

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA UPRAVO**

Diplomsko delo

**POSLOVNE INFORMACIJE
(VARNOSTNI VIDIK)**

Zoran Akšamovič

Ljubljana, marec 2011

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA UPRAVO**

DIPLOMSKO DELO

**POSLOVNE INFORMACIJE
(VARNOSTNI VIDIK)**

Kandidat: Zoran Akšamović
Vpisna številka: 04035122
Študijski program: visokošolski študijski program Uprava prva stopnja
Mentor: viš. pred. mag. Slavko Debelak

Ljubljana, marec 2011

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA

Podpisani Zoran Akšamović, študent visokošolskega strokovnega študijskega programa Uprava I. stopnja, z vpisno številko 04035122, sem avtor diplomskega dela z naslovom: Poslovne informacije (Varnostni vidik).

S svojim podpisom zagotavljam, da:

- je predloženo delo izključno rezultat mojega lastnega raziskovalnega dela,
- sem poskrbel, da so dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric, ki jih uporabljam v predloženem delu, navedena oz. citirana v skladu s fakultetnimi navodili,
- sem poskrbel, da so vsa dela in mnenja drugih avtorjev oz. avtoric navedena v seznamu virov, ki je sestavni element predloženega dela in je zapisan v skladu s fakultetnimi navodili,
- sem pridobil vsa dovoljenja za uporabo avtorskih del, ki so v celoti prenesena v predloženo delo in sem to tudi jasno zapisal v predloženem delu,
- se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del, bodisi v obliki citata bodisi v obliki skoraj dobesednega parafraziranja bodisi v grafični obliki, s katerim so tuje misli oz. ideje predstavljene kot moje lastne – kaznivo po zakonu (Zakon o avtorstvu in sorodnih pravicah, Ur. list RS, št. 21/95), kršitev pa se sankcionira tudi z ukrepi po pravilih Univerze v Ljubljani in Fakultete za upravo,
- se zavedam posledic, ki jih dokazano plagiatorstvo lahko predstavlja za predloženo delo in za moj status na Fakulteti za upravo,
- je elektronska oblika identična s tiskano obliko diplomskega dela ter soglašam z objavo dela v zbirki »Dela FU«.

Diplomsko delo je lektorirala Helena Kostelec, prof. slo.

Ljubljana, 1. 3. 2011

Podpis avtorja:

POVZETEK

V poslovnem svetu je kroženje informacij in podatkov zelo pomembno. Vsakodnevno se podjetja srečujejo z različnimi težavami v poslovanju, pri čemer jim točna in pravočasna informacija lahko reši posel ali kako drugače pozitivno vpliva na njihovo poslovanje. Zaradi pomembnosti te tematike, se nadaljnje točke tega dela osredotočajo na preučevanje in raziskovanje širšega področja bonitetnih oziroma poslovnih informacij. Omenjeno področje jasno določa oziroma predpisuje naša zakonodaja, ki pravi, da je poslovna informacija, informacija javnega značaja, med drugim tudi načine, kako se ti podatki posredujejo na trg oziroma končnemu uporabniku. Na slovenskem trgu pa delujejo tudi posredniki bonitetnih informacij, ki v sklopu raznih produktov in storitev tovrstnim informacijam dajejo dodano vrednost za lažjo in bolj praktično rabo v praksi. Seveda pa ima končni uporabnik od tovrstnih podatkov in informacije precejšnjo korist, saj v nasprotnem raba le-teh ne bi bila tako razširjena, pri tem pa je zelo pomembna splošna ozaveščenost javnosti, sploh v teh težkih časih zaradi finančne krize oziroma recesije. Trud ponudnikov, da sleherni poslovni subjekt ažurno, hitro in brez ekonomskega znanja pride do koristnih informacij pri nadaljnjem poslovnem odločanju, poleg številnih dodatnih praktičnih funkcionalnosti je eden od vzvodov za boljše in varnejše poslovanje podjetij v prihodnosti. Vsa našeta dejstva sem podrobneje argumentiral skozi svojo nalogo.

