

POSLOVNO

Revija za dobre poslovne odločitve, tudi finančne.

2016 / LETNIK: 03 / ŠTEVILKA: 05

www.nlb.si



Silvester Pečjak

Direktor Pekarne Pečjak
je prepričan, da je najvišja
kakovost pomembnejša
od najnižje cene.

VEČ NA STRANI 10



Pospešite **mednarodno** poslovanje

Ste izvoznik, uvoznik, vstopate na nove trge, ste posrednik v poslu s tujino? Z izbiro pravega instrumenta, kot so dokumentarni akreditiv, inkaso, garancija, BPO, in njihove številne različice lahko zmanjšate tveganja, poslovanje pa si bistveno olajšate. Prava kombinacija instrumentov zagotavlja tudi večje **možnosti financiranja** vašega posla. Ugodno financiranje lahko ponudite celo svojemu kupcu ali dobaviteljem.

Vsak primer poslovanja je poseben. Vabimo vas, da se obrnete na poslovnega skrbnika ali nas pokličete na **01 425 21 05**.

Dovolite, da vam z dolgoletnimi izkušnjami pomagamo poiskati pravo rešitev in dodatno spodbudo za vaše mednarodno poslovanje.



Brez novih idej ne gre

KAKO ODGOVORITI NA VPRAŠANJE, kje je skrivnost za uspešno delo? Verjemite, da je skrivnosti bolj malo, zakonitosti dela, ki se jih mora vsaka uspešna družba držati in jih spoštovati, pa mnogo več.

Brez zavedanja, da se je treba konstantno razvijati, ne gre. Inovacije so del našega vsakdana, sedanjosti in prihodnosti. Ves čas razmišljamo, kaj še lahko spremenimo, naredimo drugače in boljše. Sprašujemo se, kje lahko delo še optimiziramo – od načrtovanja in strategije do proizvodnih procesov. Delamo načrtno, skrbno odmerjamo dolžino naših korakov. Naši zaposleni so zvesti družbi, vedo, da sledimo skupnim ciljem. Iščemo nove kupce in razmišljamo o novih programih, hkrati pa skrbimo za obstoječe stranke. Nič se ne zgodi čez noč, ampak z dobrim delom, utrjevanjem zaupanja in s spoštovanjem se razvijamo v pravo smer.

V Domelu že desetletja gradimo kulturo sodelovanja. Zavedamo se, kako pomembno je, da dobro komuniciramo tako med seboj v podjetju na eni strani kot z našimi kupci oziroma naročniki, dobavitelji, tudi raziskovalnimi ustanovami, na drugi. Za spodbujanje idej in nato pot od osnovne zamisli do izdelka, ki je še bolj dovršen in tehnološko napreden ali pa cenovno primernejši, je treba ustvariti pravo delovno okolje. Tu je ena naših prednosti.

Znamo delati skupaj. To razumejo tudi naši sogovorniki. Zaupanja si ni preprosto pridobiti in tudi pri nas je trajalo kar nekaj časa. Kakovost, podkrepjena s pravimi idejami, nam je odpirala vrata. Iz generacije v generacijo izdelkov smo dokazovali partnerjem, da smo družba, s katero lahko sodelujejo na dolgi rok. Zdaj cenijo našo neodvisnost in našo predanost delu. Spoznali so, da se ne ustavljamo, da razmišljamo o



DR. JOŽICA REJEC,
predsednica uprave Domel Holdinga

tem, kaj bo dobro za nas in zanje. Vedo, da znamo v Sloveniji razviti in izdelati vrhunske produkte. Boljše, kot bi jih dobili drugje.

Lokacijsko smo vpeti v lokalno okolje, hkrati pa že vse od daljnega leta 1958 delamo predvsem za globalne trge. V tuji ustvarimo devet desetih naših prihodkov. Konkurenca je ves čas ostra, a to ni nujno slabo, saj nas zavedanje, da nam ni nič dano, žene naprej in je motor Domelovega razvoja. Včasih smo bili v vlogi sledilcev, danes smo v marsičem vodilni proizvajalec v svetovnem merilu. Naš novi položaj nam daje morda malo več varnosti, a hkrati postavlja pred nas tudi večje izzive. Nikakor ne počivamo, lahko pa razmišljamo za dve, tri leta naprej in ne le za danes.

Pot na vrh ni nikjer in nikoli preprosta, predvsem pa ne moremo iskati bližnjic. To preprosto resnico lahko preslikamo na vsa polja dela, ne le na naše podjetje ali panogo. V Sloveniji moramo delati odgovorno. Zavedati se moramo, da nas bodo le dobre ideje in učinkovita izvedba vodili naprej. Vesela sem, ko vidim, da imamo podjetniška jedra, v katerih se dela kakovostno. Pravilno postavljeni cilji, zdravi odnosi, spoštovanje: izhodišča so jasna. Po naravi sem optimistka in prepričana sem, da bo v prihodnje uspešno poslovalo še več slovenskih podjetij.

GOSTUJOČA UVODNIČARKA

Dr. Jožica Rejec je predsednica uprave Domel Holdinga, krovne družbe ene najuspešnejših proizvodnih skupin v Sloveniji. Domel izdeluje sesalne enote za mokro in suho sesanje, vrsto elektronsko komutiranih in drugih motorjev ter komponent za zahtevne naročnike po vsem svetu. Lastniki družbe so njeni zaposleni.

Iz vsebine

- | | | |
|--|---|---|
| <p>3 UVODNIK
Dr. Jožica Rejec, Domel Železniki:
Brez novih idej ne gre.</p> | <p>16 DIGITALIZACIJA
Pretrsi in priložnosti: digitalna
doba je tu. Kaj prinašajo nove
tehnologije, poslovni modeli in
trženjske platforme?</p> | <p>36 ZA POSLOVNI USPEH JE
POTREBEN TUDI SPANEC
Posledice premalo spanja so lahko
dramatične, zato se moramo znati
kakovostno spočiti.</p> |
| <p>5 POSLOVNI INDEKS
Družinska podjetja, blagovna
menjava z Nemčijo, učinki davčnih
blagajn – trendi v številkah.</p> | <p>24 KAKO HITREJE DO SREDSTEV?
Prodaja terjatev sodi med oblike
financiranja, ki prinašajo podjetjem
veliko koristi.</p> | <p>38 NUJEN ELEMENT POSLA
Bonton ni le lepa (pre) obleka posla,
ampak tudi njegov nepogrešljivi del.</p> |
| <p>6 POSLOVNE NOVICE
Javno-zasebna partnerstva, dogodki
in priznanje za NLB, letno poročilo
za 2015.</p> | <p>28 PREDNOSTI ELEKTRONSKEGA
BANČNIŠTVA
Več kot 90 odstotkov podjetij
uporablja e-bančništvo. Kje ga
izkoriščate vi?</p> | <p>40 KAVA NA KAVO PALAČA
Zgodba družinskega podjetja
Simplygood iz Škofje Loke o
preudarni poti naprej.</p> |
| <p>8 INFOGRAFIKA
Slovenija in JV Evropa: blagovna
menjava z državami v regiji je zelo
pomembna.</p> | <p>32 BANKA, ODPRTA 24 UR NA DAN
Matjaž Mušič, vodja digitalnega
poslovanja: NLB ima premišljeno
strategijo digitalizacije.</p> | <p>42 KOLUMNNA
Slovenija ni majhna država. Imamo
pamet, znanje in tehnologijo.</p> |
| <p>10 INTERVJU
Skrivnost uspeha je tudi zadovoljna
roka, je prepričan Silvester Pečjak.</p> | | <p>43 DIREKTA OBREMENTEV
Direktna obremenitev SEPA
omogoča preprosto poslovanje,
prihranek časa in denarja ter boljše
načrtovanje in zagotavljanje prilivov.</p> |



Poslovno
leto 2016, številka 5

**Izdajatelj in
nosilec avtorskih
prav:** NLB d.d.,
Trg republike 2,
1000 Ljubljana,
www.nlb.si
Odgovorna urednica:
Irena Čuk
Glavna urednica:
Darja Lekše
Izvršni urednik:
Jak Vrečar

Uredniški odbor:
Manja Gradišek,
Darja Bertalanč,
Elizabeta Hren Bojc,
Darko Jurič,
Alenka Rozman,
Primož Inkret,
Igor Savič,
Nenad Senić
**Vsebinska in oblikovna
zasnova, izvršno
uredništvo in produkcija:**
PM, poslovni mediji d.o.o.
Tisk: Tiskarna Para
Naklada: 6.000 izvodov
Datum natisa: maj 2016

PRAVNO OBVESTILO: Če ne želite več prejemati revije Poslovno, vas skladno z zakonom o varovanju osebnih podatkov obveščamo, da lahko v NLB Poslovalnicah kadar koli podpišete izjavo, da ne želite biti vključeni v akcije neposrednega trženja. Nova Ljubljanska banka d.d., Ljubljana, Trg republike 2, Ljubljana, je vpisana v sodni register pri Okrožnem sodišču v Ljubljani, matična številka družbe: 5860571, znesek osnovnega kapitala: 200.000.000,00 EUR, davčna št.: 91132550. Tiskovina je informativne narave. Pridržujemo si pravico do sprememb. Za napake v tisku in morebitne skrite napake v zvezi s tiskom ne prevzemamo odgovornosti. Vsi uporabniki objavljeno vsebino uporabljajo na lastno odgovornost.

67 %

dodane vrednosti slovenskim podjetjem prispevajo slovenska družinska podjetja.

94,7 % 70 %

teh podjetij sodi v segment mikro in malih (z manj kot 50 zaposlenimi).

delovno aktivnega prebivalstva zaposlujejo ta podjetja.

9,82

milijarde evrov je znašala (rekordna) blagovna menjava med Slovenijo in Nemčijo v letu 2015.

8,9 % 20 %

je bila rast v primerjavi z letom 2014.

Nemčija je že leta najpomembnejša trgovinska partnerica Slovenije, delež menjave s to državo predstavlja več kot 20 % naše skupne zunanjetrgovinske menjave.

116.039

brezposelnih je bilo na Zavodu RS za zaposlovanje prijavljenih konec februarja 2016 ali

-5,3 %

v primerjavi z istim obdobjem lani.

0,4 % → 2014

-0,8 % → 2015

0,3 % → 2016

1,1 % → 2017

Skupna inflacija se je zadnja leta nižala, kar je posledica skromnega domačega povpraševanja in padajočih cen energije. V letih 2014 in 2015 sta strm upad cen nafte in upad cen hrane znatno vplivala na znižanje skupne inflacije. Za leto 2016 in 2017, ko se bo gospodarsko okrevanje okrepilo, je znova napovedana deflacija.

75

milijonov evrov dodatnih prihodkov naj bi v letu 2016 prinesla sprejetje Zakona o davčnem potrjevanju računov in uvedba sistema davčnih blagajn.

4.

mesto je zasedla Slovenija v veliki raziskavi privlačnosti investicij za tuja podjetja (z nemškim kapitalom) v konkurenci 20 evropskih držav. Pred nami so le Češka, Poljska in Slovaška.

Viri: Statistični urad RS, Zavod RS za zaposlovanje, Evropska komisija, Gospodarska zbornica Slovenije, Slovensko-nemška gospodarska zbornica.

JAVNO-ZASEBNO PARTNERSTVO

Tudi v Sloveniji je potencial za uspešne zgodbe

SODELOVANJE MED ZASEBNIM IN JAVNIM SEKTORJEM, pri katerem vsak prispeva svoje prednosti, je lahko vsestransko koristno. Kako omogočiti dostopnost javnih storitev in infrastrukture na najbolj ekonomičen način je vprašanje, ki se ga dobro zaveda tudi NLB. Banka ima namreč aktivno vlogo kot povezovalni člen, pri čemer spodbuja sodelovanje tudi z organizacijo srečanj z vsemi akterji. Na enem takih so v Centru inovativnega podjetništva NLB o javno zasebnem partnerstvu v širšem gospodarskem kontekstu spregovorili župani in predstavniki slovenskih občin.

V tujini imajo na področju javno zasebnega partnerstva nekaj primerov uspešnih praks. Zato so udeleženci srečanja z veseljem prisluhnili predstavnikom Cargo centra iz sosednjega Gradca. Nekaj uspešnih praks pa že imamo tudi v slovenskem okolju. Vzorčni primer je vrtec v občini Šoštanj. Za nov 16-oddelčni vrtec občinski proračun ni mogel v celoti zagotoviti sredstev. Zato je občina začela iskati drug način izvedbe projekta. Povezovanje z zasebnim partnerjem, družbo Esotech, se je izkazalo za uspešno pot proti cilju. NLB je zagotovila ustrezna finančna sredstva za pokritje finančne konstrukcije izvedbe projekta, tako z vidika ustrezne ročnosti, kot tudi ustreznih cenovnih okvirjev. Primer je spodbuda za podobne primere tudi v prihodnje - banka je za taka sodelovanja vsekakor odprta.



DOGODKI

Investicijski forum NLB

Kako upravljati s premoženjem, kam investirati, kako investirati, kako upravljati s tveganjem? Prihodnost je odvisna od pravih odločitev, zato je poznavanje investicijskih trendov, okoliščin, izzivov, nevarnosti in priložnosti izjemno koristno za posel. Investicijski potenciali so blizu, zato jih spoznajmo in izkoristimo, kolikor se da. Med vodili za dobro podjetniško delovanje in sodelovanje je širjenje novih znanj ključno, zato se splača izkoristiti možnosti, ki jih pri tem ponuja banka. Dogodki NLB so namenjeni prav taki izmenjavi mnenj. V družbi mednarodno uveljavljenih investicijskih in poslovnih strokovnjakov, uspešnih domačih podjetnikov in izkušenih bančnikov iz NLB Skupine, ki so spregovorili o investicijskih trendih, priložnostih in okoliščinah, ki jih je potrebno poznati, preden se investicija sploh lahko začne, je o tem tekla beseda na Investicijskem forumu na Brdu pri Kranju. »V NLB vsak dan srečujemo investitorje, ki nam zastavljajo vprašanja in pričakujejo odgovore. Poslušamo jih, se z njimi pogovarjamo in jim na njihova vprašanja ponujamo strokovne odgovore, za katerimi stojimo,« je povedala direktorica Sektorja za privatno bančništvo in gostiteljica srečanja Lotti Natalija Zupančič.

KADRI

NLB spet prva: Top Employer

NLB JE POSTALA prva finančna institucija v Sloveniji, ki je prejela prestižni mednarodni certifikat Top Employer. S pridobitvijo certifikata NLB dokazuje, da spada med najboljše delodajalce v slovenskem prostoru in si kot delodajalec prizadeva oblikovati spodbudno in razvojno naravnano delovno okolje. NLB s tem izkazuje odličnost v kadrovske metodologiji, praksah in pristopih pri obravnavi zaposlenih. Certifikat banki nalaga nenehno izboljševanje kadrovskih praks in sledenje svetovnim trendom na različnih področjih upravljanja s kadri. NLB se je s pridobitvijo certifikata pridružila uglednim mednarodnim finančnim institucijam in podjetjem in dokazala, da je tudi kadrovske področje uspešno prestalo pot preobrazbe, ki si jo je zadala.

Na fotografiji: Vesna Vodopivec, direktorica sektorja za upravljanje s kadri in razvoj organizacije v NLB (in prejemnica nagrade kadrovskega menedžerka leta 2015), ki vodi procese kadrovskega razvoja in nadgradnje strokovne usposobljenosti celotne ekipe NLB.



POSLOVALNICE

Optimizacija poslovne mreže

V NLB SE NADALJUJE v lanskem letu začeti projekt intenzivne prenove poslovalnic. Banka v prenovljenih prostorih za stik s strankami uvaja t.i. koncept odprtega prostora (»open space«), ki omogoča odprto komunikacijo z bančnim strokovnjakom brez vmesnih pultov ali stekel. Hkrati pa zahtevno finančno svetovanje v prenovljenih poslovalnicah poteka v prostorih, ki omogočajo diskretnost, kar je v bančništvu izrednega pomena. Večje poslovalnice imajo tudi prostor, namenjen izobraževanju strank ali izvedbi dogodkov, ki bodo še bolj povezovali banko in lokalne skupnosti.

Vedno več strank pričakuje in želi dnevno poslovanje z banko opravljati na preprost, hiter, cenejši in varen način tudi s samopostrežnimi napravami ali storitvami elektronskega in mobilnega bančništva. NLB sočasno tudi optimizira mrežo. Skladno s tem se 1. junija 2016 zapira osem manj frekventnih poslovalnic, s čimer bo NLB dodatno znižala stroške poslovanja ter se prilagodila današnjim in predvidenim razmeram na trgu.

LETNO POROČILO

NLB Skupina z dobičkom

91,9 MILIJONA EVROV DOBIČKA po davkih, jasna vizija, trden položaj v regiji (poleg matične banke NLB d.d. so namreč k pozitivnemu rezultatu prispevale strateške članice NLB Skupine, ki so leto 2015 vse zaključile z dobičkom) - to je le nekaj poudarkov iz Letnega poročila NLB Skupine za leto 2015, ki je po javni objavi na voljo tudi na spletu. Skupaj z Letnim poročilom družbene in okoljske politike 2015, to je letos prvič objavljeno v povsem digitalni obliki, najdete vse podatke o poslovanju celotne NLB Skupine na naslovu: <http://www.nlb.si/o-banki>.

Slovenija in jugovzhodna Evropa

Jugovzhodna Evropa ima velik pomen za slovensko gospodarstvo. Čeprav je Slovenija – enako kot druge države JV Evrope – močno vezana na Evropsko Unijo, je blagovna menjava v regiji, kamor sodijo še Albanija, Bosna in Hercegovina, Črna gora, Hrvaška, Kosovo, Makedonija in Srbija, intenzivna. Glavna nosilka regionalne rasti je Slovenija, izhaja med drugim iz raziskave družbe A.T. Kearney. Lani je gospodarska rast v Sloveniji presegla povprečje EU.

