managerski kongres 2020

PRIHODNOST ZDRAVE RASTI

Manager leta 2020 je Enzo Smrekar, Atlantic Droga Kolinska

Priznanje Vključi.Vse 2020 prejmejo Ljubljanske mlekarne

Predstavljamo Akcijski načrt za višjo rast produktivnosti

Zakaj trajnostno voditeljstvo ni več izbira

GH Bernardin, Portorož

24. in 25. 9. 2020

telemach

Celovite poslovne rešitve za vsako podjetje

V Telemachu malim, srednjim in velikim podjetjem zagotavljamo napredne poslovne rešitve, s katerimi si olajšajo vsakodnevno poslovanje ter dosegajo zastavljene poslovne cilje.

Neprestano vlagamo v novo tehnologijo, infrastrukturo, kakovost storitev in tehnološke inovacije.

PODATKOVNI CENTER

Zgradili smo največji odprti podatkovni center v Sloveniji, ki slovenskim in mednarodnim podjetjem zagotavlja nove hibridne storitve ter jim ponuja prilagodljivo, stroškovno učinkovito in varno rešitev.

LASTNA SONČNA ELEKTRARNA

Na več kot 3000 m2 veliki strehi naše poslovne stavbe deluje sončna elektrarna, s katero skrbimo za lastne potrebe po energiji, pripevamo svoj del k razvoju krožnega gospodarstva ter tako uresničujemo svojo okoljsko in družbeno odgovornost.

NAJ OMREŽJE

Prizadevamo si svojim naročnikom zagotavljati najnaprednejše storitve, kar potrjuje tudi certifikat BEST IN TEST, ki smo ga po opravljeni neodvisni raziskavi podjetja umlaut prejeli že drugo leto zapored. Opravljeni preizkusi so pokazali, da ima Telemach najboljše mobilno in fiksno širokopasovno omrežje po uporabniški izkušnji.*

Stopite v stik z nami na brezplačni številki 080 820 002 in skupaj bomo poiskali najboljšo rešitev za vaše podjetje.

Več o ponudbi na https://poslovni.telemach.si/

*Po neodvisni raziskavi mednarodnega svetovalnega in razvojnega podjetja umlaut, ki je bila izvedena med januarjem in junijem 2020, ima Telemach najboljše mobilno omrežje po uporabniški izkušnji. Raziskava je bila opravljena s t. i. metodologijo množičnega zunanjega izvajanja (crowdsourcing), ki odraža resnično uporabniško izkušnjo in ocenjuje delovanje naprav končnih uporabnikov v določenem omrežju. Pri tem se spremljajo kakovost glasovnih klicev, prenos podatkov in uporaba aplikacij. V okviru raziskave je umlaut preizkusil elemente mobilnega omrežja (pokritost s širokopasovnim omrežjem, hitrost prenosa in omrežne zakasnitve). Telemachovo mobilno omrežje je v skupnem seštevku vseh preizkušenih elementov prejelo največ točk in certifikat Najboljši na testu. Več na https://telemach.si/naj-omrezje.

KAZALO

UVODNIK

5 Petra Juvančič, izvršna direktorica Združenja Manager: Zdravi ljudje, zdrav razvoj, zdrava prihodnost

PROGRAMSKI DEL

7 Program po dnevih
10 O govorcih in gostih

PRIZNANJA

12 Manager leta 2020 je Enzo Smrekar, glavni direktor Atlantic Droge Kolinske
14 Priznanje Vključi.Vse 2020 prejmejo Ljubljanske mlekarne

AKCIJSKI NAČRT ZA DVIG PRODUKTIVNOSTI

16 S povečanjem produktivnosti do večje blaginje ljudi
18 Dušan Mramor: Akcijski načrt tudi kot recept za dolgoročni vzdržni razvoj Slovenije
19 Medeja Lončar: Čas je, da v Sloveniji udejanjimo vizijo razvoja
20 Zdravko Počivalšek: Preprosto moramo z danimi sredstvi ustvariti več

DOGODKI ZDRUŽENJA MANAGER

21 V dobri družbi Združenja Manager do konca leta

BRANJE ZA ZNANJE

23 Martin Reeves: Kako postati podjetje za vse razmere
25 Elisa Rönkä: Varnost, tudi psihološka, po novem ključni temelj izkušnje na delovnem mestu
27 Lorenzo Tavazzi: Krožno gospodarstvo kot odgovor na gospodarske in podnebne izzive

TRAJNOSTNO VODITELJSTVO

29 Zakaj trajnostno voditeljstvo ni več izbira
30 S primeri dobrih trajnostnih praks spodbujamo in ozaveščamo
33 Vanja Hrovat: Dolgoročna partnerstva postavljamo na prvo mesto

SPOROČILA PARTNERJEV

35 Raziskava Bisnoda: Kakšen je 'čas preživetja' slovenskih podjetij v času koronakrize?
37 HR prihodnosti in prihodnost dela

Zlata pokrovitelja

Pokrovitelji

Partnerji

Energetski sistemi prihodnosti po vaši meri.

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

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

RIKO®
Globalni inženiring
za srečo ljudi

Zdravi ljudje, zdrav razvoj, zdrava prihodnost

Ko smo z ekipo Združenja Manager razmišljali o vsebini in sloganu letošnjega kongresa, smo bili hitro soglasni, na kaj se želimo osredotočiti. Ne bomo ponavljali mantre, kako je leto 2020 polno izzivov, da prinaša novo realnost, da je leto negotovosti, leto sprememb … V podjetjih in gospodarstvu je vedno tako, da smo soočeni z izzivi – včasih so ti večji, včasih manjši, negotovost je pogosto del poslovnega okolja. Zato se bogatejši za nove izkušnje in z na novo pridobljenimi zmožnostmi prilagajanja zazrimo v prihodnost, ki si jo želimo zase in za svoje naslednike.

Prihodnost zdrave rasti.

Managerski kongres naj bo torej priložnost za pogled naprej. Združenje Manager je z Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo ter Ekonomsko fakulteto v Ljubljani pripravilo študijo z naslovom Akcijski načrt za višjo rast produktivnosti. Namenjena je spodbujanju razprave in dialoga, na kakšen način in s katerimi ukrepi bi lahko zagotovili nadaljnjo rast in razvoj Slovenije ter s tem večjo blaginjo. Akcijski načrt je s krizo v zadnjih mesecih postal še toliko bolj pomemben, saj bomo morali v državi ob boljšem sodelovanju in povezovanju politike in gospodarstva ter družbe kot celote dobro načrtovati, kako na pot okrevanja ter kako ob tem izkoristiti 11 milijard evropskega denarja, ki nam je na voljo. Seveda za uresničevanje tako pomembne strategije potrebujemo širšo podporo in sodelovanje vseh ključnih sistemov v družbi, saj se tovrstne ambicije lahko uresničijo le z družbenim dogovorom. Tako kot smo imeli ob nastanku naše države jasen cilj vstopa v Evropsko unijo in uvedbe evra, si moramo zdaj zastaviti jasen cilj razvoja in napredka za večjo blaginjo nas vseh. Verjamem, da je prav na Managerskem kongresu zbrana tista ekipa razvojno naravnanih posameznikov, ki pri tem lahko pomembno prispeva.

Seveda je pomembno tudi to, kako dosegamo tak cilj. V Združenju Manager v ospredje postavljamo pomen trajnosti, s čimer želimo predvsem ozaveščati o pomenu našega odgovornega in prosvetljenega delovanja v okolju, katerega del smo. Pri soočanju z novo realnostjo je pomembno zavedanje, da smo tako v poslu kot v podjetjih in gospodarstvu najpomembnejši člen prav ljudje. In če želimo biti ustvarjalni, premikati meje, rasti in se razvijati, moramo poskrbeti za fizično in mentalno zdravje. Če kdaj, nas je prav letošnje leto resno opozorilo na pomembnost tega. Ker zdravje ni samo odsotnost bolezni, kot pogosto razmišljamo.

Petra Juvančič,
izvršna direktorica Združenja Manager

Na naš uspeh bodo vedno vplivali tudi zdravi odnosi, zdravo razmišljanje in mentaliteta, prizadevanja za zdrav in odgovoren razvoj, zdravo okolje, saj so to tisti temelji, ki prispevajo k zdravju posameznika in družbe kot celote, s tem pa tudi k večji blaginji. Vsak od nas si želi, da bi naši zanamci imeli vsaj tako dobro osnovo za življenje, kot smo jo imeli mi, zato moramo poskrbeti za močno gospodarstvo, ki svoje dobre finančne rezultate dosega tudi s posluhom do planeta, na katerem živimo. In ker zgledi vlečejo, bomo na kongresu predstavili tudi tovrstne odlične trajnostne prakse.

Okoliščine, kot smo jim bili priča v letošnjem letu, od vseh nas zahtevajo večjo prožnost in prilagodljivost, kot smo je bili morda vajeni doslej. Prav tako je za vse nas pri soočanju z novo realnostjo postalo še toliko pomembnejše sodelovanje in povezovanje ter medsebojna pomoč, da znamo deliti, izmenjevati in razvijati svoje znanje. Zato bi na tem mestu spomnila tudi na vrednote, ki jih je Združenje Manager izbralo ob svoji 30. obletnici: spoštovanje, zaupanje, odgovornost, etika in sodelovanje. Naj nas vodijo skozi kongres, naše delo v prihodnjih mesecih in v prizadevanjih za razvoj Republike Slovenije v prihodnje.

Zapeljite se brezskrbno

Izberite celovito storitev **poslovnega najema** e-vozil na Petrolu in si zagotovite:

- najem in vzdrževanje e-vozil
- postavitev in upravljanje e-polnilnic
- ugodno dobavo Petrol Elektrike

Bodite na poti do novih poslovnih zmag **popolnoma brezskrbni!**

e-mobilnost

PETROL

www.petrol.si/e-vozila

Četrtek, 24. september: Gospodarstvo v novi realnosti

13.00 **PREDPROGRAM KONGRESA**

Unconference – povezujemo v času odnosov na daljavo

13.00–14.30 Inovativni mreženjski del z odličnimi facilitatorji in gosti:

1. Strateška digitalizacija znotraj podjetij
2. HR prihodnosti in prihodnost dela
3. Nove vodstvene kompetence in vodenje na daljavo
4. Raznolikost timov v novi realnosti
5. Spremembe kot posledica krize – kaj smo se naučili?
6. Nazaj k samozadostnosti podjetij

15.00–15.25 **ODPRTJE MANAGERSKEGA KONGRESA**

Pozdravna nagovora predsednice ZM **Medeje Lončar** in izvršne direktorice ZM **Petre Juvančič**
Osrednji nagovor: častni gost kongresa **Borut Pahor**, predsednik Republike Slovenije
Nagovor: **Zdravko Počivalšek**, podpredsednik vlade ter minister za gospodarski razvoj in tehnologijo
Nagovor: **Janez Lenarčič**, evropski komisar

15.25–15.55 **VEČJA PRODUKTIVNOST ZA VEČJO BLAGINJO**

Predstavitev Akcijskega načrta za višjo rast produktivnosti: **dr. Dušan Mramor**, redni profesor na Ekonomski fakulteti UL in vodja Observatorija ZM, v okviru katerega je nastal akcijski načrt

15.55–16.35 V pogovoru o višji rasti produktivnosti bodo sodelovali:

- **Zdravko Počivalšek**, podpredsednik vlade ter minister za gospodarski razvoj in tehnologijo,
- **Janez Cigler Kralj**, minister za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti,
- **Boštjan Koritnik**, minister za javno upravo,
- **Jernej Vrtovec**, minister za infrastrukturo,
- **Medeja Lončar**, predsednica ZM in direktorica Siemensa Slovenija ter predsednica uprave Siemensa Hrvaška,
- **Melanie Seier Larsen**, predsednica Sekcije managerk pri ZM ter izvršna direktorica in partnerica v družbi BCG.

Pogovor bo povezovala **dr. Polona Domadenik**, redna profesorica na Ekonomski fakulteti UL.

ODMOR

17.00–17.30 **PRILAGAJANJE POSLOVANJA PO KORONA KRIZI**

Zmožnosti in načini delovanja, ki so ključni za uspešno prepoznavanje, obvladovanje in oblikovanje nastajajoče nove realnosti: **Martin Reeves**, izvršni direktor in senior partner v družbi BCG ter predsednik BCG Henderson Institute

17.30–18.20 O novi realnosti, ki jo prinaša covid-19, se bomo pogovarjali z vodilnimi slovenskimi managerji:

- **Tomislav Čizmić**, predsednik uprave Mercatorja,
- **Marta Kelvišar**, direktorica družbe Adria Dom,
- **dr. Iztok Seljak**, direktor družbe Hidria Holding,
- **Enzo Smrekar**, podpredsednik Atlantic Grupe za delikatesne namaze, Donat Mg in internacionalizacijo ter glavni direktor Atlantic Droge Kolinske,
- **Valerija Špacapan Friš**, generalna direktorica družbe DB Schenker.

Pogovor bo povezoval **Igor E. Bergant**.

ODMOR

19.30 **VEČERNA SLOVESNOST S PODELITVIJO PRIZNANJ**

V slavnostni večerni del nas bo s svojim navdihom popeljala kuharska mojstrica **Ana Roš.**
Podelitev priznanj **Vključi.Vse** in **Manager leta 2020.**

Petek, 25. september: Trajnostno voditeljstvo, ljudje in novi poslovni modeli

09.00–09.20 **LJUDJE IN DELOVNO OKOLJE PRIHODNOSTI**
Delovno okolje prihodnosti: **Elisa Rönkä**, vodja oddelka za razvoj digitalnega trga za Evropo, Siemens

09.20–10.00 Ko prihodnost spregovori o sedanjosti – pogovor z mladimi:
- **Elizabeta Zalar,** magistrska študentka ekonomije, letošnja CEO za en mesec,
- **Gašper Logar,** študent strojništva in vizionar na področju čebelarstva,
- **Maja Lotrič,** solastnica in predstavnica druge generacije družinskega podjetja Lotrič Meroslovje,
- **Juš Lesjak,** TikTok ustvarjalec, ki pomaga blagovne znamke približati generaciji Z,
- **Nina Pejič,** mlada raziskovalka, zmagovalka AmCham Top Potential 2020.

Pogovor bo povezoval **Žiga Vavpotič,** član upravnega odbora ZM, neizvršni direktor Outfit7 in soustanovitelj zavoda Ypsilon.

10.00–10.20 **TRAJNOSTNO VODITELJSTVO**
Poglabljanje razumevanja trajnostnega voditeljstva: **dr. Adriana Rejc Buhovac**, redna profesorica na Ekonomski fakulteti UL

10.20–10.30 Trajnostno voditeljstvo med evropskimi managerji: **Ludger Ramme,** predsednik CEC European Managers

ODMOR

11.00–11.15 Indeks krožnega gospodarstva – glavne prioritete evropskih managerjev: **Lorenzo Tavazzi,** partner v The European House - Ambrosetti

11.15–12.00 Vključevanje trajnostnega voditeljstva v družbeno zavest – gostje razprave o dobrih trajnostnih praksah bodo:
- **Marko Lukić,** direktor Lumarja,
- **Zooullis Mina,** glavni direktor Pivovarne Laško Union,
- **Robert Agnič,** direktor Plastike Skaza,
- **Tjaša Ficko,** podžupanja Mestne občine Ljubljana.

Aktivni poslušalec omizja bo **Marián Šefčovič,** direktor Radenske.

Pogovor bo povezovala **Ladeja Godina Košir,** ustanoviteljica in izvršna direktorica Circular Change.

12.00–13.00 **NOVI POSLOVNI MODELI**
Ogledalo odličnosti: Javna agencija SPIRIT Slovenija
Poenoteno delovanje poslovodstva družbe - zapleten izziv za managerja: **Michel Deleuran,** partner v Better Organizations
Zaključek kongresa: **dr. Jure Leskovec,** izredni profesor na Univerzi Stanford in vodja raziskav v podjetju Pinterest

Program drugega dne kongresa bo povezovala **Vesna Sodnik,** Beseda.

WoCa svetovanje in e-odkup terjatev

Z WoCa svetovanjem* vam pomagamo do ustreznih rešitev za financiranje poslovanja in dviga konkurenčnosti podjetja.

- Primerjalna analiza vašega podjetja s konkurenti v panogi
- Analiza finančnih izkazov podjetja z uporabo WoCa rešitev
- Učinkovitejše upravljanje in financiranje obratnega kapitala
- Hitra pridobitev likvidnostnih sredstev z elektronskim odkupom nezapadlih terjatev do kupcev

unicreditbank.si/woca

Banka za vse, kar
vam je pomembno.

UniCredit Bank

*Working capital advisory - Svetovanje o učinkoviti strukturi obratnega kapitala.

O govorcih in gostih Managerskega kongresa 2020

Četrtek, 24. september 2020

Častni gost

Borut Pahor je od decembra 2012 predsednik Republike Slovenije. Bil je tudi predsednik Vlade RS in predsednik Državnega zbora RS, poslanec v državnem zboru in evropski poslanec ter dolgoletni predsednik Socialnih demokratov.

