

Veter



12.

konferenca MSP:

TRAJNOSTNO POSLOVANJE IZ TEORIJE V PRAKSO

UMETNA INTELIGENCA V TRGOVINI

Priznanje POMLADNI VETER



KAZALO



VETER

Izdajatelj: GZS - Podjetniško trgovska zbornica
T: 01 58 98 312,
 Dimičeva 13, 1504 Ljubljana,
 ptz@gzs.si, www.gzs.si/ptz

Odgovorna urednica: mag. Vida Kožar
Urednica: Vida Petrovčič

Uredniški odbor:

Vida Petrovčič,
 mag. Vida Kožar, GZS PTZ,
 Damjana Sever, BTL Marketing d.o.o., članica,
 Marko Prijon, Conrad Electronic, član

Tisk: TISK 24 d.o.o.

Prelom in priprava za tisk: BTL marketing d.o.o.,
 zanj Igor Kogelnik

CGP: Darja Brečko Poženel

Naklada: 2.000 izvodov

Fotografije: Tadej Kreft, arhiv GZS, osebni arhiv,
 Vida Petrovčič

Fotografija na naslovnici: iStock

Glasilo je brezplačno.

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



PTZ Priložnost
 Tradicija
 Znanje
 PODJETNIŠKO TRGOVSKA ZBORNICA

Gospodarska
 zbornica
 Slovenije

UO PTZ je 4. junija 2024 potrdil sestavo Programskega odbora 12. konference MSP v naslednji sestavi:

1. Ana Struna - Bregar, CER Partnerstvo za trajnostno gospodarstvo, vodja
2. Trivo Krempl, AJM OKNA-VRATA-SENČILA d.o.o.
3. Branka Drnovšek Adamlje, ADAMLJE 3, d.o.o.
4. Kaja Kramar, B & B, d.o.o.
5. Damjana Sever, BTL Marketing d.o.o.
6. mag. Mojca Kunšek, Futura planet, Mojca Kunšek, s.p.
7. Roman Budna
8. Saša Podpeskar, SID banka, d.d.
9. Iztok Pustatičnik, NLB d.d.
10. mag. Martina Resnik, AJPES
11. mag. Vida Kožar, direktorica PTZ



mag. Brane Lotrič

KAKO BOMO MALA IN SREDNJA PODJETJA UDELEŽENI V TRAJNOSTNEM POROČANJU?

Letošnja konferenca MSP, ki je združila podjetnike, strokovnjake in predstavnike državnih institucij, je prinesla številne informacije za mala in srednja podjetja. Osrednja tema dogodka je bilo trajnostno poslovanje in prilagajanje novi zakonodaji, ki že vpliva na poslovno okolje v Sloveniji in širše v Evropi.

V ospredju razprav je bila CSRD Direktiva o trajnostnem poročanju, ki jo je Evropski parlament sprejel kot del prenove pravil za večjo preglednost in trajnostno poslovanje podjetij. Nova pravila določajo, da morajo poročati podjetja z več kot 500 zaposlenimi in prihodki nad 150 milijonov evrov ali tista z več kot 250 zaposlenimi ter prihodki nad 40 milijonov evrov, če vsaj 50 % prihodkov ustvarijo v okoljskih občutljivih panogah.

Za MSP, ki kotirajo na borzi, bo poročanje obvezno od leta 2027, medtem ko bodo manjša podjetja še vedno imela možnost prostovoljnega poročanja. A tudi tista, ki ne bodo neposredno zavezana, se bodo zaradi zahtev večjih podjetij in finančnih institucij s katerimi sodelujejo vse bolj soočala s pričakovani poročili glede trajnostnega

poslovanja. Poročanje bo postalo dodaten znak kakovosti.

Veliko pozornosti je pritegnil Omnibus paket, ki ga je predstavil Ben Butters iz Eurochambersa. Ta sveženj ukrepov Evropske komisije si prizadeva zmanjšati administrativna bremena za podjetja.

Ob zaključku konference smo že tradicionalno podelili priznanje "Pomladni veter", ki ga prejme posameznik ali organizacija, ki je pomembno prispevala k razvoju podjetniškega okolja v Sloveniji. Ta simbolna nagrada je opomnik, da inovacije, vztrajnost in povezovanje prinašajo uspeh ne le posameznikom, ampak celotni skupnosti.

Revija Veter vam s ponosom prinaša ključne poudarke konference, ki potrjujejo, da je prilagajanje trajnostnim

usmeritvam nujno, a hkrati priložnost za dolgoročno stabilnost in rast podjetij. Kljub temu, da trajnostno poročanje pomeni dodatno administrativno delo, je pomembno, da MSP ne dojemajo trajnostnega poročanja kot zgolj birokratske obveznosti, ampak kot izziv k večji preglednosti, zaupanju in konkurenčnosti na trgu.

Z odgovornim in premišljenim pristopom bomo skupaj gradili prihodnost, v kateri bo trajnostnost ne le nuja, ampak tudi priložnost za razvoj in uspeh slovenskih podjetij.

Zavedajmo se, da smo MSP prilagodljiva podjetja in tudi tokrat bomo zmogli korak vstric z napovedanimi spremembami.

mag. Brane Lotrič
predsednik UO PTZ



Ana Struna Bregar

LEKCIJE IZ ZGODOVINE FINANČNEGA POROČANJA

Ko se je v začetku 20. stoletja začela standardizacija finančnega poročanja, je naletela na močan odpor. Številne države so ji nasprotovale zaradi različnih lokalnih praks in strahu pred izgubo nadzora nad svojimi finančnimi sistemi ter bojazni pred višjimi stroški skladnosti. Danes je nekaj, kar je bilo nekoč odločno zavrnjeno, postalo ključno za ekonomsko stabilnost. Finančno poročanje zagotavlja transparentnost, zaupanje in pomaga podjetjem, vlagateljem ter regulatorjem pri sprejemanju informiranih odločitev.

Skozi zgodovino so velike družbene spremembe pogosto naleteli na odpor. Obstajajo politiki in podjetja, ki bi raje ohranili stare prakse, vendar je standardizirano poročanje o okoljskih in družbenih podatkih danes neizogibno, saj enako kot finančno poročanje pomaga pri sprejemanju boljših poslovnih odločitev. Mlajše generacije so danes bolj zagnane in odprte za trajnostne inovacije, a jih frustrira počasnost sistemskih sprememb. Starejši trajnost vidijo kot postopen razvoj, mladi pa kot nujno potrebo.

Trajnostno poročanje ni namenjeno zgolj "okoljskim aktivistom", temveč predstavlja praktično poslovno orodje, ki podjetjem, vlagateljem, odločevalcem in kupcem pomaga pri boljših

odločitvah. Direktiva CSRD potrebuje nekaj izboljšav in poenostavitev, vendar so njena temeljna načela pravilna.

Organizacije danes pogosto vlagajo več v trajnostno poročanje kot v trajnostne inovacije. To pomeni, da mnogi trajnost obravnavajo zgolj kot poročanje in ne kot dejansko preobrazbo. Vendar zgolj "izvajanje trajnosti" še ne pomeni, da so podjetja tudi bolj trajnostna.

Podjetja, ki trajnost vgradijo v svoje poslovne procese, dosegajo boljše trajnostne in finančne rezultate. Povezovanje trajnosti z poslovno vrednostjo je ključno. Podjetja, ki razumejo trajnost kot strateško prednost in ne zgolj kot obveznost, bodo tista, ki bodo dolgo-

ročno uspešna. Ne le zato, ker bodo lažje pridobivala financiranje, vlagatelje in kupce, ampak tudi zato, ker bodo boljše pripravljena na prihodnje izzive – od nihanja cen energentov in surovin do prilagajanja podnebnim spremembam ter ohranjanja in zaupanja delovne sile.

Ključno vprašanje, ki si ga moramo vsi zastaviti, ni **"Ali moramo poslovati bolj trajnostno?"**, ampak **"Kako lahko naredimo poslovanje bolj trajnostno?"**

Ana Struna Bregar,
izvršna direktorica CER
Partnerstvo za trajnostno
gospodarstvo

ZMERNOST – KLJUČNA VREDNOTA SEDANJOSTI IN PRIHODNOSTI



dr. Dan Podjed

» Jej, jej,« sem zastokal pri sebi, ko sem stopil na tehtnico in zagledal presenetljivo visoko številko. A namesto vzdihovanja bi si lahko svetoval nekaj bolj koristnega: »Jej manj – in živi bolj zmerno.«

Zmernost je vrednota, na katero pogosto pozabljamo, a bi jo lahko znova postavili na piedestal. Pravzaprav bi lahko ta preprosta beseda brez težav nadomestila celo pojem »trajnostni razvoj«. Ta fraza, ki jo je konec osemdesetih let vpeljala Svetovna komisija za okolje in razvoj pod vodstvom Gro Harlem Brundtland, je do danes že skoraj povsem izrabljena in pogosto brez prave vsebine. Kako je zbledela, se precej jasno pokaže, ko na predavanjih občinstvo vprašam, kdo ve, kaj sploh pomeni »trajnostni razvoj«. Le redki dvignejo roko – in tudi ti običajno niso povsem prepričani v svojo razlago.

Da gre za problematičen izraz, že dolgo opozarjajo tako teoretiki kot praktiki trajnostnega življenja. Tudi zato se se doslej pojavile številne poskusne zamenjave te besedne zveze: »kročnost« (a okoli česa naj bi sploh

kročili?), »zeleni prehod« (v kaj prehajamo in zakaj ravno v zeleno barvo?), »odrast« (ta kmete bega, saj so vajeni spodbujanja rasti), ali pa »vzdržnost«, ki pri nekaterih sproži precej nenavadne asociacije o spolnih praksah – oziroma njihovi odsotnosti.

V nasprotju s temi besedami pa je zmernost preprosta, razumljiva in blizu ljudem, hkrati pa jasno razloži, da nekdo živi po meri sebe, družbe, okolja, planeta ... Kot pravi Slovar slovenskega knjižnega jezika, je zmeren tisti, ki se drži prave mere, ne pretirava, ne zagovarja skrajnih stališč in se vede v sprejemljivih mejah – tudi pri prehrani. Jasno, kajne? A v preprostosti se skriva problem te besede. O njej je najlažje pridigati drugim, najtežje pa jo je živeti. Težko je reči »ne« drugemu kosu potice ali odložiti telefon, ko se po napornem dnevu zvališ v posteljo, čeprav si le nekaj ur prej drugim svetoval prav

to na predavanju in jim namignil, naj bo zadnje, česar se dotaknejo pred spanjem, živo bitje, ne pa zaslon.

Zato je dobro s tovrstnimi nasveti o vrednotah ravnati previdno, po pameti. Najbolje je seveda, če začnemo z njimi pri sebi, pometemo pred lastnim pragom in se držimo stare modrosti: besede so srebro, molk pa zlato. Da, tudi z besedami velja ravnati zmerno.

izr. prof. dr. Dan Podjed,
višji znanstveni sodelavec,
Inštitut za slovensko narodopisje,
ZRC SAZU

Ustanovitelj in izvršni svetovalec
EASA Applied Anthropology Network
www.applied-anthropology.com

Vodja projekta
Izolirani ljudje in skupnosti
v Sloveniji in na Hrvaškem



■ Besedilo: **ESTER FIDEL, GZS**

12. KONFERENCA MSP: TRAJNOSTNO POSLOVANJE IZ TEORIJE V PRAKSO

Brdo pri Kranju, 2. april 2025 – Letošnja, že 12. konferenca za mikro, mala in srednja podjetja v organizaciji Podjetniško trgovske zbornice (PTZ) pri Gospodarski zbornici Slovenije (GZS), je v središče postavila trajnostno poslovanje. Dogodek z naslovom Trajnostno poslovanje iz teorije v prakso je pritegnil več kot 90 udeležencev, saj je bil v luči predloga zakonodajnega paketa Omnibus izjemno aktualen. Sprejetje Omnibusa bi namreč poenostavilo trajnostno poročanje in zmanjšalo regulativna bremena za podjetja, zlasti za MSP. Na konferenci so podelili priznanje Pomladni veter, prejela ga je Ana Čermelj, generalna sekretarka Sindikata obrti in podjetništva.

Letošnja konferenca MSP je razgrnila širok nabor vsebin, povezanih s trajnostjo – od zakonodajnih okvirov, strategij, poročanja, prenosa trajnostnega poslovanja v realno prakso do trajnostnega komuniciranja in tudi nepoštenih poslovnih praks, zaokrožile pa so jih uspešne trajnostne

zgodbe nekaterih slovenskih podjetij. Še posebej pa je bila aktualna vsebina zakonodajnega paketa Omnibus 1, ki ga je pripravila Evropska komisija s ciljem izboljšanja poslovnega okolja in odprave administrativno obremenjujočih postopkov, ki podjetjem v EU otežujejo poslovanje.

Mag. Brane Lotrič, predsednik Upravnega odbora PTZ, je v uvodnem nagovoru izpostavil moč malega gospodarstva in pomembnost združevanja MSP-jev, ki se odraža tudi na tradicionalni konferenci MSP.



Ben Butters, glavni izvršni direktor Eurochambres, je najprej predstavil ključne aktivnosti na evropski ravni, ki so privedle do predloga zakonodajnega paketa Omnibus, pri katerem je bil zelo dejaven tudi Eurochambres (v njem ima svoje predstavnike tudi GZS). Predlog Omnibusa zasleduje cilje poenostavitve in zmanjšanja regulativnih bremen za gospodarske družbe glede trajnostnega poročanja in skrbnega pregleda, podaljšuje roke za dve leti ter zmanjšuje sedanjí obseg zavezanцев. Z njim Evropska komisija predlaga spremembe za administrativno razbremenitev gospodarstva v okviru Direktive o trajnostnem poročanju (CSRD), Direktive o skrbnem pregledu poročil o trajnosti (CSRDDD) in taksonomije.

