLAVNIKOM

**TPV, D. D.**

AVTORJI

Rajko Blažič, mag. Vili Malnarič, mag. Primož Mihelič, Jernej Tramte, Vedran Tare, mag. Mirko Zupanc.

Inovacija je popolna novost na avtomobilskem trgu. Ob ustrezni nastavitvi vzdolžnega položaja sedeža se samodejno zagotovi ustrezna višina vzglavnika za posameznega potnika.



### AGLAS SS PA6 PREMIUM 30 PROTIHRUPNE PLOŠČE

**AKRIPOL, D. D.**

AVTORJI

Blaž Bitenc, dr. Petra Brulc, Alenka Bunderšek, dr. Boštjan Japelj, Matjaž Popelar.

Nove transparentne protihrupne plošče s svojimi lastnostmi dosegajo najvišjo klasifikacijo standarda EN 1794-2, dosežene s kombinacijo izboljšav na matrici ter mehanski in kemijski ojačitvi plošč.



### AgencyExpert

**INFOTEHNA SKUPINA D. O. O.**

AVTORJI

Jakob Gole, Renato Rjavec, Karmen Umek Luzar.

AgencyExpert je edina delujoča rešitev, s pomočjo katere agencije za zdravila celovito obvladujejo svoje poslovne procese. Spletna aplikacija omogoča celovito obvladovanje postopka izdaje dovoljenja za promet z zdravilom ter ostalih procesov.

## SREBRNO PRIZNANJE

### SVETLOBNIK Z VISOKO IZOLATIVNOSTJO IN EASY-TO-CLEAN POVRŠINO

**AKRIPOL, D. D.**

AVTORJI  
*dr. Petra Brulc  
 Alenka Bunderšek  
 dr. Boštjan Japelj  
 Ludvik Matoh  
 Denis Orač  
 Matjaž Popelar*

### STANDARDNA MAG ROBOTSKA VARILNA CELICA

**ARSED, D. O. O.**

AVTORJA  
*Mišo Pereško  
 Krunoslav Šimrak*

### AVTOMATIZIRANI IN RAČUNALNIŠKO KRMILJENI PREIZKUŠEVALNI SISTEM ZA IZVAJANJE DINAMIČNIH TLAČNIH OBREMENITEV HIDRAVLIČNIH KOMPONENT

**HIDEX, NOVO MESTO, D. O. O.**

AVTORJI  
*Brane Škrubelj  
 Aljaž Pucelj  
 dr. Boris Vodopivec*

### POSTOPEK PROIZVODNJE RECIKLIRNIH PLOŠČ KERROCK IZ ODPADNEGA PRAHU KERRROC

**KOLPA, D. D., METLIKA**

AVTORJA  
*mag. Andrej Beličič  
 Branko Brajkovič*

### MOBILNA-PREMIČNA POČITNIŠKA HIŠA

**REM, D. O. O.**

AVTORJI  
*Gabi Globokar  
 Boštjan Maver  
 Matej Možina  
 Jože Obrstar  
 Jože Udovič*

### ZASNOVA PNEVMATSKE NAPRAVE ZA VIJAČENJE ČELNE STENE TWINGA

**REVOZ, D. D., NOVO MESTO**

AVTORJA  
*Ljubo Možina  
 Jože Zgonc*

### OASIS® BIOLINE MINI IZDELKI ZA CVETLIČARSTVO

**SMITHERS-OASIS ADRIA, D. O. O.**

AVTORJI  
*Borut Brinc  
 Igor Jaklič  
 Robert Štampfelj*

### ArtMe

**TRIMO, D. D.**

AVTORJI  
*David Cugelj  
 Saša Hribernik  
 Rok Jenko  
 prof. dr. Karl Kuzman  
 dr. Aleš Petek  
 dr. Viktor Zaletelj*

## BRONASTO PRIZNANJE

### RAZVOJ NAJEMNEGA KONTEJNERJA

**REM, D. O. O.**

AVTORJI  
*Bruno Čibej  
 Matej Možina  
 Jože Obrstar  
 Jože Štravs*

### KONSTRUKCIJA TLAČNE VZMETI V CILINDRU

**REVOZ, D. D., NOVO MESTO**

AVTOR  
*Tomaž Petrina*

### STROJ ZA ČIŠČENJE POLIURETANSKIH IZDELKOV

**SMITHERS-OASIS ADRIA, D. O. O.**

AVTORJA  
*Anton Pezdirc  
 Anton Plut*

### SPREMEMBA REŽIMA MEŠANJA ZN-FOFATA IZVEN REDNEGA DELOVNEGA ČASA

**TPV, D. D.**

AVTORJI  
*Zdravko Bučar  
 Milenko Pavlovič  
 Katarina Rman*

## ZAHVALA

### PRESTIŽNA MIZA

AVTOR  
*Jože Hönigman*



**FAKULTETA  
 ZA VISOKE TEHNOLOGIJE  
 IN SISTEME**

**PRVA FAKULTETA Z DODIPLOMSKIM IN  
 PODIPLOMSKIM (MAGISTRSKIM) ŠTUDIJEM NA DOLENJSKEM  
 S PODROČJA TEHNIŠKIH VED:**

- diplomirani/-a inženir/-ka tehnolog/-inja (180KT) - 1. stopnja
- magister/-ica inženir/-ka strojništva (120KT) - 2. stopnja



Informacije o pogojih in rokih za vpis v študijske programe  
 dobite na spletni strani šole : [www.vites.vs-nm.si](http://www.vites.vs-nm.si)  
 ali na elektronskem naslovu : [vites.nm@guest.arnes.si](mailto:vites.nm@guest.arnes.si)  
 ter po telefonu : 07/ 393 00 19

# VZPOSTAVITEV ČEZMEJNE E-REGIJE

IDEJO O E-REGIJI JE PRVIČ PREDSTAVILA SLOVENSKA DELEGACIJA V ODBORU TEHNOLOGIJE INFORMACIJSKE DRUŽBE EVROPSKE KOMISIJE (INFORMATION SOCIETY TECHNOLOGIES COMMITTEE, ISTC) NA SESTANKU ODBORA V BRUSLJU 20. SEPTEMBRA 2000. OD TAKRAT SO BILI V SLOVENIJI ALI V POVEZAVI Z NJO ORGANIZIRANI ŠTEVILNI DOGODKI, KI SO PRISPEVALI K TEMELJU MEDOBBČINSKE POBUDE: ČEZMEJNO E-SODELOVANJE V PODONAVSKI E-REGIJI.

Cilj čezmejnega e-sodelovanja organizacij v državah Podonavske regije je povezovanje vladnih organizacij na državni in lokalni ravni, podjetij, ponudnikov e-tehnologij in univerz ter raziskovalnih organizacij po modelu t. i. »živih laboratorijev« (Innovation for Life Quality – Slovenia Living Lab).

Ti temeljijo na procesu »odprtega inoviranja«, procesu uvajanja in razširjanja e-rešitev in e-storitev med prejemniki po načelu enostavnosti, praktičnosti, uporabnosti in dostopni ceni ponujenih storitev in interaktivnega oblikovanja prototipnih rešitev za različne deležnike.

GZDBK se je pobudi pridružil letos, in sicer s prototipom e-račun, kot podpornik pa sodeluje še pri nekaterih drugih prototipih. Namen vključitve v pobudo je promocija e-računa med MSP in proračunskimi porabniki tako na nacionalni ravni kot v sosednjih državah. Ključnega pomena je zagotoviti, da se bodo partnerji lahko medsebojno povezovali ter ustvarjali vseevropsko ali celo širše omrežje, ki bo pripomoglo k množičnemu sprejetju e-izdajanja in e-prejemanja računov, kar bo prineslo številne prednosti. Evropska komisija namreč želi, da e-izdajanje računov do leta 2020 postane prevladujoča metoda izdajanja računov v Evropi. ■



*Programski koordinator pobude prof. dr. Jože Gričar, zaslužni profesor Univerze v Mariboru, pravi, da je »z e-regijo mogoče razumeti celoto e-povezanih organizacij bližnjih držav v krogu od 200 do 500 kilometrov. Tako povezane e-regije je mogoče videti kot sestavine nastajajočega evropskega informacijskega prostora«.*

*Več o pobudi si lahko preberete na spletni strani <http://elivinglab.org/CrossBordereRegion/>*

## ČE IMAŠ CILJ, BOŠ NAŠEL TUDI POT

TAKO SE GLASI NEKI AFRIŠKI PREGOVOR. MI IMAMO OBA. IZ SKUPKA IDEJ SMO NAJPREJ DOLOČILI CILJ, NATO SE JE OBLIKOVALA POT. TA JE SICER KRATICA ZA PROJEKT POMAGAJMO ODKRIVATI TALENTE.

Če smo na začetku razmišljali predvsem o promociji tehnike in naravoslovja, lahko danes zapišemo, da želimo s projektom spodbujati tiste vrste znanj in izobraževanj, ki imajo velik potencial za prihodnost. Od začetnih delavnic danes razmišljamo o različnih vrstah dejavnosti, s katerimi želimo navduševati mlade o pomenu znanja, ki bo lahko pripeljalo do zaposlitve.