Osrednji govorec

Martin Reeves je izvršni direktor in starejši partner ter glavni makroekonomist v družbi Boston Consulting Group in predsednik BCG Henderson Institute. Posebej je specializiran za področja prilagodljivih strategij, strategij za večje podjetniške sisteme, strategij trajnosti in ekosistemov, kolektivnega učenja in inovacij, vitalnosti podjetij in zaupanja. Na Managerskem kongresu se bo osredotočil na to, kaj lahko podjetja naredijo, da bodo uspešno prebrodila krizo zaradi covida-19 in našla priložnosti za rast.

Govorci in gosti

Janez Lenarčič je evropski komisar za krizno upravljanje. Pred tem je bil veleposlanik, državni sekretar za evropske in zunanje zadeve v Kabinetu predsednika vlade in direktor Urada OVSE za demokratične institucije in človekove pravice.

Dr. Dušan Mramor je redni profesor na Ekonomski fakulteti v Ljubljani in predsednik Observatorija Združenja Manager (ZM) ter glavni avtor Akcijskega načrta za višjo rast produktivnosti. Je strokovnjak za področje financ, dvakrat je bil tudi finančni minister, leta 2016 razglašen za najboljšega v Evropi.

Zdravko Počivalšek od decembra 2014 vodi Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. Pred prevzemom ministrske funkcije je vodil Terme Olimia in leta 2010 postal manager leta.

Janez Cigler Kralj je minister za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti, ki je bil pred tem strokovni sodelavec poslanske skupine NSi.

Boštjan Koritnik je minister za javno upravo. Pred tem je bil zaposlen na Pravni fakulteti v Ljubljani, leta 2019 pa je s še dvema kolegoma prejel priznanje Pravnik leta.

Jernej Vrtovec je minister za infrastrukturo. Leta 2014 in 2018 je bil izvoljen za poslanca v Državnem zboru, od leta 2009 do 2015 je bil predsednik Mlade Slovenije.

Medeja Lončar je predsednica ZM, direktorica Siemensa Slovenija in predsednica uprave Siemensa Hrvaška. Je članica nadzornega odbora slovensko-nemške gospodarske zbornice in pobudnica izbora Inženirka leta.

Petra Juvančič je izvršna direktorica ZM in odgovorna urednica revije MQ. V zavarovalnici Vzajemna je bila direktorica odnosov z javnostmi.

Melanie Seier Larsen je predsednica Sekcije managerk pri ZM ter izvršna direktorica in partnerica v družbi Boston Consulting Group. Letos je prejela priznanje Artemida.

Tomislav Čizmić je od leta 2017 predsednik uprave Mercatorja. Pred tem je od leta 2013 vodil Mercatorjevo podjetje na Hrvaškem, 2014 pa je prevzel vodenje projekta integracije Mercatorja in Agrokorja.

Marta Kelvišar je že šest let direktorica družbe Adria Dom, prej je štiri leta vodila podjetje Adria Plus. Leta 2011 je prejela priznanje Artemida.

Dr. Iztok Seljak je direktor družbe Hidria Holding. V podjetju je od leta 1989 – sprva je bil v hčerinskem podjetju Rotomatika, leta 2002 je postal podpredsednik Hidrie in takrat tudi prejel priznanje Mladi manager.

Enzo Smrekar je podpredsednik Atlantic Grupe za delikatesne namaze, Donat Mg in internacionalizacijo ter glavni direktor Atlantic Droge Kolinske, ki je letos postal manager leta.

Valerija Špacapan Friš je direktorica družbe Schenker Slovenija, ki je del koncerna Deutsche Bahn, in edina ženska na tej poziciji v evropskem delu DB Schenkerja. Lani je prejela nagrado Logist leta in leta 2016 priznanje Artemida.

Ana Roš je kuharska mojstrica, ki vodi Hišo Franko v Kobaridu. Ta je letos kot edina restavracija v Sloveniji prejela dve Michelinovi zvezdici, Ano Roš pa so leta 2017 uradno razglasili za najboljšo kuharsko mojstrico na svetu.

Pogovora z gosti bosta prvi dan kongresa vodila **dr. Polona Domadenik,** redna profesorica na Ekonomski fakulteti UL, in **Igor E. Bergant,** voditelj Odmevov na TV Slovenija.

Petek, 25. september 2020

Osrednji gost

Dr. Jure Leskovec je izredni profesor na Univerzi Stanford. To mu je uspelo leta 2009 kot prvemu Slovencu in kot enemu od najmlajših predavateljev na tej prestižni zasebni univerzi. Na Stanfordu vodi raziskovalno skupino, ki razvija modele za napovedovanje vedenja uporabnikov priljubljenih spletnih storitev. Leskovec je tudi vodja raziskav v podjetju Pinterest, potem ko je ta leta 2015 prevzel zagonsko podjetje Kosei, katerega soustanovitelj je bil Leskovec.

Govorci in gosti

Elisa Rönkä, vodja oddelka za razvoj digitalnega trga za Evropo, v Siemensu vodi strategijo tržnih rešitev za delovna mesta, ki so usmerjena v človeka.

Lorenzo Tavazzi je partner v organizaciji The European House – Ambrosetti, ki je bila razglašena za najboljši italijanski think-tank in uvrščena med prvih deset evropskih think-tankov. Specializiran je za top management, strategije in internacionalizacijo velikih podjetij in multinacionalk.

Ludger Ramme je od leta 2015 predsednik CEC European Managers. S to organizacijo je povezan od leta 2006, ko je postal generalni sekretar oz. namestnik.

Dr. Adriana Rejc Buhovac je redna profesorica za management in organizacijo na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Osredotoča se na področje uresničevanja strategij družbeno odgovornega poslovanja.

Marko Lukić je lastnik in direktor podjetja Lumar IG, vodilnega slovenskega proizvajalca skoraj nič-energijskih montažnih objektov. Od leta 2014 je tudi član upravnega odbora ZM.

Zooullis Mina, glavni direktor Pivovarne Laško Union, se je skupini Heineken pridružil leta 1996. Pred prihodom v Slovenijo je bil prvi mož pivovarne Athenian Brewery in predsednik uprave Zveze grških pivovarjev.

Dr. Robert Agnič je v podjetju Plastika Skaza zaposlen od leta 2017, sprva kot tehnični direktor, od lani pa kot direktor, ki si prizadeva voditi podjetje po poti trajnostnega razvoja.

Tjaša Ficko, podžupanja Mestne občine Ljubljana od leta 2010, je med drugim vodila projekt Zelena prestolnica Evrope 2016, za katero je leta 2018 v New Delhiju prejela prestižno nagrado ženska desetletja v javnem življenju.

Marián Šefčovič je direktor Radenske od leta 2015, odkar je češka skupina Kofola postala lastnica Radenske. Pred tem je bil v Kofoli prodajni direktor za Češko in Slovaško.

Michel Deleuran je danski strokovnjak na področju svetovanj in start-upov ter partner v Better Organizations, ki ima več kot 15 let izkušenj na izvršnih funkcijah v Moller–Maersku, Maersk Lineu in Milahi.

Elizabeta Zalar, magistrska študentka ekonomije, letošnja CEO za en mesec, **Gašper Logar**, študent strojništva in vizionar na področju čebelarstva, **Maja Lotrič,** solastnica in predstavnica druge generacije družinskega podjetja Lotrič Meroslovje, **Juš Lesjak,** TikTok ustvarjalec, ki pomaga blagovne znamke približati generaciji Z, in **Nina Pejič,** mlada raziskovalka, zmagovalka AmCham Top Potential 2020.

Pogovora z gosti bosta drugi dan kongresa vodila **Žiga Vavpotič,** član upravnega odbora ZM, neizvršni direktor družbe Outfit7 in soustanovitelj zavoda Ypsilon, ter **Ladeja Godina Košir,** ustanoviteljica in izvršna direktorica Circular Change.

Manager leta 2020 je Enzo Smrekar, glavni direktor Atlantic Droge Kolinske

Enzo Smrekar je glavni direktor Atlantic Droge Kolinske in podpredsednik uprave za delikatesne namaze, Donat Mg in internacionalizacijo v Atlantic Grupi, ki je eno od vodilnih prehranskih podjetij v regiji. Njihove izdelke, kot so Argeta, Cockta, Barcaffe ali Donat Mg, najdemo v večini slovenskih domov. Smrekar je prepričan, da so prav blagovne znamke ključ do trajnostne rasti podjetja. Marketing in osredotočenost na potrošnika sta v osrčju njihovega delovanja. Zaposleni med Smrekarjevimi najmočnejšimi točkami izpostavljajo kompetentnost in inovativnost, doseganje rezultatov in nenehno osredotočenost na izboljšave. Je tudi močno vpet v širše družbeno okolje, predvsem športno, ob tem pa je tudi mentor številnim mladim managerjem.

Odlični poslovni rezultati z izstopajočo dodano vrednostjo na zaposlenega

Smrekar ima več kot 30 let izkušenj na področju trženja in managementa. Svojo poslovno pot je začel v Philip Morrisu, nato pa vodil podjetja Diageo – UDV, Smrekar Consulting in Drogo Kolinsko, zdaj Atlantic Drogo Kolinsko, potem ko je leta 2010 izpeljal prodajni proces Droge Kolinske Atlantic Grupi.

V Atlantic Drogi Kolinski so imeli lani 166 milijonov evrov čistih prihodkov od prodaje. Letos, kot kaže, niti epidemija covida-19 ne bo imela večjih negativnih vplivov na poslovanje, ker so izpad dobave hrane in pijače v gostinski branži nadomestili z večjo prodajo v trgovinah. Zato so ohranili vsa delovna mesta, zaposleni niso bili na čakanju, prav tako niso koristili državnih subvencij. O dobrem finančnem stanju podjetja pričata tudi podatka, da so imeli lani 26-odstotno čisto donosnost kapitala in 23,5 milijona evrov čistega poslovnega izida, kar je za 9 milijonov oziroma 62 odstotkov več kot leta 2015. V tem času so povečali število zaposlenih na 500 oz. za 15 odstotkov. Dodana vrednost na zaposlenega je bila lani 102 tisoč evrov, kar je za 1,5-krat več, kot je povprečje panoge proizvodnje živil, in za enkrat več od povprečja slovenskega gospodarstva.

Plače zaposlenih za 44 odstotkov višje od povprečja panoge

Povprečna mesečna plača zaposlenega v Atlantic Drogi Kolinski je 2.061 evrov bruto, kar je 44 odstotkov ali 632 evrov več od povprečja panoge. Ob tem zaposleni že leta prejemajo enega najvišjih regresov in nagrade za poslovno uspešnost. Tudi njihova zavzetost se vsako leto izboljšuje – leta 2015 je bila 70-odstotna, lani že 82. V podjetju imajo vzpostavljen sistem razvoja kadrov, saj za vsakega zaposlenega izdelajo individualni razvojni načrt, poseben program pa imajo tudi za mlade talente. Ob tem izvajajo zunanja in interna izobraževanja, e-izobraževanja, razvijajo interne trenerje, izvajajo mentorstvo, t. i. shadowing in rotacije.

Skrb za zaposlene se kaže tudi v tem, da jim nudijo dodatne zdravniške preglede (npr. pregled prostate za moške in pregled dojk za ženske), omogočajo maksimalno ergonomsko ureditev delovnih mest, solidarnostno pomoč, sodelovanje na dnevu vrednot in športnih vikendih, spodbujajo in podpirajo razvijanje umetniških talentov in družbeno odgovorno aktivnost zaposlenih. Da se ti v podjetju dobro počutijo, priča več kot 40 športnih, kulturnih ipd. klubov, ki so jih sami ustanovili znotraj družbe. Atlantic Droga Kolinska je bila tudi

Enzo Smrekar, glavni direktor Atlantic Droge Kolinske in podpredsednik uprave za delikatesne namaze, Donat Mg in internacionalizacijo v Atlantic Grupi ter manager leta 2020.

večkratni finalist in dobitnik priznanja Zlata nit, je starejšim prijazno podjetje, podpisnik Listine raznolikosti in prejemnik priznanja Vključi.Vse, saj ima na vodstvenih mestih kar 67 odstotkov managerk.

Smrekar izstopa s kompetencami in doseganjem rezultatov

Smrekar se zaveda, da je za rast podjetja nujno, da ima v ekipi ljudi, ki so na svojih področjih boljši od njega. Opolnomočenje, zaupanje in spoštovanje so zanj bistvene sestavine odnosov z zaposlenimi. Ti ga opisujejo kot izjemno kompetentnega, hitro učečega, radovednega in inovativnega vodjo, ki izstopa po doseganju rezultatov. Ob tem uspešno rešuje izzive, ovire pa zanj predstavljajo predvsem možnosti za kreativne spremembe. Je tudi bolj karizmatičen od večine vodij, ko so ga v 360°analizi primerjali s 40 tisoč managerji.

Je vizionar, ki je nenehno osredotočen na izboljšave, saj je prepričan, da s stalnimi inovacijami ustvarjajo dodano vrednost. V proces inoviranja so v podjetju vključeni vsi zaposleni, v podjetju pa 5 odstotkov prihodkov letno namenijo za raziskave in razvoj. Kako pomembno je vlagati v inovacije, dokazujejo tudi finančni podatki. Z novimi izdelki, ki so jih uvedli v zadnjih treh letih, so npr. ustvarili 12,7 odstotka prihodkov podjetja. Uspešni so tudi v tujini – 25 odstotkov prihodkov od Argete namreč ustvarijo na tujih trgih izven regije, z njo pa so prisotni na 33 trgih.

Usmerjenost v potrošnika in marketing sta gonilo razvoja

V podjetju mednarodni uspeh pripisujejo dejstvom, da izstopajo iz množice, presegajo ustaljene okvirje in sledijo lastnemu potencialu. Pomembno vlogo pri internacionalizaciji sta imela tudi marketing in usmerjenost v potrošnika, ki sta glavno gonilo razvoja. Z njima 'diha' celo podjetje, nenazadnje je dodatni del plače vsakega zaposlenega sestavljen tudi iz t. i. indeksa moči blagovne znamke. Še posebej tesno je z marketingom povezan razvoj. Vodja razvoja ni tehnolog ali inženir, ampak marketinški strokovnjak. Ta skrbi, da razvijajo samo tiste izdelke, ki odgovarjajo zahtevam in željam uporabnika oz. trga. S tako miselnostjo, načrtovanjem, inoviranjem, usmerjenostjo v kupca in odličnim marketingom je Atlantic Drogi Kolinski v enem letu uspelo prodati kar 150 milijonov Arget.

Smrekar je z Atlantic Drogo Kolinsko v zadnjih treh letih naredil ogromne korake: vstopili so v nov segment namazov (zelenjavni namazi, s katerimi odgovarjajo na prehranske trende), vstopili so na nove trge: Španija, Poljska in ZDA, v Izoli so odprli novo proizvodno linijo, imajo nov format embalaže, s čimer so povečali proizvodno zmogljivost, spremenili so recepture vseh Arget, ki so brez kakršnihkoli aditivov, njihovi izdelki pa imajo tudi BPA-NI embalažo.

Trajnost kot preplet ekonomskih, okoljskih in družbenih vidikov

Trajnost je že več let del poslanstva podjetja in jo razumejo kot preplet ekonomskih, okoljskih in družbenih vidikov. Odpira nove poslovne priložnosti in usmerja inovacije skladno s pričakovanji vseh deležnikov. Predvsem potrošniki, ki so alfa in omega delovanja Atlantic Droge Kolinske, zahtevajo trajnostni razvoj in trajnostne izdelke. Zato se v podjetju vedno bolj povezujejo z lokalnimi partnerji, razvijajo nove izdelke in nove embalaže. Barcaffè so npr. preoblekli v okolju prijazno folijo brez aluminija, ki je narejena iz plastične embalaže iz obnovljivih virov (iz sladkornega trsa, oljne repice). Pri proizvodnji te embalaže nastane za 63 odstotkov manj toplogrednih plinov, s čimer podjetje zmanjšuje svoj ogljični odtis.

Za Smrekarja je vpetost v širše družbeno okolje nujna

V Atlantic Drogi Kolinski se izjemno zavedajo tudi svoje družbene odgovornosti, za kar so lani namenili kar 1,24 milijona evrov, največ za šport in odpravljanje revščine. Letos so Republiki Sloveniji donirali 400 tisoč evrov za odpravo posledic epidemije covida-19, šolarjem so podarili 474 tabličnih računalnikov in 282 internetnih dostopov, za reševanje stisk otrok so namenili 50 tisoč evrov, svoje izdelke pa so donirali bolnišnicam in številnim humanitarnim organizacijam.

Tudi Smrekar je močno vpet v širše družbeno okolje. Je predsednik Smučarske zveze Slovenije, podpredsednik Olimpijskega komiteja Slovenije, član marketinškega sveta Mednarodne smučarske organizacije in član upravnega odbora košarkarskega kluba Cedevita Olimpija. Je tudi član nadzornega sveta Športne loterije, alumni Harvard Business School, certificiran coach in mentor številnim mladim podjetnikom ter managerjem v programih CEED, IEDC MBA, DMS in Amcham Young Profesionals.

Za svoje dosežke je prejel tudi številna priznanja. Lani priznanje Best European Manager – Lifetime Achievement in Business za regijo srednje in jugovzhodne Evrope, leta 2018 priznanje IEDC Alumni Achievement Award, leta 2017 pa je postal oglaševalska osebnost leta.