Iz predloga Omnibusa izhaja, da bodo po CSRD zavezana k pripravi poročila o trajnosti velika podjetja, ki imajo 1000 zaposlenih in vrednost aktive nad 25 milijonov EUR ali čisti prihodek od prodaje nad 50 milijonov EUR. Gre za pomemben korak k razbremenitvi poročevalskih zahtev, saj bi bili tudi MSP-ji, ki kotirajo na borzi, izključeni iz obveznega poročanja o trajnosti po CSRD, zanje bi veljali prostovoljni standardi za poročanje.

Zaradi vseh predvidenih sprememb se predlaga zamik začetka obveznosti priprave poročil o trajnosti za 1 ali 2 leti, odvisno od velikosti zavezanцев. V okviru CSRDDD pa se predvideva tudi zamik roka za implementacijo v nacionalno zakonodajo za 1 leto. Vendar je za dokončno določitev začetka veljavnosti in uporabe potrebno sprejetje predloga na ravni evropskih zakonodajalcev. V treh dneh je aktualen predlog direktive "Stop-the-clock", ki začasno zadržuje uporabo določenih zahtev veljavnih predpisov glede poročanja o trajnosti in skrbnega pregleda podjetij. Obravnavala sta ga tako Svet EU kot

Evropski parlament. Cilj vseh strani je, da bo mehanizem "Stop-the-clock" čim prej sprejet.



Mag. Marko Djinović, izvršni direktor GZS, je predstavil aktivnosti GZS za poenostavitev trajnostnega poročanja in skrbnega pregleda, v okviru katerih se je že lansko pomlad izčistilo 60 konkretnih predlogov. GZS jih je naslovila na odločevalce na nacionalni in evropski ravni, kjer je tudi sicer ves čas dejavno vpeta. »Verjamem, da bodo tudi zaključki 12. konference MSP prispevali k oblikovanju pobud za olajšanje poslovanja malih in srednjih podjetij,« je zaključil Djinović.

Antropolog dr. Dan Podjed, višji znanstveni sodelavec Inštituta za slovensko narodopisje ZRC SAZU in izredni profesor na Filozofski fakulteti Univerze v Ljubljani, je v motivacijskem predavanju Od teorije trajnosti k praksi zmernosti: Prevrednotenje izraza za vsakdanjo rabo priporočil, da trajnostno poslovanje preoblikujemo v zmerno poslovanje, kar bo vsakdo razumel. »Z besedami imamo hude probleme, ker jih vsak dan uporabljamo, a jih ne razumemo,« je poudaril Podjed. V družbi obilja je težko živeti zmerno. Danes potrebujemo odklop od zaslonov, ker sreče ne najdemo v sebi, ampak ob sebi. Zato se moramo posvetiti človeku.



Prof. dr. Barbara Bradač Hojnik, redna profesorica za podjetništvo na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru in vodja Inštituta za podjetništvo in management malih podjetij, je v svojem izvajanju osvetlila izsledke raziskave GEM Slovenija 2024, ki ponuja vpogled v trajnostno podjetništvo. Mednarodna primerjava kaže, da slovenski podjetniki v veliki meri upoštevajo družbene posledice (87,3 %, Evropa 70,6 %), redkeje pa sprejemajo dejanske ukrepe za doseganje družbenih sprememb (31 %; Evropa 44,7 %). Tudi upoštevanje okoljskih posledic je med slovenskimi podjetniki močno prisotno (83,9 %; Evropa 71,1 %), medtem ko so dejanski okoljski ukrepi redkeje sprejeti (40,6 %; Evropa 56,6 %). Bradač Hojnik je poudarila, da če želimo podjetništvo, ki bo res gonilo trajnostne prihodnosti, potrebujemo preboj iz zavesti v ukrepanje, iz lokalnih praks v globalni kontekst in iz vrednot v strategije.

Mojca Markizeti, strokovnjakinja na področju trajnosti, ustanoviteljica Improve X Advisory, je predstavila trajnost in ESG iz zakonodajnega in strateškega vidika ter osvetlila razloge za integracijo trajnosti v razvojni koncept podjetja. Vsako podjetje mora oceniti tveganja in raziskati priložnosti. Kljub nekaterim skepsam namreč mnoge študije in raziskave kažejo, da so dejavniki ESG pomembni za dolgoročni uspeh podjetja. 92 % vlagateljev se je strinjalo, da so podatki ESG pomembni za oceno dolgoročnih finančnih obetov podjetij in 88 % jih je menilo, da je treba podatke o ESG obravnavati enako strogo kot finančne podatke. Kar 85 % podjetij je odvisnih od narave oziroma naravnih virov in vse več študij prihaja do enakega izračuna: 1 °C segrevanja pomeni 12 % padec BDP-ja.

Žiga Čebulj, CER Partnerstvo

za trajnostno gospodarstvo, je predstavil- moč trajnostnih podatkov za poslovni uspeh. Po trajnostnih podatkih sprašujejo mnogi deležniki – od kupcev, potrošnikov, finančnih institucij, zaposlenih, investitorjev, medijev ... Poudaril je, da so podatki o trajnosti hkrati podatki o poslovni učinkovitosti in uspešnosti podjetja. Predstavil je tudi koristi certifikata Green Star, ki ga ima vse več podjetij, saj pomaga obvladovati poslovna tveganja, krepi konkurenčni položaj podjetja, izboljšuje dostop do finančnih trgov, dviguje ugled in kredibilnost, povečuje učinkovitost poslovanja, niža stroške in pripravlja podjetja na zahteve nefinančnega poročanja.

Miran Vičič, vodja sektorja Statistike in informiranja na AJPes, je predstavil ključne zakonske spremembe na področju oddaje letnih poročil malih in srednjih podjetij ter krajšo analizo poslovanja slovenskih podjetij. Majhna in srednja podjetja predstavljajo 57,6 % vseh hitro rastočih podjetij, zaposlujejo 67,2 % vseh delavcev v hitro rastočih podjetjih in ustvarijo 55,8 % vseh čistih prihodkov od prodaje v hitro rastočih podjetjih. Povzel je tudi obveznosti poročanja MSP-jev po veljavni zakonodaji in po predlogu Omnibusa.



Dr. Andreja Poje Rožič, specialistka za analize in raziskave na področju trajnostnega razvoja, SID banka, d.d., je poudarila, da SID banka spodbuja podjetja k trajnostnemu delovanju. "Najpomembnejše je zavedanje, da brez malih in srednjih podjetij prehod v trajnost v EU ne bo uspel," je opozorila. Banke, investitorji in večja podjetja bodo vedno bolj zahtevala ESG podatke za oceno tveganj. MSP, ki ESG podatkov ne bodo imela, bodo težje pridobila posojila, dostopala do kapitala ali sklepala posle z večjimi partnerji. Da bi bila MSP



Od leve proti desni: Gregor Murn, Trivo Krempel, Mihaela Hafner, Davorin Zavasnik, Borut Čeh

Na okrogli mizi Trajnostno poslovanje v praksi: Uspešne zgodbe podjetij so le-te predstavili: **Trivo Krempel, direktor, AJM Okna-Vrata-Senčila d.o.o., Mihaela Hafner, Vodja trajnostnega razvoja, IKEA Slovenija d.o.o., Davorin Zavasnik, Finančni direktor in trajnostni manager, SICO d.o.o. in Borut Čeh, izvršni direktor, LABENA d.o.o.** Pogovor je moderiral **Gregor Murn**.

Trivo Krempel, direktor, AJM Okna-Vrata-Senčila d.o.o., je povedal, da imajo srečo, ker je že njihov izdelek energetsko varčen, a so kljub temu veliko naredili na praksah trajnosti. Izpostavil je materiale nove generacije (zmanjšujejo ogljični odtis, možnost recikliranja skozi sedem ciklov, vsi materiali se proizvajajo v Evropi). Podjetje svojo družbeno odgovornost izkazuje z vpetostjo v lokalno okolje, podpirajo šport, spodbujajo zdrav življenjski slog tako med zaposlenimi kot drugimi deležniki.

Mihaela Hafner, Vodja trajnostnega razvoja, IKEA Slovenija d.o.o., je pojasnila, da so del globalno organiziranega podjetja, ki ima trajnost zapisano že v svoj DNK. Podjetje je združilo trajnostno in poslovno strategijo. Strategija družbe IKEA Slovenija sicer temelji na globalni strategiji, a vendar imajo tudi svojo, zlasti v smeri spreminjanja navad potrošnikov in izobraževanja kadrov ter vključevanja v lokalno skupnost. Komunikaciji posvečajo veliko pozornosti – tako z zaposlenimi kot z drugimi deležniki.

Davorin Zavasnik, finančni direktor in trajnostni manager, SICO d.o.o., je kot primere dobrih praks podjetja izpostavil specializacijo za laserski razrez, ki so ga zelo nadgradili, krožni tok surovin iz odpadnega materiala, energetsko učinkovitost podjetja (sončna elektrarna). Med zaposlenimi spodbujajo zdrav življenjski slog, močno so vpeti v lokalno skupnost in lokalne izobraževalne ustanove.

Borut Čeh, izvršni direktor, LABENA d.o.o., je pojasnil, da je visokotehnoško podjetje, ki deluje predvsem na področju farmacije, trajnostne koncepte vkomponiralo v svoje prakse. Kot primer je navedel interni inkubator. Lansko leto so prvo ESG poročilo naredili za podjetje na Hrvaškem. Želijo, da zaposleni tudi preko projektov razmišljajo trajnostno in v tem najdejo motivacijo. Zavedajo se, da so usposobljeni kadri ključni za podjetje in zato temu področju posvečajo še posebno pozornost.



priljubljena, morajo izkoristiti obstoječe podatke, nadgraditi sisteme in uporabljati digitalna orodja za standardizirano poročanje.

Tina Cipot, strokovnjakinja za komuniciranje in izvršna direktorica agencije o28, komunikacijska skupina, je osvetlila trajnostno komuniciranje, pasti zelenega zavajanja in vrednote, ki jim moramo slediti, da se temu izognemo. Trajnostna komunikacija gradi zaupanje, zeleno zavajanje ga z neetičnimi praksami podjetja

uniči. Pretiravanje ali napačno predstavljanje trajnostnih naporov in dosežkov je izjemno tveganje za ugled podjetja in zaupanja. Cipot je zato priporočila, da komuniciramo le tisto, kar lahko dokažemo, priznamo izzive, ne olepšujemo realnosti, ne jemljemo iz konteksta in povezujemo komunikacijo z dejanskimi spremembami, ne željami.

Špela Arsova, partnerka v odvetniški pisarni Šelih & partnerji, o.p., d.o.o., je predstavila primere nepoštenih poslovnih praks in tožb.

Prakse podjetij glede trajnostnega poslovanja so vedno bolj v središču pozornosti. Na področjih, kot so ogljikov odtis (zmanjšanje emisij), obveščanje o trgu in izdelkih in finančno poročanje podjetij, se sprejema veliko novih pravnih predpisov, obenem pa različni deležniki zahtevajo prevzem odgovornosti za dejanja podjetij. Posledično so podjetja vedno pogostejše predmet različnih regulatornih in sodnih postopkov, povezanih s trajnostnimi poslovnimi praksami.

PRIZNANJE POMLADNI VETER PREJELA ANA ČERMELJ, SOPS



Od leve proti desni: mag. Vida Kožar, mag. Brane Lotrič, Ana Čermelj

Priznanje **Pomladni veter** prejme posameznik oz. organizacija v Sloveniji, ki je po mnenju članov GZS – Podjetniško trgovske zbornice največ prispeval k razvoju podjetniškega okolja v Sloveniji. Na 12. konferenci MSP je priznanje prejela **Ana Čermelj**, generalna sekretarka Sindikata obrti in podjetništva (SOPS).



PTZ je podelila **jubilejna priznanja za 30-letnico delovanja** šestim podjetjem, članom PTZ:

SLOWASH d.o.o.
KRI & ZA d.o.o.,
ARROW ELECTRONICS d.o.o.,
ŠETINC d.o.o.,
LESMARC+ d.o.o.,
SAVA AVTO d.o.o.

MEMORANDUM MSP 2025

TRAJNOSTNO POSLOVANJE IZ TEORIJE V PRAKSO

Letošnja, že 12. konferenca za mikro, mala in srednja podjetja v organizaciji Podjetniško trgovske zbornice (PTZ) pri Gospodarski zbornici Slovenije (GZS), je v središče postavila trajnostno poslovanje. Dogodek z naslovom Trajnostno poslovanje iz teorije v prakso je pritegnil več kot 90 udeležencev, saj je bil v luči predloga zakonodajnega paketa Omnibus izjemno aktualen. Sprejetje Omnibusa bi namreč poenostavilo trajnostno poročanje in zmanjšalo regulativna bremena za podjetja, zlasti za MSP.

Letošnja konferenca MSP je razgrnila širok nabor vsebin, povezanih s trajnostjo – od zakonodajnih okvirov, strategij, poročanja, prenosa trajnostnega poslovanja v realno prakso do trajnostnega komuniciranja in tudi nepoštenih poslovnih praks, zaokrožile pa so jih uspešne trajnostne zgodbe nekaterih slovenskih podjetij. Še posebej pa je bila aktualna vsebina zakonodajnega paketa Omnibus 1, ki ga je pripravila Evropska komisija s ciljem izboljšanja poslovnega okolja in odprave administrativno obremenjujočih postopkov, ki podjetjem v EU otežujejo poslovanje.