SLOVENIJA

BDP:
38,5 milijarde EUR

Rast:
2,9 % rast

Povprečna bruto plača:
1.555,89 EUR

HRVAŠKA

BDP:
43,7 milijarde EUR

Rast:
1,5 % rast

Povprečna bruto plača:
748 EUR



VEČ SODELOVANJA

1.

Slovenija je lani imela najvišji BDP na prebivalca in drugi najvišji absolutni BDP (za Hrvaško) v jugovzhodni Evropi.

Na podlagi kazalnikov Svetovne banke, namenjenih ocenjevanju naklonjenosti zakonodajnega okolja ustanavljanju in vodenju podjetij, se je jugovzhodna Evropa v povprečju odrezala slabše od povprečja držav OECD-ja. Podobno sliko kažejo tudi kazalniki konkurenčnosti Svetovnega gospodarskega foruma. Potrebno je boljše medsebojno sodelovanje.

25

milijonov prebivalcev šteje regija jugovzhodne Evrope. Velik izziv in potencial ima v izboljšanju infrastrukture.

Obseg blagovnega prometa Slovenije z državami JV Evrope v letu 2015 (v tisoč EUR):

150

milijard znaša skupni BDP regije, ki pa ne deluje kot enotno tržišče.

	IZVOZ BLAGA	UVOZ BLAGA	SKUPAJ
Hrvaška	1.870.906	1.370.201	3.241.107
Srbija	743.555	400.169	1.143.724
Bosna in Hercegovina	611.602	385.640	997.242
Makedonija	161.979	74.145	236.124
Kosovo	88.736	1.979	90.715
Črna gora	76.279	8.769	85.048

**BOSNA IN
HERCEGOVINA****BDP:**
14,2 milijarde EUR**Rast:**
3,1 % rast**Povprečna
bruto plača:**
661 EUR**ČRNA GORA****BDP:**
3,6 milijarde EUR**Rast:**
3,2 % rast**Povprečna
bruto plača:**
723 EUR**SRBIJA****BDP:**
33,1 milijarde EUR**Rast:**
0,7 % rast**Povprečna
bruto plača:**
380 EUR**KOSOVO****BDP:**
5,7 milijarde EUR**Rast:**
3,2 % rast**Povprečna
bruto plača:**
425 EUR**MAKEDONIJA****BDP:**
8,8 milijarde EUR**Rast:**
3,3 % rast**Povprečna
bruto plača:**
511 EUR**SLOVENIJA IN HRVAŠKA**

Slovenija je v regiji najtesneje povezana s Hrvaško. Zanj je tretja najpomembnejša gospodarska partnerka (za BiH in Italijo)

Slovenski izvoz na Hrvaško je bil najintenzivnejši na področjih:

- Mineralna goriva in olja, proizvodi njihove destilacije, bituminozne snovi in mineralni voski.
- Vozila, razen železniških ali tramvajskih tirnih vozil, ter njihovi deli in pribor.

Slovenski uvoz s Hrvaške je najintenzivnejši na področjih:

- Mineralna goriva in olja, proizvodi njihove destilacije, bituminozne snovi in mineralni voski.
- Jedrski reaktorji, kotli, stroji in mehanske naprave, njihovi deli.

Viri: Statistični urad RS, Izvoznookno.si, A.T Kearney, Summit 100.

(Podatki za BDP: 2015. Rast je izračunana na podlagi primerjave podatkov za leti 2014 in 2015. Podatki za povprečne bruto plače: Slovenija: povprečje za 2015, Kosovo: feb. 2015, Hrvaška, BiH, Makedonija: mar. 2015, Srbija, Črna gora: apr. 2015. Podatki o izmenjavi s Hrvaško: 2015)



Skrivnost je tudi zadovoljna roka

Po več kot štiridesetih letih od začetka poslovanja je Pekarna Pečjak še vedno v družinski lasti. Podjetje je preživelo izgubo trga čez noč, kljubovalo neugodnim gospodarskim razmeram, hkrati pa širilo obseg ponudbe in poslovanja. Danes ima 300 zaposlenih, ohranja prepoznavno kakovost in filozofijo poslovanja. Silvester Pečjak, njen direktor zadnje desetletje, nadaljuje po poti, ki jo je načrtoval njegov oče. V proizvodnji zamrznjenih in pekarskih izdelkov ter testenin se drži načela, da je najvišja kakovost pomembnejša od najnižje cene. Prepričan je, da to cenijo tudi kupci.

BESEDILO: Jak Vrečar **FOTO:** Urban Štebljaj



Pečjakovi izdelki so del našega vsakdana. Ali kdaj računate, koliko vaših izdelkov poje povprečen Slovenec recimo v enem letu?

Včasih poskusim. Lahko pogledamo številke. Naš paradni izdelek je burek in lansko leto smo ga prodali okrog 1.200 ton. Najtežji tehta dobrega četrto kilograma, ogromno pa gre v prodajo tudi manjših pakiranj, tako da pridemo do številke okrog 8 milijonov Pečjakovih burekov. Recimo, da torej Slovenec poje štiri na leto. Ampak to je le en izdelek, mi pa smo presegli število 500 različnih artiklov in 600 ton mesečne prodaje samo v programu zamrznjenih živil kot naše najpomembnejše dejavnosti. Potem so tu še testenine, naša najstarejša veja, pri katerih smo nekje na 80 tonah mesečno, pa pekarna in slaščičarna s 55 tonami mesečno.

Zdi se, da številke kar stresate iz rokava.

Preden se spremenim v matematika, naj povem še, da z naše proizvodne linije štirikrat tedensko po 8 ur prihajajo slastni rogljički. Če to potem preštejem, množim in delim, lahko ocenim, da tudi vi, če ste povprečen Slovenec, pojedete recimo ducat naših rogljičkov letno. Potem se lahko lotiva še navihančkov in drugih izdelkov, ampak tole bo trajalo v nedogled in vmes bova postala lačna.

Kako velika je danes Pekarna Pečjak?

Odvisno od parametrov: po enih sodimo med srednja, po drugih med velika podjetja. Lahko rečem, da smo danes res kar veliki. Naši prihodki iz prodaje ves čas rastejo, leta 2012 smo tako prvič presegli tudi mejo 20 milijonov evrov. V naši ekipi je okrog 300 zaposlenih.

Pečjak je družinsko podjetje. Kako so se za vas spremenili časi od takrat, ko je oče naredil prve podjetniške korake?

Vedno se spomnim na to, da je na posel že od začetka gledal zelo širokopotezno, in se opominjam, da nam je prav to prineslo uspeh. Ko je oče začel, se je zasebnega podjetništva še držal slab glas, malo manj kot za kriminalca so te imeli, če si poskušal kaj narediti sam. Pa je kljub temu poskušal. Proizvodnja je rastla, mi, otroci, moji dve sestri in jaz, pa z njim. Spoznavali smo vzpone in padce. Danes štejemo okrog 300 zaposlenih. To ni mačji kašelj. Skupaj smo preživeli marsikaj, tudi časi, v katerih je naše podjetje doslej že delalo, so bili pogosto vse prej kot rožnati.

Kdaj je bilo najtežje?

V začetku devetdesetih, z izbruhom vojn na Balkanu, je Pekarna Pečjak praktično čez noč izgubila polovico trga in prometa. Oče je moral najti rešitev, sicer bi propadli. Začel je iskati nove priložnosti v zamrznjenih izdelkih in v pekarstvu. Tu se je spet začel vzpon. Rekel bom, da je zaslovel s kruhom, saj je bil ta res odličen, še posebej za tiste čase. Mimogrede, danes imamo Slovenci fenomenalen kruh. Ne mislim le na naše podjetje, ampak širše. Sočasno je začel oče iskati nove priložnosti v zamrznjenih živilih, s francoskim rogljičkom je bilo naše podjetje prvo na trgu.

”

Ko preskušamo nov produkt ali sestavine zanj, tehnologu ne povemo, koliko kaj stane. Njegova naloga je, da ugotovi, kaj je najboljše, ne pa najcenejše.

Je bil okus tistega prvega rogljička enak kot pri današnjih?

Ne, bolj malo skupnega imata. Pri nas, Pečjakih, smo vedno poudarjali kakovost. Oče je sicer ekonomist, ampak tudi gurman, in okus je vedno postavljaj na prvo mesto, tudi če to po poslovni plati ni bilo vedno najbolj optimalno. Ko smo rastli, postavljali proizvodnjo na današnji lokaciji v Trzinu, se je odločal za napredno opremo, čeprav je to pomenilo, da smo morali veliko vložiti. Od nekdaj delamo tudi z res dobrimi surovinami. Tu sam le nadaljujem očetovo pot. Ogromno stvari smo preskusili, vse mogoče izdelke smo izpopolnjevali ali v celoti menjali ne glede na njihovo ceno.

Kdo ima pri tem odločilno besedo?

Povedal vam bom dober primer. Ko preskušamo nov izdelek ali sestavine zanj, tehnologu ne povemo, koliko kaj stane. Njegova naloga je, da ugotovi, kaj je najboljše, ne pa najcenejše. Brez kakovostnih surovin ne moremo delati. Kaj je torej moj odgovor? Da odloča kakovost. In te pri nas v proizvodnji ne manjka, včasih se je res prav težko upreti vsem tem zapeljivim okusom. Na neki način smo pri nas vsak dan tudi »dvorni preskuševalci«. Vse izdelke, ki gredo skozi naša vrata, družinski člani pred tem preskušamo in jim damo zeleno luč.

Ima kdo v družini posebej dober nos za uspešnice?

Ne, žal ni tako preprosto. Ko pride na mizo kaj novega, se o mnenjih seveda pogovorimo, ampak potem nas ocenijo kupci. Naša maloprodaja je naš poligon. Ampak ne glede na to, ali delamo za hotele, restavracije, catering ali končnega kupca, ki si Pečjakov izdelek privoščijo doma, je cilj vedno enak: z okusom mora biti človek zadovoljen.

Koliko časa je lahko izdelek uspešnica?

Zelo težko rečem, saj se okusi razlikujejo. Že pri nas v Sloveniji, za katero ves čas govorimo, kako majhna je, se včasih kažejo zelo močne regionalne razlike. Naredili smo recimo koruzno školjko z nadevom iz fete in špinače, ki se je najbolje prijela na Primorskem, drugje pa še ne. Ves čas preskušamo nove okuse. Veliko eksperimentiramo z okusi, hkrati pa ves čas posodabljam tudi obstoječe izdelke, ker jih izboljšujemo. Ne gre le za okuse, gre tudi



ali predvsem za kakovost vsebovanih vsebin. Dober primer so transmaščobe, ki so zdravju neprimerljivo bolj škodljive kot druge. Škodljivost marsikje poudarjajo šele v zadnjih letih, tudi zakoni, vsaj pri nas, še vedno dopuščajo vse mogoče, ampak pri nas smo jih nehali uporabljati že leta 2005.

Bi rekli, da ste tudi pionirji na svojem področju?

V nekaterih odločitvah gotovo. Ni mi treba razlagati, da bi lahko takrat, pred več kot desetletjem, ubrali bližnjico kot mnogi drugi. Še danes bi si lahko lajšali proizvodnjo in jo pocenili, ampak zavestno smo se odločili, da to ni naša pot. Imamo strokovnjake, med drugim tudi vrhunskega doktorja znanosti živilske tehnologije, ki je res pravi inovator in vrhunski poznavalec svojega področja. Ne gre le za to, da ne uporabljamo škodljivih snovi. Ves čas si prizadevamo za zdravju čim bolj prijazne izdelke, neprestano se sprašujemo, kaj lahko še spremenimo. Nižanje vsebnosti vseh maščob, naravno, pravo sadje, kosmiči, izdelki brez dodanega sladkorja za otroke ... Tudi sam sem po izobrazbi tehnolog, ne mislite, da ne eksperimentiram (smeh). Res nikoli ne počivamo, ne spimo na lovorikah.

Sodiyo v preskušanje tudi izdelki, ki se zdijo morda na prvi pogled zelo nišni?

Gotovo. Letos smo bili tako na primer nagrajeni za sušene testenine Pure. V projektu programov varovanja in krepite zdravja, ki jih podpira ministrstvo za zdravje, so izdelek uvrstili med najbolj inovativna živila. Gre za testenine z zelo visoko vsebnostjo beljakovin. Z njimi merimo predvsem na športnike. V tem izdelku je resnično vključenega ogromno našega znanja, hkrati pa je tudi dobrega okusa. Iskreno gre res za izdelek, pri katerem je prodajni potencial vsaj za zdaj omejen, ampak po drugi strani pa zelo dobro odraža našo filozofijo in strategijo. Narediti želimo najboljše, ne glede na to, ali gre za izdelek za specializirano publiko ali pa za milijonsko prodajo.

Če se vrnemo k prodaji: se z vztrajanjem pri kakovosti, tudi če ta prinese višjo ceno, v Sloveniji še da uspeti ali vsaj preživeti?

Opažam, da je včasih žal zelo težko tam, kjer ne bi smeli delati kompromisov. Veliko bi se dalo spremeniti. Sam recimo ne razumem tega, zakaj bi hotel kdorkoli pri zdravi pameti za otroke v šolah izbirati slabše obroke samo zaradi cene. Mi smo razvili kar nekaj izdelkov, namenjenih prav najmlajšim. Tu je treba še posebej pozorno razmišljati, kaj bomo dali v izdelek, kako se lahko izognemo sladkorju in podobno. Ampak iskreno ne vem, ali nas bodo pri tem upoštevali tisti, ki odločajo. Sprašujem se, kaj bo, če bodo raje kupili neko uvoženo, ceneno in neakovostno ploščico, kot da bi izbrali domač, boljši izdelek.

Se pogosto zgodi, da vam molijo pod nos cenejšje izdelke drugih proizvajalcev?

Naše izkušnje so zelo zanimive in na srečo se kaže, da kakovost vendarle še kaj velja. Pri prodaji bureka se zgodba recimo ponavlja kot stara lajna. Ni pošteno, da govorim o imenih, ampak vedno se najde kdo, ki bi nam rad, povedano po domače, zbil ceno. »Ne bomo prodajali vaših izdelkov,« rečejo recimo kje v trgovskem poslu. Včasih nam tudi res pokažejo vrata. Potem pa pridejo njihovi kupci, poskusijo našo zamenjavo in se pritožijo, ker »okus ni več pravi, ker to nikakor ni Pečjakov burek«. Ne hvalim se, ampak dogaja se tudi to, da nas tisti, ki so nas že metali iz svoje hiše, povabijo nazaj.

Ali to pomeni, da se obdobje "divjega Zahoda" in potiskanja proizvajalcev v kot vendarle izteka?

Trdim, da smo mi fer. Trudimo se obdržati pošteno ceno in tudi ponujati svoje izdelke vsem, ne le največjim. Tudi manjši morajo preživeti, to je pravilo, ki velja na vseh področjih. Ne upam si trditi, da včasih že prav izsiljevalskih prijemov ne bo več. A pri trgovcih se recimo pozna, da je konkurenca med njimi močnejša. Na našo srečo tekmujejo danes konkurenčne družbe tudi v kakovosti, ne le pri ceni. Kupci nismo neumni in to spoznavajo tudi trgovci. Saj ne rečem, včasih se zgodi, da se ne moremo dogovoriti, ampak upanje mi dajejo pozitivne izkušnje. Verjamete, da smo partnerju tudi že postavili na mizo rogljiček in nam je segel v roko, ne da bi mu morali mi razlagati, zakaj je naša cena taka, kot je? To je dobro, to je znak naše kakovosti. Ampak ni nam lahko, niti najmanj.

PEKARNA PEČJAK SKOZI LETA**1972**

Ustanovitev obrtne delavnice za proizvodnjo keksov.

1978

Začetek proizvodnje testenin iz svežih jajc.

1984

Odpre se obrat na Škofljici, kjer je sedež podjetja še danes.

1991

Začetek proizvodnje zamrznjenih izdelkov.

1994–2002

Obrat v Trzinu: proizvodnja testenin (od 1994), zamrznjenih izdelkov iz vlečenega in krompirjevega testa (od 1998), izdelkov iz listnatega in kvašenega testa (od 2002).

2004

Oče podjetja Stanislav Pečjak se upokoji, direktor postane sin Silvester.

2009–2011

Lasten mikrobiološki in fizikalno-kemijski laboratorij ter lastna razvojna kuhinja.

2015

Distribucija celovitega zamrznjenega programa živil za zasebni in javni sektor.



”

S sestrama smo bili vzgojeni v duhu, da lastnine, ustvarjene doma, ne prodajamo in da smo skupaj močnejši.

Kako ocenite, kaj lahko trg še sprejme?

Rekel bom, da smo kar drzni. Poskusil bom opisati naš način še z enim primerom. Pred letom smo zamenjali ključne sestavine našega francoskega rogljička. Uporabljati smo začeli nekajkrat dražjo margarino od prejšnje, menjali nekaj nadevov. Na sestanke smo prišli z izdelkom, pojasnili, kaj smo naredili, razložili, koliko višji strošek smo si »nakopali« in zakaj menimo, da je kljub temu odločitev prava. Priznam, nekateri odjemalci so nas spraševali, ali smo nori. Ampak potem se je prodaja dvignila za več deset odstotkov. Kdo je torej imel prav?

Ves čas poudarjate kakovost. Kako natančno pa jo lahko nadzorujete?