K projektu smo pred časom pritegnili Sekcijo seniorjev, ki se je dejavno vključila in oblikovala program nadaljnega poteka

projekta. Na vsaki izmed dveh osnovnih šol, OŠ Center in OŠ Brusnice, ki sta se odzvali naši pobudi, so seniorji maja in junija pripravili delavnice po eno šolsko uro. Upokojeni strokovnjaki in menedžerji, Metka Wachter, prof. kemije, Nada Ajdišek, mag. farmacije in Ivan Ban, univ. dipl. ekonomist, so osnovnošolcem predstavili poklice, ki so jih opravljali. Na delavnicah so učenci dobili pregled nad kariero seniorjev, ki imajo obilo znanja in izkušenj, ter iz prve roke izvedeli stvari, ki so jih za posamezno stroko morebiti zanimalo. Če

smo s takšnim pristopom uspeli olajšati odločitev za nadaljnje šolanje vsaj enemu izmed prisotnih osnovnošolcev, je naša POT prava.

Zavedamo se, da do rezultatov ne bomo prišli čez noč, temveč bo za to potrebno daljše časovno obdobje, zato bomo s širjenjem ideje nadaljevali. Sekcija seniorjev ima za jesen že pripravljene nove delavnice. Verjamemo, da bomo lahko čez deset let pogledali na prehojeno POT in s ponosom rekli, da smo uspeli narediti premike. ■



# ZADRUGA – SKUPAJ SMO MOČNEJŠI

NEKOČ SO KMETJE OKOLI TREBNJEGA PRIDELALI KAR 11 TISOČ TON KROMPIRJA, DANES GA LE SLABIH 300 TON. NEKOČ SO PRIDELALI LE 675 TISOČ LITROV MLEKA, ZDAJ PA KAR 24 MILIJONOV LITROV! KMETIJSKA ZADRUGA (KZ) TREBNJE, KI JE BILA USTANOVLJENA PRED 50 LETI IN JE DANES DRUGA NAJVEČJA KMETIJSKA ZADRUGA V SLOVENIJI, JE SKUPAJ S SVOJIMI ČLANI DOŽIVLJALA VELIKE SPREMEMBE. POGOVOR Z DIREKTORJEM **LUDVIKOM JERMANOM** NAM ORIŠE TO POT, POKAŽE PA TUDI DROBCE NJEGOVE OSEBNE ZGODBE OD KMETOVANJA DO GORNIŠTVA.

SPRAŠEVALA: LIDIJA JEŽ

**Letošnje leto je za Kmetijsko zadrugo Trebnje zelo pomembno. Obeležili ste 50. obletnico ustanovitve te ter 20-letnico Govedorejskega društva. Kako se je vse skupaj začelo?**

Začetek KZ Trebnje sega 50 let nazaj, ko se je združilo sedem kmetijskih zadrug na širšem območju in se vpisalo v zadrugi register pod enotnim imenom KZ Trebnje. Sestavljale so ga KZ Mokronog, Trebelno, Šentrupert, Mirna, Dobrnich in Šentlovrenc. K zadrugi se je tega leta – to je bilo 1961 – priključila še gozdarska dejavnost z Gozdnim obratom in nato še posestvo gospodinjske šole Mala Loka ter ekonomija Mokronog. Skupno je bilo tako okoli 150 hektarjev zemljišča (večina zemljišč se je vpisala v kooperacijski sektor proizvodnje), v sklopu zadruga pa je bila tudi sušilnica sadja na Mirni. Že na začetku je zadruga dajala kruh kar 113 zaposlenim. Sicer moram priznati, da ni kaj dosti dokumentov iz tega obdobja in da je pravzaprav potek dogodkov še najbolj strnjen v časopisnih zapiskih, ki nam jih je zbral Tone Gošnik, nekdanji direktor Dolenjskega lista. Novinarji so spremljali dogajanja in tako nehote poskrbeli za življenjepis naše zadruga.

**Glede na začetke je danes precej drugače. Delujete v šestih občinah – Mokronog, Trebelno, Šentrupert, Mirna, Trebnje, Žužemberk in Litija. Tudi dejavnost se je spremenila. Med drugim je bila nekoč pomembna kultura tega območja krompir oz. poljedelstvo sploh, danes pa je tega le za vzorec.**

To drži. Krompir je bil za naše kraje zelo pomembno blago, saj smo ga pridelali za domače potrebe pa tudi v Istro in Dalmacijo so ga prodajali. Na našem območju so ga kmetje pridelali okoli 11 tisoč ton na leto; danes ga pridelajo le še 300 ton ali celo manj. Sicer je krompir po celi Sloveniji doživel žalostno usodo; domače sorte krompirja so se izrodile, pokončal jih je virus. Zato imamo tudi seme iz uvoza, največ z Nizozemske in s Škotske. Vendar se je treba tudi zavedati, da je kar 90 odstotkov obdelovalnih površin, ki jih pokriva naša zadruga, na območjih z omejenimi dejavniki; deset odstotkov ravnega terena pa je na močvirnatih podlagi. Zato so se kmetje iz poljedelstva – ob ustanovitvi zadruga je bilo kar tri četrtine poljedelcev – preusmerili v živinorejo in namesto krompirja jim danes prinaša zaslužek mleko.

**Leta 1965 so naši kmetje prodali 675 tisoč litrov mleka, lani pa kar 24 milijonov litrov.**

Močno je naraščalo tudi število pitancev; 1024 jih je bilo na začetku, že leta 1980 pa jih je bilo zadrugi oddanih 2300. Zadnja leta je povprečje 3500. Po letu 1992 smo se začeli na upravnem odboru dogovarjati tudi o gradnji klavnice, toda za enkrat še nismo našli skupnega jezika. Če se vrnem na vaše vprašanje; poljedelstva imamo le še za vzorec, kar ga pa je, je to za kolobarjenje, pridelana hrana pa je namenjena predvsem za živino.

**Zadruga poskrbi za odkup živine, za prodajo mleka itd. Kako poteka sodelovanje s kmeti in kupci?**

Kot sem že omenil, zadnja leta prodamo 24 milijonov litrov mleka – polovico v Ljubljanske mlekarne in polovico v Italijo, kjer je cena nekoliko višja kot doma. To razmerje vzdržujemo zaradi varnosti, saj se cene lahko hitro spremenijo. Prodamo tudi 6 tisoč glav živine, največ v domače klavnice, nekaj tudi v Italijo. Prodaja mesa se zmanjšuje, delno je to posledica nižjega življenjskega standarda, delno pa tudi posledica spremenjenih prehranskih navad. Vendar je še vedno dovolj prostora za prodajo kakovostnega mesa, kakršno je to, ki ga ponujamo v KZ Trebnje. Iskana je tudi teletina, toda na našem območju dajejo kmetje v zakol pretežno črno-bela teleta, ki veljajo za sicer manj kakovostno meso od ostalih telet. Vendar gredo ta ponavadi naprej v rejo.

**Kmetijska zadruga Trebnje je druga največja KZ v Sloveniji. Kako ste organizirani, koliko ljudi zaposlujete, kako poteka vaš »notranji« promet ...**

Naša zadruga ima 170 zaposlenih. V zadnjem času smo število zaposlenih povečali za deset ljudi, pretežno v trgovski dejavnosti. Lahko rečem, da smo uspešni. Lani smo imeli skoraj 35 milijonov evrov realizacije (predlani smo imeli celo 38,1 milijona evrov realizacije). Tretjina dosežene realizacije je bila ustvarjena z odkupom kmetijskih pridelkov, druga tretjina je bila dosežena v naših reprotrgovinah, tretja tretjina pa je bila realizirana v naših samopostrežnih trgovinah. Imamo namreč 10 t. i. železnin oz. prodajalnih repromateriala, en supermarket ter 11 samopostrežnih

trgovin, v katerih prodajamo naše pridelke in izdelke. Pet mesnic pa je v samopostrežnih trgovinah. Poleg tega ima zadruga tudi vrtni center, tekstilno trgovino, 6 dnevnik barov, domačo kuhinjo, žago ter 2 črpalki za D2. Članom omogočamo nakup z našo kreditno kartico v naštetih prodajalnih in lokalnih; obračun te pa je ob poročunu oz. ob plačilu za mleko ali prodano živino. Zadruga zagotavlja plačilo 20. dan po odkupu živine, čeprav mi dobimo plačilo med 40. in 70. dnem; za razliko moramo najemati tudi bančna posojila. Mleko pa plačujemo našim članom 28. v mesecu. Naj navedem še podatek, da ima KZ Trebnje 738 članov.

**Žage so v slovenskem prostoru že redke, veliko jih je propadlo, čeprav je Slovenija med najbolj gozdnatimi državami v Evropi – med 2. in 3. mestom. Kako ste jo vi uspeli zadržati?**

Žago, ki smo jo dobili po Zakonu o gozdovih, smo obnovili; toda žal je dela bolj malo.