Ključne besede: informacija, podatek, informacija javnega značaja, bonitetna informacija, poslovna informacija

SUMMARY

BUSINESS INFORMATION (SECURITY ASPECT)

In the business world, the circulation of information and data is very important. Companies are facing with various business problems daily, where accurate and timely information can save or have a positive impact on their business. Given the importance of this issue, further points of this work are focused on studying and researching the broader scope of credit and business information. The mentioned section is clearly stated in our legislation, which says that business information is public information, including ways the information is transmitted to the market or end user. On the Slovenian market, there are also brokers of credit information who add extra value to this type of information with various products and services of this type and make it more practical to use. Of course, the end user has significant benefit from such data and information, otherwise use of these would not be so prevalent, also the general public awareness is very important, especially in these difficult times of financial crisis or recession. Effort of the provider, to each and every business subject gets to useful information quickly and without economic knowledge at their business decisions with number of additional practical functionalities, is one of the tools for better and safer operation of companies in the future. All the facts, I have further argued through my assignment.

Keywords: information, data, public information, credit information, business information

KAZALO

IZJAVA O AVTORSTVU DIPLOMSKEGA DELA.....	iii
POVZETEK.....	v
SUMMARY.....	vi
1 UVOD.....	1
2 OPREDELITEV POJMOV	3
2.1 INFORMACIJA	3
2.2 PODATEK.....	3
2.3 PODATEK IN INFORMACIJA.....	4
2.4 POSLOVNA INFORMACIJA	5
2.4.1 POSLOVNA INFORMACIJA IN NJEN POMEN.....	5
2.4.2 VREDNOST POSLOVNIH INFORMACIJ ZA PODJETJE	6
2.4.3 BREZPLAČNE INFORMACIJE NA INTERNETU	7
2.4.4 PLAČLJIVE INFORMACIJE IN STORITVE.....	7
2.5 INFORMACIJA JAVNEGA ZNAČAJA.....	8
3 ZAKONODAJA NA TEM PODROČJU	9
4 INSTITUCIJE	12
4.1 AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE ZA JAVNOPRAVNE EVIDENCE IN STORITVE (AJPES).....	12
4.1.1 VODENJE REGISTROV	12
4.1.1.1 Poslovni register Slovenije.....	12
4.1.1.2 Register neposestnih zastavnih pravic in zarubljenih premičnin.....	14
4.1.2 SPREJEM, OBDELAVA IN OBJAVLJANJE LETNIH POROČIL	14
4.1.3 STATISTIČNA RAZISKOVANJA IN ZBIRANJE PODATKOV	15
4.1.4 IZVAJANJE BONITETE IN DRUGIH TRŽNIH DEJAVNOSTI.....	15
4.1.4.1 Bonitetne informacije.....	15
4.1.4.2 Spletna boniteta eS.BON.....	16
4.1.4.3 Zbirka podatkov FI-PO AJPES	16
4.1.4.4 Večstransko pobotanje obveznosti in terjatev.....	16
4.2 GOSPODARSKA ZBORNICA SLOVENIJE.....	16
4.3 OBRтна ZBORNICA SLOVENIJE.....	17
4.4 URADNI LIŠT REPUBLIKE SLOVENIJE.....	18
4.5 STATISTIČNI URAD REPUBLIKE SLOVENIJE.....	19
4.6 JAVNA AGENCIJA ZA PODJETNIŠTVO IN TUJE INVESTICIJE (JAPTI).....	19
4.7 IZVOZNO OKNO	20
4.8 OSTALI UPORABNI SPLETNI NASLOVI.....	20
5 KATERE PODATKE LAHKO VIDIMO.....	21
5.1 FIRMA IN SEDEŽ POSLOVNEGA SUBJEKTA	21
5.2 KONTAKTNI PODATKI.....	22
5.3 REGISTRSKI PODATKI	22
5.4 ORGANIZACIJSKI PODATKI	23