Na splošno veljajo v živilski industriji visoki standardi, ampak mi jih praviloma še presegamo. Naši notranji standardi so res strogi. Prepričan sem, da imamo po higieni zagotovo eno najboljših, če ne kar prvo proizvodnjo v Sloveniji. Tam, kjer je lestvica recimo postavljena na 95 odstotkov, da dosežemo nek kriterij, mi dosega po 98 ali 99 odstotkov. Ne mislite, da nas nadzorujejo le javne inšpekcije. V pogodbah imamo na primer tudi dogovore s trgovci o njihovih pooblaščenih pregledih. Predvsem družbe v tuji lasti nas nadzorujejo zelo striktno. Gre tudi za nenadzorovane preglede. V praksi to pomeni, da nam strokovnjaki z vsemi mogočimi inšpekcijskimi certifikati dobesedno pozvonijo pri vratih, se predstavijo in nas obvestijo, da bodo čez četrto uro začeli pregled za trgovca, ki jih je najel. Če vam povem, da so nam tudi po takih pregledih že čestitali, potem se najbrž ne hvalim preveč, ko rečem, da smo v teh stvareh res dobri.

V marsičem ste slišati optimistično. Mnogi Slovenci v poslu so precej bolj črnogledi.

Oh, težav imamo tako vsi dovolj. Seveda so povsod tudi težave. Žal se lahko le strinjam s tistimi, ki poudarjajo, da težave niso le ekonomske. Ne gre le za to, da so davki previsoki in kupna moč nižja, čeprav je predvsem prvo včasih res že na meji neverjetnega. Bralci gotovo tudi

sami vedo, kakšna je obdavčitev dela pri nas v primerjavi z recimo Avstrijo. Ampak to je le del zgodbe, drugi me ponavadi spravi še v slabšo voljo.

Na kaj konkretno mislite?

Kultura, ne le poslovna, je ponekod na psu. Poglejte politiko, afere se nizajo, pa se nikomur ne zgodi nič hudega. Ko začnejo ljudje razmišljati o tem, »da očitno ni nič narobe, če ukradeš par milijonov, ker jih tudi drugi, če imajo možnost«, nastane problem. Ampak če milijoni izginjajo, se to odraža v gospodarstvu. Zadeve je treba urejati od vrha navzdol. Spet se moramo naučiti normalnega vedenja in poslovanja. Poglejte, kako absurdni so ponekod plačilni roki. Kaj pomagajo zakoni, ko pa se nič ne spremeni? Kdo lahko čaka na pošteno plačilo tri, štiri mesece dlje, kot se je dogovoril?

Je tudi vas kdaj mikalo, da bi selili podjetje v tujino?

Slovenija je naš primarni trg, tu prodajamo levji delež naših izdelkov. Nočemo biti odvisni od enega samega trga, razpršiti želimo tveganja. Zato smo prisotni na trgih sosednjih držav, v zadnjem času intenzivneje predvsem na Hrvaškem, kjer se trudimo prebiti in si izbojevati večji delež, kot ga imamo trenutno. Kako uspešni bomo pri tem, pa težko napovem. Ko sem začel delati v našem podjetju, se je zdelo, da bomo Slovenci kupovali podjetja po Balkanu, danes pa je ravno obratno.

Tudi v vaši branži je tujih lastnikov vse več. Bi vi prodali Pekarno Pečjak?

Danes smo dejansko druga največja pekarna v slovenski lasti. Drugi so v tujih rokah ali so propadli. Naš položaj je glede na to, kako pomembna je za Pečkake družina, drugačen. Imamo posebno pogodbo. Naša starša sta poskrbela, da so pravila zelo jasno določena. Z mojima sestrama Majdo in Tanjo smo bili vzgojeni v duhu, da svoje lastnine, ustvarjene doma, ne prodajamo, in da smo skupaj močnejši. Podjetje je izziv, vedno si ga želimo pripeljati še stopnico višje. Naše podjetje je hkrati naša razširjena družina. Ne vedemo se, kot da smo do koristi upravičeni le domači, Pečjakovi. Tam, kjer je lastnik neka velika korporacija ali sklad, je drugače. Njim je vseeno, ali so zaposleni zadovoljni, ali lahko živijo spodobno, ali bodo odpuščali, selili proizvodnjo, zapirali obrate.«

Zaključimo z zaposlenimi. Vaše podjetje je še vedno znano kot dober zaposlovalec. Kaj k temu pripomore največ?

Družinske vrednote družinskega podjetja. Iskreno moram priznati, da so bili tudi pri nas za zaposlene boljši časi. Konkurence je bilo manj, gospodarstvo uspešnejše, poraba večja. Ampak še vedno si postavljamo visoke cilje in jih tudi dosega. Motiviramo naše zaposlene, vključili smo jih tudi v shemo za delitev dobička. Ekipa, ki jo imamo, je trdna, odhodov iz podjetja je res malo. Nadaljujemo Pečjakovo družinsko kulturo. Tudi med zaposlenimi imamo kar nekaj parov, zakoncev. Vsi skupaj načrtujemo naprej, razmišljamo tudi za deset ali dvajset let naprej. Morda nam bodo sledile nove generacije. Upam, da bodo sledile. In upam, da bo ostal še vedno aktualen naš slogan. Naša skrivnost ni moka, ampak zadovoljna roka.

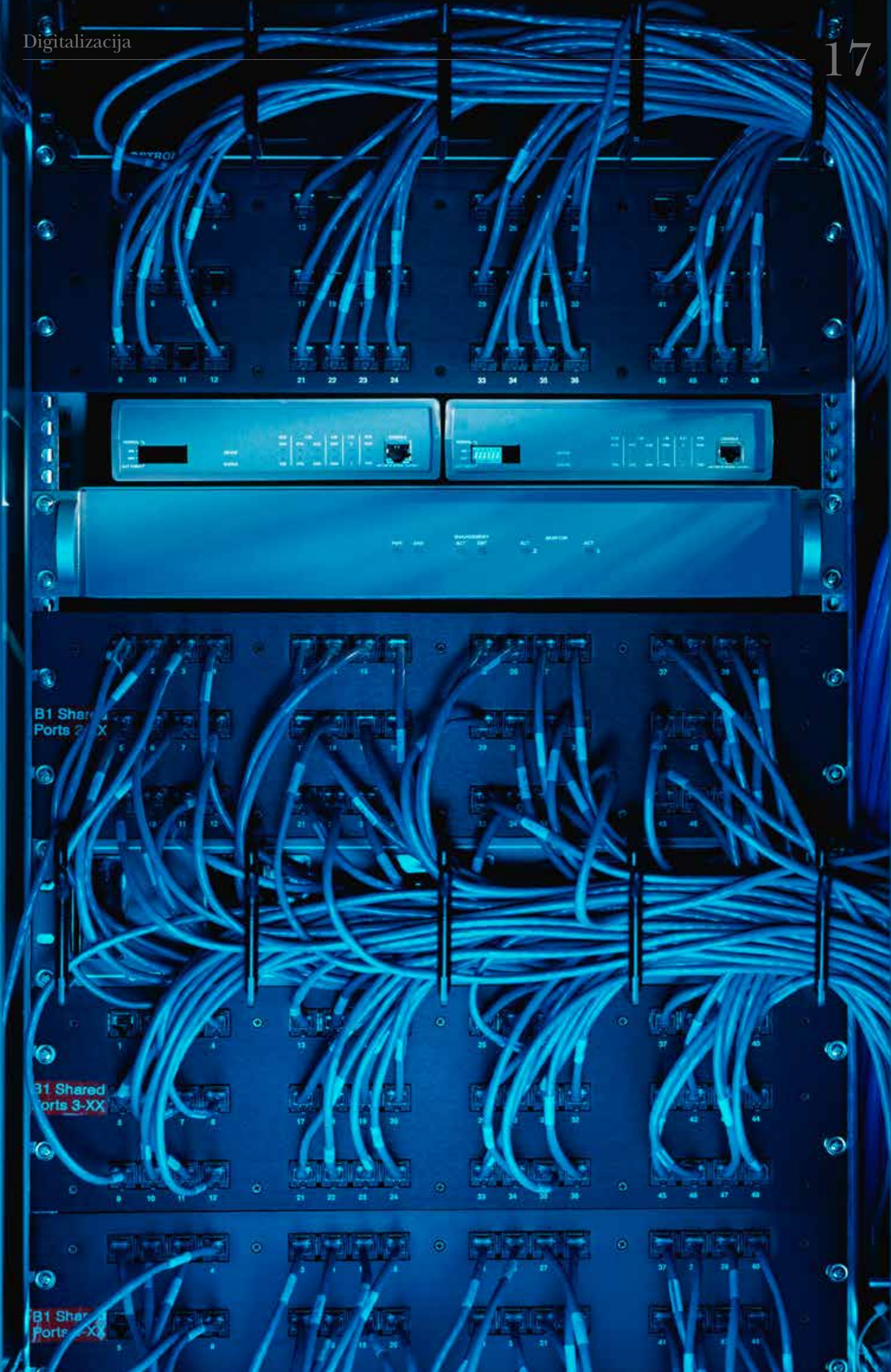
Digitalni pretresi in priložnosti

Uporaba novih tehnologij, novih poslovnih modelov in trženjskih platform z neverjetno hitrostjo spreminja poslovni svet.

Podjetja, ki v procesu digitalizacije poslovanja zamujajo, so v nevarnosti, da bodo postala nekonkurenčna, če že niso.

BESEDILO: Matjaž Mušič, vodja digitalnega poslovanja, NLB, in Žiga Kariž

FOTO: GettyImages



S POJMOM DIGITALIZACIJA se je na začetku označevalo pretvarjanje analognih dokumentov v digitalne: pisnih dokumentov, fotografij ter videoposnetkov. Kasneje se je pojem razširil in kot danes opredeljuje pojem največja analitska hiša za področje informacijskih tehnologij Gartner, z izrazom digitalizacija oziroma digitalna transformacija označujemo uporabo digitalnih tehnologij za spremembo poslovnega modela in zagotavljanje novih poslovnih priložnosti, povečanje prihodkov in zniževanje stroškov. Digitalizacija pa se ne zgodi čez noč. Digitalizacija od vsakega podjetja zahteva dvoje: notranjo preobrazbo in uporabniku prijazen pristop, ki temelji na podatkih. S tem podjetja gradijo svojo konkurenčno prednost. V številnih panogah so se že pojavila pionirska podjetja, ki so sprejela izziv digitalizacije ter izkoriščajo mobilnost, oblačne platforme in internetne strani za izboljšanje svojega položaja na trgu; za ta podjetja se pojavljajo različna angleška poimenovanja, na primer startup ali fintech.

MOTNJE ALI PRILOŽNOST

Poslovni svet in celotna družba delujejo vse bolj digitalno: tehnološke inovacije spodbujajo nove oblike komunikacije s klienti, izboljšujejo učinkovitost procesov in agilnost podjetij, a hkrati pogosto motijo oziroma pretresajo obstoječe poslovne procese. Za vpliv, ki ga prinašajo tehnologija, nova podjetja startup in njihovi poslovni modeli na trg, se je uveljavil izraz digital disruption, digitalna motnja – pretres. Poglejmo zgolj nekaj primerov. Podjetje Apple se je iz proizvajalca računalnikov razvilo v ponudnika glasbe, aplikacij in številnih drugih storitev ter popolnoma pretreslo glasbeno industrijo, podjetje Amazon je z digitalnimi knjigami popolnoma pretreslo založništvo, Netflix televizijo, Airbnb turistično industrijo ...

Anketa, ki jo je analitska hiša Russell Reynolds izvedla med 2.000 izvršnimi direktorji v različnih podjetniških sektorjih, je pokazala, da ni industrijskega segmenta, v katerem prihodnje let ne bi pričakovali digitalnega pretresa (gl. graf digitalni pretres, str. 20). Najbolj naj bi bili na udaru mediji, sledijo telekomunikacijska podjetja, nato banke. Zaradi pojava novih visokotehnoloških podjetij v finančnem sektorju (fintech) bo ta doživel velike spremembe, ki pa mu bodo prinesle tudi povečanje prilivov.

OD BANKE DO PONUDNIKA STORITEV

Tudi v NLB že razmišljamo, kako z uporabo in analizo podatkov, ki so nam na voljo, predvideti življenjske potrebe strank in jim kot povezovalna platforma ponuditi produkte in storitve tako, da bodo do njih prišli najhitreje, najceneje in najbolj preprosto. Ko bodo za to izpolnjeni vsi pogoji, tako znotraj kot zunaj banke, bo lahko NLB komitentom nudila različne produkte in storitve, če bomo iz podatkov s pomočjo algoritmov ugotovili, da lahko komitentom ponudimo boljšo storitev. Podjetja, ki so danes komitenti banke, bodo preko partnerske mreže lahko drugim komitentom nudila svoje storitve in tako izboljšala svoje poslovanje.



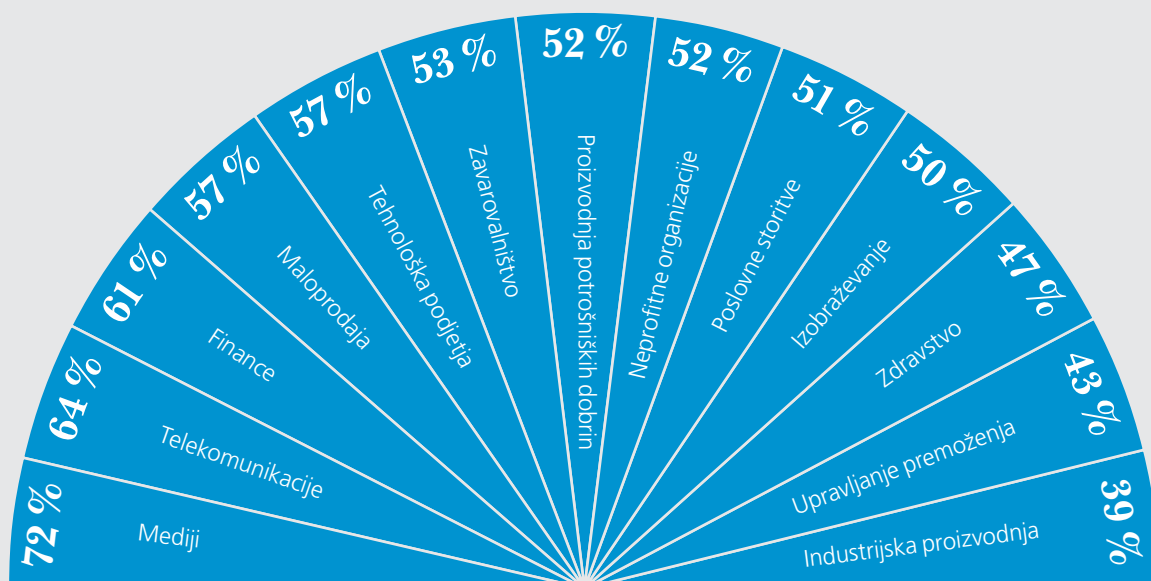


KAKO SE DIGITALIZIRA MARKETING?



IRENA ČUK,
direktorica
Sektorja za
upravljanje
odnosov s
strankami
in tržno
komuniciranje
v NLB

Digitalni pretres se v marketingu kaže tako v oblikovanju marketinških sporočil kot tudi pri distribuciji teh sporočil. Danes so promocijska oziroma oglasna sporočila, ki so bila še pred desetletjem primarni vir informacij za stranke, redkost. Večji del naše ekipe pripravlja vsebinska sporočila za boljše upravljanje z denarjem oziroma vodenje financ. Oblikujemo jih v digitalne nasvete, članke, video priročnike, simulacije izračunov, digitalne knjige, kvize in infografike. V večji meri kot v preteklosti uporabljamo lastne medije. Ključen je spletni portal www.nlb.si, na katerem smo v marcu zaznali 831.000 obiskov. V tem obdobju smo poslali prilagojene e-novice na e-naslove kar 242.000 strankam, z različnimi oblikami neposrednih trženjskih akcij pa smo kontaktirali 91.000 strank. Tudi reviji Poslovno in Osebnost lahko berejo v tiskani in digitalni obliki. Prilagajanje strankam in njihovim potrebam v dobi digitalizacije je naš ključni cilj: posebej na portalu omogočamo ne le informacije o produktih, temveč tudi sklenitev in naročilo nekaterih produktov brez obiska banke. Ta trend se bo nadaljeval.



DIGITALNE MOTNJE

Za vpliv, ki ga prinašajo tehnologija, nova podjetja startup in njihovi poslovni modeli na trg, se je uveljavil izraz digital disruption, digitalna motnja – pretres. Zgornji barometer kaže delež direktorjev podjetij, ki predvidevajo, da se bo njihovo podjetje v naslednjem letu spremenilo zaradi vplivov digitalizacije. (vir: Russell Reynolds Associates)

”

Ni industrijskega segmenta, v katerem prihodnje leto ne bi pričakovali digitalnega pretresa.

PROSOJNA BANKA

Zaradi novih poslovnih modelov, ki bodo temeljili na željah in potrebah komitentov, ter večje dostopnosti podatkov bo delovanje banke hitrejša, predvsem pa bolj transparentno. Razvoj bo kmalu omogočal transakcije v realnem času. Avtomatizacija procesov bo izločila subjektivne vplive in pospešila odločanje. Banka, ki je včasih delovala hladno in nedostopno, se po zaslugi novih tehnologij odpira ljudem. Proces, ki so bili včasih komitentom skriti, bodo postali bolj pregledni, podatki pa dostopni kjerkoli in kadarkoli.