**Odnos do lesa je pri nas nerazumljivo neodgovoren; hlode vozimo v tujino – v Avstrijo, Italijo in še kam, od tam pa uvažamo žagan les, polizdelke ...**

Sprašujem se, ali je les predrag ali so izdelki iz lesa prepoceni! Mi smo imeli sicer tudi gozdni obrat, ki pa se je zaradi spremenjene zakonodaje konec leta 1963 odcepil od zadruga in se priključil Gozdnemu gospodarstvu Novo mesto in Brežice, vsakemu polovico.

**Kakšno je sodelovanje med zadrugo in občinami?**

Pravzaprav kakšnega posebnega sodelovanja ali povezovanja ni, ker to niti ni potrebno. Predvsem sodelujemo na razpisih za sofinanciranje lokalnih prevozov mleka. To pride v poštev še zlasti za oddaljene kmetije, za kmetije na teže dostopnih terenih oz. iz višjih območij.

**Hrana je strateškega pomena, pa vendar se v Sloveniji, ki bi lahko bila samozadostna z oskrbo poljščin in vrtnin, precej zemlje zarašča. Vzrok je menda v lastnikih, ki so jo dobili vrnjeno v denacionalizaciji, obdelujejo je pa ne. Pri vas takih težav sicer nimate, zanima**

*pa me, kako na to vprašanje gledate kot agronom.*

Razen v Suhi krajini, kjer je nekaj zaraščanja, na našem območju nimamo problemov zaradi zaraščanja zemljišč. Prej bi lahko rekel, da je obdelana vsaka krpica zemlje. Točnih podatkov o samooskrbi v Sloveniji nimam, se pa na ravni države giblje le okoli tridesetih odstotkov, kar je zares nizka vrednost, še zlasti glede na danosti, ki jih imamo. Nekaj višji je ta odstotek na našem območju, moja ocena je, da pridelamo okoli 40 odstotkov potrebnih poljščin oz. vrtnin. Sicer pa se mi zdi, da dlje od poudarjanja dejstva, da je hrana strateškega pomena, v Sloveniji še nismo prišli. Odnos do te panoge ni ustrezen in zdi se, da nas pravzaprav še ne skrbi kaj dosti, kako je oz. kako bo z našo prehrano – ne v kakovostnem smislu in žal tudi ne strateško.

---

*V hipermarketih kupljena hrana, pripeljana od bog vedi kako daljnih dežel, je seveda nekaj povsem drugega kot doma pridelana, sveža hrana.*

---

V dokumentih se poudarja zahtevek po kratki prehranski verigi – v enem dnevu od polja do trgovine oz. do potrošnika, življenje pa žal teče drugače.

*Veliko ste hodili po svetu, radi poizkusite tudi lokalne jedi. Vas je katera od kuhinj bolj navdušila od domače?*

Vedno poudarim, da ni tako dobre in tako kakovostne hrane, kot je (zaenkrat še) pri nas v Sloveniji. Tega se moramo bolj zavedati in predvsem tega ne smemo zapraviti! Lokalne jedi me vedno zanimajo – to je del kulture posamezne dežele; okusi so različni in zanimivi, toda po navadi za enkratno degustacijo in nič več. Lahko pa rečem, da sem bil navdušen le nad hrano v Maroku. Sicer pa nobena ne prekaša naše, slovenske kuhinje.

*Ko se je KZ Trebnje ustanovljala, ste bili stari pet let. Ste takrat že razmišljali, da boste ostali zvesti kmetijstvu, saj izhajate iz kmetije.*

Ne morem reči, da sem si to izrecno želel – kmetija, čeprav ne velika, je bila del nas in oba s sestro sva kmečka dela poznala že od malega. Po gimnaziji v Novem mestu sem se vpisal na biotehnično fakulteto,



smer agronomija, čeprav sem si sprva želel študirati gozdarstvo. Po končanem študiju sem delal kot pospeševalec pri KZ Trebnje na terenu, nato kot strokovni sodelavec. Od 1990 do 1993 sem bil strokovni sodelavec za poljedelstvo pri Kmetijskem zavodu Ljubljana, enota Novo mesto, nato sem se zaposlil kot vodja kmetijske proizvodnje v KZ Trebnje, kjer sem od leta 1996 direktor. Vse je potekalo spontano, brez kakšnih načrtov.

*Pa vendar se tudi doma ukvarjate z živinorejo.*

Pri nas doma je kar precej dela za vse, poleg naju z ženo so pridni tudi vsi štirje sinovi. Imamo 112 pitancev, za svoje veselje imam tudi koze. Seveda pa imamo tudi vinograd. Skratka, dolgčas nam ni!

*Pravijo, da je kozje mleko lahko in hitro prebavljivo in da ima kozje meso najustreznejše razmerje beljakovin, vitaminov in mineralnih snovi, odlikuje ga tudi visoka vsebnost zelo pomembnih nenasičenih maščobnih kislin. Menda koza zazna vse vrste sevanja. Pa vendar je kozjereje pri nas zelo malo.*

Ker ima koza rada izbrano hrano, posladek pa so vršički grmovja, so jo pri nas po 2. svetovni vojni precej zreducirali, češ da bi kozjereja naredila veliko škode. Odlike kozjega mesa in kozjega mleka pa so spet zelo poudarjene, s tem pa se večja tudi zanimanje za kozjerejo. Eden od članov naše zadruga goji koze v večjem številu in se ukvarja tudi s sirarstvom; kozji sir je specialiteta. Jaz pa se rad pošalim, da gojim koze predvsem zaradi pečenega kozlička.

*Očitno se znate zelo dobro organizirati, saj ste obšli tudi že velik del sveta – od Kitajske do Afrike in še malo naokoli. Znate pa si vzeti čas tudi za gore, da greste – kot je napisal Oton Župančič – »v bližino zadnjih gnezd in prvih zvezd«.*

Nekaj poti po svetu je bilo poslovnih, nekaj držav in znamenitosti sem si ogledal kot turist, precej poti pa je bilo pohodniških oz. hribovskih. Prav v času odprtja domače kuhinje v naši zadrugi naj bi šel na strokovno potovanje v Izrael, pa mi je bila zaradi zadnjih zapletov okoli otvoritve ta pot preprečena. Vsako potovanje je doživetje zase – tako potovanje po tujih deželah kot tudi potovanje po domovini; najbolj zanimive in vznemirljive pa so poti s kolesom in seveda poti v gore. Zanimivo je, da sem na različnih koncih in v različnih situacijah lahko opazoval sončne vzhode – sončni vzhod sem doživel v Sahari v Maroku pa na Kitajskem zidu in tudi na Triglavu.

---

*Zadnja leta si organiziramo vzpon na Triglav ob polni luni, in to je zares posebno doživetje!*

---

Še zlasti, če vidiš ob jasnem jutru z vrha Triglava Ljubljano in morje hkrati. Zelo rad imam hribe, prehodil sem domače pa tudi po Evropi in širše. Človek preizkuša svoje zmogljivosti in je vedno znova presenečen – na Kilimandžaru (5895 m) sem imel precej težav zaradi višine in posledično redkega zraka, pred tem pa sem bil na Mount Kenya, ki je le par metrov nižja, a tehnično zahtevnejša, pa sem dosegel vrh brez težav. Vendar tako kot pri hrani tudi pri naravi lahko rečem, da je Slovenija zelo lepa. Precej sem jo tudi prekolesaril in spoznaval kraje, ki so skriti glavnim putem, in zato še bolj vabljivi in še lepši.

*Ali je kaj, česar ne marate oz. se vam bi zdelo škoda časa ?*

Moji dnevi so zelo zapolnjeni, zato se mi zdi škoda časa za poležavanje ob morju – za to nimam posluha. Raje ležim doma in berem poezijo, ker mi na kratko veliko pove. ■



# Študiraj v NOVEM MESTU




## Informativni dan

8. 9. ob 17. in 18.30 uri, Novi trg 5 (Kulturni center Janeza Trdine)\*

**fiis** Fakulteta za  
Informacijske  
študije

### Informatika


Novi trg 5, Novo mesto  
T: 07 373 78 84  
info@fis.unm.si  
www.fis.unm.si

 Fakulteta za informacijske študije v Novem mestu  
 fisnmsi  
 Referat FIŠ

- 2. prijavni rok (MAG): 22. 8.–23. 9. 2011 (VS in UN): 22. 8.–29. 8. 2011
- 3. prijavni rok (VS in UN): 1. 10.–5. 10. 2011

**FUDŠ** FAKULTETA ZA  
UPORABNE DRUŽBENE ŠTUDIJE  
V NOVI GORICI

### Uporabne družbene študije

Kidričeva 9, Nova Gorica  
T: 05 333 00 80  
info@fuds.si  
www.fuds.si  
 Fudš Sass