Člani komisije za izbor prejemnika priznanja Manager leta 2020 so bili **Andrej Božič** (predsednik), **Tomaž Berločnik, Petra Juvančič, Tjaša Kolenc Filipčič, Medeja Lončar, Aleša Mižigoj, Sebastijan Piskar** in **Aleksander Zalaznik.**

Priznanje Vključi.Vse 2020 prejmejo Ljubljanske mlekarne

Sekcija managerk pri Združenju Manager priznanje Vključi.Vse 2020 zaradi uspešnega upravljanja raznolikosti, uravnotežene vodstvene strukture in uspešnih poslovnih rezultatov podeljuje družbi Ljubljanske mlekarne.

Ljubljanske mlekarne so največja mlekarna v Sloveniji, znana po izdelkih in blagovnih znamkah, kot so Alpsko mleko, Planica, Lučka, Mu in Jošt. Začetki enega največjih prehrambnih podjetij v Sloveniji, ki je zadnjih sedem let del mednarodne skupine Lactalis, segajo že v leto 1956. Danes zaposluje več kot 600 ljudi, med katerimi je zaradi proizvodnje in logistike večina moških, medtem ko je v ožjem poslovodstvu kar 73 odstotkov žensk, v širšem pa dobra polovica.

Proizvodnjo, oskrbovalno verigo in razvoj vodijo ženske

Managerke v Ljubljanskih mlekarnah vodijo področja proizvodnje, raziskav in razvoja, oskrbovalne verige, kakovosti in okolja, kontrolinga, nabave in pravnih zadev, upravljanja kadrov, marketinga in korporativnega komuniciranja. S tem v podjetju dajejo jasno sporočilo: vodstveni položaj je ob uspešnem izpolnjevanju ciljev dostopen vsakomur. To dokazuje tudi zdajšnja vodja proizvodnje, ki je svojo pot v podjetju začela kot tehnologinja v laboratoriju. Takšne zgodbe so tudi zgled in motivacija za druge, da stremijo k napredovanju. Ob tem so managerke močno vpete tudi v okolje zunaj podjetja, v različna združenja in zbornice.

V podjetju ob uspešnem upravljanju s spolno raznolikostjo, upravljajo tudi z narodnostno, izobrazbeno, versko in starostno raznolikostjo. V poslovodstvu imajo skoraj petino zaposlenih, mlajših od 40 let, in 12 odstotkov, starejših od 55 let. Povprečna starost v družbi se je v nekaj letih s 47 let znižala na 44. Skrbijo tudi za medgeneracijsko sodelovanje, saj so vključeni v projekt ASI – Z leti še vedno zavzeti. Raznolikost zaposlenih je velika dodana vrednost, je prepričan direktor Tomaž Žnidarič. Omogoča jim boljšo izmenjavo idej, mnenj in pogledov, kar je sicer pogosto težje upravljati, so pa rezultati zato boljši. O tem pričajo tudi finančni uspehi podjetja.

Dobiček povečali za več kot četrtino

Ljubljanske mlekarne so v zadnjih treh letih povečale dobiček za 27 odstotkov in donosnost kapitala za 16 odstotkov. Podjetje odlikujejo stabilnost, ki jo gradijo z usmerjenostjo v poslovanje na dolgi rok, trajnostni razvoj, inovativnost, visoka stopnja digitalizacije in avtomatizacije ter sodobna informacijska tehnologija, za kar so lani prejeli priznanje Tovarna leta. So primer dobre prakse delovanja celotne oskrbovalne verige in s tem samooskrbe, kar se je v času covida-19 pokazalo kot strateško pomembno.

Ključna sta zadovoljstvo in motiviranost zaposlenih

V času koronakrize sta še posebej prišli do izraza visoka zavzetost in pripadnost zaposlenih, ko so vsi dali svoj maksimum brez posebne motivacije, pravi Žnidarič. To je posledica preteklega dela z zaposlenimi, saj v podjetju stremijo k temu, da vsak posameznik da od sebe največ, kar lahko, hkrati pa tudi podjetje vanj vloži maksimum. Zato so razvili celovit sistem upravljanja s kadri. Tako letno spremljajo uspešnost in razvoj posameznika, prepoznavajo ključne pozicije in kadre ter zagotavljajo naslednike, imajo pa tudi t. i. talent pool. Vsak četrti udeleženec tega programa je že postal vodja.

Za zaposlene organizirajo veliko izobraževanj (imajo tudi svojo mlekarsko akademijo), različna srečanja, športne in druge dogodke. Letos so na primer vseh 600 zaposlenih vključili v izobraževanja, ki so prilagojena posamezniku. Veliko stavijo tudi na mentorstvo in prenos znanja. Tudi pri tem skrbijo za uravnoteženost, saj so imeli lani 53 odstotkov mentorirank in 47 odstotkov mentoric, skoraj tretjina vseh mentorskih parov pa je bila mešana.

Odgovorni do družbe

Ljubljanske mlekarne so tudi družbeno odgovorno podjetje – med epidemijo so npr. podarili 30 tisoč svojih izdelkov domovom za ostarele in zdravstvenim ustanovam –, imajo certifikata Družini prijazno podjetje in EMAS ter so prejemnik nagrade Okolju prijazno podjetje.

Tomaž Žnidarič vodi Ljubljanske mlekarne od leta 2015.

Z nezadovoljnimi zaposlenimi je podjetje težko uspešno

Vlaganje v zaposlene se odrazi v njihovi zavzetosti, je pa to maraton, ne šprint, je v intervjuju za Delo poudaril Tomaž Žnidarič, direktor Ljubljanskih mlekarn. Prepričan je, da je za uspeh podjetja ključna motiviranost zaposlenih, za to pa je najpomembnejše ustrezno vodenje sodelavcev. Podjetje je prvi val epidemije kljub izzivom dobro prestalo, saj so se hitro in odločno odzvali. Kot se je izkazalo, kupci v težkih razmerah prisegajo na uveljavljene blagovne znamke, saj so v Ljubljanskih mlekarnah marca prodali za petino več izdelkov kot leto pred tem, poskočil je tudi njihov tržni delež.

S Planico na Kitajsko

Ljubljanskim mlekarnam je prav med epidemijo covida-19 uspelo poslati prvo pošiljko sladoleda Planice na Kitajsko. Letos nameravajo tja skupno odpremiti kar 43 ton sladoleda. Podjetje si je sicer vrata na kitajski trg odprlo leta 2016, ko je tja odpotoval prvi ladijski kontejner trajnega mleka.

Člani komisije za izbor prejemnika priznanja Vključi.Vse 2020 so bili Mirjana Dimc Perko, dr. Aleksandra Kanjuo Mrčela, Enej Kirn, Medeja Lončar, Matjaž Merkan, Natalie C. Postružnik in Matic Vošnjak.

S povečanjem produktivnosti do večje blaginje ljudi

Raziskovalna skupina pod okriljem observatorija Združenja Manager na čelu z dr. Dušanom Mramorjem je pripravil Akcijski načrt za višjo rast produktivnosti. Opredelil je usmeritve in ukrepe, ki so nujni za dvig produktivnosti in za zagotavljanje nadaljnje rasti in razvoja Slovenije ter s tem večje blaginje. Če želimo ta načrt uresničiti, bo ključno sprejeti družbeni dogovor.

Ambicija rasti in razvoja pred lastnike in managerje postavlja številne nove izzive, kot sta rast produktivnosti in dodane vrednosti. Prav povečanje produktivnosti – znati z enakimi sredstvi ustvariti več in ne delati dlje in še bolj intenzivno – ter demografski izzivi, predvsem razpoložljivost delovne sile in njena ustrezna struktura, bodo ključni vzvodi konkurenčnosti in s tem povečevanja gospodarske rasti. V tekmi razvoja pa niso samo podjetja, ampak tudi države, pri čemer eni brez drugih ne morejo zmagovati. Za oboje globalno velja, da svojo konkurenčnost vedno bolj gradijo na ljudeh in znanju oziroma tehnologiji. Ko se postavlja vprašanje o tem, kako dobro opravlja nalogo management, se mora sočasno postaviti vprašanje, kako dobro nalogo pri tem opravljajo tudi država in vsak zaposleni. Ravno zato smo že januarja 2019 v Združenju Manager pozvali k sklenitvi družbenega dogovora.

K vrednotenju gospodarskih gibanj in ekonomske politike Slovenije ter umeščanju dobrih managerskih praks v kontekst družbenega razvoja in zagotavljanja blaginje prispevamo z Observatorijem Združenje Manager, strokovnim telesom pod vodstvom dr. Dušana Mramorja. V okviru Observatorija je bila oblikovana raziskovalna skupina z Ekonomske fakultete Univerze Ljubljani, ki je v sodelovanju z Ministrstvom za gospodarski razvoj in tehnologijo, managerji in strokovnjaki z drugih področij pripravila Akcijski načrt za višjo rast produktivnosti, ki ga širši javnosti predstavljamo na letošnjem Managerskem kongresu.

Akcijski načrt je osredotočen na to, kako v štirih letih razpoloviti zaostanek Slovenije po produktivnosti za Avstrijo. Podatki namreč kažejo, da je Slovenija v letu 2018 dosegala 82 odstotkov povprečja produktivnosti EU, merjeno na število zaposlenih, oziroma 83,5 odstotka, merjeno na število delovnih ur. Če Slovenijo primerjamo z Avstrijo, je ta razlika še večja: Avstrija je imela v letu 2018 za 41 odstotkov večjo produktivnost od Slovenije, merjeno glede na število zaposlenih, in 51 odstotkov večjo produktivnost, merjeno glede na število delovnih ur.

Raziskovalna skupina je zato opredelila ključne dejavnike zaostajanja produktivnosti v Sloveniji, predvsem na podlagi primerjalne analize z Avstrijo in Nemčijo, ter izpostavila ukrepe na 18 področjih, ki imajo največji učinek na zmanjšanje zaostajanja produktivnosti.

Cilji in primeri ukrepov

Stabilen in operativen politični sitem.

Zvišanje volilnega praga, poenostavitev postopkov, izboljšanje delovanja in kadrovske strukture funkcionarjev.

Učinkovita pravna država.

Zmanjšanje števila sodnih sporov, krepitev sodne prakse in institucij, zagotovitev sodobnejših možnosti odločanja, zmanjšanje obsega zakonskih in podzakonskih aktov ter povečanje njihove kakovosti.

Sistem varovanja okolja ne zavira rasti produktivnosti gospodarstva.

Preučitev deleža zaščitenih območij, ureditev vprašanj reprezentativnosti in vloge civilnih organizacij, konstruktivno sodelovanje agencije za okolje pri iskanju sprejemljivih rešitev, debirokratizacija.

Pravočasna celovita usmeritev v proizvodnjo predvsem električne energije, glede na transportne in ostale trende, iz obnovljivih in čistih virov, v prenos in v energetsko sanacijo.

Spremembe strukture energetske porabe, investicije v energetske objekte, prenova elektro-distribucijskega omrežja, pametna omrežja, povečanje vlaganj v energetsko učinkovitost.

Sanacija obstoječega cestnega omrežja in izgradnja manjkajoče cestne infrastrukture na tretji razvojni osi.

Posodobitev obstoječe regionalne cestne infrastrukture, nove prometne povezave sekundarnih cest na omrežje TEN-T.

Nadgradnja in razvoj železniške infrastrukture, ki bo vodila v izboljšanje zmogljivosti (vključno s hitrostjo), povečanje varnosti in pretovora.

Rekonstrukcija in dograditev železniških povezav, gradnja poslovnih con, financiranje projektov za večjo prepustnost železniške infrastrukture, vzpostavitev železniške primestne infrastrukture.

Učinkovitejša uporaba povečanih resursov za krajšanje čakalnih vrst in povečanje zdravja aktivnega prebivalstva – posledično manj bolniških odsotnosti in zaradi boljšega zdravja večja produktivnost.

Povečanje vseh izdatkov za zdravstvo, povečanje števila zdravnikov, povečanje števila operacij in sredstev za preventivo, reorganizacija javnega zdravstva, prednostna obravnava aktivne populacije.

Povečanje javnih vlaganj v R&R, financiranje manjkajoče raziskovalne infrastrukture za funkcionalno povezovanje z gospodarstvom.

Dvig proračunskega financiranja R&R, povečanje vlaganja v raziskovalno opremo, gradnja manjkajoče raziskovalne infrastrukture in povezovanje v raziskovalne infrastrukturne centre, uvedba mehanizma ‘mladih raziskovalcev v gospodarstvu’.

Povečanje kapitalskih vlaganj podjetij in oblikovanje sistema podpore pri komercializaciji inovacij.

Bistveno povečanje kapitalskih vlaganj v podjetjih, ustanovitev samostojne Tehnološke agencije, oblikovanje skupnih platform za spodbujanje vlaganj v razvoj robotizacije in pametnih tovarn ter oblikovanje kooperativnih trajnostnih industrijskih con za mikro in mala podjetja.

Depolitizacija in profesionalizacija upravljanja v podjetjih s kapitalskimi naložbami države in javnih zavodih.

SDH politično neodvisen profesionalni upravljalec strateških kapitalskih naložb države, nadzorovane prodaje državnih naložb po najboljši ceni, neodvisnost in profesionalnost agentov države s poslovnimi funkcijami.

Boljša dostopnost slovenskega gospodarstva do ustreznih finančnih virov po pogojih bližje tistim za gospodarstvo v Avstriji oz. Nemčiji za višjo produktivnost.

Banke morajo podpreti kapitalsko opremljenost podjetij, preoblikovanje dela velikega obsega bančnih depozitov prebivalstva v bolj tvegane naložbe, primerne za financiranje gospodarstva, hitrejša implementacija inovacij.

Agresivna proticiklična fiskalna politika, poenostavitev davčnega sistema in prestrukturiranje javnih izdatkov v smeri podpore projektom, ki imajo največji vpliv na dvig produktivnosti.

Oblikovanje fleksibilnega dela, ki se ga v kriznih razmerah usmeri v namene z najvišjim multiplikatorjem BDP, vsebinsko-razvojni proračun, poenostavitev davčnega sistema.

Povečanje učinkovitosti izobraževanja na visokošolski ravni ter uvedba dualnega sistema izobraževanja v srednjih šolah.

Spodbujanje zaključevanja študija v roku, zmanjševanje pedagoške obveznosti v korist raziskovalne dejavnosti, stimulativno nagrajevanje dosežkov, večja vloga gospodarstva pri oblikovanju študijskih vsebin.

Izboljšati povezovanje in sodelovanje med gospodarstvom in znanostjo pri inovacijskih prebojih.

Ustanovitev organa, ki bi samostojno vsebinsko usmerjal večino raziskovalno-razvojne dejavnosti, ki jo financira država, oblikovanje močnih multi in interdisciplinarnih raziskovalno-razvojnih jeder, stimuliranje prenosa inovacij v gospodarstvo, spodbujanje sodelovanja v mednarodnih razvojno-inovacijskih stičiščih, podpora velikim projektom, ki bi sprožili nastanek verige novih tehnoloških podjetij, katerih temelj je konkurenčno domače znanje.

Zmanjšanje stroškov administrativnih bremen in števila predpisov ter povečanje kakovosti.

Vzpostavitev merljivih ciljev znižanja administrativnih ovir, uvedba metodologije merjenja stroškov administrativnih bremen, onemogočanje zlorab postopkovnih možnosti, sprememba sistema plač v javnem sektorju, enotne poslovne točke, digitalna nadgradnja storitev.

Okrepiti obseg in kakovost vseživljenjskega izobraževanja ter usposabljanja, razvoj talentov zaposlenih in bistvena okrepitev vlaganj v posebna znanja, neposredno povezana z delovnim mestom, hkrati pa tudi zavedanje o nujnosti stalnega poklicnega in splošnega izobraževanja.

Zaveza delodajalcev k vlaganju v izobraževanje in usposabljanje, oblikovanje sistema spodbud za zaposlene, interdisciplinarno povezovanje, vključevanje gospodarstva preko kompetenčnih centrov, spodbujanje bistvenega izboljšanja kakovosti managementa s stalnim usposabljanjem in izobraževanjem.

Povečati investicije v razvoj novih tehnologij in oblikovanje prebojnih mrež, v katerih se bodo povezovala podjetja, raziskovalna in znanstvena sfera ter inovativni start-upi.

Povečanje investicijskih vlaganj, oblikovanje inovacijsko propulzivnih prebojnih mrež, oblikovanje dodatnih domačih standardov in sodelovanje pri oblikovanju mednarodnih standardov ter klasifikacij na področju trajnostnega poslovanja.

Skleniti novo pogodbo za dvig produktivnosti (‘družbena pogodba’ na ravni podjetij) med vsemi deležniki v podjetjih z lastnimi zavezami po višjem obsegu vlaganj s strani lastnikov, proaktivnem delovanju sindikatov, nadgradnji načina vodenja podjetij in vključevanju vseh deležnikov v odločanje.

Ustvarjanje vrednosti v ospredje podjetniških praks in upravljavskih procesov, novi poslovni modeli, ki bodo izboljšali pozicijo podjetij v verigah ustvarjanja vrednosti, spodbujanje soupravljanja zaposlenih, dvigovanje standardov upravljanja, ‘trajnostno vodenje’ oziroma ‘prosvetljeni’ management, povečevanje raznolikosti v podjetjih.