5.5	POSLOVNI PODATKI	23
5.6	TRANSAKCIJSKI RAČUNI	24
5.7	BONITETNA OCENA PODJETJA	24
5.8	FINANČNI PODATKI	25
5.9	OBJAVE (stečajni, prisilne poravnave, likvidacije, izbrisi, naroki, insolventnosti)	26
5.10	OSEBE	26
5.11	BLAGOVNE ZNAMKE.....	27
5.12	DEJAVNOST	28
5.13	DRŽAVE UVOZA IN IZVOZA	29
6	OSTALI PONUDNIKI POSLOVNIH INFORMACIJ IN PRODUKTI	31
6.1	BISNODE D. O. O.....	31
6.1.1	GVIN.COM	32
6.1.2	BONITETE.SI	33
6.1.3	SIMATRIX.....	34
6.1.4	CREDIT CHECK	34
6.2	RAZPISI D. O. O.	35
6.2.1	JAVNIRAZPISI.COM	35
6.3	EGV, D. O. O.	36
6.3.1	KOMPASS	36
6.4	INFOBON D. O. O.	36
6.4.1	IBON.....	37
6.4.2	IPIS	37
6.5	SLOVENSKA KNJIGA D. O. O.....	38
6.5.1	POSLOVNI INFORMATOR REPUBLIKE SLOVENIJE (PIRS) NA INTERNETU	39
6.5.2	POSLOVNI INFORMATOR REPUBLIKE SLOVENIJE (PIRS) IN EVROPA	39
6.5.3	POSLOVNI INFORMATOR REPUBLIKE SLOVENIJE (PIRS) NA CEDEROMU.....	39
6.6	I, D. O. O., LJUBLJANA.....	40
6.7	NAJDI, INFORMACIJSKE STORITVE, D. O. O.	40
6.7.1	TELEFONSKI IMENIK SLOVENIJE (TIS)	41
6.7.2	BIZI.SI	41
6.7.3	FIRMA.SI.....	41
6.8	COFACE SLOVENIJA D. O. O.	42
6.9	EBONITETE, D. O. O.	42
6.10	IBISCO, D. O. O.....	43
6.10.1	IBISCO FINPLAN	43
6.10.2	IBISCO FINBON	43
7	UPORABNIKI PRODUKTOV IN STORITEV	44
7.1	KOMU JE STORITEV NAMENJENA.....	44
7.2	KDO SO TI UPORABNIKI	44
7.3	RAZLOGI ZA UPORABO	45
7.4	OCENA ŠTEVILA UPORABNIKOV.....	46
8	ZAKLJUČEK.....	48
	LITERATURA IN VIRI	50

KAZALO SLIK

Slika 1: Logotip AJPES-a	12
Slika 2: Poslovni register Slovenije	13
Slika 3: Logotip Gospodarske zbornice Slovenije.....	17
Slika 4: Logotip Obrtne zbornice Slovenije	18
Slika 5: Logotip Uradnega lista Republike Slovenije	18
Slika 6: Logotip Statističnega urada Republike Slovenije	19
Slika 7: Logotip JAPTI.....	20
Slika 8: Logotip Izvoznega okna.....	20
Slika 9: Logotip podjetja Bisnode d. o. o.....	31
Slika 10: Logotip podjetja Razpisi d. o. o.	35
Slika 11: Logotip podjetja EGV, d. o. o.	36
Slika 12: Logotip podjetja InfoBON d. o. o.....	37
Slika 13: Logotip podjetja Slovenska knjiga d. o. o.	38
Slika 14: Prepoznavni znak podjetja I, d. o. o.	40
Slika 15: Logotip podjetja Najdi, informacijske storitve, d. o. o.....	41
Slika 16: Logotip podjetja Coface Slovenija d. o. o.	42
Slika 17: Logotip podjetja Ebonitete, d. o. o.....	42
Slika 18: Logotip podjetja Ibisco, d. o. o.....	43

1 UVOD

Trg se sooča z ogromnim izzivom, saj finančna kriza in recesija, ki je že prizadela tudi realni sektor, povzroča, da so podjetja pri nakupovanju ali investiranju povečala faktor racionalizacije nakupa. Pri tem se ponudniki bonitetnih informacij zavedajo, da podjetjem tovrstni produkti in storitve niso primarnega oziroma bistvenega pomena za delovanje in tudi niso resursi, so pa zato na trgu postala zanimivejša, atraktivnejša in predstavljajo konkretno korist za končnega uporabnika.

V času finančne krize so podjetja tako postala bolj previdna in marsikatero podjetje je širitev lastnega obsega poslovanja postavilo na stranski tir, saj je preživetje oziroma obstanek podjetja v teh, za gospodarstvo težkih časih, primarnega pomena. Recesija se še posebej odraža v panogi gradbeništva, ki je do tedaj bilo gonilna sila rasti slovenskega gospodarstva in je dober primer za diskusijo, danes pa je le-ta velik problem za družbo in državo, saj je iz te panoge vedno več brezposelnih.