- 2. prijavni rok (MAG in DR): 16. 8.–25. 9. 2011 (VS in UN): 22. 8.–29. 8. 2011
- 3. prijavni rok (VS in UN): 1. 10.–5. 10. 2011

**fös** Fakulteta za  
organizacijske  
študije

### Organizacijske študije

Novi trg 5, Novo mesto  
T: 059 074 164  
info@fos.unm.si  
www.fos.unm.si

- 2. prijavni rok (VS, MAG in DR): 22. 8.–23. 9. 2011
- 3. prijavni rok (VS, MAG in DR): 1. 10.–7. 10. 2011

 Fakulteta za  
industrijski inženiring

### Industrijski inženiring

Šegova ulica 112,  
Novo mesto  
T: 07 393 22 06  
fini-unm@guest.arnes.si  
www.fini-unm.si

- 1. prijavni rok: (Inženiring in vozila VS) 1. 9.–30. 9. 2011

\*Info. FINI na Šegovi 112

**UNM** Univerzitetni prostor Novo mesto



Fakulteta za  
industrijski inženiring

Šegova ulica 112, 8000 Novo mesto

Študiraj v  
NOVEM MESTU

Študijsko leto  
2011/12

## INŽENIRING IN VOZILA

VISOKOŠOLSKI STROKOVNI ŠTUDIJSKI PROGRAM (VS)

Strokovni naziv: diplomirani/a inženir/ka strojništva

FINI ŠTUDIJ

1. PRIJAVNI ROK OD 1. 9. DO 30. 9. 2011

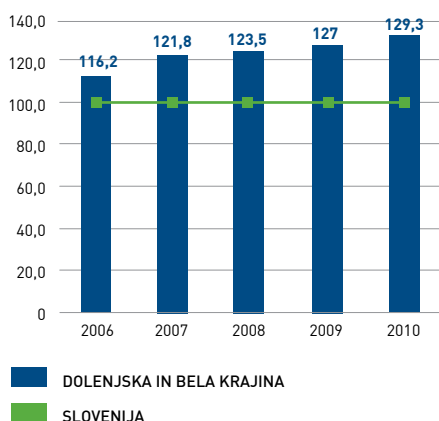
info: 07/393 22 06 | 07/393 21 80 | fini-unm@guest.arnes.si

www.fini-unm.si

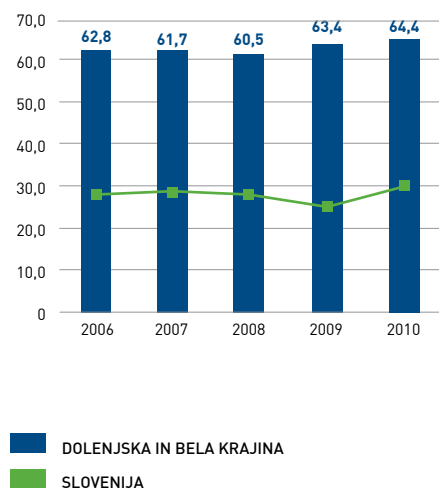
# ZNOVA NAJBOLJŠA REGIJA

VEČINA KAZALNIKOV USPEŠNOSTI POSLOVANJA JE TUDI V LETU 2010 POTRDILA USPEŠNOST GOSPODARSTVA NAŠE REGIJE, KI ŽE SEDMO LETO ZAPORED PRESEGA DRŽAVNO POVPREČJE. MEDTEM KO JE CELOTNO SLOVENSKO GOSPODARSTVO LANI USTVARILO 256 MILIJONOV EVROV NETO ČISTE IZGUBE, SO DRUŽBE DOLENJSKE IN BELE KRAJINE USTVARILE SKORAJ 200 MILIJONOV EVROV ČISTEGA DOBIČKA.

GRAF: NETO DODANA VREDNOST NA ZAPOSLENEGA - PRIMERJAVA S SLOVENIJO (INDEKS SLOVENIJA = 100)



GRAF: DELEŽ PRIHODKOV NA TUJIH TRGIH V % - PRIMERJAVA S SLOVENIJO



Kljub povečanemu obsegu gospodarske **aktivnosti** so družbe na ravni države leto 2010 sklenile z najslabšimi poslovnimi rezultati v zadnjih petih letih. Ustvarile so sicer več skupnih prihodkov kot leto prej, vendar so se hkrati tudi skupni odhodki povečali za več kot skupni prihodki. Družbe so tako prvič po letu 2001 izkazale neto čisto izgubo.

## GOSPODARSKA GIBANJA V LETU 2010

Obseg industrijske proizvodnje se je v letu 2010 povečal za 6,7 %. Cene industrijskih izdelkov pri proizvajalcih so se povečale za 2 %. Pokritost uvoza z izvozom se je nekoliko poslabšala in je znašala 92,9 %. Povprečna temeljna obrestna mera se je povišala in je znašala 1,92 %. Za 1,8 % pa so se povečale tudi cene življenjskih potrebščin.

Prihodki družb Dolenjske in Bele krajine so imeli enako rast kot prihodki družb na ravni Slovenije, odhodki pa nekoliko nižjo. Delež prihodkov, doseženih s prodajo na tujih trgih, je bil več kot enkrat večji od

tovrstnega deleža vseh družb v Sloveniji. Neto rezultat je bil sicer nekoliko nižji kot v letu 2009.

## DOLENJSKA IN BELA KRAJINA

Letos je AJPESU podatke iz letnega poročila predložilo 1830 družb, kar je 80 več let lani. Te so skupaj zaposlovale 23 697 delavcev oziroma 8,7 % manj kot leto prej. Povprečna mesečna bruto plača se je zvišala za skoraj 6 %, znašala je 1528 evrov, in je bila višja od državnega povprečja za dobrih 10 %.

Če smo bili prej vajeni, da so skozi leto 'ugašale' samo male in mikro družbe, je bilo to leto posebno, saj so se lani prvič začeli postopki za prenehanje družb tudi v večjih družbah, kar se je kazalo tudi v nekoliko večjem skupnem zmanjšanju števila zaposlenih. Kljub temu so imele velike družbe tudi lani največji vpliv na zbirne podatke regije.

## PRIHODKI, ODHODKI

Celotni prihodki regije so se v letu 2010 povišali za 6,7 % in so znašali 4.605 milijonov evrov. Od tega je bilo 99 % poslovnih prihodkov. Več kot 70 % čistih prihodkov od prodaje so izkazale predelovalne dejavnosti.

S prodajo na tujih trgih so družbe ustvarile dve tretjini (64,4 %) prihodkov. Med izvoznice se je v letu 2010 vpisalo 442 družb. Samo te družbe so na tujih trgih ustvarile 71 % svojih prihodkov in

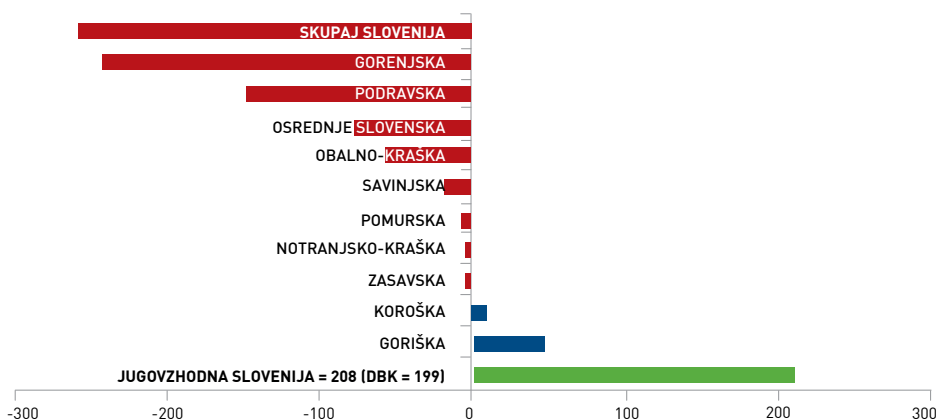
### PRIMERJAVA PODATKOV O POSLOVANJU DRUŽB DOLENJSKE IN BELE KRAJINE TER DRUŽB V SLOVENIJI

	DOLENJSKA IN BELA KRAJINA	SLOVENIJA
<b>KAZALNIKI USPEŠNOSTI POSLOVANJA</b>		
PRIHODKI/ODHODKI	1,06	1,00
PRIHODKI NA ZAPOSLENEGA V EUR	194.300	162.800
NETO ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA V EUR	8.410	
NETO DODANA VREDNOST NA ZAPOSLENEGA V EUR	46.600	36.000
NETO ČISTI DOBIČEK/POPREČNI KAPITAL V %	10,20	
POPREČNA PLAČA NA DELAVCA NA MESEC V EUR	1.528	1.373
<b>KAZALNIKI FINANČNEGA POLOŽAJA</b>		
DELEŽ KAPITALA V OBVEZNOSTIH DO VIROV V %	49,40	37,80
DOLGOROČNI VIRI/DOLGOROČNA SREDSTVA IN ZALOGE	1,02	0,90

Vir: AJPES, Informacija o poslovanju gospodarskih družb na Dolenjskem in v Beli krajini v letu 2010.