VODNIKI V PRIHODNOST

V NLB se zavedamo, da je proces digitalne transformacije za podjetnike zahtevna naloga. Predvsem v malih in srednje velikih podjetjih, ki so na področjih, na katerih delujejo, lahko izjemno strokovno podkovana, je pogost pojav, da jim za digitalizacijo manjka tako znanja kot kadrov. Center inovativnega podjetništva (CIP), ki deluje v okviru NLB, podjetnikom že ponuja številna izobraževanja s področja uvajanja in koriščenja novih tehnologij. Komitentom NLB bodo prehod na digitalno poslovanje omogočile tudi platforme, ki so trenutno v razvoju in bodo omogočale lažje in cenejše poslovanje. Ne nazadnje pa NLB kot banka omogoča tudi financiranje podjetij in njihovega razvoja.

”

64 odstotkov Slovencev uporablja pametne telefone, 40 odstotkov od teh tudi mobilno bančništvo.

KAKO SE PRIPRAVITI NA IZZIVE PRIHODNOSTI?

Digitalna transformacija je v zadnjih letih krepko premešala lestvico najbolj uspešnih podjetij na svetu. Medtem ko so nekateri giganti, kot so Nokia, Motorola in Kodak, v zelo kratkem času praktično izginili s seznama vodilnih globalnih podjetij, so se nanj uvrstili novinci, katerim je skupno, da njihovo poslovanje in uspešno rast poganja uporabnikom prijazen pristop, ki temelji na analizi in uporabi podatkov. Tradicionalna podjetja, ki se želijo prilagoditi novim razmeram, morajo imeti jasno strategijo in podatke prepoznati kot strateško dobrino. Strategija mora vključevati uporabo novih distribucijskih kanalov ter prepoznati ključna znanja, ki jih podjetje potrebuje za izpeljavo digitalizacije, in prepoznati ključne procese, ki jih mora digitalizirati. Primeri dobrih praks kažejo, da lahko podjetja svoje stroške občutno znižajo in hkrati dvignejo svoje prihodke. Podjetje Nike je tako z uvedbo nove tehnologije flyknit popolnoma spremenilo proces proizvodnje športne obutve, njihovemu zgledu pa sedaj sledijo vse druge največje blagovne znamke. Luksuzna modna blagovna znamka Burberry je s pomočjo digitalizacija doživela popoln preporod. Preko zbranih podatkov o nakupih vedo, kaj je kupcem všeč, koliko so pripravljeni zapraviti in kako pogosto nakupujejo. Nove tehnologije, ki jih Burberry uporablja v trgovinah, stranki v trenutku, ko v roke prime kos oblačila, pokaže, kako je izdelan. Digitalizacija je znižanje stroškov in večje prihodke omogočila tudi v kmetijstvu, kjer kmetje s pomočjo aplikacij lažje upravljajo in načrtujejo procese ter povečujejo količino pridelkov. Za tehnološko napredno kmetijstvo se v angleščini uporablja izraz Precision Farming oziroma natančno kmetijstvo.

Za uspešno digitalno transformacijo je pomembno, da se vodstvo podjetja ne oklepa starih načinov poslovanja, da razmišlja, kako lahko tehnologija izboljša sodelovanje med zaposlenimi in kako sodelovanje s poslovnimi partnerji, predvsem pa, da je vodstvo podjetja skrbnik procesa digitalizacije.

RAVEN DIGITALIZACIJE

Nekatere države so pri digitalizaciji bolj uspešne kot druge. Med državami, ki trenutno prednjačijo,

so Singapur, ZDA, Južna Koreja, Švica in Kitajska, medtem ko zlasti za evropske države velja, da so v razvoju malce zastale, kot na primer Nemčija, Finska in Avstrija. Slovenija je tem državam sicer blizu, a nas na poti do uspeha, glede na Harvard Business Review, ovirata nestabilnost državnih institucij in nezavezanost k reformam. Evropa bo, kot kaže, morala v razvoj vložiti več. Pri prehodu v digitalno dobo tu zlasti zaostajajo tradicionalni sektorji: gradbeni, agroživilski, tekstilni ali jeklarski sektor – pa tudi mala in srednja podjetja.

EVROPA SE PREBUJA

Da je Evropa v zaostanku, se zavedajo tudi v Bruslju, saj je Evropska komisija sprejela sklop ukrepov, ki bodo pospešili digitalizacijo industrije in povezanih storitev v vseh sektorjih in spodbudili naložbe. Ukrepi bodo predvidoma pritegnili več kot 50 milijard evrov javnih in zasebnih naložb v podporo digitalizacije industrije. Komisija bo podprla hitrejšo oblikovanje skupnih standardov za komunikacijska omrežja pete generacije (5G), kibernetsko varnost in posodobitev javnih storitev.

Med načrti je med drugim vzpostavitev evropskega oblaka. Prvi cilj oblaka je, da za evropske raziskovalce, ki jih je 1,7 milijona, in za 70 milijonov strokovnjakov na področju znanosti in tehnologije ustvari virtualno okolje, v katerem bodo lahko hranili, upravljali, analizirali in ponovno uporabljali veliko količino podatkov iz raziskav. Na voljo bo tudi 500 milijonov evrov za vzpostavitev centrov tehnološke odličnosti po vsej EU, v katerih bodo podjetja lahko poiskala nasvete in testirala digitalne inovacije.

OVIRE

EU se srečuje z več ovirami. Največja je neenotna zakonodaja ter upravljanje avtorskih pravic. Nove tehnologije na eni strani namreč omogočajo nedovoljeno širjenje avtorskih del, po drugi strani pa morajo tako podjetja kot avtorji svoje pravice urejati v vsaki posamezni državi. Spletni trgovci se srečujejo z različnimi cenami za dostavo, zaradi česar so potrošniki znotraj EU v neenakopravnem položaju. Če bi se te ovire odpravile in bi se vzpostavil enoten digitalni trg, bi to po podatkih EU k skupni blagovni menjavi prineslo kar 415 milijard evrov in več sto tisoč novih delovnih mest.

”

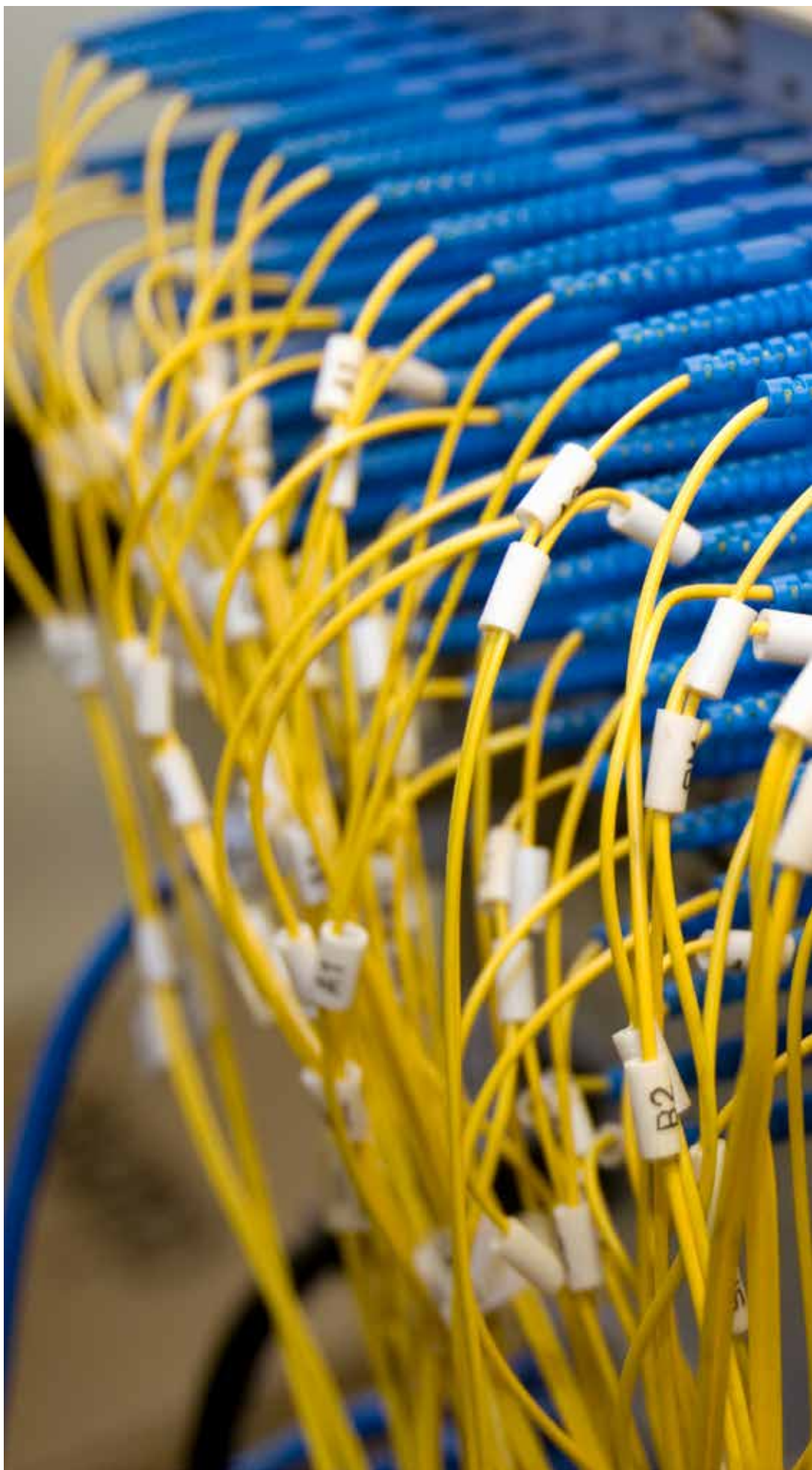
V EU bo na voljo 500 milijonov evrov za vzpostavitev centrov tehnološke odličnosti.

IZ POSLOVALNIC NA SPLET



TANJA PIŠKUR,
direktorica
Sektorja za
upravljanje
ponudbe
v NLB

Z razvojem tehnologije in ekonomije se razvijajo in spreminjajo tudi navade in pričakovanja strank. Bančno poslovanje pri tem seveda ni nobena izjema. Največji delež plačilnih transakcij tako stranke opravijo prek internetne ali mobilne banke, medtem ko je plačil, opravljenih v poslovalnicah, vse manj. Vsak mesec tako k mobilni banki Klikin pristopi več tisoč uporabnikov, ki prek mobilne aplikacije vpogledujejo v stanje na svojih računih, porabo na karticah, opravljajo plačila in na primer s plačilom kar prek telefonskega imenika plačajo prijatelju. Skupaj s povečevanjem uporabe mobilnih internetnih bančnih poti stranke seveda pričakujejo stalno nadgrajevanje funkcionalnosti in izboljševanje uporabniške izkušnje. Naša naloga je, da želje strank prepoznamo in izpolnimo njihova pričakovanja.





DIGITALIZACIJA V BANČNIŠTVU

Bančništvo je eden od sektorjev, ki je prve korake k digitalizaciji naredil že pred 20 leti, novosti, ki prihajajo, pa ga bodo konkretno spremenile. Pojav novih tehnologij je prinesel nove poslovne modele, ki so se med tistimi, ki sledijo razvoju, hitro prijeli. Atom Bank iz Velike Britanije je ena prvih bank, ki nima nobene poslovalnice in omogoča celotno poslovanje preko aplikacije na mobilnem telefonu. Strankam so se prilagodili do te mere, da si lahko izberejo celo, kakšen logotip naj banka ima. Od začetka delovanja do danes so ustvarili že 1,4 milijona personaliziranih logotipov. Nemška digitalna banka Kreditech, ki ima sedež v Hamburgu, je najhitreje rastoče podjetje fintech v Evropi. Za to, da odobri kredit, potrebuje v povprečju 32 sekund. Podjetja fintech so torej digitalna motnja (digital disruption), ki bo spremenila svet bančništva. Tradicionalne banke zato že sprejemajo strategije, ki bodo posodobile njihovo poslovanje. Produkti postajajo komitentom bolj prijazni, preprosti in bolj dostopni. Spreminjajo se cene in seveda distribucijski kanali, saj do bank lahko dostopamo fizično, prek spleta in preko mobilnih aplikacij. Vse to je vidno navzven. Spreminjajo pa se tudi procesi v ozadju.

DIREKTIVA PRINAŠA KLJUČNE SPREMEMBE

Z začetkom letošnjega leta je v EU v veljavi direktiva PSD2 (Payment Service Directive), ki prinaša boljšo zaščito potrošnikov, spodbuja inovacije v plačilnem sistemu in omogoča nižanje stroškov. Postavlja tudi jasna pravila za novonastajajoče metode mobilnih in spletnih plačil. Za inovativna podjetja je to razveseljiva novica, saj bo komitentom omogočen neposreden dostop do računa. V roku dveh let mora ta uredba preiti v veljavo po celotni EU. V praksi bo to pomenilo, da boste lahko spletne nakupe izvajali s plačili neposredno s svojega računa in za nakup ne boste potrebovali kreditnih kartic ali posredovanja specializiranih ponudnikov plačil, kot je npr. PayPal.

NLB: PRIPRAVLJENA NA JUTRI

Da NLB sledi trendom v bančništvu, je navzven vidno tudi po tem, da za komunikacijo tako z obstoječimi kot potencialnimi novimi partnerji uporabljamo različne digitalne platforme. Aktivni smo na socialnih omrežjih, ki jih uporabljamo tako za izobraževanje in informiranje kot za predstavitev svojih produktov. Skrbno izbrane ciljne skupine nagovarjamo tudi z digitalno distribuiranimi vsebinami.

Kako hitreje do sredstev?

Čakate na plačilo za svoje dobavljeno blago ali storitve (pre)dolgo? Imate zaradi tega težave s financiranjem obratnega kapitala? Prodaja vaših terjatev in financiranje verige dobaviteljev sta lahko preprosta in učinkovita pot v lažje in uspešnejše poslovanje.

FOTO: GettyImages



MATIJA MAZALOVIČ,
specialist
trgovinskega
financiranja v NLB

ISKANJE PRIMERNIH NAČINOV FINANCIRANJA in hitrega dostopa do sredstev je del vsakdana številnih podjetij. V preteklih letih, še posebej v obdobju največjega kreditnega krča, se je obseg kreditiranja močno zmanjšal in prav zato je moral marsikdo v poslu začeti razmišljati o drugačnih načinih financiranja obratnega kapitala. Še posebej srednje velika in velika podjetja so imela več težav pri financiranju svojega poslovnega vsakdanjika.

Nekatera so se pri tem znala prilagoditi, vsekakor pa to ni bilo pravilo. Danes, ko hiter pogled na gospodarske kazalnike kaže, da smo v obdobju zmerne gospodarske rasti, se v marsikaterem podjetju še vedno ne zavedajo vseh možnosti pridobivanja sredstev.

Med tiste oblike financiranja, katerih potencial še ni dovolj izkoriščen, sodi tudi prodaja terjatev.

Za to obliko financiranja se veliko podjetij odloči šele, ko uporabijo vse druge možnosti financiranja obratnega kapitala, saj ne poznajo dovolj različnih možnosti. Nekateri zmotno menijo, da bo prodaja terjatev negativno vplivala na poslovni odnos z njihovim kupcem, pogosto pa se pojavlja tudi mnenje, da je za prodajalca terjatev storitev predraga. To ne drži.

SKORAJ ZA VSAKOGAR

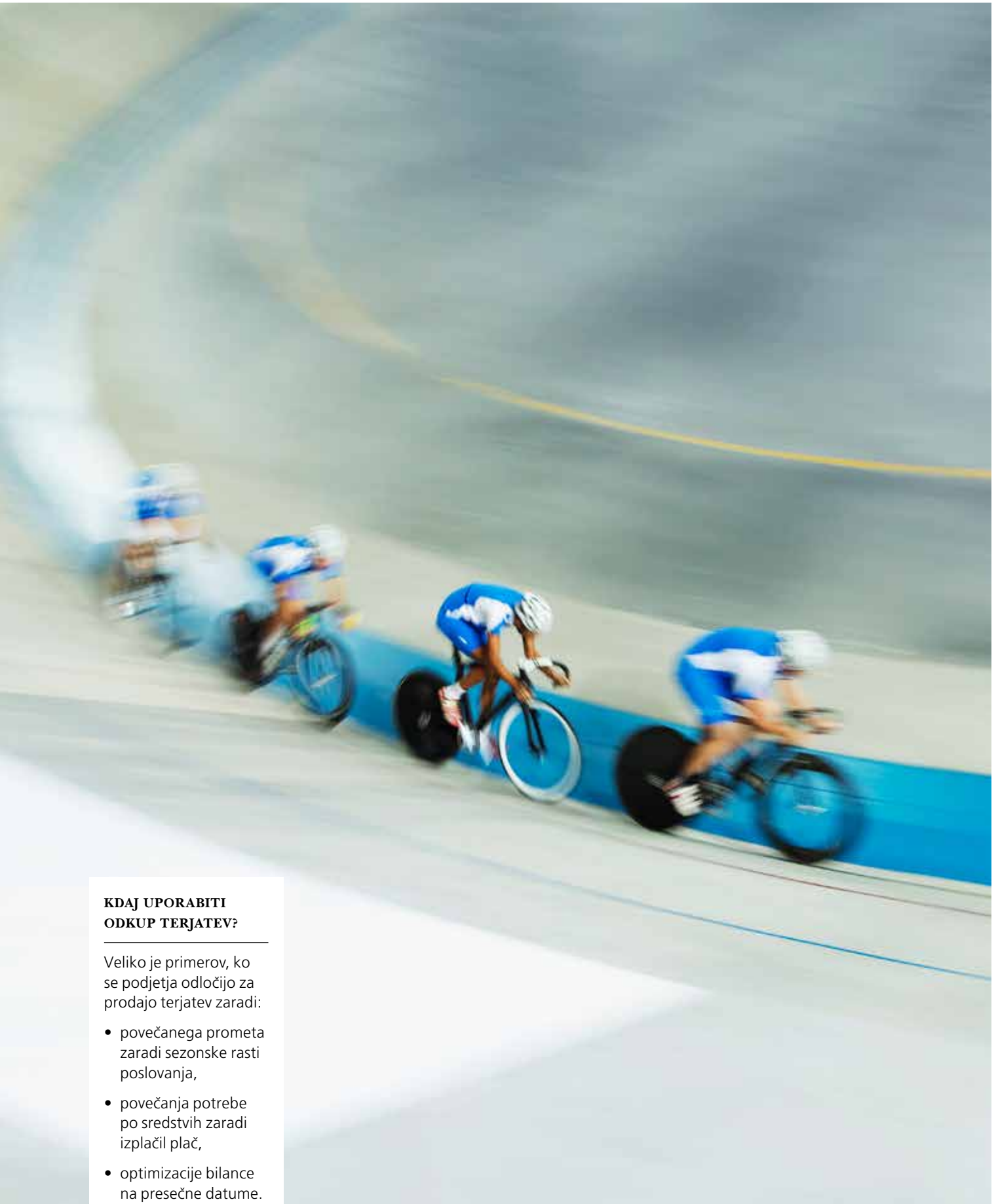
Odkup terjatev pri banki je lahko primeren praktično za vsakogar. V številnih podjetjih, v katerih so se sprva branili tovrstne storitve, so kasneje v praksi ugotovili, da bančni odkup njihovih terjatev do partnerja prinaša veliko ugodnosti in ga danes uporabljajo kot dolgoročno rešitev za financiranje obratnih sredstev.