Predlog Omnibusa zasleduje cilje poenostavitve in zmanjšanja regulativnih bremen za gospodarske družbe glede trajnostnega poročanja in skrbnega pregleda, podaljšuje roke za dve leti ter zmanjšuje obseg zavezancev, ki bi morali začeti poročati z letošnjim finančnim letom. Z njim Evropska komisija predlaga spremembe za administrativno razbremenitev gospodarstva v okviru Direktive o trajnostnem poročanju (CSRD), Direktive o skrbnem pregledu poročil o trajnosti (CSRDDD) in taksonomije.

Iz predloga Omnibusa izhaja, da bodo po CSRD zavezana k pripravi poročila o trajnosti velika podjetja, ki imajo 1000 zaposlenih in vrednost aktive nad 25 milijonov EUR ali čisti prihodek od prodaje nad 50 milijonov EUR. Gre za pomemben korak k razbremenitvi poročevalskih zahtev, saj bi bili tudi MSP-ji, ki kotirajo na borzi, izključeni iz obveznega poročanja o trajnosti po CSRD, zanje bi veljali prostovoljni standardi za poročanje.

Zaradi vseh predvidenih sprememb se predlaga zamik začetka obveznosti priprave poročil o trajnosti za 1 ali 2 leti, odvisno od velikosti zavezancev. V okviru CSRDDD pa se predvideva tudi zamik roka za implementacijo v nacionalno zakonodajo za 1 leto. Vendar je za dokončno določitev začetka veljavnosti in uporabe potrebno sprejetje predloga na EU ravni.

V teh dneh je aktualen predlog direktive »Stop-the-clock«, ki začasno zamika uporabo določenih zahtev veljavnih predpisov glede poročanja o trajnosti in skrbnega pregleda podjetij. Obravnavala sta ga tako Svet EU kot Evropski parlament. Cilj vseh je, da bo mehanizem »Stop-the-clock« čim prej sprejet.

Mednarodna primerjava (GEM Slovenija 2024) kaže, da slovenski podjetniki v veliki meri upoštevajo družbene posledice (87,3 %, Evropa 70,6 %), redkeje pa sprejemajo dejanske ukrepe za doseganje družbenih sprememb (31 %; Evropa 44,7 %). Tudi upoštevanje okoljskih posledic je med slovenskimi podjetniki močno prisotno (83,9 %; Evropa 71,1 %), medtem ko so dejanski okoljski ukrepi redkeje sprejeti (40,6 %; Evropa 56,6 %).

Vsako podjetje mora oceniti tveganja in raziskati priložnosti. Kljub nekaterim skepsam namreč mnoge študije in raziskave kažejo, da so dejavniki ESG pomembni za dolgoročni uspeh podjetja. 92 % vlagateljev se je strinjalo, da so podatki ESG pomembni za oceno dolgoročnih finančnih obetov podjetij in 88 % jih je menilo, da je treba podatke o ESG obravnavati enako strogo kot

finančne podatke. Kar 85 % podjetij je odvisnih od narave oziroma naravnih virov in vse več študij prihaja do enakega izračuna: 1 °C segrevanja pomeni 12 % padec BDP-ja.

Brez malih in srednjih podjetij prehod v trajnost v EU ne bo uspel. Banke, investitorji in večja podjetja bodo vedno bolj zahtevala ESG podatke za oceno tveganj. MSP, ki ESG podatkov ne bodo imela, bodo težje pridobila posojila, dostopala do kapitala ali sklepala posle z večjimi partnerji. Da bi bila MSP pripravljena, morajo izkoristiti obstoječe podatke, nadgraditi sisteme in uporabljati digitalna orodja za standardizirano poročanje.

Trajnostna komunikacija gradi zaupanje, zeleno zavajanje ga z neetičnimi praksami podjetja uniči. Pretiravanje ali napačno predstavljane trajnostnih naporov in dosežkov je izjemno tveganje za ugled podjetja in zaupanja.

Prakse podjetij glede trajnostnega poslovanja so vedno bolj v središču pozornosti. Na področjih, kot so ogljični odtis (zmanjšanje emisij), obveščanje o trgu in izdelkih in finančno poročanje podjetij, se sprejema veliko novih pravnih predpisov, obenem pa različni deležniki zahtevajo prevzem odgovornosti za dejanja podjetij. Posledično so podjetja vedno pogostejši predmet različnih regulatornih in sodnih postopkov, povezanih s trajnostnimi poslovnimi praksami.

Trajnost je za gospodarstvo in družbo pomembna, a zakonodajne zahteve do velikih in tudi malih in srednjih podjetij morajo biti jasno razumljive in sorazmerne glede na dejanski vpliv, ki ga podjetje ima.

■ Besedilo in slike: VIDA PETROVČIČ

PRIZNANJE POMLADNI VETER

ANA ČERMELJ: »ZA ENAKA IZHODIŠČA INVALIDOV SE JE VREDNO BORITI.«

Ana Čermelj, generalna sekretarka Sindikata obrti in podjetništva (SOPS), pravnica in ekonomistka, prejemnica priznanja Pomladni veter 2025, je s svojo strokovnostjo, neizmerno predanostjo in voljo izvajala vrsto aktivnosti pri reševanju invalidskega podjetja CSS d.o.o.



Ana Čermelj

Aktivnosti strokovnega dela in utemeljevanja pomena invalidskega podjetja v večinski državni lasti, so se začele oktobra 2024, z informacijo takratnega direktorja o nameri likvidacije. S strani sindikata SOPS so bili pripravljeni scenariji poteka dogodkov in reševanje ter ohranitev invalidskega podjetja, ki zagotavlja socialno varnost in vključnost invalidov v delovno okolje. Sindikat obrti in podjetništva Slovenije je na SDH in MDDSZ naslovil ne samo zahtevo, da se družbo nujno rešuje, temveč tudi predloge rešitev, kako se naj družbo preoblikuje, načrte in predloge sanacije, da se zaščiti delovna mesta in ranljive skupine. Likvidacija invalidskega podjetja CSS d.o.o. je bila preklicana (februar 2025), kar bo vplivalo na širše poslovno in družbeno okolje, s tem je ustvaril izreden primer dobre prakse sodelovanja med različnimi deležniki. Sindikat SOPS ima dolgoletno tradicijo, gre za najstarejši sindikat v državi, ki neprekinjeno deluje v zasebni sferi, od leta 1950. Je dol-

goletni partner Podjetniško trgovske zbornice v kolektivnem dogovarjanju in sklepanju Kolektivne pogodbe med delavci in družbami drobnega gospodarstva. Ano Čermelj smo povabili na pogovor.

• Kako se je začelo?

ANA ČERMELJ: Ko smo bili obveščeni, da so se lastniki podjetja, na pobudo posloводства, odločili, da bodo podjetje CSS d.o.o. likvidirali in poslali tam zaposlene invalide na cesto, smo se odločili, da podjetje in invalide rešimo. Od 40 zaposlenih je v tem podjetju 19 invalidov. Poslali smo številne pobude za sestanke na ministrstvo za delo in SDH, vendar konkretnega odziva ni bilo. Invalidi nikogar niso zanimali. Mi smo se od vsega začetka, strokovno angažirali z ekonomskimi in pravnimi utemeljitvami, zakaj je dobro podjetje rešiti. Ohraniti delovno mesto je namreč bistveno lažje kot ustvariti novo, sploh za invalide. Ne gre samo za ekonomske učinke, gre za razume-

vanje širše slike, temelje vrednostnega sistema, na podlagi katerega (pravno) deluje naša država.

• **In razlogi, da podjetje obstane so.**

ANA ČERMELJ: Vsekakor. Kot kovinsko predelovalno podjetje imajo certifikat kakovosti in vrsto svojih naročnikov, s katerimi vseskozi poslujejo. Naročniki so tudi iz tujine, največji iz Nemčije, ki je s storitvami podjetja izredno zadovoljen. Njihovo poslovanje s temi kupci je utečeno, a pod prejšnjim vodstvom širitve poslovanja, ni bilo. Ni obstajala »čarobna paličica«, s katero bi lahko rešil podjetje, kot se je slikovito izrazil. Direktor je ocenil, da je kriza v Nemčiji prehuda, da bi podjetje dolgoročno lahko obstalo. Vendar, večina slovenskega malega gospodarstva, ki so v večini MSP, je vezana na nemški (avstrijski, italijanski) trg, pa podjetja ne gredo kar tako v stečaj ali likvidacijo. Delodajalci se povečini zavedajo svoje odgovornosti, tudi do delavcev. Treba se je potruditi. Novi direktorici smo dali priložnost, da pokaže in dokaže, da se da.

• **Kako ste uspeli prepričati odgovorne, da so spremenili svojo odločitev?**

ANA ČERMELJ: Ministrstvu za delo, družino, socialne zadeve in enake

možnosti ter nadaljnje tudi drugim ministrstvom (za gospodarsko in finance) smo predlagali, da v okviru vlade spremeni strategijo upravljanja državnih naložb. V tej strategiji obstajajo tri vrste naložb: portfeljske, pomembne in strateške naložbe. Naj povem, da poleg podjetja CSS d.o.o. obstaja še eno podobno invalidsko podjetje Bodočnost d.o.o. iz Maribora, z 220 zaposlenimi. Značilnost obeh podjetij je, da sta v večinski državni lasti. To je njuna posebnost in nimata matičnih družb, ki so ju ustanovile ali ki bi jih v primeru finančnih tegob lahko reševale. Torej, do zdaj sta podjetji bili v strategiji upravljanja uvrščeni med portfeljske naložbe, kjer je bila opredeljena zahteva, da mora država (torej v mislih imam SDH) pri upravljanju slediti samo ekonomskemu učinkom. Z ekonomskimi in pravnimi utemeljitvami pa smo dosegli, da je Vlada RS, 7.3.2025 potrdila novo strategijo tako, da mora pri portfeljskih naložbah, kamor sodita ti dve invalidski podjetji, slediti tudi širšim družbenim učinkom in družbeni odgovornosti. To pomeni, da mora SDH, kot lastnica, v skrajnem primeru tudi dokapitalizirati podjetje, tudi ko ni ekonomske upravičenosti po dokapitalizaciji, redno spremljati poslovanja invalidskih podjetij in skrbeti za aktivno prilagajanje poslovnih načrtov in stra-

tegij za zagotavljanje dolgoročno pozitivnega poslovanja, z namenom zaščite delovnih mest invalidov ter v skladu z njimi izvajati upravljaljske aktivnosti, kot bi šlo za strateške naložbe, vključno z morebitnim povečanjem osnovnega kapitala. To je za sindikat zaenkrat zadostovalo. Od tega, ko so dejali, da se nič ne da narediti oz. da so novembra 2024 naredili vse, kar se je dalo, smo prišli do spremembe strategije, ki jo je potrdil še Državni zbor RS brez glasu proti, dne 25.3.2025. Naj omenim, da se sindikat strokovno opredeljuje samo do vsebine, vezane na invalidska podjetja, ne pa druge spremembe, ki so bile narejene v okviru strategije.

• **Kako vam je to uspelo? Kaj je bilo odločilno, da so vas upoštevali?**

ANA ČERMELJ: To so bili strokovni argumenti, ki so bili naslovljeni na odločevalce (za kamerami), t.j. strokovne utemeljitve od ekonomskih analiz do pravnega utemeljevanja in opredeljevanja na način, katere mednarodne konvencije je treba spoštovati in zakaj, pa tudi slovenska zakonodaja, ki izhaja iz najvišjega pravnega akta v državi, Ustave RS. Nenazadnje, pripomogli so tudi odzivi javnosti, široka podpora ljudi, ki so mi vrnilli občutek, da v Sloveniji še obstajajo vrednote in da jih ljudje živimo. Primer CSS je zbudil ljudi.



Imeli smo nešteto klicev, sporočil in e-mailov, podpore. Mislim, da so tudi vladajoči nazadnje spoznali, da bodo politične posledice preprosto prehude, če vztrajajo na okopih in kar poza-bijo na invalide, kot pa če to zadevo uredijo. Mi bi vztrajali, zagotovo ne bi odnehali, dokler ne bi bilo to urejeno, tako kot je sedaj.

• **Kakšen je bil vaš načrt, kam bi še šli oziroma kaj vse bi naredili?**

ANA ČERMELJ: Ni bilo treba vsega narediti. Bila je vrsta alternativnih scenarijev, ampak jih ne bi naštevala, ker nikoli ne veš...

• **Ta ekipa vaša ekipa, ki je vse to počela, je bila velika?**

ANA ČERMELJ: Tukaj pred sabo imate ekipo.

• **Ste bili vi sami? Ste to sami počeli?**

ANA ČERMELJ: Tako je. Pravzaprav nisem prepričana, da sem zadnje štiri mesece spala v kosu več kot dve ali tri ure. Ponoči sem se zbudila, in ko sem v glavi našla primerno argumentacijo, sem vstala in si jo zapisala. Da pa ne bi ostalo »samo« pri strokovnem delu, smo podjetju, mislim da prvič v zgodovini slovenskega sindikalizma, tudi finančno pomagali, za premostitev likvidnostnih težav. Sindikat je namenil deset tisoč evrov. Donacijo za premostitev likvidnostnih težav pa je malo kasneje prispevala tudi Območna obrtna zbornica Škofja Loka. Skupaj smo ustavili možnost večjih težav zaradi nelikvidnosti. Vendarle se ne da prebroditi finančnih težav kar čez noč.