Dr. Dušan Mramor: Akcijski načrt tudi kot recept za dolgoročni vzdržni razvoj Slovenije

'Oče' akcijskega načrta za višjo rast produktivnosti med najpomembnejšimi področji za uresničitev tega cilja izpostavlja področja okoljevarstva, pravne države in korporativnega upravljanja, ki so najbolj kritična in imajo močan vpliv na vsa druga področja.

Akcijski načrt predvideva kopico ukrepov in usmeritev, razdeljenih na 18 različnih področij, ki so med seboj prepletena in soodvisna področja, zato je treba ukrepe oblikovati celovito. Kljub temu pa vprašanje: katera so tista ključna področja, ki bi jih morali najprej nasloviti in ki bi prinesla največje in najhitrejše učinke za višjo rast produktivnosti?

Akcijski načrt je namenoma tako oblikovan, da so ukrepi, kolikor je le mogoče, neodvisni in dajejo izvajalcem dovolj proste roke pri razmeram ustrezni izbiri in izvedbi ukrepov. Izogniti smo se želeli siceršnjim izgovorom, da ker nekaj drugega ni bilo narejeno, ni bilo mogoče narediti ničesar. Kljub temu smo naredili izjemo pri razvrščanju področij primanjkljaja in kot predpogoj postavili spremembo vrednot ter načina obnašanja, bistvene spremembe na področjih političnega sistema, pravne države in okoljevarstva pa kot pogoje za ustrezen učinek ukrepov ostalih področij. Teh nismo rangirali, smo pa znotraj posameznih področij poskušali ukrepe razvrstiti tako, da bi bil prvi ukrep tudi najbolj učinkovit. Moja osebna ocena je, da so najverjetneje področja okoljevarstva, pravne države in korporativnega upravljanja najbolj kritična in imajo močan vpliv na vsa druga področja.

Dvakrat ste bili finančni minister, v dveh zelo pomembnih obdobjih – ob vstopanju v EU in v eni najhujših finančnih in socialnih kriz. Združenje Manager poudarja pomen družbenega dogovora, ki je ključen temelj za nadaljnji družbeni razvoj in blaginjo vseh. Veliko ukrepov akcijskega načrta za uresničitev vsekakor zahteva veliko dialoga. Kako ocenjujete možnosti za dosego takšnega dolgoročnega dogovora?

V Pogledu 2019, publikaciji Združenja Manager, in v časniku Delo sem leta 2019 poskušal razložiti, zakaj družbeni dogovor potrebujemo in da imamo po moji oceni za to idealne razmere – konjunktura, rekordno nizka brezposelnost, proračunski presežek, rast plač itd. Še več, Združenje Manager se je izjemno potrudilo in vzpostavilo dialog s ključnimi odločevalci in oblikovalci javnega mnenja. Kljub začetni rahli skepsi in logiki »seveda, samo naj naredijo drugi«, se je hitro povečeval pozitivni odziv. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo ter Združenje Manager sta se na praznovanju 30. obletnice ustanovitve združenja celo na odprti sceni dogovorila za skupen cilj povečanja produktivnosti, ki je predpogoj za višje plače. Zato je bil tudi sprožen projekt tega akcijskega načrta za višjo rast produktivnosti. Potem so se v začetku leta razmere 2020 dramatično spremenile in otežile to nalogo. Ne glede na to pa brez dolgoročnega družbenega dogovora preprosto ne bo šlo in kadar v Sloveniji nekaj moramo storiti, to tudi naredimo.

Dr. Drušan Mramor je predsednik Observatorija Združenja Manager in vodja skupine strokovnjakov z Ekonomske fakultete v Ljubljani, ki sta za Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo pripravila Akcijski načrt za višjo rast produktivnosti. Za uresničitev tega bo treba doseči družbeni dogovor.

Zadnje faze priprave akcijskega načrta so sovpadale z vrhuncem epidemije in vsesplošne ustavitve družbenega življenja, kar se odraža tudi v izjemno visokih padcih ekonomske aktivnosti. Veliko govorimo o okrevanju in krepitvi odpornosti. Bi lahko ta akcijski načrt uporabili tudi kot recept za Slovenijo po covidu-19? Kako se da to povezati s predvidenimi finančnimi sredstvi, ki jih lahko Slovenija pridobi iz EU?

Večkrat sem zasledil enačenje akcijskega načrta, ukrepov izhoda iz krize in dober obseg sredstev iz proračuna EU za vzdržnost slovenskega gospodarstva. Enačenje je povsem neprimerno, saj gre za tri različne zasnove. Akcijski načrt naslavlja neposredno trajno večanje produktivnosti, ukrepi za izhod iz krize kratkoročno protikrizno oz. proticiklično ukrepanje na strani predvsem domačega povpraševanja; proračunska sredstva EU za Slovenijo pa so namenjena delno za pomoč financiranja kratkoročnih protikriznih ukrepov, preostalo pa je običajen EU proračun. Seveda je mogoče z zelo umnim vodenjem države te tri programe kar najbolj povezati in spremeniti rezultate drugih dveh v trajno rastoče. V tem primeru bi lahko bil letno novelirani akcijski načrt tudi 'recept' za dolgoročni vzdržni razvoj Slovenije.

Vendar je po mojih izkušnjah prejšnjih finančnih perspektiv (večletnih proračunov EU) to v Sloveniji izjemno težko. Medtem, ko so druge članice EU gradile temeljno gospodarsko infrastrukturo, npr. najsodobnejše železniške povezave, smo mi zelo razpršeno porabili evropska sredstva za športne centre, pločnike, otroška igrišča, krožišča, čistilne naprave, zato ni presenečenje, da je bila rast produktivnosti kljub izjemni konjunkturi zanemarljiva. Sicer pa ne vidim posebnega problema s financiranjem akcijskega načrta tudi izven sredstev EU. Praviloma za dobre projekte ni težko najti financiranja, še bolj pa to velja v sedanjih razmerah izjemne presežne likvidnosti.

Medeja Lončar: Čas je, da v Sloveniji udejanjimo vizijo razvoja

Ukrepi, ki so zbrani v akcijskem načrtu, so bistveni za povečanje produktivnosti in zagotavljanje blaginje, zahtevajo pa sodelovanje države in gospodarstva. Prav v povezovanju in sodelovanju Lončar vidi najpomembnejšo vlogo managerjev, seveda ob zagotavljanju odpornosti in stabilne, trajnostne rasti podjetij.

Akcijski načrt za višjo rast produktivnosti predvideva vrsto ukrepov, ki so celoviti in komplementarni, mnogi izmed njih terjajo širši družbeni dogovor. Veliko nalog ima država, a tudi managerji imajo pomembno vlogo. Kako jo vi vidite? Kakšen je za vas prosvetljeni manager, ki bo prispeval k še boljši in produktivni Sloveniji, državi blaginje za njene ljudi?

Akcijski načrt je namenjen predvsem temu, da se kot družba pogovorimo in dogovorimo, kako in s kakšnimi ukrepi zagotoviti uspešno in razvito državo s stabilnim političnim in pravnim sistemom, dobro infrastrukturo, finančno vzdržnim in dostopnim zdravstvom, solidnimi pokojninami, dobro raziskovalno in izobraževalno sfero. Vse to so tudi pogoji za osebni razvoj posameznikov in gospodarski razvoj države.

V akcijskem načrtu so zbrani ukrepi, ki so bistveni za povečanje produktivnosti in ki hkrati zahtevajo sodelovanje države in gospodarstva pri oblikovanju pomembnih strateških rešitev. Prav v povezovanju in sodelovanju vidim tudi najpomembnejšo vlogo nas, managerjev.

Ekonomski, okoljski in družbeni izzivi, s katerimi se trenutno soočamo ne le managerji, ampak tudi politiki, so večdimenzionalni, med seboj povezani, težko predvidljivi, a kljub temu zahtevajo takojšnje ukrepanje. Zato je danes dober oziroma prosvetljeni manager tisti, ki veliko vlaga v svoje znanje, ki se zaveda kompleksnosti okolja in soodvisnosti, ki je v svojem bistvu povezovalec, ki razume, da je uspeh mogoč le v spodbudnem, razvojno naravnanem okolju, in ki se zaveda, da njegova odgovornost presega zgolj tisto do lastnikov, temveč sega veliko širše – do družbe in okolja. To je tudi bistvo trajnostnega načina delovanja v najširšem pomenu besede, ki je ključ za zagotavljanje blaginje. In to je tudi poslanstvo Združenja Manager.

Vodite podjetji v Sloveniji in na Hrvaškem, ki sta del velike svetovne korporacije. Akcijski načrt prepoznava izzive slovenske produktivnosti predvsem v primerjavi z Avstrijo in Nemčijo, ki sta naši izjemno pomembni partnerici. Kakšen je vaš pogled na gospodarsko in družbeno okolje v Sloveniji tudi na podlagi vaših izkušenj v globalnem podjetju? Kje so še priložnosti za Slovenijo in njena podjetja?

Avstrija in Nemčija sta državi, s katerima smo gospodarsko, zgodovinsko in kulturno močno povezani, zato se z njima večkrat primerjamo. In pomembno se je primerjati z boljšimi – Avstrija je npr. imela leta 2018 za 50 odstotkov večjo produktivnost od Slovenije – četudi ni realno, da jih dohitimo na kratek rok. Okolje za poslovanje v Sloveniji se je sicer v zadnjih letih izboljševalo, a ključni izzivi ostajajo. Mislim, da je tu potreben predvsem premik v miselnosti, predvsem o vlogi, ki jo gospodarstvo igra v državi. In naši vlogi v Evropski uniji, ki nam daje jasne usmeritve tako na področju digitalizacije kot s svojo zeleno vizijo. Če ne bomo kot družba postali bolj ambiciozni in ustvarjalni, nas bodo prehitele tudi države, ki so zdaj po dodani vrednosti za nami.

Čas je, da tudi v Sloveniji udejanjimo vizijo razvoja, kot to počnejo druge manjše države, kot sta Finska in Estonija. Majhnost je namreč lahko z vidika vodenja tudi prednost, ki je do zdaj nismo dovolj izkoristili.

Letošnje leto je izjemno v vseh pogledih, govorimo o novi realnosti, ko smo na prelomnici, kako naprej. Nove tehnologije, digitalizacija, odpornost, agilnost in trajnost so besede, ki jih slišimo večkrat kot kadarkoli prej. Smo pripravljeni, se bomo prilagodili na nove izzive ali smo v te spremembe prisiljeni? Katere so tiste, ki bodo odločale o 'pokoronskih' zmagovalcih?

Vsekakor smo se bili v določeni meri prisiljeni prilagoditi vsi, saj takšne situacije ni doživel še nihče. A nastavke za to smo pripravili že prej in je bila ta kriza le dodaten pospešek, da vpeljemo rešitve, ki jih v večji meri že poznamo. Je pa ta šok nekatere branže prisilil tudi v razmislek o novi usmeritvi in novih poslovnih modelih. Te v podjetjih že vzpostavljamo, poslovni procesi že tečejo drugače, saj še nikoli prej nismo v tolikšni meri izkoriščali potencialov digitalizacije in novih tehnologij. A hkrati pred nas postavljajo nove izzive vodenja ljudi, ki bodo vse bolj delali v virtualnih okoljih. Zato zaupanje, komunikacija in korporativna kultura postajajo vse pomembnejši.

Ključno je, da managerji to priložnost izkoristimo, da se prilagodimo in organiziramo na način, da postanejo naša podjetja odpornejša in da hkrati zagotavljamo dolgoročno in stabilno rast: ta pa mora biti trajnostna, v najširšem pomenu te besede.

Medeja Lončar je predsednica Združenja Manager ter direktorica Siemensa Slovenija in predsednica uprave Siemensa Hrvaška.

Zdravko Počivalšek: Preprosto moramo z danimi sredstvi ustvariti več

Minister Zdravko Počivalšek za gospodarski razvoj in tehnologijo verjame, da je zbir ukrepov iz akcijskega načrt za dvig produktivnosti prava podlaga za načrtovanje nadaljnjega dela katerekoli vlade: »Naj opozorim, da govorimo o ukrepih, ki bodo učinkovali na daljši rok.«

Akcijski načrt za višjo rast produktivnosti smo pripravili v dogovoru z vašim ministrstvom. Prepoznali ste pomen produktivnosti, če želimo naprej razvijati državo in zagotavljati ter nadgrajevati blaginjo ljudi. Kaj vam ta dokument predstavlja?

Točno to, kar ste rekli že v vprašanju. Vidim ga kot dokument z ukrepi za zagotovljanje blaginje naših državljank in državljanov, sploh ob zavedanju demografskih trendov, ki so neizprosni. Preprosto moramo z danimi sredstvi ustvariti več, tukaj pa imamo, sploh če se primerjamo z Avstrijo in Nemčijo, še precej prostora. Od večje vrednosti, ki jo bomo ustvarili, bomo vsi bolje živeli. Slovenija je na gospodarskem področju v zadnjih treh desetletjih naredila velike razvojne premike. Naše gospodarstvo je šlo skozi resno in zahtevno preobrazbo ter je danes v evropskem in svetovnem merilu prepoznavno na številnih področjih, kjer štejeta vrhunsko znanje in izvirnost. Nekaj nalog pa smo vendarle puščali ob strani. Mislim, da je akcijski načrt priložnost, da te naloge zdaj izpolnimo. Partnerstvo med ministrstvom, Združenjem Manager in raziskovalno skupino se je izkazalo kot odlično in vesel sem, da smo prišli do takšnega dokumenta.

Načrt predvideva vrsto ukrepov in usmeritev na različnih področjih, ki posegajo na večino vladnih resorjev. Nedvomno je potreben celovit pristop. Ali po vaši oceni obstaja politična volja za implementacijo ukrepov - tako v vladi kot v koaliciji?

Kot minister praktično od začetka svojega mandata govorim isto: če želimo dolgoročno ostati v koraku z najmočnejšimi državami in jim konkurirati, moramo spremeniti svoj pogled na to, kakšno gospodarstvo želimo imeti. Danes sem zadovoljen, da je ta pogled bolj jasen tudi v politiki, ne le v gospodarstvu in znanosti. Želim si, da bi se hitreje zedinili okoli tega, kaj želimo doseči. Ocenjujem, da politična volja za to obstaja, saj se v vladi in koaliciji zavedamo položaja Slovenije, njenih potencialov in izzivov. Mislim, da je ta zbir ukrepov prava podlaga za načrtovanje nadaljnjega dela katerekoli vlade. Naj namreč opozorim, da govorimo o ukrepih, ki bodo učinkovali na daljši rok.

Poleg politične volje je za takšne ukrepe nujen tudi širši družbeni konsenz. Že na lanskem kongresu smo enoglasno, tudi z vami, poudarjali pomen dolgoročnega družbenega dogovora. Je ta v Sloveniji mogoč?

Imamo izbiro? Akcijski načrt je dober temelj za razpravo. Vsi deležniki – vlada, gospodarstvo, sindikati in civilna družba – smo odgovorni za stanje v družbi. Če želimo zagotoviti perspektivno prihodnost mladim generacijam, moramo zagotoviti pogoje, da se bo družba lahko razvijala. Morda se kateri izmed ukrepov v tem trenutku sliši malce 'trd' ali 'oster', a na srednji in daljši rok je kombinacija ukrepov kot celota zelo socialna. Kot vedno poudarjam, je najboljši socialni ukrep omogočanje dostojnega dela. Dostojno delo pa je samo tisto, ki je plačano v tolikšni meri, da omogoča dostojno življenje, posamezniku pa, da izkoristi svoje potenciale.

Kakšni so vaši naslednji koraki, povezani z akcijskim načrtom? Ali ga je po vaši oceni mogoče povezati z ukrepi za krepitev odpornosti gospodarstva po covidu-19 in s predvidenimi finančnimi sredstvi, ki so Sloveniji pripadla po julijskem vrhu v Bruslju?

Z Združenjem Manager smo se dogovorili za pripravo načrta, ko so bile gospodarske razmere precej drugačne od današnjih, so pa že nakazovale prihajajoče resne izzive. Zdaj, ko je pandemija globoko pretresla svet in naša gospodarstva, nam je vsem jasno, da bomo morali v prihodnje delovati in razmišljati drugače. Če smo se še včeraj ukvarjali s tem, kako izboljšati krvno sliko našega gospodarstva, se danes ukvarjamo s tem, kako okrepiti njegov imunski sistem. Vesel sem, da bomo akcijski načrt širši javnosti predstavili na Managerskem kongresu. Zdaj sledi vključujoča javna razprava in verjamem, da lahko ukrepe obogatimo s predlogi in pogledi drugih, to pa bo dober temelj za snovanje nadaljnjih vladnih prioritet. Četudi akcijski načrt ni odgovor na to izjemno situacijo zaradi covida-19, je vsekakor marsikaterega od ukrepov mogoče uporabiti tudi kot priložnost za izhod iz krize, npr. na področju infrastrukture in okolja, ter krepitev odpornosti.

Zdravko Počivalšek od decembra 2014 vodi Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. Pred prevzemom ministrske funkcije je vodil Terme Olimia in leta 2010 postal manager leta.