Ena največjih prednosti je sprostitev kreditnega potenciala za morebitne nove investicije, saj prodaja terjatev za podjetje ne povečuje kreditne izpostavljenosti pri banki.

Gre za instrument, s katerim spodbujamo vzdržno gospodarsko rast in prilagodljivost, potrebno za nadaljnji razvoj in uspešno poslovanje podjetja.

FINANCIRANJE VERIGE DOBAVITELJEV

Vedno več velikih podjetij skrbi, kaj bi se zgodilo, če bi imel njihov dobavitelj težave s financiranjem svojega poslovanja. Ob zamudi z dobavami ali pa celo pri popolnem zastoju bi lahko posledično zastala ali se ustavila tudi produkcija podjetja s takim dobaviteljem. Tak scenarij lahko podjetje prepreči s tem, da dobavitelju omogoči financiranje na osnovi njegovih terjatev. V tujini je tovrstni produkt znan pod imenom »Supply Chain Finance«, pri nas pa mu pravimo tudi financiranje dobaviteljev oz. financiranje verige dobaviteljev.

**KDAJ UPORABITI
ODKUP TERJATEV?**

Veliko je primerov, ko se podjetja odločijo za prodajo terjatev zaradi:

- povečanega prometa zaradi sezonske rasti poslovanja,
- povečanja potrebe po sredstvih zaradi izplačil plač,
- optimizacije bilance na presečne datume.

”

Prodaja terjatev je priljubljena v vseh panogah, vendar vsekakor potencial še ni popolnoma izkoriščen.

KAKO POTEKA POSTOPEK ODKUPA TERJATEV?

Banka omogoča dobaviteljem financiranje na podlagi faktur, ki jih ti izdajajo svojim kupcem. Dobavitelj proda blago ali opravi storitev za kupca in izda fakturo. To potem posreduje banki v odkup pod vnaprej znanimi pogoji. Ko tudi kupec potrdi fakturo oz. prizna svojo obveznost, banka izplača dobavitelju znesek s fakture, zmanjšan za diskont, nadomestilo za odkup in DDV.

Kupec se s potrditvijo odkupa terjatev strinja, da so terjatve nesporne in da bo na dan valute plačal na račun banke, ki je odkupila terjatve. Kupec je torej dolžan na datum valute plačati celotno vrednost fakture na račun banke. Odkup terjatev za kupca ne pomeni nobenega dodatnega stroška.

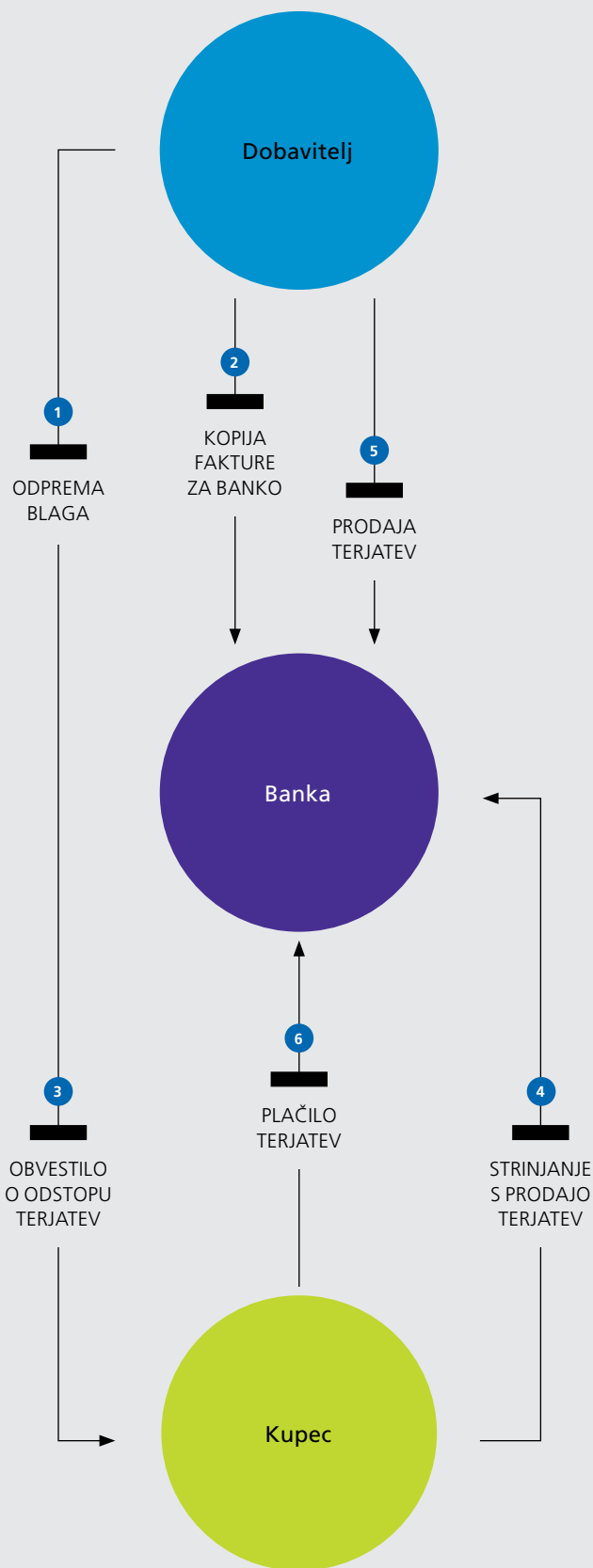
KLJUČNA VPRAŠANJA KUPCA PRED ODLOČITVIJO

Pred odločitvijo za financiranje dobaviteljev se pri kupcu ponavadi pojavi kar nekaj vprašanj. Zakaj bi kupec dobaviteljem omogočil tovrstno financiranje? Prednosti je več. Utrdi se poslovni odnos z dobaviteljem in zmanjša se tveganje, da bi bile ogrožene dobave zaradi morebitnih likvidnostnih težav dobavitelja. Kupcu prinaša financiranje dobaviteljev še dodatne prednosti. Po dogovoru z dobaviteljem se lahko namreč njegovi plačilni roki podaljšajo brez tveganja, da bi daljši plačilni rok pomenil dodatne likvidnostne težave dobavitelja, saj ta prejme plačilo za izstavljen račun takoj po izdaji.

Drugo vprašanje je, kako se sploh dogovarjati. Koristno je, če kupec pred npr. letnim razgovorom z dobaviteljem vključi v dogovore banko, ta pa pripravi ponudbo za financiranje dobaviteljev. Ponudbo lahko kupec predstavi svojim dobaviteljem. Ko dobavitelj sprejme pogoje, se začne neposredno dogovarjati z banko, kupec pa je vključen zgolj v fazi, ko mora potrditi fakturo oz. svojo obveznost.

Še eno ključno vprašanje se nanaša na računovodsko obravnavanje financiranja dobaviteljev. Za kupca in dobavitelja je najpomembneje, da financiranje dobaviteljev ne pomeni dodatnega zadolževanja.

HEMA ODKUPA TERJATEV



POGOSTA VPRAŠANJA

Kakšen je postopek odkupa terjatve?

Na podlagi povpraševanja podjetja po odkupu terjatve in predložitvi zahtevane dokumentacije pripravi banka ponudbo za odkup terjatev. Po odobritvi posla pri pristojnem organu banke ta z odstopnikom podpiše pogodbo o odkupu terjatev in pripravi obvestilo o odstopu terjatev, ki ga prodajalec predloži v potrditev osnovnemu dolžniku. Podpisana pogodba o odkupu terjatev in izjava dolžnika sta osnovi za realizacijo posla odkupa terjatev.

Kaj pomeni regresna pravica?

Banka ponuja tako odkup terjatev z regresno pravico do prodajalca terjatev kot tudi odkup terjatev brez regresne pravice. Regresna pravica pomeni, da se ima banka pravico regresirati pri prodajalcu terjatev, če od dolžnika ne prejme plačila na dogovorjeno valuto. Pri odkupu terjatev brez regresne pravice pa celotno tveganje neplačila prevzame banka. Pri bančnem odkupu terjatev brez regresne pravice prodajalcu teh terjatev ni treba zavarovati pri zavarovalnici, saj s prodajo terjatev ne nosi več tveganja neplačila dolžnika.

Kdaj prejme prodajalec sredstva?

Sredstva lahko prejme še isti dan, ko je sklenjena pogodba za odkup terjatev in je potrjena izjava dolžnika.

MORDA NISTE VEDELI

Smiselna je lahko tudi prodaja terjatev do kupcev z odlično bonitetno oceno, saj si na podlagi bonitete kupca lahko zagotovite ugodnejše financiranje (odkup terjatev).

”

Koristno je, če kupec pred letnim razgovorom z dobaviteljem vključi v dogovore banko, ta pa pripravi ponudbo za financiranje dobaviteljev.

PREDNOSTI ZA DOBAVITELJA

Kaj pa pogled z dobaviteljeve strani? Kje so prednosti zanj in zakaj bi prodajal terjatve do kupca z dobro boniteto?

Vsekakor je največja prednost za dobavitelja cena: na osnovi svojih terjatev do kupca z odlično boniteto se lahko ob ustreznem dogovoru financira po ugodnejših pogojih, kot bi jih dobil, če bi se sam odločal za morebitno drugo financiranje pri svoji banki (npr. če bi se dogovoril za kredit v času, ko bi čakal na plačilo terjatev).

Drugič, ni regresne zaveze. Dobavitelj prejme sredstva takoj po opravljeni dobavi blaga ali po opravljeni storitvi. Terjatve banka odkupi brez regresa do dobavitelja, s tem pa si ta s prodajo terjatev izboljša strukturo bilance stanja. Posledično pomeni to tudi morebitno boljšo bonitetno oceno pri banki in ugodnejše financiranje za prihodnje investicije.

Seveda pa ne obstaja obveza prodaje vseh terjatev. Če dobavitelj v nekem trenutku ne potrebuje sredstev, takrat terjatev do svojega kupca pač ne proda.

Po svetu je financiranje dobaviteljev že pogosto uporabljen način. V Sloveniji je povpraševanja za zdaj manj, vendar pa pričakujemo, da ga bo uporabljalo kot način financiranja obratnega kapitala za dobavitelje vse več podjetij.

DODATNE INFORMACIJE

Vse podrobnosti in kontaktne informacije najdete na:
www.nlb.si/odkup-terjatev

Prednosti elektronskega bančništva

Več kot 90 odstotkov podjetij, skoraj 75 odstotkov samostojnih podjetnikov in polovica društev, ki so stranke NLB, že uporablja elektronsko bančništvo.

FOTO: GettyImages



MARTINA STUPICA GREGORIČ

samostojna upravljavka
ponudbe v Oddelku za
upravljanje tržnih poti, Sektor
za upravljanje ponudbe, NLB

NEKOLIKO STAREJŠI BRALCI se boste še spomnili časov, ko smo v trgovino prišli z nakupovalnim listkom in nam je prijazna prodajalka želeno blago na prodajni pult prinašala s polic in skladišča trgovine? Sledilo je računanje na pamet, seštevek in naše gotovinsko plačilo ali vpis dolga v knjigo dolžnikov, da bi ga naslednji dan poravnala mama.

Danes sedemo za računalnik, iz širokega nabora ponudbe vedno odprtih spletnih trgovin izberemo več, kot potrebujemo, poravnamo nakup s kreditno kartico, naročimo dostavo na dom ali pa se po nakupljeno odpeljemo ter blago le še prevzamemo.

Podobna sprememba se je zgodila v bančništvu. Elektronska banka je vedno na voljo, poslovanje je hitrejšo in preprostejše od tistega na bančnem okencu, pa tudi občutno cenejše.

KO ENKRAT POSKUSIŠ, BREZ NE GRE VEČ

Vsem ugodnostim in prihranku navkljub imajo nekateri do uporabe elektronskega bančništva še vedno zadržke.

Menijo, da je program NLB Proklik – odgovor NLB-ja na zahteve po digitalizaciji poslovanja podjetij – preobširen in s tem zapleten za uporabo. Nekatere zmoti cena, čeprav je vsto-

”

Poslovanje uporabnikov NLB Proklicka ni samo časovno, ampak tudi cenovno ugodnejše.





**SI PREDSTAVLJATE, DA JE ŠE
PRED DVEMA DESETLETJEMA
OSEBNI RAČUNALNIK ŠEL LE V
PRTLJAŽNIK V AVTU?**

Prvim pilotskim uporabnikom NLB Proklika sva s kolegom računalnike vozila na zadnjih sedežih malega avtomobila. Nikoli ne bova pozabila reakcije ene od prvih in še danes zvestih uporabnic naše e-banke. Potem ko sva ji računalnik namestila, ga aktivirala in ji v roke dala računalniško miško, da bi lahko pričela z delom v NLB Prokliku, je gospa naenkrat odskočila in zakričala. In to tako zelo, da sva od njenega krika skoraj oglušela. Ustrašila se je namreč premikanja na ekranu, ki ga je povzročil kazalnik miške na ekranu. Danes teh zadreg ni več, gospa še vedno z veseljem uporablja NLB Proklik, računalnik in e-banko pa brez težav pospravi v žensko torbico.

pni strošek enkrat in čeprav varnostni elementi programa uporabnikom omogočajo elektronsko poslovanje z vsemi varnimi spletnimi portali, ki jih nujno potrebujejo pri svojem delu (eDavki, Zavod za zaposlovanje, Intrastat in drugi). Vendar pa število uporabnikov, ki so s klasičnega poslovanja na bančnem okencu prešli na NLB Proklik, kaže, da so taki pomisleki neutemeljeni.

Naša statistika kaže, da si podjetja in druge oblike pravnih subjektov, ki poslujejo z NLB Proklikom, poslovanja brez elektronske banke preprosto ne morejo več predstavljati. Še posebej to velja za podjetja z večjim obsegom plačil in ločenimi pristojnostmi izvajanja

finančnih opravil znotraj podjetja. Pa tudi sicer je med podjetji le še slaba desetina takih, ki vztrajajo pri »analognem« bančništvu.

Podjetja vseh velikosti so v NLB Prokliku našla kakovostno in zanesljivo orodje za povečanje stroškovne in časovne učinkovitosti poslovanja.

**CENEJŠE IN PREPROSTEJŠE
IZPLAČEVANJE PLAČ**

Prihranki so lahko občutni, včasih tudi nekajkrat nižji kot pri »analognem poslovanju«. Med drugim lahko prihranite s storitvijo, ki je na bančnih okencih podjetja ne morejo izvajati in je na voljo prek NLB Proklika: množičnimi plačili SEPA.

Ta množična plačila omogočajo, da v primeru, ko sredstva nakazujete več prejemnikom, plačila združite v paket. Za vsa plačila iz paketa bomo vaš račun obremenili le enkrat.

Če ste, na primer, doslej pri izplačevanju plač vsako plačilo obravnavali ločeno – enega za prehrano, drugega za prevoz, tretjega za plačo – z množičnimi plačili vsa ta plačila vsem zaposlenim združite v enega. Večje je število izplačil v enem paketu, večji je vaš prihranek.

Prihranki pa niso le finančni, ampak vedno prihranite tudi pri času. Programi za obračun plač namreč omogočajo izvoz podatkov v paketu množičnih plačil,

”

Podjetja vedno iščejo načine, kako zmanjšati stroške in posamezna opravila opraviti hitreje. Sodobne tržne poti omogočajo oboje hkrati.

uvoz v NLB Proklik pa je preprost. Ko se enkrat nastavi, deluje samodejno.

IZJEMEN PRIHRANEK Z E-RAČUNI IN DIREKTNIMI OBREMITVAMI

Plačevanje prek NLB Proklika je tudi sicer cenejše od plačevanja na bančnih okencih. Še dodaten prihranek časa in s tem denarja pa si mnoga podjetja zagotovijo z elektronskimi računi in direktnimi obremenitvami SEPA.