Ena izmed rešitev v teh težkih časih je vsekakor poudarek na zadostnem in pravilnem informiranju gospodarstva o poslovanju podjetij. Zdravo gospodarstvo potrebuje ravno tako zdrava podjetja, ki niso nagnjena k neplačevanju svojih obveznosti in so plačilno sposobna, v nasprotnem se hitro pojavi začaran krog neplačnikov, kot je to primer podizvajalcev v gradbeništvu. V krog neplačnikov lahko pade tudi do tedaj dobro stoječe podjetje, saj zaradi neprejemanja plačil za opravljeno delo, kljub želji težko poplača obveznosti do partnerjev, pri čemer se krog neplačnikov samo še povečuje. To v praksi pripelje do verižnih kompenzacij blaga in storitev med podjetji, saj nekatera podjetja lahko le tako poravnajo svoje obveznosti, v nasprotnem primeru pa pride do verižnih izterjav.

Na trgu je kar nekaj produktov in storitev, katerih preventivna uporaba, bi po mojem mnenju odpravljala to problematiko in skladno s tem rešila precej podjetij pred propadom. Menil sem, da gre za dobro razvito področje informiranja trga s poslovnimi informacijami, saj naša zakonodaja z javnostjo tovrstnih podatkov že vrsto let omogoča razvoj te panoge. Skozi vsa ta leta so se ponudniki teh produktov in storitev prilagajali potrebam trga ter izpopolnjevali svojo ponudbo, kar nam lahko še posebej koristi v teh težkih časih.

Namen te naloge je bil predstaviti in podrobneje opisati eno izmed rešitev za lažje poslovanje podjetij v času finančne krize in recesije ter seveda tudi po njej. Predstaviti uporabniku čim več konkretnih koristi, ki jih lahko pridobi z uporabo produktov in storitev, ki ponujajo poslovne oziroma tako imenovane bonitetne informacije. Seznaniti uporabnika s širšim področjem, ki ureja tovrstne podatke in informacije oziroma uporabniku ponuditi nekakšno celostno sliko.

Cilj naloge je bil pridobiti takšne ugotovitve in spoznanja, ki bi čim bolj ozaveščala ljudi in zaposlene v podjetjih o pomembnosti tovrstnih podatkov in informacij ter posledično pripomogla k večji uporabi le-teh.

Pri svojem delu sem se posluževal opisne metode oziroma deskriptivnega pristopa, s katerim sem opisoval že poznana dejstva in pojme s pomočjo ustrezne literature in virov. Med drugim sem si pomagal tudi z lastnimi izkušnjami, saj sem pred pisanjem diplomskega dela že dve leti deloval na tem področju pri enem izmed ponudnikov bonitetnih informacij. Posluževal sem se tudi metode kompilacije, s katero sem povzemal spoznanja, stališča, sklepe in rezultate drugih avtorjev.

Da bi bralcu oziroma bodočemu uporabniku na čim lažji način predstavil izbrano področje, sem v začetnem poglavju skozi definicije najprej opisal bistvene pojme, s katerimi se bo srečeval skozi nadaljevanje mojega dela. Nato sem naštel bistvene zakone, ki opredeljujejo to področje in brez katerih ti podatki in informacije ne bi bile javno dostopne ali pa bi do njih dostopali kako drugače. V naslednjem poglavju sem nato naštel ter opisal institucije, vključno z njihovimi deli, pristojnostmi in odgovornostjo do urejanja baz s podatki javnega značaja, njihovim vodenjem ter načine posredovanja le-teh javnosti. Zatem ko sem opredelil zakonodajo in institucije, ki omogočajo tovrstne podatke, sem se osredotočil na podatke, ter jih podrobneje opisal ter razvrstil po skupinah. Vsaki skupini podatkov sem nato določil namen in uporabnost v praksi. V nadaljevanju dela sem naštel in opisal še ostale ponudnike tovrstnih podatkov in informacij na trgu ter njihove produkte in storitve. V zadnjem poglavju sem se osredotočil na uporabnike teh produktov in storitev. Podajal sem odgovore na vprašanja, kot so: komu je storitev namenjena, kdo so ti uporabniki, razlogi za uporabo in koristi, ter podal splošno oceno o številu uporabnikov tovrstnih produktov in storitev.