## RAZVRSITEV DRUŽB PO VELIKOSTI

VELIKOST DRUŽB	GOSPODARSKE DRUŽBE		ZAPOSLENI V DRUŽBAH		ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE	
	ŠTEVILO	DELEŽ V %	ŠTEVILO	DELEŽ V %	ZNESEK V MIO EUR	DELEŽ V %
MIKRO	1.681	91,1	5.510	23,3	482,9	10,8
MAJHNE	89	4,9	2.524	10,6	314,9	7,1
SREDNJE	33	1,8	3.519	14,8	518,1	11,6
VELIKE	27	1,5	12.145	51,2	3.151,00	70,5
<b>SKUPAJ</b>	<b>1.830</b>	<b>100</b>	<b>23.697</b>	<b>100</b>	<b>4.467,00</b>	<b>100</b>

GRAF: REZULTATI POSLOVANJA DRUŽB V LETU 2010 PO STATISTIČNIH REGIJAH  
V MIO €

zaposlovala 86 % vseh zaposlenih. Enajst družb izvoznic, ki so po velikosti velike, je ustvarilo kar 91 % vseh prihodkov regije na tujih trgih. Na ravni države je bil delež prihodkov, doseženih na tujih trgih, bistveno nižji in je znašal 29,1 %. Boljši izvozni rezultati družb v regiji pa so sicer posledica močne izvozne usmerjenosti velikih družb.

Družbe so v lanskem letu obračunale za 7,7 % več odhodkov kot lani. Rast odhodkov je bila tako večja od rasti prihodkov za 1 %. Najpomembnejša postavka med odhodki so poslovni odhodki. Me njimi so največja postavka stroški blaga, materiala in storitev, ki so se v letu 2010 povečali za 11,1 %, druga močna postavka so stroški dela, ki so se v primerjavi z letom 2009 povišali za 3 %. Med stroški dela so najpomembnejši stroški za plače, ki pa so lani rasle še nekoliko počasneje kot stroški dela.

## NETO REZULTAT, BILANCA STANJA

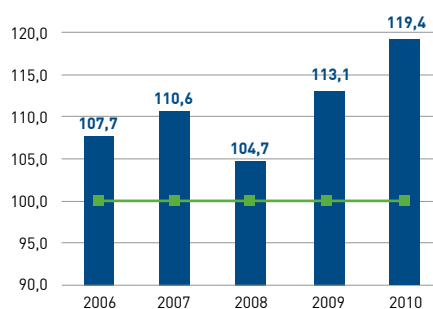
Neto čisti dobiček je znašal 199 mio € in je bil za 7 % nižji kot v letu 2009. Pri tem pa velja poudariti, da so lani poslovale pozitivno vse velikostne skupine družb, pri čemer so velike družbe ustvarile 94 %, srednje 3 %, majhne 1 % in mikro

2 % neto čistega dobička. Z neto čisto izgubo so poslovale občine Straža, Metlika in Dolenjske Toplice. Na zaposlenega je bilo lani ustvarjenih 46,6 tisoč evrov neto dodane vrednosti, kar je za 2,6 % več kot v letu 2009 in za 29,3 % več kot v družbah na ravni države, kjer je ta znašala 36 tisoč evrov.

Po stanju konec leta 2010 so družbe Dolenjske in Bele krajine s kapitalom financirale 94,4 % dolgoročnih sredstev. S celotnimi dolgoročnimi viri pa so pokrivala vsa dolgoročna sredstva. Delež kapitala v virih sredstev se od leta 2009 zvišuje in se je v letu 2010 približal 50 %, kar kaže na stabilnost poslovanja regije.

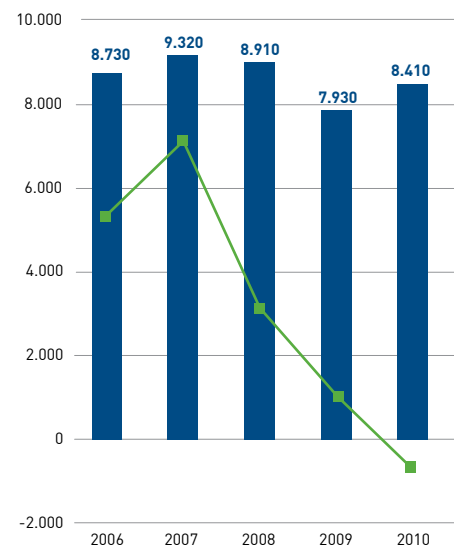
## NAJBOLJŠA REGIJA

Kazalniki uspešnosti poslovanja naše regije tudi letos kažejo višje vrednosti in odražajo uspešnejše poslovanje – boljše gospodarnost, produktivnost in dobičkonosnost kapitala od slovenskih družb. Zadolženost regijskih družb je v povprečju manjša kot zadolženost slovenskih družb, pokrivanje sredstev z ustreznimi viri pa boljše. Primerjava rezultatov po regijah kaže, da smo bili tudi v letu 2010 najmočnejša regija, ki prav gotovo še veliko obeta, in si zato zasluži nova vlaganja v prometno in energetska infrastrukturo. ■

GRAF: PRIHODKI NA ZAPOSLENEGA - PRIMERJAVA S SLOVENIJO  
(INDEKS SLOVENIJA = 100)

■ DOLENJSKA IN BELA KRAJINA  
■ SLOVENIJA

GRAF: NETO ČISTI DOBIČEK NA ZAPOSLENEGA V EUR - PRIMERJAVA S SLOVENIJO



■ DOLENJSKA IN BELA KRAJINA  
■ SLOVENIJA





# POMEN NOTRANJEGA KOMUNICIRANJA V ČASU SPREMEMB

VEČINA SODOBNIH ORGANIZACIJ SE ZAVEDA, DA JE UČINKOVITO NOTRANJE KOMUNICIRANJE, T.J. KOMUNICIRANJE Z IN MED ZAPOSLENIMI, IZJEMNO POMEMBEN DEJAVNIK NJIHOVEGA USPEHA. Z UČINKOVITIM NOTRANJIM KOMUNICIRANJEM ŽELIMO DOSEČI POPOLNO OBVEŠČENOST VSEH KLJUČNIH, V DELOVNI PROCES VPLETENIH LJUDI, USPEŠNEJŠE IZVAJANJE DELOVNIH NALOG IN BOLJ UČINKOVITO VODENJE.

*Sodelavke in sodelavci so glavni ambasadorji podjetja: prav vsak trži organizacijo, v kateri dela, na svoj način. Družini, prijateljem, znancem, kupcem, iskalcem zaposlitve in drugim sporoča svoje videnje vrednot, vizije, kulture, blagovnih znamk. Podoba, ki jo predstavljajo zunanjemu svetu, naj bi bila čim bolj skladna s tisto, ki so si jo o podjetju zamislili vodje in jo zunanjemu okolju uradno tudi sporočajo.*

Vodje se pomena notranjega komuniciranja vse bolj zavedajo, a ostaja zaradi številnih dejavnikov – pomanjkanja časa, denarja in znanja – nemalokrat to slabo ali pa sploh ne strateško načrtovano in upravljano področje. Drži, da je sistem internega komuniciranja trdneje in bolj sistematično umeščen v večje organizacije, tiste, ki delujejo v večkulturnem okolju ali na več lokacijah. Vseeno pa v praksi ta tako pomemben tvorec odličnosti podjetja prevečkrat prepuščamo spontanosti, intuiciji in naključjem.

---

*Temeljni tvorci ohranjanja in krepitve konkurenčnih prednosti pa so ljudje.*

---

A izbire nimamo: zaradi vse bolj dinamičnega poslovnega okolja težimo k bolj strateškemu pristopu v notranjem komuniciranju. Spremembam se moramo prilagajati. Tiste znotraj podjetja morajo potekati z vsaj enako hitrostjo kot one zunanje, raje seveda hitreje, saj sicer konkurenčne prednosti podjetja sčasoma izgubijo ostrino. Temeljni tvorci ohranjanja in krepitve konkurenčnih prednosti pa so

ljudje. Zmožnost, ki ga nosijo v svojem znanju in izkušnjah, se trudimo podjetja spodbujati tudi z osmišljanjem njihovega prispevka k doseganju ciljev organizacije ter posledično k maksimiranju učinkov dela.

Ljudje imamo običajno predvsem v poslovnem svetu radi predvidljivost in varnost: sprememb, ki s seboj prinašajo neznanke, se bojimo. Nujno je, da zato spremembe v okolju in organizaciji zaposleni razumejo, pri čemer velja poudariti, da so časi avtokratske diseminacije informacij in samoumevnega pričakovanja, da bo predstavljeno padlo na plodna tla, minili. Zaposlenih ne zanima le, kaj se je ali bo zgodilo: vedeti želijo, kakšni so vzrodi sprememb, in predvsem, kako bodo te nanje vplivale. Tudi tedaj, ko so z vsemi morebitnimi scenariji dobro seznanjeni ali pa vedo, da bodo spremembe pozitivne, obstaja verjetnost, da bodo posamezniki ali skupina spremembam nenaklonjeni. Razlog je lahko prepričanje, da sami sebe ne znajo ali ne zmorejo spremeniti, ali pa preprosto niso motivirani – sprememba je lahko pozitivna za podjetje, njim pa ne prinaša ničesar. Možen vzrok je tudi spremembam nenaklonjena kultura v podjetju.