V dobri družbi Združenja Manager do konca leta

Drage članice in cenjeni člani, če bodo okoliščine dopuščale, bomo za vas do konca leta pripravili še nekaj zanimivih in navdihujočih, vsebinskih in zabavnih dogodkov. Katere, preverite spodaj.

OKTOBER/NOVEMBER

Spoznavno srečanje za nove člane

oktober/november 2020
Dom gospodarstva
Tudi letošnje tretje Spoznavno srečanje bo namenjeno predstavitvi Združenja Manager novim članicam in članom, spodbujanju njihovega aktivnega mreženja in pogovoru udeležencev z enim od izbranih najuspešnejših slovenskih managerjev – na prvih dveh smo gostili Aleksandra Zalaznika in Tanjo Subotić Levanič. Na dogodku boste spoznali nas, mi bomo spoznali vas, ob tem pa vas bomo seznanili s koristmi, ki jih prinaša članstvo v združenju.

Klubski dogodek Vključi(V)se: 50 % + 50 % = 150 %

oktober/november 2020
Antiq Palace Hotel & Spa
Sekcija managerk pripravlja že 8. klubski dogodek Vključi(V)se 50 % + 50 % = 150 %. Ti poslovni dogodki so namenjeni pretežno managerkam, njihov cilj pa je udeleženkam zagotoviti nova (mednarodna) znanja, jim omogočiti, da spoznajo zgodbe o uspehu ter ustvarijo možnosti za uspešno sklepanje poslov. Omejeno število udeleženk in udeležencev omogoča mreženje, povezovanje, pogovor in odlično priložnost za edinstveno druženje v okolju ter z ljudmi, ki so novi, drugačni, zanimivi in za katere verjamemo, da tudi navdihujoči.

Gala ples (TBC)

20. november 2020
Festivalna dvorana
Vabljeni na diplomatsko-managerski ples, ki ga Združenje Manager organizira s fundacijo Femmes Sans Frontières (FSF). Dogodek bo ponudil bogat kulturno-umetniški program s plesno glasbo v živo in bo imel tudi dobrodelno noto. Izkupiček bo šel za projekt pod okriljem FSF dobrodelnih aktivnosti.

Podelitev nagrade za najboljšo poslovno knjigo

29. november 2020
Cankarjev dom
Združenje Manager in Zbornica knjižnih založnikov in knjigotržcev bosta podelila nagrado za najboljšo poslovno knjigo v okviru Slovenskega knjižnega sejma. Lani je ta laskavi naziv prejela knjiga Velesili umetne inteligence: Kitajska, Silicijeva dolina in novi svetovni red. Avtor Kai-Fu Lee je prepričan, da bo umetna inteligenca v kratkem postala kot elektrika – povsod bo prisotna in brez nje ne bo mogoče živeti. To pomeni tudi velikansko odgovornost, da umetna inteligenca uresniči potencial sile dobrega na svetu, čeprav se avtor zaveda tudi potenciala njene zlorabe.

DECEMBER

Observatorij 2020

2. december 2020
Ekonomska fakulteta v Ljubljani
Že tretje leto zapored Združenje Manager pripravlja dogodek, na katerem bomo predstavili strokovno publikacijo združenja Observatorij 2021. Namen tega projekta je prek ovrednotenja gospodarskih razmer in ekonomskih politik omogočati bolj poglobljeno razpravo in posledično boljše odločanje za materialno blaginjo Slovenije. Združenje Manager se je zato okrepilo z Observatorijem ZM, ekspertno skupino zunanjih strokovnjakov in akademikov ter izkušenih managerjev iz lastnih vrst, ki deluje pod vodstvom dr. Dušana Mramorja.

Prednovoletni masters

10. december 2020
lokacija še ni določena
Pridružite se nam na zadnjem dogodku Sekcije mladih managerjev v letu 2020, na katerem bomo prisluhnili trem uspešnim zgodbam mladih managerk in managerjev, finalistov za priznanje Mladi manager 2020. Sproščenemu pogovoru bo sledilo prednovoletno druženje z DJ-jem, ko bomo nazdravili novim, uspešnim zgodbam v letu 2021.

Skupaj
podpiramo
lokalno.
V časih, ki niso prizanašali nikomur, smo združili moči tisti, ki #PodpiramoLokalno.
Poslovanje ribogojnice Faronika se je zaradi koronakrize skoraj povsem ustavilo. Na pomoč smo jim priskočili tako, da smo odkupili njihove posoške postrvi in ustvarili nov ribji namaz, ki je že na voljo v trgovinah Mercator.
Mercator
moje znamke
Faronika d.o.o.
Več o pobudi #PodpiramoLokalno na www.argeta.com
Pašteta
ARGETA
PODPIRAMO LOKALNO
Posoška postrv
Brez ojačevalcev arome
Brez konzervansov
Brez barvil
Slika je simbolična.
95 g

Martin Reeves: Kako postati podjetje za vse razmere

Osrednji govornik Managerskega kongresa Martin Reeves poudarja pomembnost odpornosti podjetij, še posebej v kriznih časih, saj ima odpornost izjemen vpliv na dolgoročno uspešnost podjetja. Odporna podjetja sicer sledijo šestim načelom: previdnost, odvečnost, raznolikost, modularnost, vgrajenost in prilagodljivost.

Odpornost podjetij je predvsem v kriznih časih izjemnega pomena. Analiza poslovanja 1.800 ameriških podjetij v obdobju 25-ih let je pokazala, da ima odpornost velik vpliv na dolgoročno preseganje pričakovanih rezultatov in da ima uspešnost v najglobljih krizah petkrat večji vpliv na dolgoročno uspešnost kot povprečno četrtletje.

Tveganje za pandemijo je znano že dolgo, a svet na izbruh koronavirusa večinoma ni bil pripravljen. To na žalost ni presenetljivo; v dobrih časih je težko upravičiti priprave na slabe čase. Številna podjetja, ki so podobno dajala prednost učinkovitosti pred odpornostjo, zdaj premišljujejo o novi strategiji in nameravajo postati odpornejša. Da bi vodjem pomagali pri tem, poglejmo, kaj je odpornost, kako dolgoročno dragocena je in kako jo je mogoče razviti.

Vrednost odpornosti

Odpornost je sposobnost absorbiranja stresa, obnavljanja kritične funkcionalnosti in uspevanja v spremenjenih okoliščinah. Analiza poslovanja 1.800 ameriških podjetij v obdobju 25-ih let je pokazala, da ima odpornost velik vpliv na dolgoročno preseganje pričakovanih rezultatov. Čeprav so se krize zgodile le v 11 odstotkih četrtletij, predstavljajo ti časi 30 odstotkov dolgoročne uspešnosti podjetja (v skupni donosnosti delničarjev TSR) glede na njegovo panogo. Globlje krize so bolj pomembne; uspešnost v najglobljih krizah ima namreč petkrat večji vpliv na dolgoročno uspešnost kot povprečno četrtletje.

Analiza je prav tako razkrila, da je možna 'splošna' odpornost. Nekatera podjetja so namreč pokazala sposobnost obvladovanja kakršnihkoli kriz; 15 odstotkov podjetij je bilo v več kot 80-ih odstotkih kriznih četrtletij bolj uspešnih (to bi uspelo le 4 odstotkom, če bi bila uspešnost med krizami nepovezana).

Kaj delajo odporna podjetja

Dolgotrajni biološki sistemi odražajo šest implicitnih načel, ki jih lahko upoštevajo tudi podjetja, da postanejo odpornejša: preudarnost, redundanca, raznolikost, modularnost, vgrajenost in prilagodljivost. Na primer, podjetja, ki se obnašajo preudarno, delujejo po previdnostnem načelu – če obstaja verjetnost, da se nekaj zgodi, se bo sčasoma zgodilo. To pričakovanje jim daje prednost, kar jim pomaga, da se bolje pripravijo na obvladovanje krize. Podjetja preudarnost vpeljejo v svoje poslovanje tako, da se pripravijo na dolgoročne premike, ki lahko bistveno pretresejo panogo, razvijejo načrte ali mehanizme izogibanja v primeru motenj in iščejo zgodnje znake, ki opozarjajo na morebitno krizo, še preden jih ta prizadene.

Še en primer. Prilagodljiva podjetja se lahko hitro odzovejo na nove okoliščine. Kriza pogosto prinaša znatne spremembe v dinamiki panoge, kar zahteva prilagajanje. Sprememba vedenja potrošnikov in strukture panoge ob tem ustvarjata priložnost za v prihodnost zazrta podjetja, da vplivajo na dinamiko panoge v svojo korist. Na kratki rok prilagodljiva podjetja eksperimentirajo z različnimi ukrepi ter izberejo in nadgradijo tiste uspešne. V daljšem časovnem obdobju odporna podjetja preusmerijo svoj portfelj in naložbe v nove vire rasti po krizi. Nekatera odporna podjetja stopijo še korak dlje od prilagajanja ter poskušajo usmerjati oblikovanje poslovnega okolja in s tem še bolje izkoristiti situacijo.

Nujna je sprememba miselnosti

Zgolj izvajanje zgoraj navedenih ukrepov ne bo zagotovilo odpornosti – potrebna je tudi sprememba miselnosti. Neizrečena predpostavka, da kratkoročna učinkovitost prevlada nad ostalim, lahko ogrozi prizadevanja za ustvarjanje odpornega podjetja.

Vodje morajo zato spremeniti, kako njihovo podjetje razmišlja o poslu. To lahko storijo tako, da:

- izobrazijo managerje o tem, kaj odpornost pravzaprav je in katere posebne ukrepe za povečanje odpornosti lahko sprejmejo. To vključuje tudi posodobitev standardov uspešnosti s pomočjo v prihodnost usmerjenih, dolgoročnih meritev, kot so odpornost, vitalnost in prilagajanje;
- merijo odpornost zunaj meja svoje organizacije, tako da, na primer, vključijo dobavno verigo in odnos do regulatorjev. Odpornost namreč ni samo lastnost lastne organizacije, ampak je tudi značilnost omrežij, v katera je podjetje vpleteno;
- razmišljajo onkraj številk. Omejitev ukrepov na enostavno merljive ne zadošča za oblikovanje na splošno odpornega podjetja. Sprejeti boste morali šibke signale, se spoprijeti z nepredvidljivimi dogodki, spremeniti načrte v luči novih informacij in presoditi o ustrezni ravni 'zavarovanja' za vaše podjetje.

Na ta način lahko podjetja že danes začnejo krepiti odpornost in se pripravljati na negotovo prihodnost.

Martin Reeves je izvršni direktor in senior partner ter glavni makroekonomist v družbi Boston Consulting Group in predsednik BCG Henderson Institute. Posebej je specializiran za področja prilagodljivih strategij, strategij za večje podjetniške sisteme, strategij trajnosti in ekosistemov, kolektivnega učenja in inovacij, vitalnosti podjetij in zaupanja. Na Managerskem kongresu se bo osredotočil na to, kaj lahko podjetja naredijo, da bodo uspešno prebrodila krizo zaradi covida-19 in našla priložnosti za rast.

Kaj delajo odporna podjetja?

Upoštevajo šest načel:

Previdnost vključuje delovanje po načelu, da če se lahko kaj zgodi, se sčasoma tudi zgodi. Podjetja to storijo tako, da predvidevajo dolgoročne moteče premike, se pripravljajo na te motnje in iščejo zgodnje opozorilne signale.

Odvečnost vključuje ustvarjanje blažilnikov za nepričakovane šoke. Podjetja to storijo s presežno operativno zmogljivostjo in finančnimi blažilniki.

Raznolikost ustvarja različne vrste možnosti za odziv na krizo, kar zmanjšuje možnost katastrofalnega neuspeha. Podjetja lahko izkoristijo raznolikost v virih prihodkov ali v poslovanju.

Modularnost se nanaša na organizacijo sistema v ločenih, ohlapno povezanih modulih, kar omogoča, da se ne zruši celoten sistem, če posamezni elementi odpovejo. Modularnost lahko vključuje operativno ali finančno ločitev med posameznimi enotami.

Vgrajenost je uskladitev ciljev in dejavnosti sistema s cilji širših ekonomskih ali družbenih sistemov, katerih del so. Podjetja se lahko vključijo v življenja svojih strank z zagotavljanjem bistvenih storitev in v družbene sisteme širše, če svoj namen uskladijo z družbenimi potrebami.

Prilagodljivost se nanaša na sposobnost sistema, da se hitro prilagodi novim okoliščinam. Kratkoročno prilagodljivost zahteva sposobnost eksperimentiranja z različnimi dejanji ter izbiro in razširitev uspešnih. Dolgoročno prožna podjetja pa svojo mešanico portfeljev in naložbe preusmerijo k novim virom rasti po krizi.

Varnost, tudi psihološka, po novem ključni temelj izkušnje na delovnem mestu

Siemensova strokovnjakinja za 'pametne pisarne' in razvoj digitalnega trga Elisa Rönkä pravi, da se zdaj veliko organizacij sooča s spremembami delovnih okolij. Pri tem je pomembno, da omogočijo čim bolj personalizirana delovna okolja in s pomočjo tehnologije pospešijo razvoj organizacije.

'Pametne pisarne' (Smart Office) so dodana vrednost za podjetja in zaposlene. Kako bi predstavili koncept pametne pisarne?

Izhajam iz definicije, kaj naredi neko stavbo pametno. Obstajata dva vidika. Prvi je sama infrastruktura in učinkovitost upravljanja stavbe, drugi pa je izkušnja, ki jo stavba nudi uporabnikom. Pametna pisarna je optimizirana v prostorskem smislu in prinaša prijetno izkušnjo za zaposlene ter zmanjšuje trenja na delovnem mestu.

Je covid-19 spremenil ta koncept? Če da, kako?

Covid-19 je predvsem poudaril element varnosti kot ključni temelj izkušnje na delovnem mestu. Medtem ko smo prej spodbujali produktivnost, ustvarjalnost in sodelovanje na delovnem mestu, je zdaj varnost, predvsem skozi socialno distanco in psihološko varnost zaposlenih, prišla ob bok ostalim vidikom.

Vsaka taka sprememba je tudi priložnost – tudi pri oblikovanju delovnega okolja in tehnologije delovnih mest?

Da, vsaka sprememba je priložnost, da zagotovimo boljšo celovito izkušnjo. Trenutno se veliko organizacij sooča s spremembami svojih delovnih okolij, tudi v smeri, da bi zagotovile svojim zaposlenim, naj se samostojno odločajo, od kod bodo delali. Fizično delovno mesto tako vedno bolj postaja osebna odločitev namesto obveznost zaposlenega. Tehnologija delovnih mest pa na ta način igra integralno vlogo v transformaciji in povezovanju zaposlenih z digitalnim delovnim okoljem.

Poudarjate, da lahko tehnologija pomaga pri rasti produktivnosti in k sreči zaposlenih. Kako?

Tehnologija je lepilo, ki povezuje različne vidike na delovnem mestu: od ugodnosti zaposlenih do privabljanja talentov, od ohranjanja ali spreminjanja delovne kulture. Če zaposlenim omogočimo prilagajanje okolja njihovim potrebam, tako da lahko opravljajo delo na način, da najdejo prave prostore za svoje aktivnosti, da imajo boljši dostop do storitev, ki so jim na voljo, lahko tehnologija pospeši razvoj neke organizacije. Zato je pomembno omogočiti personalizirano delovno okolje, ki upošteva individualne potrebe, ki temeljijo na osebni izbiri.

Vedenje zaposlenih na delovnem mestu usmerja tudi tehnologija, ki prinaša vedno nove in nove spremembe. Kako 'sprejeti' tehnologijo in vse te spremembe, če jih ljudje že v osnovi težko sprejemamo?

Vsako tehnologijo, ki je usmerjena k zaposlenim, bi morali razumeti kot spodbudo za management sprememb. Tehnologija je pomembno gonilo človeškega vedenja na delovnem mestu, ki spodbuja boljše rezultate (na področjih zadovoljstva na delovnem mestu, izkoristka prostora ali drugih KPI-jev) in s tem psihološki faktor, ki ga je treba upoštevati. Tehnologijo je treba razumeti na način, da zagotavlja resnično vrednost za zaposlene, da se zagotovi visoka stopnja sprejetosti in 'pozitivna razvojna zanka' na delovnem mestu.

Zaradi negotovosti, ki trenutno ves čas 'visi' nad nami, je pomembno tudi, da podjetja ustvarjajo kreativna in inovativna okolja, okolja navdiha in dobrega počutja. Kako?

Tudi v času pandemije velja, da inovacije izvirajo iz ustvarjalnosti, kolektivne inteligence in skupnih idej. Medtem ko pogrešamo naključna srečanja s kolegi pred kavnim avtomatom v pisarni, lahko ustvarjalne trenutke spodbujamo s pomočjo digitalnih sredstev, pisarniške prostore pa spreminjamo v prostore za spodbujanje skupnega dela - seveda ob upoštevanju varnosti. To je priložnost, da na novo določimo, kje in kako si zaposleni želijo deliti ideje na digitalnem delovnem mestu.

Elisa Rönkä, vodja razvoja digitalnega trga za Evropo v Siemensu, zagovarja tehnološke in digitalne rešitve za delovna mesta, ki so usmerjena v človeka.