2 OPREDELITEV POJMOV

2.1 INFORMACIJA

Z informacijo izvemo nekaj novega, česar pred tem še nismo vedeli. Z njimi širimo znanje, ki našo odločitev nagne na to ali ono stran. Seveda pa do tega pride le, če prejeta informacijo razumemo. Žal pa informacije niso rože ali bomboniere, ki bi jih delil, pa bi vsi vedeli, kaj so dobili. Informacija je namreč nekaj nejasnega, nekaj, kar prejmemo šele takrat, ko v naših možganih zbudimo določeno predstavo.

Informacije ne rastejo na vrtovih, ampak nastajajo v naših glavah. Kakšno bo vreme, kdaj lahko prečkamo cesto, kje so dobre gostilne ipd., so informacije.

Vzemimo za primer informacijo o vremenu. Če pogledamo skozi okno, hitro ugotovimo, ali je vreme lepo, kislo, hladno ali poletno vroče. Kako to ugotovimo? S podatki.

Definicija:

1. Informacija je pomen, ki ga ljudje lahko pripišemo podatkom s pomočjo znanih konvencij, ki so uporabljene pri njihovi predstavitvi.
2. Informacija so ovrednoteni podatki v točno določeni situaciji.

Bolj natančna definicija pa pravi, da je informacija problemsko usmerjeno in nekemu namenjeno sporočilo, ki naslovljencu omogoči ali olajša sprejem odločitve. Informacija mora:

1. biti izražena s sintaktično pravilnimi znaki (pravilni vrstni red in izbrane kombinacije besede, simbolov),
2. imeti nedvoumno (semantično) vsebino o pojavu, na katerega se nanaša in
3. biti uporabna za začetek neke akcije (pragmatična). Informacija je izražena s podatki (Možina in dr., 2002a, str. 619).

2.2 PODATEK

Ko želimo dobiti kako informacijo, zbiramo podatke, s katerimi zbudimo v možganih določeno predstavo. Podatek je npr. temperatura 25 °C. Kadar nas zanima le temperatura, ta podatek povsem zadošča. Ko pa želimo vedeti, kakšno bo vreme, samo ta podatek ne zadošča. Potrebujemo še podatke o padavinah, svetlosti, vetru, vlažnosti itd.

Podatki so:

- na kratek in smiseln način zapisana dejstva,
- dejstva, katerim človek s pomočjo svojega znanja pripiše pomen in s tem svoje znanje dopolni in ustrezno reagira,
- zapisi, ki jim računalnik ne pripisuje pomena, ampak jih samo predela v obliko, ki si jo je zaželel človek, ali pa obliko, ki je primerna za vodenje procesov.

Definicija:

1. je poljubna ponazoritev s pomočjo simbolov ali analognih znakov, ki so predpisani ali pa se jim lahko pripiše nek pomen.
2. Podatek je predstavitev dejstva, koncepta ali ukaza na formaliziran način, ki je primeren za komunikacijo, interpretacijo ali obdelavo s strani ljudi ali računalnika.

Na podlagi prve definicije lahko zaključimo, da je podatek lahko diskreten, v primeru, ko so pri predstavitvi uporabljeni simboli (npr. 50 km/h), ali analogen, če se za predstavitev uporablja kakšna fizikalna veličina (npr. dolžina živosrebrovega stolpca). Po drugi definiciji pa izluščimo, da mora biti predstavitev izvedena na formaliziran način, kar pomeni, da mora obstajati nek predpis – konvencija, po katerem simbole ali vrednosti analognih veličin zapisujemo oziroma beremo.

Torej podatek je nevtrarno sporočilo o nekem dejstvu. Pomeni surovino za oblikovanje informacij. Izražen je z znaki, sliko ali zvokom. Primeri vrst podatkov so: številka izdelka, številka zaposlenega, datum, naročena količina in podobno. Podatek ima določene lastnosti, na primer zanesljivost, točnost, starost, zgoščenost, uporabnost, pogostost uporabe. Izmed podatkov, ki so na voljo v organizaciji in njenem okolju, so za menedžerja zanimivi samo tisti, ki so uporabni. Število nočitev turistov v nekem kraju v lanskem letu je podatek, ki je uporaben samo za tiste, ki se ukvarjajo s turizmom, zato je pomembno razlikovati uporabne podatke od podatkov nasploh (Možina in dr., 2002b, str. 619).