Vse naštetu narekuje bolj dinamične notranje komunikacijske dejavnosti, zaradi česar je na tem področju zaznati premike tudi v manjših podjetjih. Bistvo komunikacije že dolgo ni več obveščanje, ampak dialog. Interno komuniciranje je funkcionalno razpršeno: sooblikujejo ga vodje v vseh oddelkih, služba za človeške vire, celo marketing. Konstruktivni odnosi so pomembni, nekdanje tradicionalne spremenljivke upravljanja organizacij – tehnologijo, kapital in strukture – pa

pomembno dopolnjujejo vizija, smoter, ljudje.

---

*Bistvo komunikacije že dolgo ni več obveščanje, ampak dialog.*

---

Uporaba vseh oblik komuniciranja v kriznih časih narašča, povečana intenzivnost komuniciranja pa ne rešuje izziva sprejemanja in razumevanja sprememb zaposlenih. Pomembni so ne samo pogostost, ampak tudi kakovost, točnost, jasnost, primernost in način podajanja informacij.

V INFOTEHNI v dialogu s sodelavkami in sodelavci uporabljamo različna komunikacijska orodja: redne sestanke, osebne razvojne pogovore, interno spletno stran, zaradi praktičnosti tudi vse naprednejša telekomunikacijska orodja in družabna omrežja. Ta so z vidika komuniciranja izredno uporabna ne le za zunanje, ampak tudi notranje javnosti, saj za razliko od statičnih spletnih strani omogočajo dragoceno novost: povratno informacijo. Največjo težo v komunikaciji imajo seveda osebni stiki – ne le uradni, temveč tudi družabni. Sodelavke in sodelavci INFOTEHNE se srečujemo na delovnih in neformalnih srečanjih, pri čemer zadnjim ne pripisujemo nič manjšega pomena. Ob delu na več lokacijah ter veliki razpršenosti članov posameznih oddelkov so pikniki, skupni izleti in podobna druženja, katerih namen je krepitev timov, temeljni gradnik konstruktivnih medsebojnih odnosov, brez katerega bi bilo učinkovito medsebojno sodelovanje in doseganje skupnih uspehov bistveno večji izziv. ■



# SEPA – ENOTNO OBMOČJE PLAČIL V EVRIH

VEČINA SODOBNIH ORGANIZACIJ SE ZAVEDA, DA JE UČINKOVITO NOTRANJE KOMUNICIRANJE, T.J. KOMUNICIRANJE Z IN MED ZAPOSLENIMI, IZJEMNO POMEMBEN DEJAVNIK NJIHOVEGA USPEHA. Z UČINKOVITIM NOTRANJIM KOMUNICIRANJEM ŽELIMO DOSEČI POPOLNO OBVEŠČENOST VSEH KLJUČNIH, V DELOVNI PROCES VPLETENIH LJUDI, USPEŠNEJŠE IZVAJANJE DELOVNIH NALOG IN BOLJ UČINKOVITO VODENJE.

## KAJ MORAMO VEDETI O SEPA?

Kratka SEPA (Single Euro Payments Area) ali v prevodu »enotno območje plačil v evrih« je oznaka za vseevropski projekt, katerega cilj je poenotenje plačilnih storitev v vseh državah Evropske unije (EU). Uporabniki plačilnih storitev SEPA lahko plačujemo v evrih enako učinkovito, enostavno in varno ne glede na to ali gre za plačilo znotraj Slovenije, ali v katero koli drugo od 32 držav SEPA območja (27 članic EU, Norveška, Islandija, Liechtenstein, Švica in Monako). Plačilne storitve SEPA bodo v kratkem nadomestile obstoječe plačilne instrumente, zato se je smiselno na to ustrezno pripraviti.

## UPN (UNIVERZALNI PLAČILNI NALOG)

UPN je oznaka za nov, SEPA prilagojen plačilni nalog, ki so ga banke v Sloveniji uvedle novembra 2010. Nadomešča 4 obstoječe plačilne obrazce BN02, PP02, RP01 in SEPA01 ter s tem poenostavlja plačevanje tako za podjetja kot tudi za potrošnike. Odslej so v enem nalogu združene prednosti vseh navedenih obrazcev. Z njim je mogoče plačevati v Sloveniji in v vse ostale države SEPA. Znesek na tem nalogu ni omejen, plačilo je opravljeno isti dan v okviru urnika posamezne banke. Prilagojen je tudi za optično obdelavo, kar zmanjšuje možnost napak. Uporabniki tega naloga imate v izpisku o prometu na transakcijskem računu na voljo širok nabor podatkov o vsaki posamični plačilni transakciji, kar vam omogoča kakovostno podlago za zapiranje vaših saldakov.

## KAKO ZAČETI Z UPORABO UPN?

Za podjetja, ki vnašate podatke v plačilne naloge ročno prek NLB Proklika, je prehod na UPN izredno enostaven. Zagotovite si zadnjo verzijo NLB Proklika (16.0.0.00) in pri naslednji izvedbi plačila enostavno izberite UPN/SEPA plačilni nalog, kamor vnesete podatke na enak način kot v vse ostale plačilne obrazce.

Podjetja, ki oddajate plačilne naloge datotečno, morate prilagoditi svoje računovodske aplikacije novemu ISO SEPA XML standardu, tako da boste v tem standardu lahko prek NLB Proklika oddali datoteko s plačilnimi nalogi in prevzeli podatke o prometu na vašem transakcijskem računu.

Izdajatelji posebnih položnic z OCR vrstico pa poleg prilagoditve programske podpore izvedete tudi brezplačen tehnični pregled izdanih UPN pri pooblaščenem izvajalcu (več na [www.upn.si](http://www.upn.si)).

## SMP (SEPA MNOŽIČNA PLAČILA)

SMP je SEPA prilagojena plačilna storitev, namenjena nakazovanju plač, davkov, prispevkov ter ostalih osebnih prejemkov (regres, dividende, avtorske pogodbe ...) in nadomešča obstoječo storitev »direktna odobritev«. V osnovi velja za to storitev enak podatkovni standard kot za individualna SEPA plačila (plačila na podlagi UPN), a s to razliko, da se pri SMP obremeni plačnikov račun v skupnem znesku in odobrijo računi prejemnikov za vsak individualno določen znesek. V isto datoteko SEPA množičnih plačil lahko vključite plače prejemnikov z računi v Sloveniji ali v kateri koli drugi državi

območja SEPA.

Za izvajanje te storitve je treba skleniti pogodbo in biti uporabnik NLB Proklika.

## SEPA DIREKTNE OBREMNITVE

Za razliko od SEPA kreditnih plačil (UPN in SMP) pri SEPA direktnih obremenitvah plačilni nalog odredi prejemnik plačila. V Sloveniji je v uporabi nacionalna shema za direktne obremenitve, ki bo ukinjena 31. 12. 2012, na voljo pa je tudi plačevanje s čezmejnimi SEPA direktnimi obremenitvami. Od konca leta 2011 se bo izvajala migracija iz nacionalne sheme v dve SEPA shemi (osnovno ali Core in podjetniško ali B2B). V primerjavi z obstoječo shemo SEPA shemi omogočata plačevanje na celotnem SEPA območju, plačila se lahko izvajajo vsak delovni dan, prenos nalogov pa poteka na podlagi sodobnega SEPA XML standarda. Za izvajanje SEPA direktnih obremenitev je treba skleniti pogodbo in biti uporabnik NLB Proklika.

## KAJ SI VELJA ZAPOMNITI?

Z uporabo UPN in SMP je smiselno začeti čim prej, saj bodo obstoječi obrazci (BN02, PP02, RP01 in SEPA01) in obstoječe direktne odobritev v uporabi le še do konca 2011. Za več informacij pa se je najbolje obrniti na svojega poslovnega skrbnika. ■

---

*Skrajni rok za prehod na UPN in SEPA množična plačila je 31. 12. 2011, na SEPA direktne obremenitve pa 31. 12. 2012.*

---



# USPEŠNO DELOVANJE DOLENJSKIH POSLOVNIH KOMUNIKATORJEV

SLOVENSKO DRUŠTVO ZA ODNOSE Z JAVNOSTMI JE V ZAČETKU LETOŠNJEGA LETA V SODELOVANJU Z GOSPODARSKO ZBORNICO DOLENJSKE IN BELE KRAJINE USTANOVILO DOLENJSKO REGIJSKO SKUPINO POSLOVNIH KOMUNIKATORJEV.