• **In potem so pomagali še drugi. Kako se je zbiral ta denar?**

ANA ČERMELJ: Tukaj se je res zelo angažiral tudi predsednik Državnega sveta gospod **Marko Lotrič**, ki je tudi predsednik območne obrtne zbornice v Škofji Loki ter predsednik ZDOPS-a. Organizirali smo nabavno konferenco. Tam so se obrtniki in podjetniki res množično odzvali. Škofjeloško gospodarstvo je zelo močno in očitno tudi zelo solidarno. Prišli so politiki, državni svetniki, obrtniki, podjetniki, sindikat in skupaj smo iskali rešitve, na kakšen način bi lahko premostili likvidnostni krč, tudi z dodatnimi naročili. Takratni direktor je namreč že imel kupce za

stroje, ki jih je ravno tisti dan prodajal, zato smo morali prepričati podajo CNC strojev in osnovnih sredstev. Takrat se je minister za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti **Luka Mesec** odločil, da zaustavi likvidacijo invalidskega podjetja CSS d.o.o. Ob-ljubo je držal, še isti dan, je storil kar je napovedal.

• **Kaj ste se vi naučili iz te izkušnje?**

ANA ČERMELJ: Naučila sem se, da človek nikoli ne sme odnehati, da se je za vrednote vedno treba boriti in da je človekovo dostojanstvo neprecenljivo. Slovenska ustava ni samo nek formalni akt, ampak je vrednota in pri sindikatu te vrednote živimo in udeležujemo že 75. let, zato, ker vemo, da delamo za ljudi, za dobre ljudi, za pridne ljudi, za dostojne ljudi.

• **O vašem sindikatu obrti in podjetništva (SOPS) ne slišimo prav pogosto. Kako to?**

ANA ČERMELJ: Mi večino stvari (na srečo) urejamo in uredimo za kame-rami, ne pred reflektorji. Sicer pa naš sindikat obstaja že 75 let. Večina naših članov prihaja iz mikro, malih in srednjih podjetij z majhnim številom zaposlenih. Za nekatera velja kolektivna pogodba za drobno gospodarstvo. Naš socialni partner je Podjetniško trgovska zbornica pri Gospodarski zbornici. Druga pa je kolektivna pogodba za obrt in podjetništvo pri Obrtno podjetniški zbornici, ki pa ni pristopila k podpisu, jo je pa podpisal drugi reprezentativni socialni partner, in sicer Združenje delodajalcev obrti in podjetnikov Slovenije. S kolektivnimi pogodbami imamo v Sloveniji »pokritih« okoli 70 odstotkov zaposlenih, verjetno je številka podobna tudi v obrti in malem gospodarstvu. Naš delež članstva na srečo ne upada, vseskozi imamo rahlo rast članstva, kar pomeni, da so ljudje vseeno prepoznali pomen našega sindikata in da delamo dobro.

Kaj so ta hip te glavne teme, s katerimi se ukvarjate?

ANA ČERMELJ: To so realni problemi ljudi. Nekateri so ustvarjeni tudi skozi prezapleteno in neživiljenjsko zakonodajo in vedno novimi obremenitvami, ki vpliva na (ne)predvidljivost poslovnega okolja. To je za gospodarstvo,

torej tudi za zaposlene v gospodarstvu, kar slabo. Ko govorimo o gospodarstvu, moramo imeti pred očmi celotno sliko. Ne gre samo za kapital in delodajalce, gre za delavci in delodajalce. Za nujen dialog, iskanje ravnovesja. Če omenim nepriljubljeno temo, to je pravica do odklopa, ki je mnogi delodajalci in delavci ne razumejo, nato zapleteno beleženje delovnega časa, tako imenovano štempljanje. Nekatere rešitve se v praksi izkažejo kot problem, ne kot rešitev. Saj bo čas pokazal. Naše teme so tudi ustreznost izplačila regresa za letni dopust, število dni letnega dopusta, omejitve glede na izdane invalidske odločbe, trpinčenje je bila kar pogosta tema, detektivska dejavnost v okviru preverjanja bolniške odsotnosti, tudi varstvo osebnih podatkov in snemanje v prostorih delodajalca, zapletenost in nerazumevanja plačilnih list, dodatkov, kaj pomeni osnovna plača in kako se izračunavajo dodatki, ipd. Dejansko so to realni problemi ljudi; kako preživeti, kako soobstojati med množico različnih interesov in značajev, razumeti zakonodajo, pravice in obveznosti.

• **Kako gledajo na vas obrtniki in podjetniki?**

ANA ČERMELJ: Na začetku imajo pred seboj zelo splošno sliko in izdelano mnenje o sindikatu, ker si ustvarijo mnenje na podlagi drugih, dokler ne uvidijo, da sindikat, ki vseskozi deluje v sferi gospodarstva, razmišlja tudi podjetno, razume kako podjetništvo deluje, da je nujno iskati konsenz, ravnovesje, da brez delodajalcev ni delavcev in obratno, da lahko veliko pripomoremo k reševanju konfliktov z delavci v podjetju in pri razumevanju zakonodaje. S tem se izognemo konfliktom na sodišču in dolgotrajnim postopkom, odnosi v podjetju so boljši, ipd. Skratka, obstaja vrsta argumentov za sodelovanje s sindikatom obrti. Je pa res, da znamo biti seveda tudi zelo ostrí saj smo argumentativno, strokovno močni.

Prav v primeru invalidskega podjetja CSS d.o.o. smo lahko vsi skupaj spoznali, kaj lahko stori sindikat in da je pot od formalne enakosti invalidov na papirju do enakih izhodišč v praksi, dolga. Vendar se je zanj vredno boriti, ker gre za človekovo pravico do samoizpolnitve, ki se je za te delavce zgodila prav s pomočjo sindikata.

TRAJNOSTNA DIMENZIJA PLEMENITIH KOVIN

V pogovoru z direktorjem družbe Elementum d.o.o. Petrom Slapšakom, ki je s ponosom sprejel **zlatu partnerstvo 12. Konference MSP**, Vam bomo predstavili vizijo in vrednote podjetja Elementum, ter osvetlili aktualne priložnosti v segmentu investiranja v fizične plemenite kovine kot primer stabilnih, dolgoročnih in trajnostnih rešitev pri ustvarjanju, zaščiti in optimizaciji premoženja posameznikov in podjetij.

G. Peter Slapšak, direktor – zakaj ste se v podjetju Elementum odločili trajnostno poslovanje postaviti v središče svojega delovanja in da je to postalo del vašega poslovnega DNK-aja?

Podjetje Elementum je že ob ustanovitvi pred 18 leti določil temeljne vrednote ter se zavezal k trajnostnemu razvoju in družbeni odgovornosti kot ključnima načeloma svojega poslovanja. Že od ustanovitve si prizadevamo za doseg naše vizije – “da Slovenija postane najbolj finančno pismena država na svetu” - tudi z našo pomočjo.

Ob tem skrbimo za razvoj podjetja, ki temelji na zaposlenih, saj verjamemo, da so zadovoljni in motivirani sodelavci ključ do trajnostnega uspeha.

Trajnost je temelj našega delovanja - kar potrjuje tudi certifikat “Družbeno odgovorni delodajalec” katerega ponosni nosilec smo od leta 2021. Certifikat nas nenehno spodbuja, da gradimo odgovorno in vključujočo organizacijsko kulturo.

Ker bistvo družbene odgovornosti vidimo v lastnih pobudah in odločitvah, da delujemo transparentno in odgovorno na vseh ravneh, smo izdali trajnostno poročilo za obdobje 2023–2024, ki odraža predanost odgovornemu vodenju in trajnostnemu razvoju.

V okviru našega poslanstva privatnim in poslovnim strankam zagotavljamo varnost in rast premoženja ter povečujemo njihovo finančno neodvisnost. Vse to dosegamo s stalnim informiranjem, izobraževanjem in svetovanjem strankam. Stalno razvijamo nove inovativne rešitve, vezane na upravljanje premoženja, s čimer prispevamo k finančno stabilnejši družbi.

Z namenom izobraževanja strank in širše javnosti smo oblikovali Elementum Akademijo, ki ponuja splet izobraževalnih modulov na področju plemenitih kovin, premoženjskega svetovanja in širših podjetniških znanj, pa do znanj na področju upravljanja družinskega premoženja in finančne vzgoje otrok.

Poudarjate da v turbulentnih časih plemenite kovine veljajo za varno oziroma odporno naložbo in lahko predstavljajo odlično nagrado zaposlenim. Lahko to malce podrobneje pojasnite?

Podjetja imajo danes velike izzive tako pri iskanju novih kot tudi motivaciji in zadrževanju obstoječih zaposlenih.

Plemenite kovine prinašajo edinstveno simboliko, ki je povezana s prestižem in višjim socialnim statusom, kar povečuje notranjo motivacijo zaposlenih.



Peter Slapšak

Zlato in srebro sta najboljša hranilca vrednosti premoženja v negotovih časih in dolgoročno zagotavljata večjo varnost v času vaše starosti. Plemenite kovine zato zagotavljajo varno zaščito pred inflacijo, imajo svojo notranjo vrednost in ne nosijo kreditnega tveganja.

Dodajanje zlata in srebra k vašemu osebnemu in podjetniškemu naložbenemu portfelju zmanjšuje tveganje, povezano z drugimi oblikami naložb, kot so delnice ali obveznice.

Za uravnoteženo in varno upravljanje portfelja je torej ključna razpršenost.

Različni načini nagrajevanja in spodbujanja pripadnosti vaših zaposlenih pa pri tem igrajo ključno vlogo. Plemenite kovine so v tem pogledu praktična rešitev,

ki je tudi prestižna in varna oblika nagrade.

Marsikatega podjetnika bi v tem kontekstu zanimal tudi vidik nagrajevanja s plemenitimi kovinami lahko podrobneje predstavite ta vidik izplačevanja nagrad v obliki plemenitih kovin?

Ena izmed ključnih prednosti nagrajevanja zaposlenih z zlatom in srebrom je možnost, da glede na Zakon o dohodnini (ZDoH-2) podjetje nagrade v plemenitih kovinah izplačajo kot del poslovne uspešnosti, pri čemer so takšne nagrade, če so pravilno strukturirane, oproščene določenih davčnih Bremen (dohodnina). To pomeni, da podjetja hkrati motivirajo svoje zaposlene na trajnosten način in optimizirajo svoje stroške nagrajevanja.

Zakonski okvir, ki omogoča nagrajevanje zaposlenih s plemenitimi kovinami, je v Sloveniji dobil pomembno nadgradnjo s sprejetjem Zakona o dohodnini v letih 2022 in 2023. Po zadnji spremembi zakonodaje lahko podjetja nagrajujejo zaposlene iz naslova poslovne uspešnosti, ki je davčno ugodno obravnavana do bruto povprečne plače v Republiki Sloveniji, ki je v letu 2022 na letni ravni znašala približno 2.300 evrov (vir: Statistični urad RS).

Izplačilo poslovne uspešnosti v zlatu ali srebru, če je torej ustrezno izvedeno, je lahko nagrada delno ali v celoti izvzeta iz obdavčitve z dohodnino.

Kot vodilni ponudnik naložbenih plemenitih kovin v Sloveniji podjetjem ponujate celovite rešitve pri implementaciji takšnega sistema nagrajevanja. Kako jim lahko pomagate?

V Elementumu podjetjem svetujemo pri ekskluzivni strategiji vlaganja v fizične plemenite kovine, ki omogoča nakup večje količine plemenitih kovin kot pri klasičnih nakupih; delodajalcem svetujemo kako podjetja pridobijo ugodnosti pri nagrajevanju zaposlenih ter tako lahko realizirajo nagrado za zaposlene v plemenitih kovinah.

Naš cilj je, da podjetjem omogočimo dostop do varnega in preverjenega modela nagrajevanja, ki ima dolgoročne pozitivne učinke na zadovoljstvo in finančno stabilnost zaposlenih.

EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA UM

Podjetništvo postaja gonilo trajnostnih sprememb, toda razkorak med zavestjo in dejanji ostaja izziv. Slovenski podjetniki so med najbolj trajnostno ozaveščenimi v Evropi. Več kot štiri petine jih pri svojem delovanju upošteva družbene in okoljske posledice, kar kaže na močno prisotnost vrednot odgovornosti in skrbi za skupnost. A hkrati jih le manjši delež sprejema konkretne ukrepe za družbene ali okoljske izboljšave. Trajnost je torej prisotna v miselnosti, a pogosto odsotna v delovanju.

bolj nagrajujejo kratkoročno učinkovitost kot dolgoročne učinke.

SDG-ji še niso del podjetniškega besednjaka

Kljub visoki okoljski in družbeni ozaveščenosti ostaja poznavanje ciljev trajnostnega razvoja (SDG) med slovenskimi podjetniki presenetljivo nizko. Le 25 % jih SDG-je prepozna kot pomemben del svojega poslovanja, medtem ko je evropsko povprečje 31 %. Norveška denimo izstopa s skoraj 60-odstotno prepoznavnostjo ciljev trajnostnega razvoja. Gre za pomemben pokazatelj, da trajnost še ni dovolj sistematično umeščena v strateško razmišljanje slovenskih podjetnikov.

Trajnost ni več izbira – je nova normalnost

Slovenija ima nekatere prednosti – podjetniško kulturo, ki ceni odgovornost, podjetnike, ki trajnost že vključujejo v svojo vizijo, ter močan raziskovalno-inovacijski potencial. A za resničen preboj so potrebni jasni in sistemski premiki, kot so dostopnejši finančni viri za zeleni prehod, več podpore podjetniškemu izobraževanju in mentorstvu ter dosleden signal s strani politike, da trajnost pomeni konkurenčno prednost, ne pa dodatni strošek. Če želimo podjetništvo, ki bo soustvarjalo vključujočo in zeleno prihodnost, mora trajnost postati osrednji del poslovnih odločitev, ne le dolgoročna vizija.