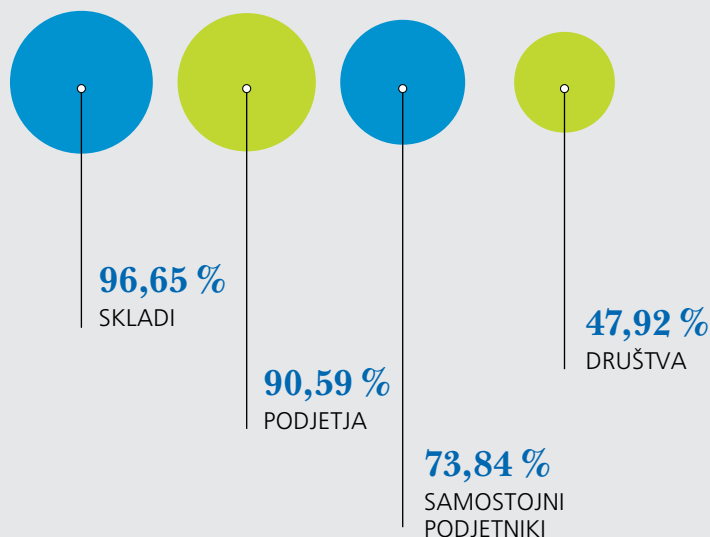
Elektronske račune lahko svojim strankam in poslovnim partnerjem pošljete kar v njihovo elektronsko banko. Značen prihranek, ki ga boste s tem dosegli, prihaja iz stroškov papirja, tiska, poštnega pošiljanja in dela, ki se jim boste z e-računi izognili.

Še dodatno pa boste prihranili tudi zato, ker v elektronskem procesu plačevanja blaga in storitev nastane manj napak. Stranke namreč račun plačajo z nekaj kliki in jim podatkov ni treba več prepisovati s papirnih računov ali položnic. To pa pomeni manj časa, ki bi ga sicer morali nameniti odkrivanju in odpravljanju morebitnih napačnih vnosov.

Če na mesec izdate 500 računov, lahko s preходом na e-račune prihranite kar 32 ur dela mesečno, skupno pa okrog 480 evrov na mesec. Prihranek pa je pomemben tudi pri plačevanju vaših obveznosti. Če na mesec plačate 200 računov, boste s preходом na e-raču-

NLB Proklik, pravi odgovor na digitalizacijo poslovanja

Med podjetji je le še slaba desetina tistih, ki vztrajajo pri poslovanju na bančnem okencu. Elektronsko banko uporablja tudi večina samostojnih podjetnikov in vse več društev.



5 PLUSOV E-BANKE

- +** **Varnost**

V obdobju vse bolj razširjenega spletnega kriminala je varnost elektronskega poslovanja vedno prva skrb banke. Vsak korak, povezan z izvedbo plačil, ima vpeljane kontrolne korake, ki vas varujejo pred zlorabami.
- +** **Dostopnost od kjerkoli in kadarkoli**

Če imate NLB Proklik nameščen na prenosnem računalniku in s seboj pametno kartico ali ključek za vstop in potrjevanje transakcij, potrebujete za opravljanje vseh bančnih storitev le še povezavo do interneta. Za podpisnike plačil v podjetju, ki e-banke ne uporabljajo, je idealna rešitev spletna aplikacija WEB NLB Proklik.
- +** **Cenejše poslovanje**

Z uporabo storitev elektronskega bančništva znižate operativne stroške. Delovne procese pri finančnem poslovanju lahko avtomatizirate in zaradi česar jih lahko izvaja manjše število zaposlenih. Poleg tega so v e-banki nadomestila nižja od tistih v poslovalnici. Če k temu prištejete še čas in stroške prevoza do poslovalnice, je prihranek še večji.

PRIHRANKI Z UVEDBO E-RAČUNOV

Če na mesec izdate

500

računov, prihranite

32

ur dela in skupno

480

evrov na mesec.

+

Učinkovitost

V e-banki NLB Proklik smo poleg varnosti zasledovali tudi vsestransko uporabnost. Izvozi in uvozi podatkov iz in v računovodsko aplikacijo omogočajo avtomatsko knjiženje in izvajanje postopkov brez dodatnega ročnega vpisovanja podatkov. Z računovodskimi programi in servisi lahko izmenjujete tudi elektronske izpiske. Že izvršena plačila pa lahko izjemno preprosto ponovno uporabite. Vneseš enkrat, uporabiš večkrat.

+

Preglednost – vse na enem mestu

Vse, kar morate vedeti o finančnem poslovanju podjetja, najdete na enem mestu – v NLB Prokliku. Kar vidite vi, lahko vidijo vsi v podjetju. Če tega nečete, pa ima lahko vsak uporabnik dostop le do tistih podatkov, ki jih potrebuje za delo. Prek NLB Proklika je možno poslovati tudi s poslovnimi računi v drugih bankah, vendar mora biti banka uporabnica iste programske rešitve (Hal E-bank). Za uporabnike NLB je na voljo tudi večtržno poslovanje, ki podjetjem z računi na trgih bivše Jugoslavije, kjer je v uporabi rešitev Hal E-bank, omogoča v NLB Prokliku poslovati tudi s poslovnim računom na teh trgih.

”

Več kot 85 odstotkov vseh plačilnih transakcij pravnih oseb je izvedenih prek e-banke.

ne prihranili okrog 6 ur dela in skupno okrog 70 evrov na mesec.*

Predvsem za tiste, ki imate stalne in redne kupce ali dobavitelje, je poleg e-računov v NLB Prokliku predvidena tudi možnost direktne obremenitve za vaše ali njihove izdelke in storitve. Postopek prejemanja, knjiženja in preverbe plačila se s tem prav tako občutno skrajša – z nekaj dni na le nekaj minut –, je preprostejši, zanesljivejši in preglednejši.

Podjetja, ki uporabljajo to storitev, lažje načrtujejo prilive oziroma denarni tok, kar je za uspešno poslovanje izjemnega pomena. Tako lahko pravočasno zaznajo morebitne težave, se nanje primerno odzovejo in si tako zagotovijo nemoteno nadaljnje poslovanje.

ODGOVOR NA VSAKO PREGLAVICO

Večina podjetij in podjetnikov, s katerimi sodelujemo, elektronsko banko NLB Proklik rada pohvali. »Ko veš, kaj hočeš, je uporaba programa povsem preprosta,« pravijo.

Preprosto je preklapljanje med poslovanjem v domovini, s tujino in delom z e-računi. Vse poslovanje je arhivirano na enem mestu in združljivo z računovodskimi programi. Omogočena je de-

litev nalog med zaposlenimi, tako da vsak vidi le tiste podatke, ki jih mora. Na enem mestu je možno tudi pregledovati porabo na poslovni kartici, preverjati stanje vrednostih papirjev, urejati soglasja za neposredne obremenitve SEPA in vse ostalo, kar sodi v sodobno elektronsko bančništvo.

Vsi tisti, ki so bili najprej v dvomih, ali bodo res obvladali vse te »računalniške čiračare«, se elektronskemu poslovanju danes ne bi odrekli za nobeno ceno.

V NLB smo namreč poskrbeli za vse. Ne samo, da je banka v elektronski različici poslovanja odprta 24 ur na dan, uporabnikom so med delavniki od 8. do 20. ure in ob sobotah od 9. do 19. ure prek telefona na voljo tudi svetovalci našega Kontaktnega centra.

Na tehnično podporo, ki jo nudimo uporabnikom, smo še posebej ponosni. Če potrebujete pomoč pri delu z e-banko, jih pokličite. Slišali so že marsikaj. Karkoli je presenetilo vas, njih zagotovo ne bo.

Zato le pogumno, NLB Proklik je resnično preprost, hiter in učinkovit način bančnega poslovanja. Povsem prilagojen dobi računalništva in človeku.

*Opomba: Izračun stroškov temelji na predpostavki, da je cena delovne ure 15 evrov bruto z vključenimi neposrednimi in posrednimi stroški dela, prispevki in poslovnimi izdatki, povezanimi z delom. Vir: Konfederacija finskih industrij (www.ek.fi/en)



MATJAŽ MUŠIČ
vodja digitalnega poslovanja

Banka, odprta 24 ur na dan

Uspešnega prehoda v digitalno poslovanje ne povzročijo spremembe generacij ali zunanji vplivi, ampak zavestne odločitve vodstva in premišljene strategije podjetij. Vodstvo NLB je leta 2014 banko odločno popeljalo na pot digitalizacije, da bo prehod na nov način poslovanja hiter in učinkovit, pa skrbi Matjaž Mušič, ki je lani prevzel funkcijo CDO-ja (Chief Digital Officer).

BESEDILO: Žiga Kariž **FOTO:** Aleš Rosa

Kaj oziroma kdo je CDO? Kakšne so vaše naloge znotraj NLB?

Izraz Chief Digital Officer oziroma vodja digitalnega poslovanja, kot smo to funkcijo poimenovali v NLB, se je v poslovnem svetu prvič pojavil med letoma 2011 in 2012 in se v podjetjih bolj uveljavil v letih 2013 in 2014. Vpeljava te funkcije pri NLB kaže na pripravljenost, da se poslovanje prilagodi sodobnim trendom v bančništvu in digitalizacijo razširi v vse pore poslovanja banke.

Naloga CDO-ja je, da kaže na spremembe, ki se dogajajo v digitalni ekonomiji tako s tehnološkega kot poslovnega vidika in da te spremembe prenaša v vsakodnevno poslovanje.

Moja naloga je, da seznanim vse v podjetju s tehnološkimi novostmi, ki jih z namenom izboljšanja uporabniške izkušnje uvajajo podjetja. Poleg tega pa se poleg novih tehnologij uvajajo tudi novi načini dela, nova znanja in kompetence. Banke glede digitalizacije nismo bile nikoli rigidne institucije, v tem smislu smo bile naprednejše od drugih panog. Tu bomo uvajali nove prijeme in nadgrajevali svoje sposobnosti. Tako kot se danes v poslovnem svetu povsod dogajajo pretresi (ang: disruption), ki jih na trg prinašajo nova start up podjetja, je naloga CDO-ja, da poskuša pretresti vse obstoječe strukture v podjetju. Vnesti nove, bolj učinkovite in sodobne načine dela.

Kako stranke NLB-ja že občutijo digitalizacijo?

Prvi koraki proti digitalizaciji so bili storjeni konec devetdesetih let z uvedbo elektronskega bančništva: NLB Klik in NLB Proklik. Vse od takrat pa do danes in tudi v prihodnje želimo s spremembami, ki jih uvajamo, doseči, da bo banka do strank bolj prijazna in poslovanje

bolj preprosto. In tu ne gre samo za digitalizacijo, ampak za transformacijo banke in spremembo poslovnega modela.

Učinki so vidni že v naših prenovljenih poslovalnicah, ki so se tudi vizualno spremenile. Postale so veliko bolj odprte. Pregrad med strankami in našimi zaposlenimi ni več. S komitenti se sedaj dejansko pogovarjamo o njihovih željah, potrebah in pričakovanjih. Te podatke bomo morali obogatiti z dodatnimi informacijami, ki jih bomo pridobili z uporabo določenih algoritmov. Tako bomo za naše stranke lahko pripravili dodatno ponudbo, ki bo oblikovana na podlagi njihovih želja in preferenc.

Digitalizacija je prinesla tudi veliko poenostavitev pri kreditnem postopku. Kreditno izpostavljenost sicer še vedno obravnavamo individualno, a v veliko pomoč so nam algoritmi, ki na podlagi bančne zgodovine komitenta podajo objektivno oceno kreditne sposobnosti. Banka lahko tako predodloži kredit, ne da bi bilo stranki potrebno stopiti v banko. Primer: stranka bo na bankomatu ugotovila, da na računu nima zadostnih sredstev. Modeli, ki jih že razvijamo, bodo omogočali, da bo stranki v tistem trenutku ponujeno povečanje limita v mejah razumne zadolženosti in že čez nekaj trenutkov bo lahko opravila dvig gotovine.

Treje področje, kjer je že čutiti digitalizacijo, pa je področje upravljanja osebnih financ. Največji napredek je viden pri uporabi mobilnega bančništva prek naše platforme Klikin, s katero smo del bančnega poslovanja prenesli na mobilni telefon. V letošnjem letu bomo opravljanje osnovnih bančnih storitev prek mobilnega

”

Skoraj z gotovostjo lahko trdim, da denarnic, kot jih poznamo danes, ne bo več – ali pa bodo občutno tanjše.



telefona ponudili tudi podjetjem. Strankam bomo omogočili sklepanje vse več bančnih poslov na daljavo.

Ali lahko v prihodnosti pričakujemo banko, ki bo s pomočjo spleta in mobilnih aplikacij delovala 24 ur na dan, 365 dni v letu?

Bančništvo na nek način že danes tako deluje. Gotovino na bankomatu lahko na primer dvignete kadarkoli. Kartični sistem deluje 24 ur na dan, tudi podjetniki lahko plačila sprejemajo kadarkoli znotraj svojega delovnega časa. Res pa je, da podjetnik danes še ne more izvesti prenosa sredstev zunaj obratovalnega časa, saj se morajo zaradi poravnave med bankami ob določeni uri transakcije zaključiti. Tak sistem velja za celotno Evropo. A digitalizacija je že zajela celotno EU in na podlagi sprememb evropske regulative se že pripravljajo tako imenovana takojšnja plačila (instant payments). To pomeni, da bo komitent lahko kadarkoli, bodisi v poslovalnici, preko spleta ali z uporabo mobilne aplikacije, v nekaj sekundah prenesel denar z enega računa na drugega kjer koli v Evropi. Da bo to zaživel v praksi, bo moralo priti do digitalizacije tako na strani komitenta kot na strani bank in na strani medbančnih klirinških sistemov.

Kakšne dileme se pojavljajo na področju varnosti?

Pred 20 leti so bile banke varovane s trezorji in vratarji. Tudi pri internetnem bančništvu večji del skrbi za

varnost nosi banka, saj uporabnik do strežnikov, ki so v upravljanju banke, dostopa preko številnih varnostnih protokolov. Varnost premoženja in osebnih podatkov komitentov je za banke najbolj pomembna. Zato temu vprašanju namenjamo ogromno pozornosti. Včasih je videti, kot da smo banke pri razvoju malce počasnejše. Razlog za to ni v tem, da banke ne bi znale izdelati lepih aplikacij, koristnih za uporabnike. Toda banke o tako pomembnih stvareh, kot je varovanje osebnih podatkov, raje dobro premislimo in naše produkte temeljito preverimo, preden jih predamo v uporabo našim strankam. Banke želimo povsod predstavljati steber varnosti. Če je osnovni namen podjetja, ki nudi finančno storitev, le hitra rast, obstaja nevarnost, da bo interesom komitentov posvečene manj pozornosti. Govorimo o varnostnih interesih, ki se jih komitent zave šele, če gre kaj hudo narobe. Banke bodo tako v razvoju vedno majhen korak zadaj, a na trg bodo lansirale samo tiste produkte, za katere bo zagotovljena najvišja stopnja varnosti.

Kakšne spremembe na področju zakonodaje in predpisov prinaša digitalizacija?

ECB, Banka Slovenije in ne nazadnje vlada morajo zagotavljati stabilnost bančnega sistema. Po drugi strani pa se morajo zavedati sprememb, ki se dogajajo okoli nas. Nekaj sprememb je bilo že storjenih, kot sem omenil že prej, je prišlo do posodobitve klirinških sistemov, poso-

dablja se tudi zakonodaja, ki ureja dostop do podatkov. Evropska direktiva PSD2 (Payment Service Directive 2), ki je pričela veljati januarja letos in jo bomo morali v našo zakonodajo implementirati v naslednjih dveh letih, bo omogočila, ob soglasju komitenta seveda, tretjim osebam dostop do podatkov o bančnem računu. V Angliji so stopili še korak naprej in uvajajo 'Regulatory sandbox', nekakšen peskovnik oziroma igrišče za startup podjetja. Banke bodo preko 'peskovnika' dale v uporabo del podatkov o svojih komitentih, ki jih bodo nato startup podjetja lahko uporabila za izdelavo in testiranje novih naprednih aplikacij, ob tem pa bodo za njih veljale določene zakonske izjeme. Ko bodo aplikacije preizkušene in pripravljene za trg, pa bodo morale zadostiti vsem najstrožjim varnostnim zahtevam in zakonskim pogojem. Od naših regulatorjev pa pričakujemo, da bodo še naprej zagotavljali stabilen in varen bančni sistem in ob tem prilagodili zakonodajo tako, da bomo lahko sledili vsem sodobnim trendom. Mislim, da jih čaka kar veliko dela.

Pa smo Slovenci pripravljeni na digitalizacijo?

Slovenci smo z vidika uporabe sodobnih tehnologij in pametnih telefonov vodilni na področju srednje in vzhodne Evrope. Med 60 in 70 odstotkov Slovencev uporablja pametne telefone in med 80 in 90 odstotki nas uporablja internet, kar pomeni, da skoraj vsak izmed nas uporablja sodobne komunikacijske poti. Res pa je, da smo malce zaostali na področju uporabe bančnih tehnologij, saj so se banke v zadnjih letih veliko ukvarjale s stabilizacijo bančnega sistema in manj z razvojem. A razloga, da ne bi tega zaostanka zelo hitro nadoknadili, ni. Evropski bančni prostor se odpira in v Sloveniji so izpolnjeni vsi pogoji za hitro rast. V NLB smo velik interes Slovencev za nove, tehnološko napredne produkte zaznali že ob uvedbi mobilne banke Klikin. Velik korak je naredila tudi država z uvedbo davčnih blagajn. Tako da prehod v digitalizacijo bodo na eni strani spodbujale inovacije, na drugi strani pa preprosto evolucija.

Kako bo videti popolnoma digitalna banka v prihodnosti?