2.3 PODATEK IN INFORMACIJA

Vsaka informacija je podatek, vsak podatek pa ni informacija. Podatek in informacija sta relativna pojma, saj isti znaki, s katerimi izražamo podatke in informacije, različnim ljudem ne pomenijo istega. Podatki odgovarjajo na vprašanja: Kaj se je zgodilo? Kdo je sodeloval? Kdaj? Kje? Informacija je odgovor na vprašanja kako in zakaj. Za podatke lahko rečemo, da so »trdni«, medtem ko za informacije pravimo, da so »mehke«. Tako je na primer podatek o tem, da je vrednost zalog 150 milijonov, za nepoznavalca okoliščin zgolj podatek, za menedžerja v organizaciji pa dragocena informacija o tem, da je na zalogi ali malo blaga in ga je treba zagotoviti ali veliko blaga in je treba pospešiti prodajo.

Poenostavljeno vzeto lahko primerjamo podatek z eksplozivom in informacijo z eksplozijo. Eksploziv je nevtralen, sam po sebi ne koristi in ne škoduje. Eksplozija nastane, če se eksploziv aktivira z ustreznim vžigalnikom. Izraba eksplozije, na primer pri razstreljevanju skal, je lahko večja ali manjša, odvisno od tega, kako spretno je miner nastavil eksploziv. Podobno je s podatki in informacijami. Dokler človek na podlagi znanja, razumevanja problemskega stanja in razpoložljivih uporabnih podatkov podatkom ne pripiše ustreznega pomena (jim vdihne dušo), ostanejo samo podatki. Samo informacija, ki je bila posredovana odločevalcu skladno z njegovo potrebo in zmožnostjo, da jo razume in uporabi, lahko sproži akcijo.

Zaradi mehkoabe informacij je težko opredeljevati njeno vrednost. Informacija je toliko več vredna, kolikor boljše odločitev omogoča. Kako pa lahko ugotovimo, katera odločitev je boljša, če se zaradi pomanjkanja časa ali sredstev običajno lahko odločimo le za eno?

Največ bi bila vredna informacija, ki bi v celoti odpravila negotovost v procesu odločanja. V statistični teoriji bi to bila popolna informacija. Ker menedžer pri odločanju nikoli nima na voljo popolne informacije, mora naročati dodatne informacije. Pri tem se mora odločati o tem, ali je strošek dodatne informacije skladen z njeno vrednostjo. Vrednost informacije lahko presojamo tudi po razmerju med vlaganji, ki so potrebna za njeno pridobitev, in koristnostjo odločitve, ki je izšla iz procesa odločanja, v katerem je bila informacija porabljena.

Vrednost informacije lahko izrazimo z razponom od 0 do 1. Vrednost 1 ima popolna informacija, ki pa v praksi ni dosegljiva, zato pravimo, da informacij vedno manjka. To pomeni, da informacij nikoli ne more biti preveč. Tisto, česar je pogosto preveč, so podatki. Menedžer žal ne more govoriti o obilici informacij, pogosto pa občuti preobilje, poplavo podatkov.

Zbiranje podatkov in oblikovanje informacij povzročata stroške, toda informacije prinašajo koristi. Ekonomsko vrednost informacije je zato treba videti v večjem dobičku, ki je nastal zaradi oblikovanja prav te informacije. Če je tako ugotovljeni dobiček večji od siceršnjega dobička, se informacija izplača, sicer pa ne (Možina in dr., 2002c, str. 620).

2.4 POSLOVNA INFORMACIJA

2.4.1 POSLOVNA INFORMACIJA IN NJEN POMEN

Podjetja danes večinoma poslujejo v širšem okolju, ki ga zaznamujejo hitre tržne spremembe. Stanje je iz dneva v dan drugačno in bolj nepredvidljivo. Napredek tehnologije in še posebej komunikacij je izredno hiter. Organizacije morajo v takšnem okolju, ki ga zaznamujeta na eni strani globalizacija in na drugi strani hiter napredek komunikacij, hitreje poslovati in predvsem bolje sprejemati poslovne odločitve.