■ Besedilo: **ANTONIJA BOŽIĆ CERAR,**
DIREKTORICA SLUŽBE ZA OKOLJE, PODNEBJE IN ENERGIJO GZS
PREDSEDNICA KOMISIJE ZA TRAJNOST PRI EUROCHAMBRES
PREDSEDNICA SVETA ZA TRAJNOSTNI RAZVOJ IN VARSTVO OKOLJA

TRAJNOSTNO POROČANJE 2025

S pojmom trajnosti se v gospodarstvu in družbi srečujemo že dobrih 50 let. Kljub temu, da se vsi strinjamo, da je trajnostno poslovanje podjetij neizogibno in nujno potrebno, je v teh petih desetletjih ostalo dojemanje trajnosti težko opredeljivo in dokaj nejasno.



Antonija Božić Cerar

S pojmom trajnosti se v gospodarstvu in družbi srečujemo že dobrih 50 let. Kljub temu, da se vsi strinjamo, da je trajnostno poslovanje podjetij neizogibno in nujno potrebno, je v teh petih desetletjih ostalo dojemanje trajnosti težko opredeljivo in dokaj nejasno.

Trajnostno poslovanje povezuje vidike družbene, okoljske in gospodarske odgovornosti, a večina pri trajnosti najprej pomisli na okoljski del trajnosti, ne redko pa se to dojemanje še dodatno skrči zgolj na izpuste toplogrednih plinov in podnebne spremembe.

Zadnje desetletje so se določena velika podjetja vendarle srečevala tudi z obveznostjo nefinančnega oziroma trajnostnega poročanja. Njihova poročila so postopoma oblikovala temeljna merila, vsebine in izhodišča trajnostnega poslovanja in poročanja. V nefinančnih poročilih so ta podjetja zbirala in pilila informacije o okoljskih, socialnih in

kadrovskih zadevah poslovanja ter o spoštovanju človekovih pravic ter o zadevah v zvezi z bojem proti korupciji in podkupovanju in na podlagi teh informacij tudi oblikovala politike ravnanja in strategije ukrepanja.

A so bila v poročilih opažena odstopanja tako pri kakovosti kot tudi zanesljivosti poročanja. Nove obveznosti za poenotenje zahtev trajnostnega poročanja so bile na ravni EU zato potrjene konec 2022.

S finančnim letom 2024 so začela poenoteno poročati podjetja, ki so večinoma že do takrat nefinančno poročala v skladu z Delegirano uredbo Komisije (EU) 2023/2772. To so podjetja z več kot 500 zaposlenimi in/ali bilančna vsota večja od 25 000 000 EUR in/ali čistim prihodkom večjim od 50 000 000 EUR.

S finančnim letom 2025 bi ta obveznost zajela tudi podjetja, ki še niso imela izkušnje s tovrstnim poročanjem. To so podjetja z več kot 250 zaposlenimi in/ali bilančna vsota večja od 25 000 000 EUR in/ali čistim prihodkom večjim od 50 000 000 EUR. Večini srednjim in malim podjetjem, oziroma MSP, ki ne kotirajo na borzi ne bi bilo potrebno trajnostno poročati, a so se začela srečevati z bolj ali manj obsežnimi zahtevami po trajnostnih podatkih s strani večjih podjetij in finančnih institucij.

Evropska asociacija za trajnostno poročanje, EFRAG, je zato pripravila in objavila prostovoljni standard za trajnostno poročanje malih in srednjih podjetij (VSME), ki sledi strukturi delegirane uredbe (EU) 2023/2772, a upošteva sorazmernost zahtevanih podatkov glede na dejanski vpliv MSP na trajnost.

Pred skorajšnjo uveljavitvijo poročanja na nove zavezanke, se je trajnostno

poročanje vse bolj začelo dojemati kot administrativno breme ter ovira konkurenčnosti in ne kot priložnost za trajnostno preobrazbo.

Komisija je 26. februarja 2025 zato na podlagi poziva voditeljev EU predstavila dva svežnja omnibus, katerih cilj je poenostaviti obstoječo zakonodajo na področju trajnosti oziroma naložb.

Evropski svet je 14. aprila letos potrdil zakonodajni akt, ki ga je pred tem, 3. aprila potrdil EU parlament EU s katerim se je:

- za dve leti odložil začetek uporabe zahtev o trajnostnem poročanju za velika podjetja, ki še niso začela poročati, ter MSP, ki kotirajo na borzi, in
- za eno leto odložil rok za prenos in prvo fazo uporabe (ki zajema največja podjetja) direktive o potrebnih skrbnostih podjetij na področju trajnosti.
- zagotovil čas, za nadaljnji dogovor o bistvenih spremembah CSRD in CSDDD, ki jih je Komisija tudi predlagala v okviru svežnja »omnibus I« o trajnosti.

Zakonodajni akt za premaknitev rokov bo začel veljati dan po objavi v Uradnem listu EU. Države članice ga morajo prenesti v nacionalno zakonodajo do 31. decembra 2025. Glede na pomembne posledice za poslovno skupnost sta Svet in Evropski parlament ta predlog obravnavala zelo prednostno, da bi podjetjem EU zagotovila potrebno pravno varnost v zvezi z njihovimi obveznostmi poročanja in potrebne skrbnosti. Hitro sprejetje akta predstavlja pomemben prvi korak k zmanjšanju birokracije, zagotavljanju pravne varnosti podjetjem in povečanju konkurenčnosti EU.

■ Besedilo: **PRAVNA SLUŽBA GZS**

NA RAVNI EU JE BILA SPREJETA PRVA DIREKTIVA V OKVIRU PRVEGA OMNIBUS PAKETA UKREPOV ZA POENOSTAVITVE, KI SE NANAŠA NA PODROČJE TRAJNOSTNEGA POROČANJA PODJETIJ IN SKRBNEGA PREGLEDA V PODJETJIH GLEDE TRAJNOSTNOSTI.

V okviru tega je bila sprejeta Direktiva (EU) 2025/794 z dne 14. april 2025 o spremembi direktiv (EU) 2022/2464 in (EU) 2024/1760 glede datumov, od katerih morajo države članice uporabljati nekatere zahteve glede poročanja podjetij o trajnostnosti in skrbnega pregleda v podjetjih glede trajnostnosti (*»Stop the clock«*). Z direktivo so bile na področju trajnostnega poročanja in skrbnega pregleda glede trajnostnosti sprejete nekatere pomembne spremembe.

Direktiva 2025/794 je bila 16. aprila 2025 objavljena v Uradnem listu EU ter je pričela veljati dan po objavi v Uradnem listu (17. april 2025). Države članice morajo uskladiti nacionalno zakonodajo do 31. decembra 2025.

Bistvena sprememba v okviru trajnostnega poročanja (CSRD) je zamik rokov za začetek obvezne priprave poročil o trajnostnosti v okviru določenih skupin zavezanih podjetij, in sicer:

- Podjetja, ki bi po prejšnji ureditvi morala pripraviti poročil o trajnostnosti za poslovno leto z začetkom 1. 1. 2025, bodo sedaj bila zavezana k poročanju šele s poslovnim letom, ki se prične z 1. 1. 2027. Določba se nanaša na velika pod-

jetja in obvladujoča podjetja velikih skupin, ki niso bila zavezana k pripravi poročil o trajnostnosti za leto 2024.

- Podjetja, ki bi po prejšnji ureditvi morala pripraviti poročil o trajnostnosti za poslovno leto z začetkom 1. 1. 2026, bodo sedaj bila zavezana k poročanju šele s poslovnim letom, ki se prične z 1. 1. 2028. Ta sprememba se nanaša na mala in srednja podjetja, ki so subjekti javnega interesa.

Spremembe v okviru skrbnega pregleda glede trajnostnosti (CSRD) so:

- Določa se nov rok za implementacijo CSRD v nacionalne pravne rede držav članic, s čimer bodo države zavezane k implementaciji do 26. 7. 2027. Rok za implementacijo se s tem zamika za 1 leto.
- Zamikajo se roki za začetek uporabe določb skrbnega pregleda v praksi. V prejšnji ureditvi bi se CSRD začel uporabljati pri določenih zavezancih že v letu 2027, po sprejeti spremembi pa se bo CSRD uporabljal v prvi skupini zavezancev od 26. 7. 2028 dalje. Temu primerno se zamikajo tudi roki začetka uporabe v okviru preostalih skupin zavezancev.

Zavarovalni posrednik kot varuh interesov strank ali zakaj je pomemben neodvisen nasvet

Trg zavarovanj je v zadnjih letih postal izrazito zahteven. Na njem se prepletajo številni produkti, specializirane ponudbe in pravne pasti, ki jih povprečna stranka pogosto ne zna prepoznati ali razumeti.

Zavarovalni produkti se pogosto zdijo podobni, v resnici pa se razlikujejo v ključnih podrobnostih, od kritij do izključitev. Zavarovanja poklicne odgovornosti, zaščita pred kibernetскими tveganji, rešitve za zavarovanje prekinitev poslovanja ali naravnih nesreč, vse to zahteva visoko raven znanja, poznavanja zakonodaje in izkušenj. Ne gre zgolj za izbiro najnižje premije, temveč za strokovno presojo, ali izbrana zavarovalna polica dejansko pokriva tveganja, ki so za gospodarsko družbo pomembna. Ob tem je odločitev za ustrezno zavarovalno kritje vse prej kot preprosta.

Prav zato ima danes zavarovalni posrednik pomembno in nepogrešljivo vlogo neodvisnega strokovnjaka, ki ščiti interese svojih strank, za razliko od zavarovalnih zastopnikov, ki so vezani na zavarovalnico in praviloma ponujajo zgolj njen nabor produktov. Kakovosten posrednik se zato neprestano izobražuje, razume značilnosti in posel svojih strank ter zna pogoje zavarovalnih pogodb povezati s praktičnim upravljanjem tveganj.

V času, ko imamo dostop do velike količine informacij, vendar ne nujno do pravih znanj, postaja osebni in neodvisni nasvet vse pomembnejši. Zavarovalni posrednik namreč ni le posrednik informacij, temveč zaveznik, svetovalec in varuh interesov strank – še posebej takrat, ko gre kaj narobe. Zato je ključnega pomena, da se stranke zavedajo razlike med zavarovalnim zastopnikom in posrednikom ter da izberejo strokovnjaka, ki zastopa njih in ne zavarovalnico.

Več informacij: <https://zzps.gzs.si/>

■ Besedilo: **VIDA PETROVČIČ**

MOJCA MARKIZETI:

»SREDNJA IN MAJHNA PODJETJA NAJ SE PRIPRAVIJO NA TRAJNOSTNO POROČANJE, TUDI ČE ZANJE ŠE NE VELJA.«

Strokovnjakinja za področje trajnosti in trajnostnega & ESG poročanja (ESG; okoljski, socialni in upravljavski dejavniki) **Mojca Markizeti**, je ustanoviteljica podjetja **Improve X Advisory**, ki svetuje podjetjem pri pripravi trajnostnih poslovnih strategij, inovacij in aktivnosti.



Mojca Markizeti

Ukvarja pa se tudi s trajnostnim poročanjem, kar vključuje skladnost z mednarodnimi, evropskimi in nacionalnimi zakonodajnimi okvirji in priporočili. O zakonodajnem okvirju trajnosti, strategiji in vrednotenju podjetja ter standardih smo se z njo pogovarjali tudi za glasilo Veter.

• Kakšen je torej trenutni zakonodajni okvir za področje trajnosti?

MARKIZETI: To je ta hip zelo zanimivo vprašanje, kajti pričakujemo lahko, da se bo zakonodajni okvir nekoliko spremenil, tako po obsegu kot pooblastilih. Za poročanje za lansko leto 2024 velja direktiva CSRD (Corporate Sustainability reporting direktiva). Velika podjetja, morajo za 2024 (razkritja 2025) poročati po tej direktivi, znotraj standardov (European Sustainability reporting standardi). To velja za tista velika podjetja, za katere je že prej veljala NFRD (Non financial reporting Direktiva). Z letom 2025 (razkritja 2026), pa naj bi ta direktiva veljala tudi za vsa ostala velika podjetja, v kasnejših letih pa tudi za srednja in majhna, ki kotirajo na borzi. Vendar je 3. aprila EP potrčil »Stop-the-clock direktivo«, ki ustavlja veljavnost zakonodaje trajnostnega poročanja za 2 leti, v tem vmesnem času,

pričakujemo prenovljene standarde, zmanjšan obseg, pooblastila in vsebino poročanja ter poenostavitev postopkov. Slednje poteka v okviru »Omnibusa«, zakonodajnega predloga EK za dvig konkurenčnosti EU gospodarstva.

• Za koga so ti standardi za ESG poročanje obvezni in za koga prostovoljni?

MARKIZETI: Skladno z izglasovanim »Stop-the-clock« mehanizmom so standardi obvezni samo za velika podjetja, katera so že pred veljavnostjo CSRD poročala po NFRD (več, kot 500 zaposlenih, subjekti javnega interesa). Za ostala velika podjetja (definicija za katera bo sprejeta na novo) velja zamik 2. let. Za srednja in manjša podjetja je poročanje prostovoljno, izdani so »prostovoljni standardi« - VSME standardi (Voluntary standard for non-listed micro-, small- and medium-sized undertakings). Srednja

in manjša podjetja, številnih sektorjev že zdaj prostovoljno poročajo po ESG standardih in/ali zahtevah svojih verig vrednosti. VSME standardi so praktični, modularni (lahko se prilagaja vsebina in obseg razkritij), primerni so tako za mala podjetja z nekaj zaposlenimi, kot večja.

• Ali bodo kljub temu izjeme, kateremu podjetju vseeno ne bo treba poročati?