V prvi polovici leta so organizirali dve srečanja, na katerih je bila udeležba nad pričakovani, saj so udeleženci zapolnili predavalnico prav do zadnjega kotička; do konca leta pa sta v načrtih še dva izobraževalna dogodka.

Na ta način si člani prizadevajo za promocijo in krepitev ugleda stroke odnosov z javnostmi v dolensko-posavski in belokranjski regiji. V zadnjih nekaj letih se je v Sloveniji izrazito povečalo zanimanje za gradnjo profesionalne kariere na področju svetovanja in izvajanja odnosov z javnostmi. S stroko se srečujejo posamezniki z najrazličnejšo osnovno izobrazbo in različnim razumevanjem pomena in vloge odnosov z javnostmi v družbi in torej različno stopnjo usposobljenosti za profesionalno opravljanje dejavnosti.

*Slovenski strokovnjaki za odnose z javnostmi, že od leta 1991 združeni v društvo, ki se s kratico imenuje PRSS, ugotavljajo, da je za nadaljnji uspešen razvoj stroke in društva treba urediti poklicno standardizacijo in certificiranje poklica ter izboljšati podlage za profesionalno prakso odnosov z javnostmi v Sloveniji.*

*»Ne zavzemamo se za klasično regulacijo poklica odnosov z javnostmi, temveč za vzpostavitev meja, ki bodo branile ugled in prepoznavnost naše stroke. Zato želimo začrtati takšne smeri razvoja prakse*

*odnosov z javnostmi, ki bodo vzpostavljale njeno profesionalizacijo in standardizacijo ter pridobivanje na vrednosti pri naših delodajalcih in širši družbi.«*

Zato prihodnost odnosov z javnostmi prinaša številne izzive.

Po izsledkih Evropskega komunikacijskega monitorja bodo v prihodnjih nekaj letih za evropske komunikatorje najpomembnejši:

1. korporativno komuniciranje, komuniciranje s potrošniki ter marketinško komuniciranje oziroma komuniciranje znamk, interno komuniciranje in upravljanje sprememb, trajnosti razvoj in družbena odgovornost ter krizno komuniciranje in upravljanje s temami. Poleg tega se bo povečal pomen spletnega komuniciranja, odnosov s spletnimi mediji in osebne komuniciranja;
2. dejavnosti usmeriti na ljudi kot posameznike, na njihova znanja in veščine ter interesna področja;

3. biti hitrejši od konkurence bo pomenilo nenehno obvladovanje večmedijskih vsebin na spletu;

4. mediji, ki se širijo na splet, prinašajo več priložnosti za umeščanje različnih zgodb;

5. ne smemo pozabiti na spletne brskalnike, ki postajajo vse pomembnejši;

6. znanje pomeni konkurenčno prednost. Vsi skupaj bomo morali nadgraditi tudi znanje o digitalnih in družbenih medijih ter o komunikaciji, ki je povezana z njimi.

Slovensko Društvo za odnose z javnostmi (PRSS) je v lanskem letu obeležilo 20 let delovanja. V tem obdobju je stroka odnosov z javnostmi v Sloveniji doživela razvoj, rast in je danes priznana ter sprejeta v vseh sferah družbenega življenja. Zato je prav, da smo ji posebno pozornost namenili tudi na Dolenjskem. ■

Oplemenitite svoj intelektualni kapital.  
Prepustite vejice nam.

Lektorica,  
Nina Štampohar, s. p.  
nina.stampohar@goga.si  
031 574 554



## TRETJA RAZVOJNA OS

NA POBUDO IZGRADNJE 3. IN 3. A RAZVOJNE OSI V JUGOVZHODNI SLOVENIJI SE JE POZITIVNO ODZVALA ŽUPANIJSKA ZBORNICA KARLOVAC, V SVOJEM GLASILU SO ZAPISALI INTERES KARLOVŠKE ŽUPANIJE ZA HITRO URESNIČITEV PROJEKTA, SAJ BI SE S TEM BISTVENO SKRAJŠAL ČAS POTOVANJA NA TEJ PROMETNI OSI.

Oddaljenost Karlovca od Metlike bi pomenila le 15 minut vožnje. Predsednik karlovške zbornice **Zlatko Kuzman**, ki se je tudi udeležil marčevskega posveta o strategiji priprave in izgradnje 3. razvojne osi na Otočcu, je poudaril, da doseganje sinergijskega učinka razvoja prometa in gospodarstva na regionalni ravni predstavlja usmerjanje na razvoj infrastrukturnih zmogljivosti v skladu s prepoznanimi tokovi blaga in storitev. ■

## MEDNARODNI EKOLOŠKI SEJEM EKOBIS

PREDSTAVNIKI GOSPODARSKE ZBORNICE DOLENJSKE IN BELE KRAJINE TER ZAVODA ZA ZDRAVSTVENO VARSTVO NOVO MESTO SE BODO V SEPTEMBRU UDELEŽILI 9. EKOLOŠKEGA SEJMA EKOBIS V ORGANIZACIJI GOSPODARSKE ZBORNICE UNSKO-SANSKEGA KANTONA IZ BOSNE IN HERCEGOVINE.

Vsako leto je program sejma posvečen določenemu ekološkemu vprašanju. Letošnji sejem bo tako s svojim programom in spremljevalnimi dogodki posvečen vodi kot viru življenja. V okviru konference bo svoje delo na področju preiskav kakovosti voda predstavil tudi Zavod za zdravstveno varstvo Novo mesto.

V času sejma Ekobis bodo predstavniki obeh obeležili tudi 15 let sodelovanja med regijama Unsko-sanskega kantona ter Dolenjske in Bele krajine. ■

## SEJA UPRAVNEGA ODBORA

UPRAVNI ODBOR GZDBK JE NA SVOJI 22. REDNI SEJI OBRAVNAVAL POSLOVANJE GOSPODARSKIH DRUŽB ZA LETO 2010 NA OBMOČJU DOLENJSKE IN BELE KRAJINE.

Podatki, ki jih je zbrala in obdelala družba AJPEŠ, kažejo, da naša regija po uspešnosti sodi v vrh slovenskega gospodarstva. To potrjujejo vsi ključni kazalci.

V nadaljevanju se je prizadevanja Združenja delodajalcev Slovenije na področju socialnega dialoga predstavil njegov generalni sekretar **Jože Smole**. ■

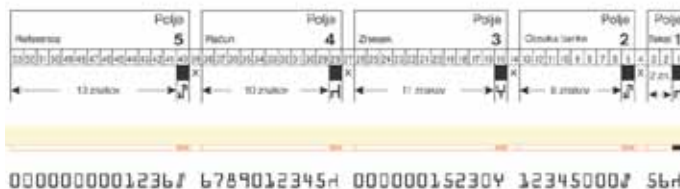
MILKA RAMUTA

## MED PRVIMI V REGIJI Z UPN OBRAZCEM

GOSPODARSKA ZBORNICA DOLENJSKE IN BELE KRAJINE JE MED PRVIMI V REGIJI, KI JE USPEŠNO PRESTALA TESTIRANJE T. I. OBRAZCEV UPN (UNIVERZALNI PLAČILNI NALOG) Z VRSTICO OCR IN IZPOLNILA POGOJE ZA VPIS V SEZNAM IZDAJATELJEV, KI GA OBJAVLJA ZDRUŽENJE BANK SLOVENIJE (ZBS).

Z 31. decembrom 2011 bodo namreč ukinjeni obstoječi obrazci PPO2, BN02 in RP01. V celoti jih bo nadomestil UPN. Izdajatelji, ki želijo izdajati dokumente UPN iz polnjeno vrstico OCR, pohitite z naročilom preverjanja dokumentov UPN, kar brezplačno dela podjetje INAdvertising, d. o. o. To storite tako, da se registrirate na spletni strani [www.upn.si](http://www.upn.si), na kateri oddate zahtevek za preverjanje ter soglasje za objavo podatkov v seznamu izdajateljev, ki ga objavi ZBS. Na podlagi zahtevka boste dobili nadaljnja navodila in ID številko. Po uspešnem testiranju bo izvajalec izdelal poročilo in izdal sklep, na podlagi katerega boste vpisani v seznam izdajateljev UPN z vrstico OCR, ki ga bo objavilo Združenje bank Slovenije. Postopek lahko traja do enega meseca.