RPA

(Robotska avtomatizacija procesov)

Izvlecite robota iz zaposlenih in izboljšajte poslovne procese v vašem podjetju.

Srednja in velika podjetja uporabljajo preko 900 različnih aplikacij, ki so med seboj zelo slabo povezane. Zaposleni v povprečju 10x na uro preklopijo med različnimi aplikacijami, to je 1h na dan oz. 24 dni na leto, kar zmanjšuje njihovo produktivnost, povečuje število napak in posledično povzroča visoke stroške.

Z RPA do nižjih stroškov

Predlagamo, da v okviru digitalizacije poslovanja preverite tudi rešitev **RPA - Robotic Process Automatization**, ki omogoča avtomatizacijo poslovnih procesov.

PRIMERI UPORABE V PODJETJU

- **FINANCE, REVIZIJA:** Od naročila do plačila, priprava poročil in finančno poročanje.
- **UPRAVLJANJE S ČLOVEŠKIMI VIRI:** Plačilne liste, upravljanje pogodb.
- **STRANKE IN UPRAVA:** Spremembe računov v več sistemih, zbiranje podatkov za regulativne zahteve.
- **SPLOŠNO:** Avtomatizirano poročanje iz različnih sistemov.

5 prednosti

1. **NIŽJI STROŠKI**
   Takojšnje znižanje stroškov in ustvarjanje hitrega ROI.
2. **KAKOVOST**
   Odprava človeških napak in povečana kakovost poslovnih procesov.
3. **24/7/365**
   Programski robot lahko dela 24 ur na dan, ne potrebuje dopusta in ne zboli.
4. **DODANA VREDNOST**
   Zaposleni lahko več časa namenijo inovacijam, strategiji in drugim dejavnostim za razvoj poslovanja.
5. **NEINVAZIVNA TEHNOLOGIJA**
   Implementacija poteka brez motenj v obstoječih IT sistemih.

ROI V MANJ KOT POL LETA
IZREDNA UČINKOVITOST
IZBOLJŠANJE KAKOVOSTI PROCESA

CRMT je partner podjetja robotiq.ai za prodajo in implementacijo RPA rešitev v regiji, ki je najbolj napredna rešitev za tovrstne probleme.

CRMT

www.crmt.com | info@crmt.com

robotiq.ai

Krožno gospodarstvo kot odgovor na gospodarske in podnebne izzive

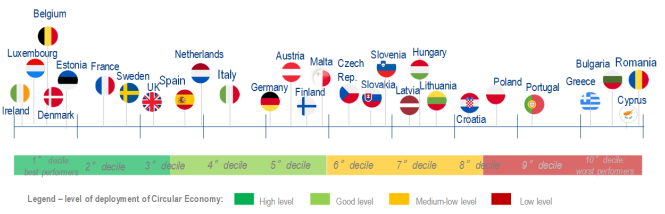
Krožno gospodarstvo lahko postane glavno orodje za soočanje z izzivi, kot so globoke in hitre gospodarske, podnebne in tehnološke spremembe. Ima izjemen potencial, ki je v Evropski uniji in Veliki Britaniji ocenjen na več kot 300 milijard evrov bruto domačega proizvoda in 2,5 milijona delovnih mest ter povezan z več okoljskimi koristmi.

Svet je sredi velikih sprememb. Globoke in hitre gospodarske, podnebne in tehnološke spremembe spreminjajo družbo in življenjski slog, odpirajo področja negotovosti in spodbujajo nove potrebe, v središču politične razprave pa sta varstvo okolja in socialna enakost. V tem okviru bi lahko krožno gospodarstvo predstavljalo glavno orodje za soočanje s temi izzivi. To idejo potrjujejo tudi evropski politični napori: nedavni evropski zeleni dogovor in z njim povezan akcijski načrt za novo krožno gospodarstvo, ki ga je Evropska komisija izdala marca 2020, je za Evropo postavil nove in zahtevnejše cilje glede prehoda na modele krožnega gospodarstva.

Gonilne sile razvoja so Irska, Luksemburg in Belgija

Študija 'Krožna Evropa – kako uspešno upravljati prehod iz linearnega v krožni svet', ki sta jo skupaj izvedli fundacija Enel in Evropska hiša - Ambrosetti, je imela tri cilje: oceniti najsodobnejše krožno gospodarstvo v Evropski uniji (EU27 in Združeno kraljestvo) oceniti socialno-ekonomske in okoljske koristi krožnega gospodarstva ter vključiti posebne ukrepe politike za usmerjanje prehoda.

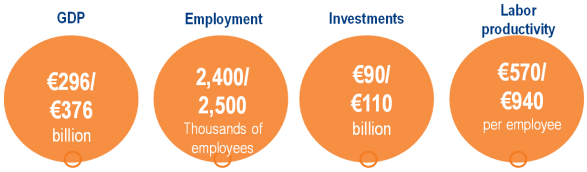
Pregled stanja krožnega gospodarstva, ki temelji na izboru 23 ključnih kazalnikov uspešnosti, je pokazal, da imajo evropske države zelo različno razvito krožno gospodarstvo. Med gonilnimi silami razvoja so Irska, Luksemburg, Belgija, Danska in Estonija, Slovenija je na začetku druge polovice 27-erice, medtem ko so na dnu lestvice Bolgarija, Ciper in Romunija.



Pregled stanja krožnega gospodarstva za EU27 + Združeno kraljestvo (grozd pozicioniranja), 2018. *Vir: Evropska hiša - Ambrosetti in Fundacija Enel, 2020*

Krožno gospodarstvo ima milijardne potenciale

Rezultati ekonometričnega modela kažejo, da krožno gospodarstvo predstavlja priložnost za spodbujanje evropskih industrij in zaposlovanja. V letu 2018 je bilo povezano s približno 300–350 milijardami evrov bruto domačega proizvoda v EU27 in v Veliki Britaniji, spodbudi pa lahko naložbe z ocenjenim učinkom 90–110 milijard evrov. Tudi končni vpliv na zaposlovanje kaže pozitiven učinek: v Evropski uniji je krožni model v letu 2018 povezan s skoraj 2,5 milijona delovnih mest.



Koristi krožnega gospodarstva na ekonomsko in industrijsko razsežnost v EU27 in Veliki Britaniji, 2018. *Vir: Evropska hiša - Ambrosetti in Fundacija Enel, 2020*

Krožno gospodarstvo lahko prinese tudi več okoljskih koristi, ki so povezane z uporabo sekundarnih materialov namesto primarnih in z zmanjšanjem emisij toplogrednih plinov – tu gre predvsem za zmanjšanje uporabe 'deviških' surovin in uporabo obnovljivih virov energije. Na primer, če bi premog 100-odstotno nadomestili z 1 odstotno točko povečanja obnovljivih virov, bi Evropa dosegla zmanjšanje emisij toplogrednih plinov za 72,6 milijona ton CO2, kar predstavlja 2,2 odstotka manj od sedanjih emisij toplogrednih plinov v energetskem sektorju.

Deset političnih ukrepov

Da bi se spoprijeli z izzivi, povezanimi s krožnim prehodom, in izkoristili njegove koristi, je bilo opredeljenih deset političnih tem, ki vključujejo posebne politične ukrepe: opredelitev nacionalnih strategij za države članice EU; redefiniranje upravljanja krožnega gospodarstva, da bi podprli strateški in medsektorski prehod; izkoriščanje zakonodaje za krepitev krožnega prehoda; uravnavanje področja z linearnimi rešitvami; uporaba financ kot vzvoda za spodbujanje raziskav in razvoja ter najboljših praks; obravnavanje pomanjkanja jasne opredelitve ter celovitih in homogenih meritev; spreminjanje poslovnih modelov, usmerjenih v odpadke, v krožne; spodbujanje medsektorskih in usklajenih ukrepov za vse sektorje, ki sodelujejo v tranziciji; izkoriščanje krožnega gospodarstva kot okvira za novo definiranje mest in urbanih območij ter spodbujanje kulture in ozaveščenosti o koristih, povezanih s krožnim gospodarstvom.

Lorenzo Tavazzi je partner v Evropski hiši - Ambrosetti in eden od govornikov na Managerskem kongresu 2020.

Za sodelovanje pri zasnovi programskega dela Managerskega kongresa o trajnostnem voditeljstvu se zahvaljujemo

Circular Change

barcaffé®
Cappuccino
barcaffé®
Cappuccino
barcaffé®
Cappuccino
CLASSIC
extra creamy
barcaffé®
2v1
CLASSIC
POSKUSI NOVI
ŠE BOLJŠI OKUS!
barcaffé®
2v1
CLASSIC
coffee & milk
NEW RECIPE
x10
NEW
barcaffé®
Cappuccino
CLASSIC
extra creamy
x10

Zakaj trajnostno voditeljstvo ni več izbira

Trajnost ni beseda 'enodnevnica' (buzz word), trajnost je beseda, ki bo določala, kakšno bo naše življenje in predvsem življenje naših zanamcev. Zato in z zavedanjem, da podjetja brez trajnostne agende v prihodnje ne bodo obstajala, smo v Združenju Manager zastavili projekt Trajnostno voditeljstvo.

Čeprav besedo trajnost zdaj zasledimo na vsakem koraku, ni skovanka zadnjih desetletij. Najdemo jo že v priročniku nemškega gozdarja iz leta 1713, ki je takrat zagovarjal idejo o takem izkoriščanju lesa, ki bo omogočala njegovo trajnostno, dolgoročno rabo, oziroma o takem upravljanju z njim, da bo zagotovljen tudi bodočim generacijam. Tri stoletja kasneje se trajnost vedno bolj uvršča tudi na dnevni red podjetij. A trajnost ni zgolj okoljsko vprašanje – podnebno vprašanje je sicer najbolj pereče – temveč vključuje tudi družbeni in finančni vidik. Medtem ko je bilo zadnjih deset let desetletje ozaveščanja, globalni dogovor Združenih narodov (United Nation Global Compact) to desetletje namenja akciji. Trajnostno ravnanje, trajnostni razvoj, trajnostno voditeljstvo tako niso več le izbira, ampak postajajo nuja, saj podjetja brez te agende v prihodnje ne bodo obstajala.

Trajnost gonilna sila in ne le dodatek k poslovanju

Tudi Zakon o gospodarskih družbah že določa, da morajo velike družbe, ki so subjekti javnega interesa in imajo povprečno več kot 500 zaposlenih, od leta 2015 v poslovnem poročilu (lahko pa tudi ločeno) priložiti tudi izjavo o nefinančnem poslovanju. Ta mora vsebovati podatke o okoljskih, socialnih in kadrovskih zadevah, spoštovanju človekovih pravic ter zadevah v zvezi z bojem proti korupciji. Direktive EU, evropski zeleni dogovor, cilji trajnostnega razvoja Združenih narodov itn. tako postajajo stalnica poslovanja, zato je treba za dolgoročni uspeh trajnostno ravnanje obravnavati kot gonilno silo in vodilo, ne le kot dodatek k poslovanju.

Nekatere raziskave to že potrjujejo, druge nakazujejo, da smo še zelo daleč od tega. Globalni dogovor Združenih narodov in Russell Reynolds Associates npr. poročata, da kar 92 odstotkov vrhnjih managerjev meni, da je integracija trajnosti v podjetje ključna za njegov obstoj. Po drugi strani le 48 odstotkov managerjev trajnost že integrira v svoje procese. Takih, ki menijo, da ima gospodarstvo ključno vlogo pri doseganju ciljev trajnostnega ravnanja Združenih narodov, pa je le še 21 odstotkov. Tudi izsledki letošnje raziskave o trajnostnem voditeljstvu evropske managerske organizacije CEC, katere del je tudi Združenje Manager, kažejo, da je koncept trajnosti managerjem bolj blizu kot osebna vrednota (59 odstotkom managerjev je izjemno oziroma zelo pomembna), medtem ko jo kot vrednoto podjetja opredeljuje nekoliko manj (51 odstotkov).

Nujno je sodelovanje vseh deležnikov

Za korenite in hitre spremembe v smeri odgovornosti je potrebno širše in medsebojno razumevanje ter povezovanje, sodelovanje in spodbujanje vseh deležnikov. Ob tem se moramo zavedati, da gospodarstvo predstavlja nepogrešljiv motor trajnostnih sprememb in da imajo managerji pri tem ključno vlogo, saj zaradi svojih kompetenc delujejo kot povezovalci idej, ljudi in procesov. Hkrati pa potrebujemo tudi spodbudno okolje, ki bi te spremembe pospešilo. V Združenju Manager in še posebej v sekciji mladih managerjev trajnostno voditeljstvo postavljamo v ospredje našega delovanja. Tudi zato v nadaljevanju predstavljamo nekaj odličnih trajnostnih praks podjetij, ki so partnerji projekta Trajnostno voditeljstvo, in udeležencev Managerskega kongresa. S temi primeri želimo podkrepiti tako okoljski kot ekonomski in družbeni vidik trajnostnega voditeljstva.

Pridružite se projektu Trajnostno voditeljstvo
V Združenju Manager spodbujamo, ozaveščamo in izmenjujemo dobre trajnostne prakse tudi prek spletne podstrani Trajnostno voditeljstvo. Skupaj s partnerji v tem projektu – **AMZS, BTC, EOS** in **Pivovarna Laško Union** – stremimo k cilju, da večjo produktivnost in dodano vrednost dosežemo na odgovoren in trajnosten način. Če se želite pridružiti skupnemu poslanstvu, nam to sporočite na: info@zdruzenje-manager.si.

S primeri dobrih trajnostnih praks spodbujamo in ozaveščamo

V Združenju Manager spodbujamo in izpostavljamo dobre trajnostne prakse, s tem pa ozaveščamo in bodrimo k akciji. Tako skozi projekt Trajnostno voditeljstvo z našimi partnerji – AMZS, BTC, EOS in Pivovarna Laško Union – kot s predstavitvijo na Managerskem kongresu 2020.

AMZS: Poslanstvo v povezovanju sodobne, trajnostne mobilnosti

Trajnostno delovanje je del transformacije AMZS, ki svoje poslanstvo vidi v povezovanju sodobne, trajnostne mobilnosti. Spremembe delovanja so se lotili na vseh področjih, kar se odraža tudi v prejetih priznanjih in navsezadnje pri zavzetosti zaposlenih. Družba se zadnja leta redno uvršča med finaliste izbora Zlata nit, za dobre prakse s področja raznolikosti in vključevanja pa so prejeli priznanje Združenja Manager Vključi.Vse 2019. Na strokovnem področju ekipe AMZS med evropskimi avtomobilskimi klubi na mednarodnih tekmovanjih za odličnost cestnih patrulj redno posegajo po najvišjih mestih.

Z gibanjem #AMZSkrbni spodbujajo k trajnostnemu razvoju in odgovornosti do okolja ne le zaposlenih, temveč tudi članov in uporabnikov storitev AMZS. Gibanje temelji na zmanjševanju ogljičnega odtisa, zavedanju pomena trajnostne mobilnosti, spodbujanju sodobnih oblik mobilnosti, sodelovanju v razvojno naravnanih projektih ter zavedanju, da se spremembe začnejo pri posamezniku.

BTC: Uresničujejo projekte, ki prinašajo izboljšave na področju energetske učinkovitosti

V družbi BTC je skrb za družbeno in naravno okolje že trdno usidrana v njeno delovanje, zato že dve desetletji snujejo projekte, preko katerih prispevajo k lepšemu vsakdanu in boljši prihodnosti za okolje ter za današnje in prihodnje generacije. V okviru poslovnega stebra Misija: Zeleno skupaj s poslovnimi partnerji uresničujejo projekte, ki prinašajo izboljšave na področju energetske učinkovitosti, trajnostne mobilnosti in varnosti, odgovornega ravnanja z odpadki ter vodo, družbene odgovornosti in spodbujanja inovativnosti. Poleg tega, da tovrstni projekti ustvarjajo nove poslovne priložnosti, z njihovo uresničitvijo skrbijo tudi za ozaveščanje širše javnosti o zelenih vrednotah in dejanjih ter o pomenu iskanja in uporabe trajnih ter okolju prijaznih rešitev. Zavedajo se, da so veliki okoljski premiki plod skupnega delovanja, pri čemer je pomemben prav vsak zeleni korak.

Ne glede na zeleno barvo v sloganu pa trajnostno ravnanje v družbi sloni na štirih stebrih: okoljevarstvu, zeleni energiji, energetski učinkovitosti in družbeni odgovornosti.

EOS KSI: Le trajnostna finančna politika omogoča rast in razvoj

Podjetje lahko posluje trajnostno le, če ima tudi trajnostno finančno politiko, so prepričani v skupini EOS. Stabilne finance so srce trajnostnega poslovanja, saj omogočajo rast in razvoj podjetja na dolgi rok ter zadovoljstvo vseh deležnikov: delničarjem in vlagateljem omogočajo donose, zaposlenim varne zaposlitve in managerjem dolgoročne spodbude. Enako ni mogoče trditi za podjetja, ki ne spoštujejo načela stabilnih financ in imajo željo po maksimiranju dobička na kratek rok. Tudi zato v EOS-u, ki ga vodi Natalija Zupan, sledijo besedam dolgoletnega predsednika uprave: »Želimo si rasti, želimo biti uspešni, vendar ne za vsako ceno.«

V skupini EOS s poslanstvom 'For a debt-free world' skrbijo za uspešno finančno prihodnost, ki je ključna za rast in razvoj podjetij, zaposlenih in celotne družbe. Ob tem veliko vlagajo v digitalizacijo podjetja in odzivnost, kar se odraža v višji produktivnosti, s tem pa tudi zaposleni lažje usklajujejo poklicno in zasebno življenje.