Način poslovanja bo odvisen predvsem od pričakovanj in želja komitentov. Z uporabo mobilne banke bomo komitentom, ki si tega želijo, ponudili uporabo bančnih storitev kadarkoli in kjerkoli na stroškovno ugoden in učinkovit način. V prihodnosti bodo bančne storitve dostopne preko računalnikov, tablic, pametnih telefonov, pametnih ur in drugih komunikacijskih naprav, ki še prihajajo. Skoraj z gotovostjo lahko trdim, da denarnic, kot jih poznamo danes, ne bo več, oziroma bodo občutno tanjše. Vse, kar bo povezano s plačevanjem, bomo hranili v telefonu: plačilne in kreditne kartice, račune, kupone za ugodnosti ... A digitalizacija in mobilno bančništvo na kratek in srednji rok ne bosta ukinila poslovalnic, kot jih poznamo danes. Se bo pa zagotovo spremenila njihova vloga. Pri ljudeh bo potrebno tudi ustvariti zaupanje v digitalne storitve, pri tem pa bodo s svojo novo svetovalno funkcijo pomemben del odigrale poslovalnice in zaposleni v njih.

Se bo nabor bančnih storitev razširil?

Zelo se bo razširil. Banke bodo pričele povezovati komitente, torej potrošnike, in veliko množico ponudnikov različnih storitev in blaga. Vizija NLB je postati povezovallec, platforma, ki bo omogočala, da bodo komitenti na enem mestu z minimalnimi stroški dobili točno tisto, kar si želijo in potrebujejo. Primer: ko se odločate za nakup hiše, v banko stopite šele, ko imate nepremičnino že izbrano in ste odločeni za nakup. V prihodnosti pa bo banka s podatki in informacijami v nakupni proces lahko vstopila že prej. S podatki, ki jih imamo, namreč lahko strankam nudimo vpogled, kje, za koliko in pod kakšnimi pogoji je bila prodana kakšna nepremičnina, poleg tega imamo tudi sami širok nabor nepremičnin in pregled nad trgom, nudili bomo pravne nasvete, svetovanje nepremičninskih strokovnjakov in seveda tudi nepremičninski kredit. Do vsega tega bo lahko stranka dostopala, ne da bi fizično obiskala poslovalnico, bodisi preko spleta, konferenčnih klicev ali pa celo v virtualni resničnosti. A to je šele začetek. Banka bo na podlagi zbranih informacij o željah in možnostih stranke lahko pripravila še cel niz drugih ponudb: od notarskih storitev, selitvenega servisa in celo nakupa pohištva. Torej, banka bo nudila popolno storitev, ki bo omogočila, da bo nakup nepremičnine bolj preprost, hitrejši in predvsem cenejši.

Digitalizacija prinaša tudi spremembe na kadrovskem področju. Danes najbolj iskanih poklicev pred deseti leti nismo niti poznali, šolski sistem jih še ni zaznal. Kako NLB in njeni zaposleni prihajajo do potrebnih znanj in kompetenc, da lahko sledijo trendom?

To je ključno vprašanje. Samo na področju obdelave podatkov se pojavlja niz novih profilov, ki jih v preteklosti nismo poznali: najbolj so iskani ljudje, ki se ukvarjajo z algoritmi, torej tisti, ki iščejo vzorce v veliki količini podatkov. Iskali bomo tudi ljudi, ki se jih je prijel izraz »data nerds«, torej ljudi, ki bodo poleg algoritmov iskali še druge povezave med podatki, pojavlja se tudi profil produktne vodje za podatke ter profil data vizualizatorja, ki bo znal podatke upodobiti na razumljiv način. Izobraževalnih centrov, ki bi ustvarjali te kadre, še ni. Za nas je pomembno, da znamo identificirati znanja, ki jih potrebujemo, bodisi na podlagi lastnih potreb bodisi na podlagi izkušenj iz tujine, kjer so na tem področju že malce pred nami. Kadrov s temi znanji ne moremo dobiti neposredno z univerz, ker jih te še ne producirajo, tako smo v veliki meri odvisni od internih izobraževanj. NLB že sodeluje z akademsko sfero, tako da bodo z našimi spoznanji in potrebami seznanjeni tudi tisti, ki ustvarjajo izobraževalne programe na fakultetah. Banka tako načrtuje izvedbo poletne šole za študente v okviru Centra inovativnega podjetništva (CIP), katerega tema bo sodobno bančno poslovanje. Pri izvedbi bodo sodelovale različne izobraževalne ustanove: fakulteta za računalništvo in informatiko, fakulteta za matematiko in fiziko, celo naravoslovnotehniška fakulteta z oddelkom za tekstil in oblikovanje. Tako bomo z reševanjem resničnih praktičnih primerov mi dobili potrebno znanje, fakultete pa vpogled v to, katera znanja so potrebna za razvoj sodobnega digitalnega bančništva.

Za poslovni uspeh je potreben tudi spanec

Spanje vpliva na celostno delovanje človeškega telesa: na razpoloženje, pozornost, telesno zmogljivost, metabolizem, delovanje imunskega sistema in raven stresa. Posledice premalo spanja so lahko dramatične, zato je zelo pomembno, da se znamo kakovostno spočiti.

BESEDILO: Ela Primožič **FOTO:** Shutterstock



JANEZ HUDOVERNIK, certificirani mednarodni coach, poleg sproščanja, meditacije in telesne aktivnosti za obvladovanje stresa prisega na pravilno prehrano in zadostno količino spanca. Poleg tega je pri tem zelo pomembno, da si menedžerji in drugi zelo zaposleni ljudje vzamejo čas zase in svoje hobije, saj se tako lahko napolnijo z energijo na več ravneh. »Uspešni ljudje so tisti, ki imajo hobi za svoj poklic in jih to navdaja z energijo in motivacijo. Če pa niste tako srečni, potem so hobiji način uravnavanja, uravnoveženja vašega življenja in kot taki nujni. Ob njih pogosto pozabimo na čas; tako nas transformirajo v neko spremenjeno stanje, ki ga naše telo in duh potrebuje za polnjene baterij,« pojasni Janez Hudovernik.

VPLIV NA VSE VIDIKE NAŠE OSEBNOSTI

Spanje ima vpliv na vse vidike naše osebnosti, pomanjkanje spanca pa ima lahko usodne posledice, saj prinaša slabšo koncentracijo in spomin; poviša se raven stresnega hormona kortikosteroida, ki je povezan z jezo in razdražljivostjo, poviša se tveganje za debelost in diabetes; zaradi neprespanosti upadejo ravni hormona leptina (hormon, ki zavira lakoto – če ga ni dovolj, ne vemo, kdaj smo siti); narastejo ravni grelina (hormona, ki spodbuja lakoto) in posledično čutimo večjo potrebo po hrani; neprespanost velikokrat prinaša tudi negativen pogled na svet, slabše delovanje imunskega sistema, pospešeno staranje kot posledico pomanjkanja ravnega hormona, ki se sprošča pri globokem spancu; poveča se verjetnost za nastanek rakavih obolenj in srčno-žilnih bolezni. »Kronično pomanjkanje spanca kar trikratno poveča verjetnost za nastanek tovrstnih bolezni, poleg tega pa se za 15 odstotkov poveča verjetnost za smrt zaradi kateregakoli razloga, če spimo redno manj kot pet ur na noč,« pove sogovornik in doda: »Če dva tedna spimo manj kot šest ur na noč, naša delovna uspešnost pade na raven nekega, ki ni spal 24 ur. Pomanjkanje spanja negativno vpliva na koncentracijo in sposobnost odločanja.«

KOLIKO JE DOVOLJ?

Strokovnjaki priporočajo vsaj 7–8 ur spanja, nekateri potrebujejo več, drugi manj. A manj kot 6,5 ure na noč vodi k psihosomatskim težavam. »Najnovejše raziskave so pokazale, da je tudi pri spanju zlati rez, torej optimalna količina, vsaj za večino ljudi. Izkazalo se je, da je to pri približno sedmih urah in pol. Za večino ljudi velja, da en spalni cikel traja v povprečju 90 minut. Sestoji se iz štirih ne-REM in enega REM stanja, ki mu pravimo tudi sanjanje (REM = rapid eye movement; hitro premikanje oči). To stanje je na koncu cikla, in če vas takrat prebudi ura, se boste lažje zbudili, kot če vas zbudi v ne-REM stanju,« je pojasnil Janez Hudovernik.

NE SAMO KOLIČINA, TUDI KAKOVOST

S pomočjo nekaterih nasvetov, ki jih najdete v okvirju, lahko vplivate na kakovost vašega spanca. Hudovernik poudarja pomen dnevne svetlobe, večkratnih krajših odmorov čez dan in pravilne prehrane. Poleg tega priporoča meditacijo, jogo in EFT kot ene najboljših metod sproščanja: »Učinke joge in meditacije so dokazali v številnih študijah. Omenil bi tudi metodo EFT – tehniko doseganja čustvene svobode. Temelji na spoznanjih tradicionalne kitajske medicine in stimuliranju meridianov. Je učinkovita, kratka (traja lahko tudi samo nekaj sekund, običajno okoli 3 minute), rezultati pa so presenetljivi. V Sloveniji je kar nekaj certificiranih trenerjev, pri katerih se lahko naučite te tehnike.«

KULTURA DELAVNOSTI, A NA ŠKODO ZDRAVJA

Pri nas je tako kot drugje po Evropi treba biti ves čas odziven, na voljo za službene dolžnosti in za stranke. Zato si jemljemo tam, kjer menimo, da lahko – pri spanju. »Ljudje se sploh ne zavedajo, kakšno škodo si s tem delajo. Pomanjkanje spanja vpliva na našo sposobnost sprejemanja odločitev, reakcijski čas, zavedanje situacije, spomin, komunikacijo. Te sposobnosti se hitro zmanjšajo za 20, pa tudi do 50 odstotkov. Podobno kot se to spremeni pod vplivom alkohola.

Zakaj torej še vedno toleriramo premalo spanja in ljudi, ki se hvalijo, kako malo spijo, celo občudujemo?« se sprašuje Janez Hudovernik.

Kako torej spremeniti slabe spalne navade? »Prvi korak je ozaveščanje. Drugi korak je preganjanje tistih, ki spijo premalo, podobno kot preganjamo alkoholizirane voznike na cesti. Nekateri države v ZDA že imajo zakone, kjer vas lahko kaznujejo zaradi pomanjkanja spanca,« pojasnjuje Hudovernik in predlaga, da damo spanju nov statusni simbol: »Če smo včasih občudovali ljudi, ki so se hvalili, da spijo po štiri ali pet ur na noč, bi se jim danes morali izogibati. Ljudje lahko preživimo z manj spanja, ne moremo pa uspeti.«

Zato si, če ste včeraj spali 5 ur in pol, danes privoščite 15 minut več, naslednji dan še dodatnih 15 minut in tako naprej, dokler ne pridete na zeleno in optimalno število ur. Vaše telo, vaše zdravje, vaša okolica in vaše podjetje vam bodo hvaležni. Torej, več spimo!

KDO SPI NAJMANJ?

Po raziskavah Gallupovega inštituta več kot 40 odstotkov Američanov občuti pomanjkanje spanja, kar 60 odstotkov Britancev spi manj kot 7 ur v povprečju na dan, enako velja za več kot tretjino Nemcev in kar dve tretjini Japoncev. Danes z uporabo raznih merilcev (npr. z zapestnico Jawbone) lahko spremljamo, koliko ljudje spijo. Avtorica Arianna Huffington v svoji najnovejši knjižni uspešnici *The Sleep Revolution* navaja naslednje podatke: prebivalci Tokia so na prvem mestu po najmanjši količini spanja s 5 h in 45 min na noč, prebivalci Seula spijo v povprečju 6 h in 3 min; tisti v Dubaju 6 h in 13 min; Singapurju 6 h in 27 min; v Hong Kongu 6 h in 29 min ter v Las Vegasu 6 h in 32 min.

Nujen element posla

Pri poslovnih dogovorih olika in bonton vplivata tudi na uspeh. Bonton torej ni le lepa (pre) obleka posla, ampak tudi njegov nepogrešljivi del.

BESEDILO: Davor Topler **FOTO:** GettyImages

ŽE VČASIH JE VELJALO, da izražamo s točnostjo tudi spoštljivost. V poslovnem svetu velja to tudi danes. Čas trajanja sestanka, za katerega se dogovorimo, ni izbran naključno. Imejmo v mislih, da imajo tudi drugi najverjetneje poln urnik in nimajo preveč časa. Tudi pet minut zamude ali pa deset minut daljši sestanek lahko pomeni veliko za poslovnega človeka in to moramo upoštevati. Točnost sporoča marsikaj o našem dojemanju posla in sogovornika, zato ni le obveza, ampak tudi sporočilo poslovnemu partnerju. Kar pomislimo: ali res zaupamo partnerju, ki nas pusti vsakič čakati pred svojimi vrati, ker je zaseden z drugimi opravki?

70 ODSOTKOV PRILOŽNOSTI ZA DOBER VTIS

»Poslovnež samo 30 odstotkov svojega časa ne komunicira s svojimi poslovnimi partnerji,« ugotavlja Zlatko Mihaljčič v svoji knjigi Poslovno komuniciranje. 70 odstotkov časa imamo torej na voljo zato, da izkoristimo svoje priložnosti v komuniciranju.

Prva se ponuja že ob prvem stiku. Imejmo v mislih, da nikoli več ne bomo imeli druge priložnosti, da naredimo prvi vtis. S podrobnostmi lahko naredimo razliko. Tako je na primer vljudno, da poslovnega partnerja ali partnerje pričakamo že pri vходу v podjetje in ne za svojo delovno mizo v pisarni. V manjšem podjetju to opravimo sami, v večjih lahko to opravi tudi kdo od sodelavcev.

Še ena drobna gesta, ki pa jo praviloma opazi vsakdo, je rokovanje. Osnovno pravilo pri pozdravljanju, poslavljanju ali sklepanju posla je preprosto. Roko ponudi najprej tisti, ki je v danem trenutku višje na družbeni lestvici oziroma je pobudnik srečanja. Stisk roke naj bo kratek, odločen, toda ne premočen.



VLJUDNO TUDI NA SPLETU

V času digitalizacije je elektronsko sporočilo postalo enakovredna oblika poslovne korespondence. Vljudnost, spoštljivost in ustrezna kultura vedenja so tudi v elektronskem komuniciranju obvezni. Pri besedilu moramo imeti v mislih specifiko elektronske pošte: odstavki so praviloma krajši, sporočila pa res jedrnata in razumljiva. Večje pripombe, pri katerih nismo prepričani, ali jih bo prejemnik lahko nemoteno dobil v svoj nabiralnik in odprl, raje naložimo na odložišče na spletu (npr. WeTransfer ali Dropbox) in posredujemo v elektronskem sporočilu le povezavo nanje. Vključimo tudi podpis, v katerem so vnaprej pripravljeni tudi naši kontaktni podatki.

Če česa ne želimo napisati ali pa če smo nagnjeni k reakcijam v afektu, moramo pomisliti, preden kliknemo na gumb »Pošlji«. Neuporaba velikih začetnic, pogovorni jezik, uporaba neformalnih kratic in smeškov kažejo na neprimerno poznavanje bontona in niso primerni za poslovno korespondenco.



SEDEŽ, ŽEJA IN OMREŽJE

Pozornost lahko pokažemo tudi tako, da namenimo gostu prostor z lepšim pogledom in ga prostorsko ne stiskamo v kot. Če sedimo za mizo z enim gostom, mu po navadi ponudimo sedež nasproti ali na svoji desni.

Današnji poslovni sestanki so vedno bolj povezani z uporabo sodobne tehnologije za različne predstavitve, sedežni red nam večkrat narekuje prav spremljajoča tehnična oprema. V teh primerih se prilagodimo tako, da imajo gosti boljši pogled na projekcijo. In ko smo pri tehnologiji: če na sestankih uporabljamo računalnik, se potrudimo in samoiniciativno ponudimo partnerju geslo za dostop do brezžičnega omrežja. Mnogi poslovneži bodo sicer vljudni in si bodo svojo dostopno točko z mobilnim telefonom uredili sami, a prav mogoče je, da bodo potihem škripali z zobmi, če bodo morali to početi, medtem ko bomo mi po spletu že brskali po dokumentih, o katerih se imamo namen pogovarjati.

Internet pa seveda ni edina stvar, ki jo lahko ponudimo. Vsakdo je bil že kdaj žejen na sestanku pri poslovnem partnerju. Spomnimo se na to, ko bomo naslednjič v vlogi gostitelja. Vnaprej lahko pripravimo vodo ali sokove, če ponujamo kavo, pa to opravimo v začetnih minutah, torej preden se lotimo resnega pogovora.

NAJ GOVORI POSEL

Pri sklepanju poslov pride do izraza ustrezna komunikacija, pri kateri ni prostora za leporečenje in dolgovezenje. Zato je pomembno, kako jasno in

kako hitro povemo bistvo. Med pojmom govoriti in povedati je velika razlika, ki mora biti pri poslovnem komuniciranju še toliko bolj definirana in upoštevana. Manj je pogostokrat več, sogovorniku poskusimo posredovati ravno pravi količino informacij ter obenem poskrbeti, da jih slednji jasno razume.

Pomembno je tudi, kako govorimo. Raziskave kažejo, da ima v poslovnem govoru neposreden pomen besed le 7-odstotni delež v skupnem sporočilu, navaja v že omenjenem delu Mihaljčič. Zvočna raven govora – višina in barva glasu, glasnost – naj bi vplivala na celosten vtis sporočila z 38-odstotnim deležem. Nebesedno komuniciranje – drža, gibi, mimika, obleka, vonj – pa naj bi predstavljalo kar 55 odstotkov sporočila.