MARKIZETI: Če neko podjetje ni vpeto v velike mednarodne verige vrednosti in tega od njih ne bo nihče zahteval, ne pomeni, da ne bo trajnostno poročalo. Tudi banke bodo lahko zahtevale ESG poročilo (oziroma, ga že zahtevajo), saj bo z njim podjetje izkazovalo svojo strategijo in rezultate trajnostnega razvoja in trajnostnih aktivnosti ne samo kupcem in potrošnikom, ampak tudi finančnim ustanovam s katerimi posluje. Na podlagi trajnostnega poročila (rezultatov), bo lahko dostopalo do bolj ugodnih finančnih sredstev. Za uspešno sodelovanje s poslovnimi partnerji je poleg finančnega poročila že danes pomembno tudi trajnostno poslovanje (trajnostno poročilo). Finančno poročilo govori o uspešnosti podjetja v preteklosti, trajnostno pa o obeh in tveganjih za prihodnost. Direktiva in zakonodaja trajnostnega poročanja pravzaprav zahtevata od podjetij, da se prilagodijo novim okoljskim, podnebnim in družbenim izzivom, ki so dano dejstvo. Vsi vemo, da so negativni učinki vseh teh enkratnih vremenskih dogodkov tako vseobsegajoči, da so se zamajali vsi modeli ocenjevanja tveganj na bankah in zavarovalnicah. Zato zakonodaja nalaga podjetjem, da prevzamejo svojo odgovornost in implementirajo tudi trajnostna tveganja v svoje modele tveganj in z njimi aktivno upravljajo ter se prilagajajo.

• Kakšni so odpori proti temu poročanju, kakšne so kritike?

MARKIZETI: Kritike so posledica ekonomskih razmer, v katerih se trenutno v

Evropi nahajamo in trenutnih globalno političnih premikov, ki so posledica dogajanj v ZDA. Zato so države (Francija, Nemčija,...) in specifične industrije oblikovale in podpisale zahteve Evropski komisiji, da se zmanjšajo te zahteve in standardi trajnostnega poročanja na raven kot je bila pred uvedbo te direktive, ker da zmanjšujejo njihovo konkurenčnost. Zahteve se razlikujejo med seboj, lahko pa bi povzeli, da pravzaprav tudi velike korporacije zahtevajo trajnostno poročanje, kot je zdaj priporočeno za SME-je, torej neke na nivoju obsega prostovoljnih standardov.

• In kakšen je odziv Evropske komisije?

MARKIZETI: Evropska komisija se zaveda prenormiranosti in neusklajenosti zahtev znotraj različnih zakonodajnih aktov, ter obsega potrebne administracije, zato se je zavezala, da bo birokracijo trajnostnega poročanja zmanjšala za četrtino. Končni predlog EK, pa kot že omenjeno ni posegel samo na raven administracije ampak je tudi precej zarezal v predlog obsega, pooblastil in vsebine že sprejete zakonodaje.

• Kdo pa naj bi skladno z zakonodajo preverjal izdana trajnostna poročila?

MARKIZETI: Trajnostno poročilo, ki bo izdano, mora omogočati strojno branje (primerjanje podatkov in analizo) in mora biti revidirano s strani pooblaščenega revizorja, tako kot finančno poročilo.

• Kaj bi torej predlagali srednjim in majhnim podjetjem, kako naj se pripravijo na trajnostno poročanje?

MARKIZETI: Srednjim in majhnim podjetjem bi predlagala, da preverijo svoje poslovanje v luči že veljavnih standardov trajnostnega poročanja, tudi če zanje še ne velja. Pri tem naj upoštevajo metodologijo dvojne ocene pomembnosti, ki jim lahko pokaže v pravi luči njihova tveganja in njihove priložnosti, katera bodo

nato lahko upoštevali v svojih razvojnih prioritetah. Vsak lastnik ali vsak direktor v podjetju ima nalogo skrbeti za finančni rezultat podjetja in obenem delati podjetje boljše, odpornejše na srednji in dolgi rok. Ocena pomembnosti je metodologija s katero podjetje odgovarja na vprašanje, kako podjetje vpliva na družbo in na okolje, ter kako družba ter okolje vplivata na podjetje. Ali ima podjetje zaradi trendov in sprememb v družbi in okolju tveganja ali priložnosti. Pri tem naj podjetje oceni tudi tveganja in priložnosti, ki izhajajo iz njegove verige vrednosti, torej s strani oskrbovalne verige in strank, ter kako odvisni so od njih.

Na ta način bodo srednja in majhna podjetja pripravljena na zahteve svojih strank in kupcev, kateri se ne glede na zakonodajo o trajnostnem poročanju želijo zaščititi pred neželenimi tveganji s strani svojih dobaviteljev in imajo številne zahteve za SME podjetja iz področja trajnosti.

Povzetek zahtev po poročanju

- Velika podjetja z več kot 500 zaposlenimi, subjekti javnega interesa (podjetja za katera je že od leta 2017 veljala zakonodaja o nefinančnem poročanju); velja CSRD in ESRS, prvo trajnostno poročilo za leto 2024 (razkritje 2025)
- Ostala velika podjetja, ki bi po CSRD morala prvič poročati za leto 2025 (razkritja 2026) – sprejet je 2 letni zamik poročanja. V tem času lahko pričakujemo poenostavljene in vsebinsko manj obsežne standarde, kateri bodo zavezovali manjše število podjetij.
- MSP, ki kotirajo na borzi; trajnostno poročanje se časovno zamika in spreminja tudi za njih
- MSP (vsa ostala podjetja); obveznega poročanja ni (niti ga ni predvideval CSRD). Veljajo prostovoljni standardi za poročanje malih in srednjih podjetij, ki ne kotirajo na borzi.



Na svoji podjetniški poti niste sami.



Tukaj smo mi. Slovenski podjetniški sklad.

Da vam svetujemo, pomagamo, da vas podpiramo.
Da vam prisluhnemo in da vas slišimo.

RASTEMO SKUPAJ
podjetniskisklad.si

■ Besedilo in slike: VIDA PETROVČIČ

ŽIGA ČEBULJ:

»TRAJNOSTNO POROČANJE JE POGLED V PRIHODNOST«

Žiga Čebulj je strokovnjak za področje inovacij, digitalizacije in zelenih tehnologij v okviru CER (Centra odličnosti in partnerstva za trajnostno gospodarstvo).



Žiga Čebulj

Njegovo delo vključuje svetovanje podjetjem, kako se lotiti zelene preobrazbe, zmanjševanja ogljičnega odtisa in uvajanja krožnih poslovnih modelov. O tem je spregovoril tudi za glasilo Veter. Najprej pa, kaj je CER?

ČEBULJ: CER je največje gospodarsko interesno združenje za trajnostno gospodarstvo v Sloveniji. Združuje številna podjetja iz različnih panog. Imamo približno 120 članov. Med njimi so velika podjetja, tudi mednarodna, ter srednja in majhna podjetja. Verjamemo, da je trajnost pravi način za nadaljnji razvoj in za povečevanje konkurenčnosti tako posamezne gospodarske družbe kot vsega gospodarstva. Zato organiziramo

številne aktivnosti in skrbimo za to, da se podjetja med sabo družijo, da si izmenjujejo znanja in izkušnje. Smo avtorji prvega certifikata Green Star v Sloveniji. To priznanje dobijo podjetja, ko izmerijo, kje se nahajajo na poti svoje trajnostne in zelene preobrazbe in kaj vse morajo v podjetju še storiti.

• **Podjetja so bila in so verjetno še vedno precej izgubljena pri definiciji, kaj je trajnostno.**

ČEBULJ: Vsekakor, veliko se o tem govori, veliko morajo poročati in zbirati podatke, pripravljati strategije in javno objavljati zaveze. In zato smo se odločili, da smo sami razvili digitalno orodje za oceno trajnosti. Gre za poglobljen vprašalnik sto petdesetih vprašanj. Na podlagi izpolnjenega vprašalnika podjetje lahko doseže od ene do petih zvezdic. Že eno je težko dobiti, ker mora podjetje priti čez nek minimalen prag pravilnih odgovorov. Pet zvezdic sta za zdaj dobili samo dve podjetji. Za pet zvezdic potrebuje podjetje znanstveno potrditev svojih trditev. Takih podjetij je malo tudi v svetovnem merilu. Green star pa je uporaben tudi za oceno trajnosti vzdolž dobavne verige nekega podjetja. Lani smo certifikat Green star podelili že tretjič, na konferenci za trajnostni management v Celju. Dogodek je zelo poučen za vse udeležence, saj lahko iz prve roke izvedo

za izkušnje podjetij, kaj so ta naredila dobro, kaj bi lahko še boljše.

• **Kaj torej podjetja naredijo dobro, kaj jim svetujete?**

ČEBULJ: Najprej naj se lotijo zbiranja podatkov, da ugotovijo, kje so. Se pravi, vsak proces, tudi trajnostni, se mora začeti pri resni analizi stanja. Brez tega je težko zastaviti dobre cilje, ukrepe in strategijo. Pri tem jim zelo pomaga vprašalnik za certifikat Green Star. Prvič se namreč soočijo s tveganji in priložnostmi, ki jih prinaša trajnost. Podjetja ugotovijo, da je sistematičen pristop pri zbiranju podatkov najboljši korak, ki ga lahko naredijo. Potem se podjetja naučijo, da postavljanje ciljev in ambicij ni več mrtva črka na papirju. Lahko je obljubiti, da bo podjetje postalo podnebno nevtravno čez noč. Vendar to zahteva veliko truda, inovacij in povezovanja. Ambiciozni načrti za podnebno nevtralnost pomenijo tudi zelo visoke finančne vložke. Sončna elektrarna ni poceni. Tudi elektrifikacija voznega parka ni, niti obnova procesov in stavb, zato skozi naš vprašalnik podjetja lahko ovrednotijo svoje ambiciozne cilje in lažje načrtujejo konkretne ukrepe. Podjetja se praviloma najprej lotijo zmanjšanja ali odprave emisij CO₂. Če želi podjetje izboljšati svojo trajnostno sliko, potem preide iz rjavih virov energije na obnovljive. In rezultati so relativno hitro vidni za relativno

ugoden finančni vložek. Potem sledijo ukrepi na področju upravljanja, kako izboljšati odnose z dobavitelji, z lastnimi zaposlenimi, kako v delo vključiti lokalno skupnost. In nenazadnje se ukvarjamo tudi s tem, kako v proces trajnosti vključiti tudi kupce in potrošnike. Trajnost namreč pomeni, da podjetje ne gleda samo svojega poslovanja, ampak celotno dobavno verigo. Veliko podjetij se odloča tudi za nadgradnjo voznega parka z električnimi vozili. Spodbujajo zaposlene za alternativne prihode na delo, ne samo z osebnimi vozili. Veliko pa se odločajo tudi za prenovo stavb, obojev, oken in prezračevalnih sistemov.

• Kaj so najbolj pogoste napake, ki jih naredijo podjetja?

ČEBULJ: Prva in največja napaka, ki jo podjetja delajo, je to, da skočijo pogumno in previsoko v ciljih, ne da bi prej pregledala konkretne ukrepe, investicije in stroške. So primeri v svetu, ko podjetja, po premisleku o stroških, tudi umaknejo svoje javno objavljene visoke trajnostne cilje, ki so jih napovedovala. Prva napaka torej je, če podjetje v svojih ciljih skoči previsoko, če obljublja preveč. Podjetje naj si ne postavi preveč ambicioznih ciljev, ampak take, ki so dovolj realistični, da jih bodo lahko uresničili. Druga napaka, ki jo delajo v podjetjih, je ta, da vsi managerji trajnostnih ciljev še niso ponotranjili, da vanje še ne verjamejo popolnoma. Razkorak med vodstvi podjetij in trajnostnimi strokovnjaki v podjetjih je še vedno močno prisoten.

• Vendar je mogoče zavezanost trajnosti tudi dobro vnovčiti, kar se pozna na dobičku.

ČEBULJ: Vsekakor. Zvezanost trajnosti je mogoče izkoristiti za večje prihodke, za višje donose na kapital in za izboljšanje konkurenčnih položajev, ki jih podjetja imajo. En tak dober primer je recimo podjetje Unilever. Obstajajo celo knjige o tem, kako se je management dolga leta pripravil in se podal na to pot trajnosti. Dokazali so, da s trajnostjo

lahko podjetje postane odporno tudi na različne globalne krize, kot so suše, poplave, politične in finančne krize, zastoj v dobavnih verigah. In nenazadnje je Unilever v vseh teh letih prerastel svojega največjega konkurenta ravno zato, ker je razumel trajnost bolje kot drugi. Drug dober primer je v pivovski industriji. Globalna pivovarska industrija je ugotovila, če želi zmanjšati svoj vpliv na okolje, se mora začeti ukvarjati s svojimi dobavitelji s kmetij. V družbi Guinness Carlsberg so pristopili k stvari tako, da so začeli izobraževati kmete, s strokovnjaki jim pomagajo pregledati načine sajenja, vzgajanja žita in ostalih stvari in jim pomagati optimizirati njihov proces kmetovanja. Korist tega pristopa je tako za pivovarja kot za kmete, saj oboji povečajo učinkovitost in zmanjšajo ogljični odtis v svojem okolju.

• Kakšna so torej vprašanja iz vašega vprašalnika?

ČEBULJ: Vprašanja so zelo konkretna in podrobna. Pri tem sledimo evropskem standardom trajnostnega poročanja. Vprašanja so denimo: kakšen je CO2 odtis, kakšni so cilji, kako opolnomočena je ekipa, kaj so konkretni ukrepi, ki jih že počnejo, kaj jim bodo prinesli ukrepi. Naša naloga je, da teorijo trajnostnega poročanja prevedemo v poslovni jezik in ga približamo odločevalcem in vodstvom v podjetjih.