Radenska: Cilj je popolna ogljična nevtralnost družbe do leta 2030

Nova embalaža priljubljene negazirane mineralne vode Radenska Naturelle je v celoti ustvarjena iz reciklirane PET plastike (rPET). Z okolju prijaznejšo in tudi za 25 odstotkov lažjo plastenko so v Radenski ohranili zavezo vrhunski kakovosti proizvodov, odpadni embalaži pa vdahnili novo življenje. S tem so postavili še en mejnik pri ustvarjanju lepše prihodnosti, ki je rezultat večletnih prizadevanj za racionalno rabo plastične embalaže. V Radenski načrtujejo še vrsto drugih trajnostnih sprememb, ki bodo prispevale h končnemu cilju – popolni ogljični nevtralnosti družbe do leta 2030. In kako lahko pomagamo tudi mi vsi? Ko si privoščimo naravno mineralno vodo iz Radenske, sklenimo krog trajnosti z vračanjem embalaže na prodajno mesto ali v zabojnike za odpadno embalažo. Okolje nam bo hvaležno. Več: www.srcnozajutri.si

Lumar: Trajnost je ključni gradnik podjetja in hiš

V podjetju Lumar prepoznavajo trajnost kot enega ključnih gradnikov, ki piše njihovo poslovno zgodbo vse od začetkov. Poganja tudi njihovo inovativnost, kar so s pionirskimi in pilotnimi projekti že velikokrat dokazali, lani pa s prvo in edino slovensko hišo s certifikatom Active House še dodatno potrdili. Koncept v ospredje postavlja ključne kriterije trajnostne gradnje: udobje bivanja, zdravje, energijo in varovanje okolja ter dokazuje, da so s trajnostnim konceptom Lumar Zero Emission Living® na pravi poti. Vendar trajnost ni načelo, ki plemeniti le njihov proizvodni program, je način, kako živijo in se razvijajo. Trajnostna poslovna strategija Lumarja temelji na 17 ciljih globalnega trajnostnega razvoja Združenih narodov, ki jim sledijo z ekonomskega, družbenega in okoljskega vidika.

Plastika Skaza: Surovini, ki je izgubila svoj prvotni namen, so našli novo poslanstvo

V podjetju Plastika Skaza se zavedajo dejstva, da je plastika nuja, da svet ne more preživeti popolnoma brez nje, da pa lahko preživi z okolju bolj prijazno plastiko. Pogoj za to je, da jo začnemo uporabljati trajnostno in da celoten življenjski cikel začne delovati krožno.

Na svetu proizvedemo kar 360 milijonov ton plastike, od tega gre vsaj osem milijonov ton v oceane. Ob tem na leto pade v vodo več kot 650 tisoč ton odpadnih mrež in zato se je v ribiške mreže na Oaxaca obali v Mehiki leta 2018 zapletlo več kot 300 želv, ki so poginile. Vse to in še več je botrovalo temu, da so se v Skazi odločili pomagati pri zmanjšanju onesnaževanja oceanov in ohranjanju njihove biološke raznovrstnosti. Odločili so se predstaviti novo različico njihovega kompostnika Bokashi Organko 2 Ocean, ki je narejen iz reciklata ter vsebuje vsaj 600 gramov na roke pobranih odpadnih ribiških mrež. Tako so v Skazi uporabili surovino, ki je, ko je izgubila svoj prvotni namen, svoje novo neokrnjeno in okolju prijazno poslanstvo našla v naših gospodinjstvih.

Heineken in Pivovarna Laško Union: S trajnostmi rešitvami 'varijo' boljši svet

V Pivovarni Laško Union (PLU) se zavedajo, da brez trajnostnega poslovanja ni mogoče uspešno rasti. Uspešno poslovno rast pa lahko dosegamo le s trajnostnimi rešitvami. Odgovornost do skupnosti in okolja izkazujejo z izvajanjem trajnostne strategije 'Varimo boljši svet' na šestih fokusnih področjih: varnost in zdravje, zaščita virov pitne vode, zmanjševanje emisij CO2, trajnostna oskrba, odgovorno pitje in sodelovanje s skupnostjo. Slednjemu v obliki podpore športu in kulturi letno namenijo več kot tri milijone evrov. S posodabljanjem tehnologije in optimizacijo so v PLU porabo vode v zadnjih letih zmanjšali za kar 60 odstotkov, kot zagovornik odgovornega pitja so z inovacijami razvili program izdelkov Izbira 0,0 in tako potrošnikom omogočili odgovorno izbiro pijač, vključno s pivom z nič vsebnosti alkohola. PLU, kot del družbe Heineken, nadaljuje svoja prizadevanja tudi na področju zmanjševanja CO2. Na področju energetske učinkovitosti proizvodnje bodo do leta 2030 povečali delež obnovljive električne in toplotne energije na 70 odstotkov. Z izvajanjem tovrstnih aktivnosti PLU prispeva k vsaj osmim ciljem trajnostnega razvoja Organizacije Združenih narodov in na ta način 'vari' boljšo Slovenijo.

Globalno povezujemo

v Evropi, Aziji in Afriki

Poslovni internet

Naše sodobno optično omrežje zagotavlja zanesljiv in zmogljiv poslovni internet z nizko latenco in visokimi hitrostmi.

IP telefonija

Poenostavite svojo komunikacijsko platformo z naprednimi telefonskimi storitvami.

Mobilna telefonija

Ponujamo fleksibilne pakete mobilne telefonije za brezskrbno poslovanje tako doma kot v tujini.

VAS ZANIMA VEČ O NAŠIH STORITVAH?

Kontaktirajte nas in z veseljem vam bomo pomagali.

Softnet d.o.o.
Borovec 2
1236 Trzin

01 8100 100
info@softnet.si
www.softnet.si

“Dolgoročna partnerstva postavljamo na prvo mesto“

Generali zavarovalnica se je v začetku leta združila z zavarovalnico Adriatic Slovenica pod enotno blagovno znamko Generali in postala ena vodilnih zavarovalnic v Sloveniji. Prepričani so, da je dober poslovni rezultat odraz dolgoročnega partnerstva, ki ga ustvarjajo s svojimi zavarovanci, poslovno skupnostjo in širšim okoljem. V strategiji so na prvo mesto postavili stranko, v vse pore dela vključili digitalizacijo in trajnost opredelili kot temelj svojega delovanja, v pogovoru izpostavlja Vanja Hrovat, predsednica uprave zavarovalnice Generali.

V Skupini Generali ste trajnostno delovanje opredelili v Listini trajnostnih zavez. Kako pristopate do koncepta trajnosti v praksi?

Trajnostno poslovanje za nas pomeni ustvarjanje dolgoročne dodane vrednosti in hkrati ohranjanje okolja ter delovanje v korist skupnosti in prihodnjih generacij. Ponosni smo, da se je Generali uvrstil med sto najbolj trajnostno usmerjenih korporacij na svetu. Izdali smo prvo zeleno obveznico evropskega zavarovalniškega sektorja, zasledujemo cilje rasti prodaje v smeri zelenih in socialnih zavarovanj ter prilagajamo ponudbo za odgovorne stranke, kot primer lahko navedem brezpapirno poslovanje. V okviru globalnega prostovoljskega programa The Human Safety Net, v katerega so vključeni tudi naši zaposleni, pa podpiramo lokalno skupnost.

Zavarovalništvo že tradicionalno velja za visoko regulirano in stabilno panogo. Kako občutite zdajšnjo krizo?

Naša zavarovalnica je del globalne mednarodne zavarovalniške Skupine Generali, ki je s polletnim rezultatom iz poslovanja v višini 2,7 milijarde evrov potrdila svojo stabilnost. Vpliv krize se je odrazil na višini dobička v skupini, vseeno pa dosežen rezultat v prvem polletju potrjuje pravo smer naše strategije in trdnost poslovnega modela. Bi pa izpostavila, da je Skupina Generali v času krize z izrednim skladom v višini 100 milijonov evrov med drugim podprla tudi mednarodno poslovno skupnost malih in srednjih podjetij, na katere je covid-19 najbolj vplival.

Kako vidite vlogo zavarovalnic v prihodnosti? Predvsem v luči sprememb, ki jih je in jih še bodo prinesli dogodki, kot je zadnja pandemija.

V zavarovalnici Generali poudarjamo pomembnost vseživljenjskega partnerstva s strankami in naša primarna naloga je razvoj produktov in storitev, ki bodo ljudem olajšali življenje in s katerimi se bodo počutili varne. Zato smo življenjskim zavarovanjem priključili kritje za covid-19, naša individualna in kolektivna zdravstvena zavarovanja omogočajo obisk pri izbranem zdravniku specialistu v nekaj dneh, prilagojeni podjetniški paketi pa poslovne stranke ščitijo pred tveganji v posameznih panogah. Razvoj digitalnih rešitev nam omogoča hiter odziv na potrebe zavarovancev, ki so se predvsem v času krize zelo spremenile.

Uvedli smo video posvet z zdravnikom, oddaljeno podpisovanje sklepalne dokumentacije in video identifikacijo pri sklepanju življenjskih zavarovanj. Ne le v času krize, tudi v prihodnje bomo svoje poslovanje prilagajali tako potrebam kot željam zavarovancev in pri tem je tehnologija orodje, ki nam to omogoča. A ključen bo dober odnos s strankami, ki ga odlikuje to, da jim znamo prisluhniti, da razumemo njihove potrebe, jim svetujemo in ne le prodajamo.

Pomembno vlogo zavarovalnice pa še naprej vidim v preventivi in osveščanju. V ta namen smo razvili pobudo Najboljše zavarovanje je tvoje ravnanje, v okviru katere s strokovnim nasveti in osveščanjem preprečujemo, da bi se neljubi dogodki in nezgode v življenju sploh zgodili.

Že tri desetletja zasedate najvišje vodstvene položaje v zavarovalništvu, med drugim ste tudi članica upravnega odbora Združenja Manager. Večkrat poudarite, kako pomembno je povezovanje.

Prepričana sem, da s povezovanjem ustvarjamo rast in razvoj. Med zaposlenimi s povezovanjem krepimo kulturo in ustvarjamo dodano vrednost, povezovanje z lokalnim okoljem spodbuja razvoj potencialov, v poslovnem pa omogočamo napredek, ki koristi celotni družbi.

“S kriznimi situacijami smo se srečevali že v preteklosti, zagotovo pa je zadnja kriza dogodek brez primere. Močno je vplivala na eno izmed naših največjih vrednot – na zdravje, njene gospodarske posledice, ki smo jih na začetku zgolj napovedovali, pa se že uresničujejo. A kljub temu sem prepričana, da je pozitivno poslovanje mogoče ohraniti - če je trajnostno naravnano in če nas okolje, v katerem delujemo, prepozna za svojega pravega partnerja,” poudarja Vanja Hrovat, predsednica uprave zavarovalnice Generali.

Skupina Generali je med krizo z izrednim skladom v višini 100 milijonov evrov med drugim podprla tudi mednarodno poslovno skupnost malih in srednjih podjetij, na katere je covid-19 najbolj vplival.

AM Agencija: »Iz krize smo izšli močnejši «

Zaradi letošnjega presenetljivega dogajanja, povezanega s koronavirusom, so se v večini podjetij letni načrti postavili na glavo. Če je »nova realnost« za nekatere pomenila spremembo na slabše, so drugi v njej po začetnem šoku iskali priložnosti in jih tudi našli. Med slednjimi je bila tudi marketinška agencija AM Agencija.

Gregor Bobovnik, eden izmed treh partnerjev v agenciji, je za Združenje Manager povedal, da so ob začetku pandemije najprej otrpnili v upanju da bo situacija čim prej minila.

»Delali smo od doma, a kmalu smo ugotovili, da nas le pasivno čakanje ne bo pripeljalo nikamor. Vedeli smo tudi, da nam v tej situaciji nihče ne bo pomagal in da se moramo nekako znajti sami.« Začeli so razmišljati, kakšna dodatna znanja lahko ponudijo svojim naročnikom in odločili so se, da bodo zanje samoiniciativno pripravili nove kampanje, prilagojene situaciji, v kateri smo se znašli.

»Proaktivnost so naročniki hitro prepoznali.«

»To, da nismo le stali križem rok, ampak smo pokazali veliko stopnjo samoiniciativnosti, so prepoznali naši naročniki in odprle so se nove priložnosti.

Med drugim smo postali nova kreativna in digitalna agencija za blagovno znamko Barcaffè pod okriljem Atlantic Grupe. *Med pomembnejšimi projekti pa lahko omenim tudi tistega, ki ga bomo jeseni izvedli za* Kraševo blagovno znamko Domačica,*« pravi Gregor Bobovnik.*

Kot trenutno najbolj aktualen produkt, ki so ga ustvarili v agenciji, izpostavlja Effective 360, strateško usmerjen pristop k ciljni skupini, ki daje močan poudarek vsebinskemu marketingu, mnenjskim voditeljem in prepletu spletnih ter klasičnih aktivacij.
»Prav na njem bo temeljilo tudi sodelovanje s Krašem, za katerega ne dvomimo, da bo odmevno in dobro sprejeto,« pravi sogovornik, ki je zadovoljen, da so uspeli iz krize priti močnejši.

»Krize so nekaj, kar se dogaja ves čas skozi zgodovino in čeprav se to morda sliši klišejsko, se svet po njih vedno znova pobere. Res je, da nekaterim podjetjem to ne uspe, spet druga pa iz krize pridejo močnejša in vesel sem, da to velja tudi za našo agencijo,« zaključi.

Kakšen je 'čas preživetja' slovenskih podjetij v času koronakrize?

Bisnode ugotavlja, da ima največ podjetij v Sloveniji (nekaj čez 40 odstotkov) čas preživetja le do 25 dni. To pomeni, da lahko le toliko časa poravnavajo svoje obveznosti, če so brez prihodkov. Likvidnostna situacija v podjetjih pa bo konec septembra 2020 predvidoma še nekoliko slabša, kot je bila na začetku prvega vala koronakrize.

Razglasitev epidemije v marcu 2020 je gospodarstvo postavila v povsem nov položaj, v katerem se do zdaj še ni znašlo. Gospodarsko ohlajanje je tokrat sprožila epidemija, ki je v izhodišču zahtevala številne in radikalne državne ukrepe za zajezitev širjenja nalezljive bolezni.

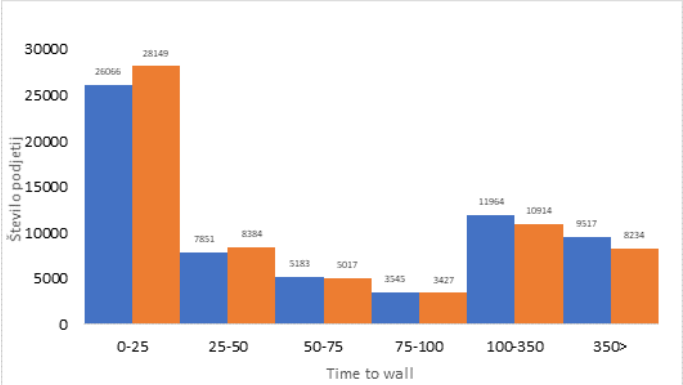
Ti ukrepi so podjetjem v nekaterih panogah močno omejili poslovanje, posledično so jim zmanjšali prihodke in denarni tok ter tako ogrozili njihov obstoj. Gospodarski subjekti so se zato začeli spraševati predvsem dvoje: kako dolgo lahko podjetja preživijo, če ne smejo poslovati na trgu, ter koliko časa lahko epidemija traja in do kdaj bo poslovanje podjetij omejeno.

Ne glede na dolžino trajanja epidemije in prepovedi poslovanja podjetij ima vsako podjetje določene fiksne stroške in posledično nujne izdatke, ki jih mora plačati ne glede na obseg realizirane prodaje in uspešnost svojega poslovanja. Vprašanje je, koliko časa podjetje še lahko poravnava svoje tekoče obveznosti, če se mu, zaradi začasne prepovedi opravljanja dejavnosti, prihodki od prodaje zmanjšajo na nič. V takšni situaciji ima odločilno vlogo količina likvidnih sredstev, ki jih je podjetje nakopičilo v času gospodarske rasti in s katerimi vstopa v gospodarsko ohlajanje in nato v krizo. Gospodarski subjekti se prav tako dobro zavedajo, da na njihovo lastno likvidnost vpliva likvidnost njihovih kupcev, saj prav kupci s pravočasnimi plačili prejetih računov vzdržujejo likvidnost svojih dobaviteljev.