### KAJ JE VRSTICA OCR?



Vrstica OCR je niz številčnih podatkov, ločenih z vmesnimi, predpisanimi posebnimi znaki (delimitri). Izpisana je v črni barvi, v pisavi OCR-A1 EURO BANKING, na pozicijah, opredeljenih s Tehničnim standardom plačilnega naloga Univerzalni plačilni nalog UPN. Vrstica OCR vsebuje podatke o referenci, računu prejemnika, znesku plačila, oznaka banke in dvomestni konstanti z vrednostjo 56. Podatki v vrstici OCR se ne smejo razlikovati od podatkov, zapisanih v besednem delu. V primeru, da se zapis v vrstici OCR in besednem delu razlikujeta, se upošteva podatek iz vrstice OCR, razen v primeru, ko je znesek v OCR vrstici zapisan z ničlami. ■

(vir: Združenje bank Slovenije)

KATARINA ŽUNIČ

# REŠITVE NA KLJUČ

## TOMAŽ REŠETIČ IN TRAC, D. O. O.



*Kot univerzitetni diplomirani inženir elektrotehnike se je **Tomaž Rešetič** zaposlil v šentjernejski Iskri, ki je imela močan razvojni oddelek. Ko je ta začela propadati, se je odločil, da nadaljuje z razvojno dejavnostjo. Po vrnitvi iz Združenih držav je leta 1994 ustanovil svoje podjetje, v katerem je sprva začel delati samostojno, kmalu pa se mu je pridružil še brat. Danes njegovo podjetje Trac, d. o. o., zaposluje 13 ljudi, ki so vsi inženirji elektrotehnike ali računalništva. Zaradi novih potreb v podjetju pa nameravajo zaposliti tudi inženirje z drugih naravoslovnih področij.*

»ŽE V OSNOVNI ŠOLI SEM VEDEL, KAJ ME ZANIMA IN KAJ BOM ŠTUDIRAL.« TO OPISUJE KOT NEIZMerno SREČO. »KAR DELAM, JE MOJE ŽIVLJENJE, JE MOJ HOBI IN MOJE VESELJE.« S TEM JE USPEH NEIZBEŽEN. OB TEM SE POŠALI, DA BI SVOJE DELO OPRAVLJAL TUDI ZASTONJ.

### PODJETNIŠKA MISEL:

»Dobre odločitve v življenju lahko sprejemamo samo, če se posameznih zadev lotimo z zanimanjem in kreativnostjo. Z analitičnim pristopom pri reševanju problemov, ki je osnovan na znanju, se lahko izognemo nepredvidljivim situacijam in dosežemo deterministično doseganje ciljev.«

Opisuje se kot izjemno radovednega človeka, ki stalno brska za novimi informacijami in opreza za novimi izzivi. Narava njegovega dela je taka, da mora nenehno spoznavati nove tehnologije, ki jih v podjetju avtomatizirajo. Prosti čas namenja svoji družini in se z velikim veseljem odpravi tudi na kolo. Najljubši družinski šport pa je smučanje.

Že ob ustanovitvi podjetja je Tomaž Rešetič v poslanstvu podjetja zapisal, da so reševalci problemov. Njihova dejavnost je avtomatizacija zahtevnih proizvodnih procesov. V izziv in hkrati užitek so jim uspešno uresničeni projekti, ki njim in njihovim partnerjem pomenijo veliko zadovoljstvo. Ob tem pa poudarja, da sta ključni stvari spodbujanje ustvarjalnosti in zagotavljanje ustreznega okolja za svoje zaposlene, v katerem lahko svobodno razmišljajo.

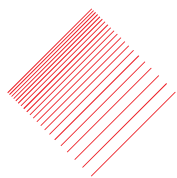
Trac je visoko tehnološko podjetje, v katerem so izobraženi in usposobljeni zaposleni ključni za uspeh. »Slovenija ima zelo dobre šole, zlasti naravoslovne smeri so cenjene v svetovnem merilu. A velikokrat se dogaja, da najboljši kadri odhajajo v tujino.« Zelo preprosto pravilo – kolikor daš, toliko dobiš – je odgovor Tomaža Rešetiča na to, kako obdržati ta potencial doma. Zagotavljanje dobrih pogojev je večplastno, pravi. Ljudje morajo biti zadovoljni. O tem je razmišljal celo ob arhitekturnem načrtovanju delovnega okolja, da se zaposleni počutijo kot doma. Poleg tega morajo zaposleni začutiti pripadnost podjetju, kar krepijo z druženjem tudi v prostem času.

Pri pridobivanju projektov so najpomembnejše njihove reference. Uspešno izvedeni projekti so njihova vhodna vrata v nove projekte. Ponosen je na to, da so v svoji zgodovini vse projekte uspešno izpeljali, kar je njihov glavni kapital. Začeli so v Krki, ki je tudi danes njihov glavni partner. Tu je zgrajeno močno zaupanje, ki je ključen temelj za skupno poslovanje. Zaradi odvisnosti njihovega dela od investicijskih dejavnosti partnerjev so svojo dejavnost skušali čim bolj razpršiti. Lani so veliko projektov naredili v Johannesburgu, letos pa začenjajo z novimi projekti v ZDA, Kanadi in Rusiji.



»Doma je veliko lažje delati, saj je razdalja majhna. Hitro lahko skočiš in kaj popraviš. Ko pa se te razdalje povečajo, to pomeni nov izziv.« Tu je na preizkušnji vnaprejšnja priprava. »Pri našem delu je veliko abstraktnega razmišljanja, pri katerem je treba vnaprej spoznati procese dela. Kadar avtomatiziramo novo linijo, o njej še nič ne vemo. Mi pridemo pred narejeno linijo, ki jo moramo v najkrajšem času oživiti. Če bi začeli o svojem delu procesa razmišljati šele v tem trenutku, bi bile izgube in tveganja preveliki.« Zato se vključujejo že v pripravo načrtov, pri kateri z abstraktnim razmišljanjem, znanjem in izkušnjami sodelujejo kot organizator informacij, iz katerih poiščejo najboljšo možno rešitev. Veliko časa so posvetili temu, da je delo v podjetju organizirano zelo sistematično. Kljub temu da gre za vedno nove rešitve ter stalne inovacije, imajo ustaljene načine izvajanja določenih nalog. »Vse projekte delamo po istih principih, ki jih sicer stalno nadgrajujemo in izboljšujemo ter si na ta način zagotavljamo deterministično pot do cilja, kjer ničesar ne prepuščamo naključju.«

Uspeh Tomažu Rešetiču pomeni, da ima okoli sebe dobre ljudi, zadovoljno družino, da je miren in da živi v duševnem ravnovesju. »Nikoli nisem bil obremenjen z nenehno rastjo, z nenehnim povečevanjem dobička.« Pravi, da je bistvo njegovega poslovanja ohraniti skromnost. Tako si vedno pripravljen malo potrpeti, tudi če so razmere manj ugodne. Pomembno je dvigovati kakovost, ne nujno obseg. Za uspešnost pri poslovanju pa poudarja zaupanje, ugled in dobro pripravljenost. ■



## tiskarna novo mesto d.d.

Vavpotičeva ulica 19, 8001 Novo mesto  
tel.: 07 39 17 100, fax: 07 39 17 134  
e-mail: komerciala@tiskarna-nm.si  
www.tiskarna-nm.si

**KAKOVOST  
ODZIVNOST  
SVETOVANJE**

smo prva **specializirana tiskarna** za tisk:  
-kartonske **embalaže**  
-nezgibanih, zgibanih in lepljenih **navodil**

**NAŠE PREDNOSTI SO VAŠE ZADOVOLJSTVO!**



**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

## ARHIVIRANJE E-DOKUMENTOV

Akreditirana programska rešitev za  
e-hrambo EASY ENTERPREISE.x:

- implementacija rešitve na lokaciji naročnika
- najem e-hrambe v visoko varnem prostoru



**SO VAŠI  
DOKUMENTI  
NA VARNEM?**

mikro  
**grafija**

www.mikrografija.si

## REAKTIV

spletna marketinška agencija

### Usmerjeni v rezultate

Snujemo in realiziramo  
kreativne in konkretne **spletne rešitve**,  
**ki prinašajo merljive učinke.**

Delovanje na področju marketinga in hkrati izdelave spletnih strani predstavlja zmagovalno kombinacijo strokovnega dela in tehnološkega razvoja na področju spletnih storitev ter dolgoletnih izkušenj in bogatih referenc na področju marketinga.

Strokovnost, tehnološki razvoj in redna izobraževanja na področju spleta zagotavlja franšizni sistem **EditorStudios**, katerega zastopnik za področje Dolenjske in Bele krajine smo. Spletne strani za **Kolpo, Šolski center Novo mesto** in druge so dokaz visoke stopnje v tehnološkem razvoju.

www.editorstudios.si/lokacije/novo-mesto  
Jaka Capuder, direktor; 040 69 99 44



# ZAUPANJE JE PRVI KORAK V LEPŠO PRIHODNOST



Najti zaupanja vrednega partnerja, s katerim lahko delite svoje načrte za prihodnost, ni vedno tako enostavno. Nam je svoje skrbi za prihodnost zaupalo že mnogo Slovencev in Slovenk. Pokličite nas tudi vi! V zavarovalnici Wiener Städtische vam bomo prišli nasproti s sodobnimi in inovativnimi rešitvami, ki ustrezajo vašim potrebam.

080 12 68; [www.wienerstaedtische.si](http://www.wienerstaedtische.si)

**ZAUPAJTE NAM SVOJE SKRBI.**

**WIENER**   
**STÄDTISCHE**  
VIENNA INSURANCE GROUP