• Kakšni so vaši predlogi za mala podjetja?

ČEBULJ: Tudi mala podjetja naj najprej zberejo podatke o svojem trajnostnem poslovanju in izmerijo svoj CO2 odtis, porabo odpadkov, porabo vode, prevožene kilometre in tako naprej. Seveda je res, da vsem srednjim in majhnim podjetjem ni treba poročati. Toda, ker trajnostne podatke o njihovem poslovanju že zdaj zahtevajo njihovi tuji partnerji v verigi dobaviteljev ali pa jih bodo v prihodnje, jim priporočam, da se lotijo trajnostne analize svojega poslovanja. Velikokrat sprašujejo, ali morajo in zakaj morajo poročati, tudi

če jim po zakonu ni treba. Priporočljivo je, da se soočijo s trajnostnim poročanjem, ker bodo tako ostali konkurenčni. Pozitivno v trajnosti je to, ko se podjetja s tem začnejo ukvarjati, velikokrat najdejo in naletijo na priložnosti, ki jih prej niso videla, ker se s tem ni bilo treba ukvarjat. Enako velja tudi s pogledi na tveganja, ki so danes drugačni, kot so bili 10 ali 20 let nazaj. Nenazadnje nas na to samo v Sloveniji opominjajo požari in poplave, kaj šele širom Evrope. Poleg tega pa se morajo srednja in majhna podjetja osredotočiti na trajnost tudi zaradi kupcev ali zakonodajnih zahtev, da povedo, kako ambiciozno se bodo premikali v prihodnosti. Ključna razlika med finančnim poročanjem in trajnostnim poročanjem je v tem, da je finančno vedno pogled za nazaj, trajnostno poročanje pa vedno gleda v prihodnost.

• Glavni očitke podjetij je, da je trajnostno poročanje drago in da uvaja veliko nove birokracije, velika podjetja pa se tudi pritožujejo, da morajo poročati o podatkih, ki jih smatrajo kot poslovno skrivnost. Koliko v povprečju stane to poročanje neko srednje ali majhno podjetje?

ČEBULJ: Neko srednje veliko podjetje z desetimi milijoni letnih prihodkov lahko trajnostno poročanje stane okoli 300 tisoč evrov na leto in dve novi zaposlitvi primernih strokovnjakov. Mogoče pa je te strokovnjake najeti tudi na trgu, v podjetju pa digitalizirati in avtomatizirati procese poročanja. V tem primeru bi lahko samo polovično zaposlili enega samega strokovnjaka. Tudi banke ponujajo različne ugodne zelene produkte, ki so cenejši od klasičnih kreditov. Tudi te banke so zavezane trajnostnemu poročanju, zato lahko pričakujemo, da bodo banke, nekatere to že počno, pristopile podjetjem na pomoč tudi tako, da jim bodo organizirale zunanje svetovalce za trajnostno poročanje in jim pomagale, da bodo lažje izpolnili trajnostne zahteve. Trajnost pomeni sodelovanje v verigi tudi med finančnimi in gospodarskimi družbami.

Pridobite
Green Star certifikat
za trajnostno
poslovanje in
stopite v ospredje.



Več o pridobitvi certifikata: green-star.si

■ Besedilo in slika: VIDA PETROVČIČ

BOŠTJAN KOŽUH, DIREKTOR AGI INSTITUTE D.O.O.

»PODJETJA NAJ RAZMIŠLJAJO O UMETNI INTELIGENCI STRATEŠKO!«

Ne mine dan ne da bi poslušali o umetni inteligenci, o tem, kaj prinaša za gospodarstvo, pa tudi za srednja in majhna podjetja. Ali znamo izkoristiti vse njene možnosti? Kako z orodji umetne inteligence povečati dobiček podjetja?



Boštjan Kožuh

O vsem tem smo se pogovarjali z direktorjem podjetja AGI institute d.o.o. **Boštjanom Kožuhom**, ki je nedavno na to temo pripravil odmevno in zanimivo predavanje za člane Podjetniško trgovske zbornice. Kakšne izzive torej prinaša uporaba umetne inteligence za lastnike malih in srednjih podjetij ter trgovin? Najprej vprašanje, kaj pomeni kratica AGI?

BOŠTJAN KOŽUH: AGI pomeni kratico za splošno umetno inteligenco. To je osnovni korak, ki so zgodil v naslednjih nekaj letih, in bo ustvaril naslednji velik preskok v sposobnosti umetne inteligence. V našem podjetju se ukvarjamo z dvema glavnima ciljema, eno je pove-

čanje pismenosti in izobraževanja na področju umetne inteligence in drugo je področje svetovanja podjetjem o tem, kako spraviti umetno inteligenco v svoje poslovne procese. Podjetja in podjetniki bi morali začeti o tem strateško razmišljati, vendar je ta proces zelo počasen. Sprememba v miselnosti se mora začeti pri vodilnih, da lahko začnejo razmišljati o preobrazbi poslovanja. Tu potem nastane dodatna vrednost. Večinoma pa se zdaj govori o uporabi umetne inteligence bolj z vidika osebne učinkovitosti. Vsak posameznik v podjetju je lahko malo hitrejši in boljši. Vendar to ni dovolj. Če pustimo uvajanje umetne inteligence kot izoliran otok njene uporabe na posameznike v podjetju, je naš domet zelo omejen. To velja tako za Slovenijo kot tujino. Podjetja se pritožujejo, rekoč, umetna inteligenca bi nam morala povečati produktivnost, vendar tega ne vidimo pri poslu. Seveda tega ne vidijo, če ne spremenijo poslovnih procesov, če ne spremenijo normativov dela s strankami in s poslovnimi partnerji na ravni vsega podjetja, ne zgolj pri posameznih delavcih.

■ **Kaj torej ponuja umetna inteligenca trgovinski dejavnosti, še posebej za mala in srednja podjetja?**

BOŠTJAN KOŽUH: Trgovina je mogoče v nekaterih pogledih posebna,

vendar ne v vseh. Veliko poslovnih procesov je v vseh podjetjih in panogah enaka. Recimo, vsi moramo izdajati račune. Vsi se moramo pogajati z dobavitelji, vsi moramo komunicirati. Pri strankah so nekatere posebnosti, vendar so temeljna načela popolnoma enaka, zato je mogoče v trgovino preslikati splošno podjetniško uporabo umetne inteligence in temu prilagoditi interne procese poslovanja. Drugi sklop je bolj vezan na specifično trgovino, to so odnosi z dobavitelji in organizacija logistike v dobavni verigi.

■ **Na katerem področju danes trgovine že uporabljajo umetno inteligenco in kje je še prostor za njeno bolj učinkovito uporabo?**

BOŠTJAN KOŽUH: Trgovine že danes uspešno uporabljajo orodja umetne inteligence za napovedovanje prodaje, kakšna bo in po katerih izdelkih bodo ljudje bolj posegali, da jih ne zmanjka na policah. To jim že danes ustvarja velik prihranek v logistiki in optimizaciji stroškov ter v povečanju prodaje. Novi algoritmi umetne inteligence pa jim ponujajo tudi možnosti izboljšanja marketinga. Z večjim zajemom kovostnih vsebinskih podatkov, ki so na voljo, je mogoče oblikovati propagandna besedila in analizo modnih trendov. To prej ni bilo mogoče, če

podjetja niso najela dragih marketinških podjetij za analizo trga. Danes to punujajo algoritmi umetne inteligence praktično brezplačno. Z orodji umetne inteligence, s tako imenovano funkcijo: »deep research« (globoka raziskava), je mogoče danes tudi dobro analizirati konkurenco. Trgovinska podjetja lahko zelo enostavno raziščejo katerikoli trg svojih izdelkov, globalne trende, kar pomeni velik prihranek časa in denarja. Tu se odpirajo velike možnosti uporabe umetne inteligence predvsem pri poslovanju majhnih in srednjih podjetij.

Za to so včasih plačevali drag denar raznim agencijam.

• Ali to trgovinska podjetja že počnejo?

BOŠTJAN KOŽUH: Da, vendar še ne v zadostni meri, da bi se to bistveno poznalo pri njihovem poslovanju. Tega bi se morali lotiti takoj, saj ne zahteva nobene bistvene spremembe pri poslovanju. Podoben primer je prevajanje besedil s prevajalci. Te je umetna inteligenca v celoti zamenjala. Če je bilo včasih treba čakati na prevod nekaj dni, se ta zdaj zgodi nekaj minutah z uporabo umetne inteligence. To pa so veliki prihranki v času in denarju.

• Kaj so torej opravila, ki bi se jih morala takoj lotiti mala in srednja podjetja, kaj Podjetniško trgovska zbornica?

BOŠTJAN KOŽUH: Takoj bi se lahko lotili analize potrošniških navad in trga ter ocene konkurenčnih izdelkov ter trendov. Podjetniško trgovska zbornica pa lahko veliko stori z ozaveščanjem in izobraževanjem o možnostih, ki jih ponuja umetna inteligenca. Tu pa se odpirajo predvsem možnosti avtomatiziranih pogajanj z dobavitelji s pomočjo umetne inteligence, prek tako imenovanih »chat bot« klepetalnih robotov, kar mnoga tuja trgovska podjetja že počnejo. To pa zelo olajša in razbremeni delo njihovih nabavnih strokovnjakov. Z uporabo umetne inteligence bi lahko tudi obrnili trend, ko danes trgovine manjšajo število svojih dobaviteljev, umetna inteligenca pa bi jim omogočila obvladljivo sodelovanje s širšim spektrom dobaviteljev za večjo ponudbo konkurenčnih artiklov. Predvsem je v trgovinah bistven premik k uporabnikom in kupcem.

Vsaka trgovina naj si odgovori na vprašanje: A smo sposobni dobaviti izdelke, ki zares zadovoljujejo potrebe naših strank in kupcev in to, kar ponujamo,

niso samo tisti izdelki, ki so pri nas enostavno dobavljivi, za katere imamo že vzpostavljene tokove? Vprašajo naj se o svojem marketingu. Ali reklamirajo prave stvari? Ali nagovarjamo prave kupce s pravimi ključnimi besedami in stavki? Pri prodaji je danes ključna personalizacija (poosebljena prodaja) tako v ponudbi izdelkov, v pravem marketinškem nagovoru kot popustih, kar je mogoče doseči prav z umetno inteligenco. Samo reklamna sporočila, narejena z umetno inteligenco, niso dovolj. Povsem nova paradigma pri uporabi umetne inteligence v trgovini pa je uporaba programskih sistemov, tako imenovanih agentov, ki delujejo samostojno in inteligentno, da dosežejo prodajne cilje. Umetni inteligentni agenti (UI agenti) lahko sprejemajo odločitve, se prilagajajo okolju in komunicirajo z drugimi agenti ali uporabniki. Delujejo na podlagi algoritmov, ki jim omogočajo učenje in prilagajanje na podlagi novih informacij. Konkretno to pomeni, da lahko UI za vsakega kupca ustvari nekakšnega digitalnega dvojčka, razišče njegove nakupne navade, želje in potrebe, razišče trg ter ponudbo in mu ponudi to, kar potrebuje. Umetna inteligenca ponuja neizmerne možnosti za povečanje prodaje. Izkoristimo jih.

PAMETNE ODLOČITVE TEMELJIJO
NA PRAVIH PODATKIH.

4AJP=95

Agencija Republike Slovenije
za javnopravne evidence in storitve



SPOT točka



Uradne objave



Poslovni register Slovenije



Drugi registri



Letna poročila



Pobot



Bonitetne storitve



Finančni podatki

Z vami na poslovni poti.

www.ajpes.si

ŽENSKO PODJETNIŠTVO: OD ENAKOSTI K SODELOVANJU

Podatki raziskave Global Entrepreneurship Monitor (GEM) kažejo, da se podjetniška aktivnost žensk v Sloveniji v zadnjih letih giblje pod evropskim povprečjem. O vzrokih nizke zastopanosti žensk v podjetništvu, priložnostih in izzivih ženskega podjetništva ter nujnosti povezovanja je tekla beseda na današnji okrogli mizi z naslovom Od enakosti k sodelovanju. Razprava je izčistila temeljno ugotovitev, da so za zmanjšanje razkoraka med spoloma v podjetništvu ključni ciljno usmerjeni ukrepi, kot so boljši dostopi do financiranja, mentorstvo, poslovne mreže ter krepitev digitalnih in finančnih veščin podjetnic; nenazadnje tudi možnosti usklajevanje družinskih in poklicnih obveznosti. Izjemen podjetniški potencial žensk lahko v celoti izkoristimo le z ustvarjanjem podpornega ekosistema.

Podjetniško-trgovska zbornica (PTZ) pri Gospodarski zbornici Slovenije (GZS) je leta 2022 na praznik dneva žena ustanovila Sekcijo podjetnic s ciljem, da širi glas podjetnic v prizadevanjih za spodbudnejše poslovno in družbeno okolje, ter spodbuja žensko in socialno podjetništvo. Pred letošnjim praznikom žena je PTZ povabila na okroglo mizo Od enakosti k sodelovanju, na kateri so sodelovale priznane poznavalke ženskega podjetništva in vodenja družb.

Mag. **Brane Lotrič**, predsednik Upravnega odbora PTZ, je v pozdravnem nagovoru pozdravil sodelovanje predstavnic ključnih asociacij žensk, ki so dejavne na različnih področjih. Zavzel se je za vzpostavlanje okolja in klime, ki bi omogočile, da se ženske uveljavijo kot podjetnice širšega formata.