Čas preživetja = koliko dni lahko podjetje poravnava svoje obveznosti, če je brez prihodkov

Bisnode je kot pomoč gospodarskim subjektom pri obvladovanju opisanega tveganja razvil novo metriko, ki uporabnikom pomaga identificirati podjetja z manjšo zalogo lastnih likvidnih sredstev. To so podjetja, ki so bolj izpostavljena likvidnostnemu tveganju in ki v razmerah gospodarske krize svojih tekočih obveznosti morda ne bodo mogla poravnavati v roku. To metriko smo poimenovali čas preživetja (angl. Time-to-Wall; s pomočjo kratice jo zapišemo kot TTW100). Pove nam, koliko dni lahko podjetje v razmerah gospodarske krize nemoteno poravnava zapadle obveznosti s pomočjo denarja in denarnih ustreznikov na zalogi, če se prodaja podjetju zmanjša za 100 odstotkov zaradi omejitev prodaje na trgu (npr. državni ukrepi, kot se je to zgodilo spomladi v prvem valu širjenja koronavirusa).

Zaradi negotovosti, kakšne bodo razmere s koronavirusom jeseni, smo s pomočjo ekonometričinh modelov izračunali, kakšen bo povprečni čas preživetja slovenskega gospodarstva konec septembra 2020 (glej sliko). Pri izračunu smo upoštevali sezonsko gibanje prodaje, ki ga določa gibanje BDP po kvartalih v koledarskem letu. Na podlagi analize gibanja BDP po dejavnostih od 2016 do 2019 smo ugotovili, da je gibanje BDP za posamezno dejavnost po kvartalih znotraj koledarskega leta med leti primerljivo.



TTW100 rezultati na začetku prvega vala koronakrize spomladi in na pragu jeseni, pred morebitnim naslednjim večjim valom koronakrize. *Vir: Bisnode izračuni*

Likvidnostna situacija v podjetjih bo slabša

Slika vzporedno prikazuje dva histograma na ravni gospodarstva kot celote. Modri histogram kaže TTW100 rezultate na začetku prvega vala koronakrize spomladi, oranžni histogram pa kaže pričakovani TTW100 konec septembra 2020. S primerjavo lahko ugotovimo, da bo likvidnostna situacija v podjetjih konec septembra 2020 predvidoma nekoliko slabša, kot je bila na začetku prvega vala koronakrize. Likvidnostna situacija se bo predvidoma izboljšala v finančnih in zavarovalniških dejavnostih, najbolj pa se bo predvidoma poslabšala v kulturnih, razvedrilnih in rekreacijskih dejavnostih ter gostinstvu.

Na tej osnovi lahko ugotovimo, da so državni ukrepi za pomoč gospodarstvu spomladi dosegli svoj namen in izboljšali likvidnost v gospodarstvu, ki bi bila sicer slabša. Ker je bil sveženj državnih ukrepov spomladi zelo obremenjujoč za državni proračun in glede na to, da proračunske operacije na ravni EU za pomoč gospodarstvu v boju s posledicami koronavirusa še niso jasne (npr. koronaobveznice), je vnovična pomoč države gospodarstvu jeseni v primeru novega večjega vala koronavirusa negotova. Če bodo podjetja v primeru novega večjega vala jeseni bolj prepuščena sama sebi, potem rezultati te analize narekujejo, da naj podjetja že zdaj začnejo kopičiti likvidnost in si s tem olajšajo poslovanje jeseni.

"IDC MarketScape" je Konico Minolto imenoval za globalno vodilno podjetje na področju transformacije tiskanja.

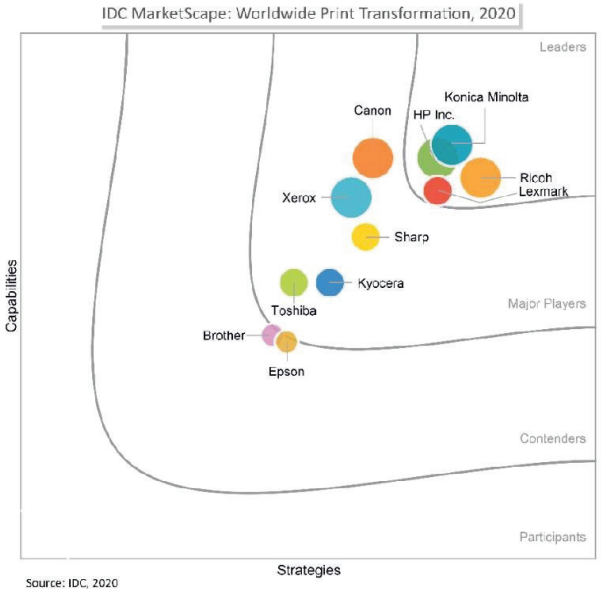
Konica Minolta je bila prepoznana zaradi svojega močnega in raznovrstnega portfelja, s katerim pomaga pri razvoju digitalne zrelosti svojih strank.

V IDC MarketScape: "Worldwide Print Transformation 2020 Vendor Assessment" je bila Konica Minolta imenovana za vodilno podjetje, ki je sledilo pristopu, s katerim je znatno povečalo svoj portfelj izdelkov in zmogljivosti na področju IT storitev. IDC MarketScape navaja, da je "Konica Minolta ta načrt uspešno izvedla na ciljnih področjih, kot so upravljanje IT storitev, varnost, VoIP, upravljanje vsebin podjetij (dokumentov in ostalih poslovnih informacij), zunanje izvajanje poslovnih procesov in vertikalnih rešitev za ERP in CRM". Poročilo ugotavlja, da "... bodo stranke, ki iščejo več kot le osvežitev svojega portfelja multifunkcijskih tiskalnikov ter tiskalnikov in vizijo razvoja delovnega okolja v prihodnosti, morda želele razmisliti o Konici Minolti."

"To imenovanje potrjuje; Smo vodilni v transformaciji tiskanja," ponosno pove Boštjan Kavčnik, direktor Konica Minolta Slovenija in ambasador digitalne transformacije podjetja. "Kot rezultat pandemije smo bili vsi del največjega projekta dela od doma na svetu. Čez noč so podjetja po vsem svetu morala zagotoviti, da se delo izvaja še naprej in se poslovanje nadaljuje. Nova normalnost hibridnih pisarn bo pospešila potrebo po bolj povezanem in inteligentnem digitalnem delovnem okolju, ki bo ves čas omogočalo oddaljen dostop do kritičnih poslovnih delovnih procesov in podatkov. Naše poslanstvo je pomagati našim strankam doseči naslednjo stopnjo digitalne zrelosti."

Portfelj Konice Minolte je kot ustreznega v svojem poročilu prepoznal tudi IDC MarketScape: "Razvoj Konice Minolte vključuje kontinuiteto izdelkov in storitev, kar vključuje strojno opremo, upravljanje storitev in avtomatizacijo poslovnih procesov, integriranih v inteligentno povezano delovno okolje."

IDC MarketScape je ocenil, da je pristop Konice Minolte, kjer je tehnologija usmerjena v človeka, pravilen. Zato je razumevanje motivacije, želja in potreb zaposlenih bistvenega pomena. Podjetje se pri uvajanju nove tehnologije ne osredotoča le na "kako" ampak tudi na "zakaj." Eden glavnih razlogov za uvrstitev med vodilne je, da je Konica Minolta postala partnerica za celostno tiskanje in pisarniške informacijske rešitve. Poročilo izpostavlja primer izdelkov digitalnih rešitev Konice Minolte: "Platforma Konica Minolta MarketPlace predstavlja ključni element v viziji podjetja o inteligentnem povezanem delovnem okolju. Platforma Konica Minolta MarketPlace strankam olajša dostop do orodij, ki jih potrebujejo za povezovanje multifunkcijskih tiskalnikov z različnimi aplikacijami, varnostjo in storitvami v oblaku." Konica Minolta med svojimi informacijskimi rešitvami malim in srednje velikim podjetjem ponuja tudi centralno rešitev za njihov IT - Workplace Hub. Na voljo je v več različicah in združuje najboljše v svojem razredu, strojno opremo, združljivo programsko opremo in upravljanje storitev. S tem razbremeni in poenostavi informacijsko tehnologijo stranke.



Zaradi vodilne vloge pri spodbujanju digitalizacije, je Konica Minolta zaupanja vreden partner, tako za kupce kot za vlagatelje. V okviru programa DX Stock 2020 je japonsko ministrstvo za gospodarstvo, trgovino in industrijo (METI) organiziralo izbor konkurenčnih podjetij za IT strategijo. Na seznam so se uvrstila podjetja, ki kotirajo na tokijski borzi in so še posebej privlačna za vlagatelje, ki dajejo prednost srednjeročnemu in dolgoročnemu izboljšanju vrednosti podjetja. Glede na potencial novega poslovnega modela, vključno s storitvami za podporo digitalni preobrazbi za mala in srednje velika podjetja, v okviru inteligentnega povezanega delovnega okolja, je bilo podjetje Konica Minolta visoko ocenjeno in s tem seveda uvrščeno na seznam.

"Pri razvoju in implementaciji naših rešitev za vsako stranko sledimo brezkompromisnemu pristopu - osredotočenost na vsakega kupca. V ponos nam je, da je IDC MarketScape prepoznal našo vizijo in zavzetost pri zagotavljanju vrednosti za naše stranke."
Boštjan Kavčnik, direktor Konica Minolta Slovenija in ambasador digitalne transformacije podjetja.

KONICA MINOLTA

Konica Minolta Slovenija, d.o.o., Dunajska cesta 167, 1000 Ljubljana
info@konicaminolta.si | www.konicaminolta.si | 01 568 05 00

HR prihodnosti in prihodnost dela

Vse več generacij, njihovi različni pogledi na delo in digitalizacija spreminjajo delo, tudi delo upravljalcev s kadri. Njihova prva naloga bo, kot kažejo nove okoliščine, zagotavljanje dobrega počutja zaposlenih, ki zajema telesno, čustveno, duševno in duhovno zdravje.

Ljudje se hitro spreminjamo, naša življenja so relativno kratka in spremembe opažamo šele pri naslednjih generacijah. Ker je rast prebivalstva eksponentna in je na svetu že skoraj osem milijard ljudi, imamo sedaj aktivnih več generacij sočasno. Z njimi je treba upravljati, razumeti razlike med njimi in njihove načine delovanja. To so novi medgeneracijski izzivi, ki zahtevajo nove prijeme, tudi pri vodenju. Zavedati se bomo morali, da je in bo potreben medgeneracijski prevod razumevanja, načinov vplivanja in vodenja. To terja nova znanja in veščine pri vodstvenih delavcih ter ustvarja nove naloge, ki se kar hitro oblikujejo v nove poklice. Ti ne zahtevajo več toliko prisotnosti v podjetju, saj tehnologija omogoča opravljanje dela kjerkoli.

Različne generacije, različni motivatorji za delo

Razkorak v vrednostnih sistemih in lastnostih trenutnih generacij je precejšen. Če na delovnih mestih danes ni več generacije veteranov (tradicionalistov), je zato iskanje pravih načinov vodenja in sodelovanja med 'baby boom' generacijo, generacijo X, milenijci in tudi z že vstopajočo generacijo Z na trg dela za HR ključno. Predvsem ker gre za povsem drugačne motivatorje za delo.

Prihajajočim generacijam višina plače, varnost zaposlitve ali pa tudi popolna fleksibilnost delovnega časa niso oziroma ne bodo nujno ključni motivatorji. Izredno pomembne vrednote postajajo zdravje, splošno počutje, pravičnost, delo od doma oziroma na daljavo, zanimivi izzivi in vznemirljivost delovnega mesta, takojšnja povratna informacija in pohvala, primerno sodobno digitalno opremljen delovni prostor z vso računalniško in mobilno tehnologijo, možnosti soodločanja, zabava itd. Zato čedalje bolj kompleksno postaja razumevanje vzvodov za motivacijo in zadovoljstvo zaposlenih, ki prihajajo iz tako različnih generacij.

Kadroviki s številnimi novimi nalogami

Ob tem delovne procese spreminja tudi digitalizacija, ki ji je koronakriza dala izjemen pospešek. Zdaj je mnogo pogostejše delo od doma, ki pa odpira tudi nova vprašanja. Kakšen obseg dela je primeren za delo od doma, za katere delovne pozicije, kako je mogoče meriti delovno učinkovitost, kaj bo s socialno alienacijo. S temi novimi razmerami HR dobiva zelo pomembno novo nalogo, in sicer kako organizirati procese dela od doma – kadroviki torej postajamo t. i. 'Work from Home Facilitators'.

Delo na daljavo je kot odziv na koronakrizo povzročilo izjemno rast digitalnega gospodarstva, s tem pa dalo tudi poudarek na ravnovesju med poklicnim in zasebnim življenjem. Nove razmere so izpostavile pomembnost zdravja, pa ne le fizičnega, in dobrega počutja zaposlenih. Za kadrovske strokovnjake to pomeni, da bo prihodnost dela morala biti osredotočena v celovit pogled na dobro počutje zaposlenih, ki zajema telesno, čustveno, duševno in duhovno zdravje. Morda se bodo kmalu kadrovski managerji preimenovali v direktorje dobrega počutja. V nekaterih podjetjih že imajo nazive, kot sta 'Chief Happiness Officer' ali 'Director of Wellbeing'.

Kaj bo prinesla prihodnost?

Na mestu pa so tudi vprašanja, ali vsem delo od doma ustreza, saj zmanjšuje stik s kolegi v podjetju in vpeljuje korenito spremembo v življenjskem slogu. Ljudje smo namreč socialna bitja in druženje potrebujemo. S sodelavci v živo lažje delimo ideje in zamisli, pa tudi osebne stiske in razmišljanja. Med sodelavci se namreč pogosto spletejo dobra prijateljstva, ki presegajo samo delo.

HR čaka prilagajanje obstoječih in oblikovanje povsem novih delovnih mest, odkrivanje kompetenc in kombinacij kompetenc za nova delovna mesta, predvsem pa umeščanje novih delovnih mest v obstoječe procese, ugotavljanje, kako in kje se obstoječi procesi spreminjajo zaradi novih, in nenazadnje, kako vse skupaj vpliva na počutje v podjetju, ki deluje iz množice mikrolokacij, tudi iz marsikaterega doma. Zato tudi HR potrebuje intenzivne obdelave podatkov in projekcij, ki iz tega izhajajo. Več težav bodo tako imela podjetja, kjer nimajo kakovostno informacijsko podprtega HR področja.

Tudi na Managerskem kongresu nas bo zato zanimalo, kdo med nami se ukvarja s predvidevanjem teh novih razmer, predvsem v iskanju drugačnih/novih poslovnih rešitev in modelov. Kdo se ukvarja s prihodom generacije Z, ki že prehaja v delovna okolja in procese? Kako pomembna bo virtualnost pri tej popolnoma digitalni generaciji? Kako pomembni so počutje, zdravje in varnost zaposlenih? Pri vsem tem pa bo ključno vlogo odigral HR.

Jani Zupan in Primož Klemen iz Profila sta HR izzivalca v predprogramskem delu kongresa: Kako naj se podjetja pripravijo na nove potrebe, ki jih pogojuje digitalizacija in nov način razmišljanja generacije, ki prihaja na trg dela? Kakšna je pri tem vloga HR-ja?

Poslovna odličnost

v objemu Mediterana

GRAND HOTEL BERNARDIN

★★★★★

Doživite harmonijo popolnih trenutkov
med morjem in nebom s pridihom udobja in elegance.

Kongresni center

Paradise Spa

HOTEL HISTRION

★★★★

congress@h-bernardin.si
05 690 7000
www.sava-hotels-resorts.com, www.hoteli-bernardin.si

St. BERNARDIN
ADRIATIC RESORT & CONVENTION CENTER
PORTOROŽ - SLOVENIJA

SAVA HOTELS & RESORTS

ZDRUŽENJE MANAGER

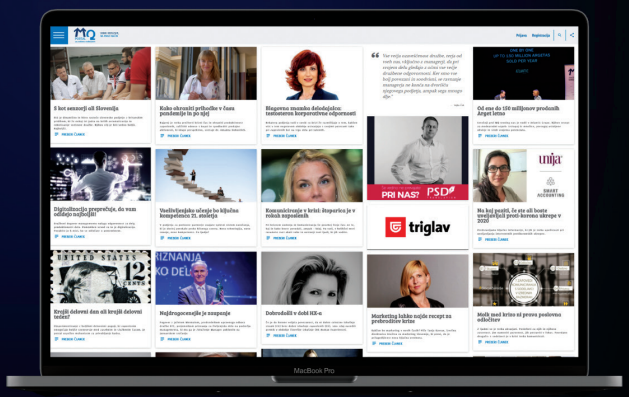
TRAJNOSTNO VODITELJSTVO

3 Zdravje in dobro počutje
4 Kakovostno izobraževanje
8 Dostojno delo in gospodarska rast
10 Zmanjšanje neenakosti
12 Odgovorna poraba in proizvodnja
13 Podnebni ukrepi
16 Mir, pravičnost in močne institucije
17 Partnerstva za doseganje ciljev

MQ PORTAL
za sodobno voditeljstvo

kjer boste našli bogate strokovne vsebine, misli in dobre prakse, ki jih je Združenje Manager skozi leta zbiralo v MQ reviji in preko številnih drugih aktivnosti. Danes članicam in članom združenja ter vsem, ki jih zanima voditeljstvo, brezplačno omogočamo voditeljske in managerske vsebine, zbrane na MQ portalu za sodobno voditeljstvo.

www.MQportal.si



www.generali.si
080 77 70

GENERALI