POSLOVNI ODNOS VODI K POSLOVNI POGODBI

Govor je le del komunikacije. Enako pomembno je tudi, ali znamo poslušati in se primerno odzivati. Bojana Košnik v svoji knjigi 24 ur poslovnega bontona na primer posebej poudarja, da moramo znati na sestankih ne le govoriti, ampak tudi pustiti sogovornika do besede. Ne silimo v ospredje za vsako ceno in sestankov nikoli ne začnemo negativno. Če se naše mnenje ne ujema z mnenjem našega sogovornika, se ne smemo razburjati, temveč poskusimo sogovornika prepričati z argumenti. Hkrati sledimo njegovim besedam in mu dajmo to vedeti ne le z govorom, ampak tudi s pogledom in z umirjeno gestikulacijo.

Cilj, uspešen dogovor, pri katerem bomo na koncu vsi zadovoljni, moramo imeti ves čas pred seboj. Umirjena samozavest je pri tem vsekakor dobra, a zavedajmo se, da se z vedenjem ne smemo postavljati v vlogo človeka, ki ima absolutno premoč, tudi če menimo, da so močnejše karte v naših rokah. Upoštevajmo, da je bonton nujen element posla, in se tako tudi vedimo. Ne glede na to, ali gre za predstavitev, poslovno ponudbo ali pa pogajanja – tudi ta so pač del posla –, bo le vljudno in premišljeno izraženo sporočilo prišlo do sogovornika na primeren način in doseglo želene cilje.

Kava na kavo palača

Družinsko podjetje Simplygood iz Škofje Loke morda poskrbi tudi za vaš odmerek kofeina. Mrežo prodajnih avtomatov s kavo in prigrizki oskrbujejo že 21 let. A začeli niso z mrežo, gradili so jo izjemno preudarno – kavo za kavo, avtomat za avtomatom.

BESEDILO: Denis Vičič **FOTO:** Shutterstock

KO V KAVNI AVTOMAT vstavimo nekaj kovancev, da bi iz njega pri-tekla temnorjava tekočina, običajno ne pomislimo, kaj vse je potrebno, da se to zgodi. Nekdo mora kavni avtomat najprej izdelati, drugi kupiti in ga namestiti. V njem mora biti vedno na voljo dovolj kave, dovolj mleka in drugih surovin – in vse mora biti sveže, vse mora delovati brezhibno. Podobno je pri avtomatih s prigrizki.

Seveda, ko je teh prodajnih avtomatov le peščica, težav ni. A ko se njihovo število neprestano večja, človek lahko preprosto »izgubi glavo«. Katerega je že uredil? Katerega še mora? Kaj pa, če se medtem morda kateri pokvari? Bo treba katerega morda odstraniti, ker potrošniki ne bodo zadovoljni? Se ta posel sploh izplača?

NA NASLEDNJO STOPNICO ŠELE POVSEM PRIPRAVLJENI

Stane Guzelj in Jerneja Sever, soustanovitelja družinskega podjetja Simplygood, sta – kot kaže – na vse izzive te izjemno zahtevne storitvene dejavnosti našla prave odgovore. Vsak korak njune podjetniške poti sta skrbno premislila.

»Prvi avtomat smo postavili v domači Škofji Loki. Nismo jih naenkrat postavili sto, ampak smo se širili postopoma. Novih smo postavili le toliko, da smo zanje še lahko hitro in ustrezno poskrbeli,« pravi Jerneja Sever.

Z zanesljivostjo so si pridobili zaupanje pri strankah, kar jim je odpiralo vrata do novih sodelovanj. Tako so korak za korakom prišli do upravljanja kavnih avtomatov na območju Gorenjske in Ljubljane.

Znanje, ki so si ga v 21 letih pridobili, so unovčili tudi zunaj svojega matičnega okoliša, in sicer kot partnerji različnih podjetij, ki ponujajo izdelke iz prodajnih avtomatov in kavo za na pot. Za nasvet, kako stroje še izboljšati, katere tehnologije bi bilo vanje dobro vgraditi, jih pobarajo celo izdelovalci prodajnih avtomatov.

ZGLED IZ JAPONSKE

Ko sta Škofjeločana v začetku devetdesetih začela s poslom, so bili prodajni avtomati v Sloveniji prava redkost. Stane Guzelj je slutil, da ne bo vedno tako. »Že sredi osemdesetih sem na Japonskem videl, kako uporabni so lahko. Trgovine so se tam zaprle ob petih popoldan, na prodajnih avtomatih, ki so bili nameščeni ob trgovini, pa je bilo 24 ur na dan možno dobiti skoraj vse, kar je bilo naprodaj v prodajalni.«

Po temeljiti analizi trga sta s partnerko ugotovila, da bi bilo ta sistem prodaje možno uvesti tudi pri nas. Danes za kakovost izdelkov v prodajnih avtomatih Simplygood skrbi več deset zaposlenih. Delo jim je izjemno olajšala informatika, pravi Jerneja Sever. »Mislim, da smo bili v Sloveniji med prvimi, ki smo vpe-ljali sistem dlančnikov, s katerimi beležimo podatke o vsakem artiklu v prodajnem avtomatu. Zbiranje podatkov danes omogočajo tudi avtomati sami, saj imajo za to vgrajene elektronske komponente.«





”

Za nasvet, kako stroje še izboljšati in katere tehnologije vanje vgraditi, jih pobarajo celo izdelovalci prodajnih avtomatov.

GOSPODARSKA KRIZA, MANJ POPITE KAVE

Po širitvi priljubljenosti in uporabe prodajnih avtomatov med leti 2003 in 2007 je konec leta 2008 in v začetku leta 2009, ko so tudi slovenska podjetja občutila vpliv svetovne finančne in gospodarske krize, podjetje Simplygood prešlo v izjemno težavno obdobje. »Naše poslovanje temelji na prodajnih avtomatih, postavljenih v proizvodnih podjetjih. Ta podjetja so v krizi preprosto obstala,« pojasnjujeta. Ko nekatere tovarne sploh niso poslovale, druge pa so zmanjšale število zaposlenih, je padla tudi prodaja napitkov in drugih izdelkov iz avtomatov.

Velik zalogaj je bil tudi prehod s tolarjev na evre, se spominjata. »V avtomatih je bilo treba reprogramirati ali celo zamenjati plačilne sisteme. Na vsakega od avtomatov je moral serviser zato večkrat. A smo zmogli, ne da bi v tem obdobju morali izklopiti avtomate.«

Uvedba evra sicer podjetje »tepe« še danes. Medtem ko so stranke prej plačevale s tolarскими bankovci, je sedaj velika večina nakupov opravljenih z evrskimi kovanci. »Ali veste, kakšne ogromne provizije so, ko nesete na banko položiti kovance? Samo zaradi teh provizij smo menjali banke.«

PREPROSTO DOBRO PODJETNIŠTVO

Spravo cenovno politiko je podjetju Simplygood uspelo doseči okrog tri milijone evrov prihodkov na leto. A lastnika uspešno poslovanje zanima predvsem zaradi skrbi za zaposlene. »Smo družini prijazno podjetje. Precej skrbimo za to, da imamo kakovosten kader, da ni fluktuacije. Nekateri so z nama že vse od začetka.«

Pristni odnosi so za Staneta Guzlja in Jernejo Sever pomembni tudi pri poslovanju z banko. Tudi zato sta že vse od vpisa v Ajpes tudi stranki NLB. »Osebe, ki v NLB banko komunicirajo s podjetji, so ključne. Poslovanje z banko ohranjamo predvsem zaradi njihovega korektnega odnosa in zanesljivosti,« pravita.

Podjetnika, ki za vse, kar je možno, poskrbita z uporabo informacijske tehnologije, sta zadovoljna tudi z elektronskim poslovanjem. »Uporabljamo NLB Proklik. Povsem smo se ga navadili, saj je preprost, zanesljiv in varen.«

**SEBASTJAN SITAR**

je podjetnik in vodja projekta Sipaboards. Ekipa je v svojem prvem letu uspešno zbirala sredstva množičnega financiranja, osvojila nagrado Red Dot za oblikovanje in pritegnila pozornost mednarodnih investorjev.

Poslovne poti so dolge

Slovenija ni majhna država. Imamo pamet, znanje in tehnologijo. Konkurenčni smo lahko na vseh trgih, a le, če se bomo tega zavedali in sodelovali.

FOTO: Marko Delbello Ocepek

344.638 AMERIŠKIH DOLARJEV. Več kot 300.000 evrov, če preračunamo v našo domačo valuto. To je znesek, ki se da preverjeno zbrati v manj kot dveh mesecih na globalni platformi množičnega financiranja Kickstarter. Kako? Z dobro zamisljivo, s primerno predstavitevjo in predvsem s prepričljivimi argumenti za podpornike, ki ti morajo verjeti, da boš idejo tudi resnično realiziral, potem ko ti bodo zaupali svoj denar.

Kako to vem? Ker smo z ekipo Sipaboards približno pred enim letom zbrali natančno tisti znesek iz uvođa za projekt »supa« z električnim motorjem. Z našo idejo za desko, na kateri se vesla stoje (in za katero se je tudi pri nas uveljavil tuji izraz, izpeljan iz opisa športa, ki osvaja svet z imenom »stand up paddling«), smo dosegli lepo številko. Nismo podrli slovenskega rekorda s Kickstarterja, FlyKly z inovatorjem Nikom Klanškom je že pred nami za pametno kolo presegel

celo mejo 700 ameriških tisočakov. Smo pa krepko presegli svoj cilj in hkrati dobili spodbudo in osnovo, da smo razmišljali naprej. V času pisanja teh vrstic smo tudi za naš drugi projekt, samonapihljivi sup, že zbrali krepko čez 100.000 evrov.

Kaj vse pomeni teh več kot štiri-sto tisočakov, zbranih po vsem svetu, od Avstralije do Združenih držav Amerike? Z našo zgodbo, še posebej, ker zdaleč ni edina slovenska, bomo upam pomagali ovreči vrsto stereotipov, ki so žal ponekod še vedno zasidrani in

ne pripomorejo k rasti našega podjetništva in tudi gospodarstva v celoti. Na primer tiste o Sloveniji, ki je menda premajhna, da bi iz nje prodrli v svet. Pa tiste, da nihče ne bo pripravljen plačati višjega zneska za izdelek, ki je plod slovenskega znanja. Take predstave so seveda zmotne. Vrsto podjetij poznamo, ki uspešno zastopajo našo državo na mednarodnih trgih. Že pogled na seznam gostov, na menedžerje in podjetja na NLB-jevih poslovnih in finančnih forumih kaže, da imamo pamet, znanje, tudi tehnologijo, da smo v svetu konkurenčni.

A to je le začetek. Platforme, kakršna je Kickstarter, niso nikakršen čudežni poligon, na katerem bi se cedila med in mleko. Denar, ki se tam zbere, ne zagotavlja brezskrbnega uživanja, razkošja, brezdelja. Nasprotno. Je le prvi korak na poti vzdržne, stabilne in dolgoročne poslovne poti, ki si jo gotovo želimo v vsakem podjetju. Ampak tako kot naš električni motor ne more voditi deske po vodah brez veslača, tudi podjetja ne morejo sama priti do želenih ciljev. V poslu moramo sodelovati. V naši ekipi ne mislimo, da imamo v rokah čudežno paličico in da lahko vse opravimo sami.

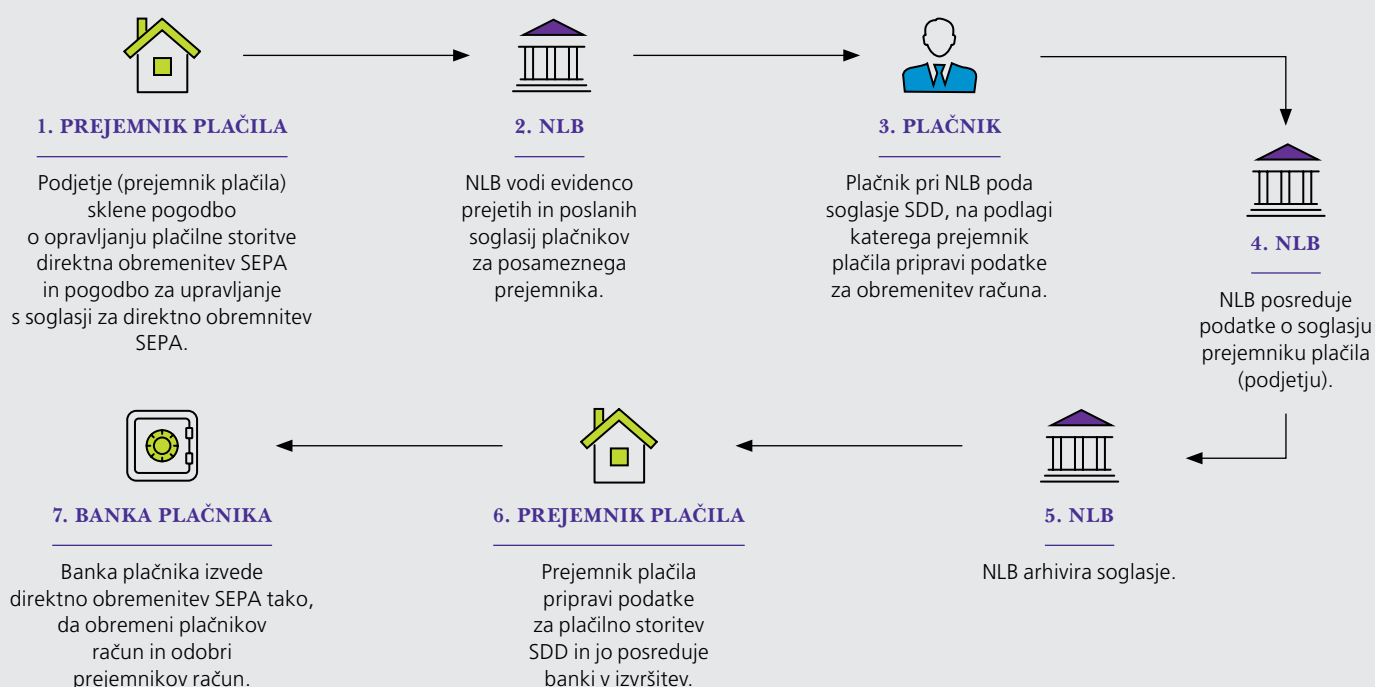
Tako kot naša ekipa išče nasvete glede oblikovanja ali pa razvoja, ko česa ne znamo sami, tudi na finančnem področju zato iščemo nasvete strokovnjakov. Prepričan sem, da bodo v prihodnosti uspešni prav projekti, pri katerih bomo vsi veslali v isto smer: podjetniki z idejami, država s poslušom za posel ter banke s svojimi produkti in storitvami, z znanjem in izkušnjami. Veseli me, da se v Sloveniji tudi zadnje danes kaže bolj, kot se je morda v preteklosti.

”

Platforme za množično financiranje niso nikakršen čudežni poligon, na katerem bi se cedila med in mleko.

Direktna obremenitev

Če vaše podjetje zaračunava naročnine in mesečne storitve ali če želite kupcem ponuditi obročno odplačevanje blaga in storitev, se lahko odločite za direktno obremenitev SEPA. NLB lahko v imenu podjetja tudi pridobiva in upravlja soglasja za plačevanje mesečnih ali enkratnih obveznosti. Storitve omogoča preprosto poslovanje, prihranek časa in denarja ter boljše načrtovanje in zagotavljanje prilivov.



KAJ JE SDD?

Direktna obremenitev SEPA, s kratiko SDD (SEPA Direct Debit), omogoča podobno kot nekdanji trajni nalogi »avtomatična plačila kupcev«. Plačniki oddajo soglasje za SDD, podjetje (prejemnik plačil) pa na osnovi soglasja oblikuje plačilno transakcijo in jo posreduje banki v izvršitev.

Tak način plačila velja do preklica soglasja. SDD se da uporabljati pri plačilih doma in v tujini, pri poslovanju s fizičnimi osebami (prek Osnovne CORE sheme SDD) in podjetji (prek medpodjetniške B2B sheme SDD).

KAJ LAHKO UREDI NLB?

- Banka lahko pridobi in upravlja soglasja za SDD fizičnih oseb – potrošnikov (ne glede na to, v kateri banki imajo odprt račun) in pravnih oseb (ki imajo račun odprt v NLB) za plačevanje mesečnih in enkratnih obveznosti do podjetja.
- Podjetju posreduje podatke o soglasjih in te podatke tudi hrani.
- Pogodbo za upravljanje soglasij SDD lahko podpiše tudi podjetje, ki izvaja SDD prek druge banke – v tem primeru se prejemnik plačil in NLB dogovorita o načinu izmenjave datotek prek NLB izmenjave datotek.

KORISTI ZA PODJETJA

- Stabilnejši denarni tok.
- Boljše načrtovanje prilivov.
- Storitve se izvajajo vsak bančni delovni dan, ki je hkrati delovni dan plačilnega sistema.
- Prihranek časa.
- Možnost preverjanja, ali račun plačnika omogoča izvajanje SDD.

DODATNE INFORMACIJE

www.nlb.si/direktne-obremenitve-sepa-prejemniki-placil



Vse za podjetne na enem mestu

Dobrodošli v Centru inovativnega podjetništva na Trgu republike 2 v Ljubljani! Vsem podjetnikom in tistim, ki boste to šele postali, nudimo vsaj **5** razlogov, da nas obiščete:

- ustanovitev podjetja in odprtje poslovnega računa na enem mestu;
- strokovno individualno svetovanje pri nastajanju, razvoju in rasti podjetja;
- brezplačno uporabo vsaj **7** prostorov za individualno delo, sestanke, delavnice in poslovna srečanja;
- letno najmanj **45** seminarjev, konferenc in drugih dogodkov ter več kot **27** izobraževalnih programov o podjetništvu, financah in še čem;
- predstavitev inovativnih izdelkov na **2 x 4** m velikem prostoru v podjetniški galeriji.

Vabljeni vsak dan od ponedeljka do petka od 9.00 do 17.00.

Povezujemo podjetne.