»Vaše izkušnje, ideje in znanje so ključni gradniki prihodnosti, v kateri ne bo le enakosti, temveč resnično sodelovanje. Prav zato je izjemno pomembno, da se danes slišijo različni glasovi – tako tistih, ki so že uveljavljeni v poslovnem svetu, kot tudi tistih, ki si svojo pot šele utirajo;« je poudaril izvršni direktor GZS mag. **Marko Djinović**.

kar potrjujejo tako podatki, kot tudi podjetniški poznavalci,« je še poudarila.

Mag. **Matej Skočir**, namestnik generalnega direktorja Direktorata za industrijo, podjetništvo in internacionalizacijo pri Ministrstvu za gospodarstvo, turizem in šport, je nanizal vrsto izzivov ženskega podjetništva in ukrepe, ki sta jih sprejela Ministrstvo za gospodarstvo, turizem in šport in agencije Spirit s ciljem, da prispeva k zagotavljanju enakih možnosti stališč, pristopov in dostopov do financiranja. Na ministrstvu bodo izzive ženskega podjetništva naslavljali s konkretnimi ukrepi tudi v bodoče.

Na okrogli mizi Od enakosti k sodelovanju so sodelovale predstavnice večine ženskih združenj v državi: mag. Mojca Kunšek, Podjetniško-trgovska zbornica, Sekcija podjetnic, Petra Juvančič, Združenje Manager, Mateja Malnar Štembal, ONA VE, Marta Turk, 500 podjetnic; Skupnost slovenskih podjetnic, Darinka Pavlič Kamien, FAM -, ter prof. dr. Karin Širec z Ekonomsko-poslovne fakultete Univerze v Mariboru.

Iztočnica okrogle mize Od enakosti k sodelovanju so bili podatki mednarodne raziskave Globalni podjetniški monitor (GEM; Entrepreneurship Monitor, ki jih je na začetku pogovora predstavila prof. dr. Karin Širec. Od leta 2002 slovenski del raziskave izvaja Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij na Ekonomsko-poslovni fakulteti Univerze v Mariboru. Izsledki raziskave GEM kažejo, da se podjetniška aktivnost žensk v Sloveniji v zadnjih letih giblje pod evropskim povprečjem (najbolj uspešna pri vključevanju žensk v podjetništvo - je Litva in Latvija). Razmerje med podjetnicami in podjetniki pri zgodnji podjetniški aktivnosti (TEA) je v Sloveniji 0,55, kar pomeni, da na vsakih 10 podjetnikov deluje le približno 5 podjetnic. Ta razkorak med spoloma je pri ustaljenih podjetjih še večji, kar kaže na to, da ženske podjetniške aktivnosti pogosteje opustijo v zgodnjih fazah.

Ženske vstopajo v podjetništvo predvsem zato, ker si želijo sprememb. Ženske so bistveno bolj prisotne v najnižjih dohodkovnih ravni, imajo manjša podjetja, kar 60 % slovenskih podjetnic ima podjetja brez zaposlenih, manj so izvozno usmerjene kot moški.

Raziskava GEM kaže, da so slovenske podjetnice v primerjavi z moškimi manj samozavestne glede svojih podjetniških veščin, hkrati pa pogosteje poročajo o strahu pred neuspehom. Kljub temu pa se v zadnjih letih povečuje delež podjetnic, ki svojo



Mag. **Mojca Kunšek**, predsednica Sekcija podjetnic pri PTZ, je naglasila, da je v Sloveniji na vsakih 10 podjetnikov le 5,5 podjetnic. Ta delež je pod evropskim povprečjem, kjer je na vsakih deset podjetnikov sedem podjetnic. »To razmerje odraža obstoj specifičnih ovir za ženske, tudi v podpornem okolju,

dejavnost razvijajo s poudarkom na inovativnosti in trajnostnih poslovnih modelih.

Darinka Pavlič Kamien, predsednica Društva poslovnih žensk FAM, je pojasnila, da v okviru društva ustvarjajo ženskam prijazno zavezniško okolje, ki jim pomaga pri premagovanju strahu pred neuspehom. V takih združenjih se močno izkazuje moč komunikacije, tudi pri vodenju ljudi. »Ženske bi morale same znižati svoje izjemno visoko postavljene standarde,« je naglasila in dodala, da družba še ni popolnoma ponotranjila tega, koliko lahko ženske prispevajo s svojim znanjem pa tudi drugimi vrednotami. »Ženske ne ravnotežimo, ampak ustvarjamo nov sistem, v katerem delujemo uspešno na obeh področjih, poslovnem in družinskem,« je dejala.

Marta Turk, predsednica Skupnosti slovenskih podjetnic, je še posebej naglasila pomen povezovanja in spodbujanja ženskega podjetništva. »Podporno okolje bi moralo namesto samozaposlitev spodbujati ustanavljanje podjetniških skupin. Že en sam projekt bi prispeval k ustvarjanju podjetij z novimi, dobrimi delovnimi mesti, in ženske bi lahko razvijale svoje ideje. Razdrobljenost, tudi pri spodbudah, ni rešitev!« je pozvala Marta Turk. Poudarila je še, da našim podjetnicam manjka tudi ustrezna vzgoja že v rosnih letih, »malo 'šraufanja' bi bilo dobrodošlega že v vrtcu in osnovni šoli. Podporno okolje in močan glas potrebujejo tudi mala, ne le velika podjetja, čemur mora v svojih zavzemanjih slediti tudi GZS.

Mateja Malnar Štembal, predsednica Združenja ONA VE, je poudarila, da si prizadevajo za večjo slišnost žensk, tudi v medijih. Še vedno je 73 % glasov v medijih moških, le 23 % ženskih. Vzrok tiči tudi v premajhni samozavesti žensk, ne le v (pre)majhnem zanimanju medijev. »Temeljno vodilo mora biti,

da ženske gradimo na znanju, kompetencah in povezovanju,« je poudarila. Mediji igrajo veliko vlogo pri uravnoteženosti obravnave moških in žensk v podjetništvu. Pomembno je, da izpostavljajo vzornice z različnih področij skozi zgodbe, video vsebine, animirane serije ..., da mladega človeka ne utirimo že v otroštvu.

Petra Juvančič, izvršna direktorica Združenja Manager, je povedala, da se dolgoletna prizadevanja združenja za enakopravnost žensk zrcalijo v njihovi večji zastopanosti. V združenju si prizadevajo spodbujati in promovirati uspehe ženskih podjetnic. Pri mlajših generacijah opažajo druge vrednote, veliko jim pomeni svoboda in neobremenjeno delo, zato potrebujemo prijazna delovna okolja in večjo raznolikost. Svet je do žensk v določenih situacijah še bolj krut in ženske se tudi zato ne želijo izpostavljati. Opozorila je še na pomen klime v Sloveniji, ki v splošnem ni najbolj naklonjena podjetništvu, kar odvrča tudi tuje investitorje. Zato je pomembno povezovanje, spodbujanje dialoga in da znamo tudi gospodarska združenja sodelovati oziroma poiskati najmanjši skupni imenovalec.

Mag. **Mojca Kunšek**, predsednica Sekcija podjetnic pri PTZ, je povzela razpravo na okrogli mizi in med ključnimi izzivi podjetnic izpostavila še omejen dostop do financiranja, manjše poslovne mreže in težje usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja. Pomembno priložnost predstavljajo digitalizacija in nove tehnologije, saj omogočajo nižje vstopne ovire, bolj fleksibilne poslovne modele in globalni dostop do trgov. Pri spodbujanju večjega vključevanja žensk v podjetništvo imajo pomembno vlogo tudi prilagodljive oblike dela ter usklajevanje družinskih in poklicnih obveznosti. Med ženskami pa je pomembno tudi zavedanje boljše samopodobe in sposobnosti.



Zakaj z nami? Ker nismo običajna banka!



**FINANCIRANJE POSLOVANJA MALIH IN
SREDNJE VELIKIH PODJETIJ (MSP 9)**

SPIRIT Slovenija spodbuja rast in razvoj slovenskih podjetij

Javna agencija SPIRIT Slovenija, ki je osredotočena na spodbujanje investicij, podjetništva ter internacionalizacije, ponuja obsežen nabor brezplačnih storitev in podpornih aktivnosti za podjetja v vseh fazah poslovanja.

SPIRIT Slovenija kot »one stop shop« za podjetja, investitorje in izvoznike pomaga podjetjem rasti, ustvarjati dodano vrednost in krepiti njihovo mednarodno konkurenčnost. S številnimi programi spremlja njihove potrebe ter jim pomaga pri soočanju z izzivi sodobnega trga.

Agencija se osredotoča na ciljne skupine, kot so mladi podjetniki, podjetnice, posamezniki z inovativnimi

idejami ter podjetja s trajnostnim poslovanje. Podjetja ozaveščajo o pravočasnem prenosu lastništva ter med drugim promovirajo uporabo slovenskega lesa in lesarske poklice.

Tistim podjetjem, ki želijo poslovati na tujih trgih, ponujajo informacije o 52 izvoznih trgih na www.izvoznookno.si, svetovanja, usposabljanja in delavnice ter organizirajo gospodarske delegacije, B2B dogodke, poslovne forume in

skupinske nastope na sejmiših v tujini. Ponujajo tudi podporo prek mreže slovenskih poslovnih klubov, ki so njihova podaljšana roka na tujih trgih.

Podjetja, ki želijo biti redno obveščena o podjetniških priložnostih, so vabljena k prijavi na tedenski novičnik Moj spletni priročnik. Več informacij o aktivnostih agencije na www.spiritslovenia.si in www.podjetniski-portal.si.



HITREJE DO POSLOVNIH CILJEV S SPIRIT SLOVENIJA

www.spiritslovenia.si



Ste mladi, potencialni podjetniki? Morda podjetniki na začetku vaše poslovne poti? Ali pa zrelo, rastoče podjetje, ki želi krepiti mednarodno konkurenčnost?

Povežite se z javno agencijo SPIRIT Slovenija, **»one stop shop«** za podjetja v vseh fazah poslovanja, kjer vam ponujamo številne **brezplačne** podporne aktivnosti in storitve, kot so:

- podporne mreže in podjetniški programi,

- mentorska podpora,
- poslovni dogodki za krepitev kompetenc,
- B2B srečanja,
- gospodarske delegacije,

- mednarodni sejmski nastopi,
- podpora pri iskanju vlagateljev,
- finančne spodbude.

Veselimo se sodelovanja!



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSTVO,
TURIZEM IN ŠPORT

**I FEEL
SLOVENIA**

PREDSTAVITEV MEDNARODNE KONFEDERACIJE ZDRUŽENJ ZA NADZOR NAD KONTAMINACIJO (ICCCS)

Mednarodna konfederacija združenj za nadzor nad kontaminacijo (ICCCS) je neprofitna organizacija za promocijo področja nadzora nad kontaminacijo. Ustanovljena je bila leta 1972 v Švici med prvim simpozijem ICCCS. Leta 2022 je ICCCS praznovala 50 let delovanja.

Mednarodna konfederacija ICCCS je organizacija za nacionalna članska združenja, ki spodbuja mednarodno sodelovanje pri razvoju, uporabi, izobraževanju in standardizaciji tehnologije čistih prostorov ter najboljših praks za obvladovanje kontaminacije. ICCCS spodbuja razvoj in izmenjavo izobraževalnih programov s področja tehnologije čistih prostorov in nadzora kontaminacije ter zagotavlja mednarodno akreditacijo za programe članov, ki izpolnjujejo smernice IEC.

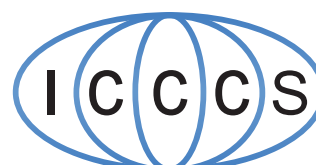
ICCCS ima uradni status povezave z ISO tehničnim odborom 209 – ki razvija svetovne standarde za čiste prostore in z njimi povezana nadzorovana okolja. ICCCS ima tudi uradni status

povezave s CEN tehničnim odborom 243 – ki razvija evropske standarde za tehnologijo čistih prostorov.

Trenutno ima konfederacija 23 članic (26 držav). Članice ICCCS vsaki dve leti, v parnih letih, organizirajo mednarodni simpozij.

Slovensko združenje za tehnologijo čistih prostorov SCS je postalo član konfederacije ICCCS oktobra 2024 in s tem vstopilo v veliko in pomembno družino mednarodnega okolja.

mag. Nataša Štirn, i.r.
Podpredsednica SCS



ZAHVALJUJEMO SE VSEM PARTNERJEM 12. KONFERENCE MSP



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSTVO,
TURIZEM IN ŠPORT



Slovenski
regionalno
razvojni
sklad



PARTNERSTVO
ZA TRAJNOSTNO
GOSPODARSTVO



Rešite uganko!

KAKO Z K LOGRAMA ZLAT NARE ITI DVA?



Investirajte varno in likvidno.

Zamenjajte svoj denar v plemenite kovine, ki skozi čas dokazano ohranjajo svojo vrednost. Veliko možnosti investiranja, od minimalnega mesečnega vložka, shranjevanja kovin v varnem skladišču v Švici, ali pri vas doma. Sedaj je pravi čas.

V svoj osebni portfelj dodajte več varnosti.

 **Elementum**
STRATEGI ZA PLEMENITE KOVINE

Elementum d.o.o. • Poslovna cona A35 • SI-4208 Šenčur

☎ (04) 279 19 90 • ✉ info@elementum.si • 🌐 www.elementum.si

BREZPLAČNA ŠTEVILKA

☎ • 080 592 009

Elementum
7 ZVEZDIC
Privat strategija

Smo certificirani dobavitelj zlatih in
srebrnih palic kovnice UMICORE.

umicore
materials for a better life