Prav gotovo gre za čas, kateri je zaznamovan z informacijami in znanjem, bolj kot v katerem koli obdobju v preteklosti. Zato je za vsako podjetje vitalnega pomena, da imajo zaposleni v pravem času na voljo kakovostne, zanesljive in lahko dostopne informacije. Zaradi velikega povpraševanja je tudi ponudba poslovnih informacij vedno večja, tako da so organizacije pogosto v dilemi, katero ponudbo izbrati, da bodo informacije kar se da optimalno ustrezale njihovim potrebam. Namen tega dela je zato predstaviti najvidnejše ponudnike poslovnih informacij na širšem trgu in v Sloveniji in tako pripomoči k boljši odločitvi izbora najustreznejših virov poslovnih informacij.

2.4.2 VREDNOST POSLOVNIH INFORMACIJ ZA PODJETJE

Določena informacija ima vrednost za podjetje le v primeru, če jo zaposleni lahko koristno uporabijo za odločanje ali za svoje delo. Koristen učinek je za podjetje največja vrednost. Informacije imajo več lastnosti, med katerimi so najpomembnejše:

a) Pomembnost

Med pomembne informacije spadajo strateške informacije in tiste, ki prihajajo iz okolja, ki je za podjetje pomembno. Strateške informacije so tiste, ki omogočajo uspešno strateško odločanje v podjetju; kaj proizvajati, na katere trge se usmeriti, na katere skupine uporabnikov, katero tržno strategijo izbrati in podobno. Te informacije so osnova za odločitve o dolgoročnih ciljnih podjetja.

b) Kakovost

Čim bolj realno sliko nam ponujajo informacije, bolj so kakovostne in bolj jim lahko zaupamo. Bolj kot so informacije kakovostne, boljša osnova so za odločanje. Kakovostne informacije so vedno dražje od manj kakovostnih, zato se v podjetjih srečujemo z dilemo, ali je korist od informacij večja, kot pa so stroški zanje.

c) Količina

Informacij naj bo vedno dovolj, da omogočajo uspešno odločanje, hkrati pa tudi ne preveč, saj je to pa eni strani velik strošek, po drugi strani pa lahko pride do informacijske zasičenosti. Ta pa lahko pri zaposlenemu povzroči, da odklanja tudi tiste informacije, ki bi jih pri svojem delu moral sprejeti in uporabiti.

d) Pravočasnost

Pravočasnost informacij je precej pomembna z vidika odločanja. Podjetja večinoma uporabljajo informacije o preteklih dogodkih, odločati pa se morajo o prihodnosti. Za odločanje so najbolj koristne sveže, sodobne informacije. Pravočasnost informacij je lahko

kritičnega pomena za odločanje, hitrost odločanja pa za pridobitev prednosti pred konkurenco.

e) Dostopnost

Do manj kakovostnih informacij je vedno lažje priti kot do bolj kakovostnih informacij. Kakovostne informacije med drugim predstavljajo tudi moč posameznikom, zato tudi niso dostopne vsem. Ponekod pa je razlog za težji dostop do kakovostnih informacij predvsem slabše organiziran sistem informiranja v podjetju.

Veliko informacij je možno pridobiti brezplačno ali po minimalni ceni. Za nekatere, predvsem strateške informacije, pa moramo plačati visoko ceno. Trendi gredo v tej smeri, da bo potrebno za manjšo količino strateških informacij odšteti vedno več.

2.4.3 BREZPLAČNE INFORMACIJE NA INTERNETU

Večina podjetij še vedno največ pridobiva poslovne informacije preko brezplačnih spletnih strani. Največja prednost tovrstnih spletnih ponudnikov je, da je dostop brezplačen, vsaj do osnovnih podatkov. Dostop do bolj podrobnih podatkov pa je v večini že omejen na člane, oziroma naročnike.

Brezplačne spletne strani pa imajo seveda kar nekaj pomanjkljivosti:

- za iskanje ustrezne informacije porabimo precej časa,
- izbor informacij je omejen,
- na te informacije se ne moremo vedno zanesti,
- velikokrat niso pravočasne,
- te strani so v prvi vrsti promocijske,
- ni dostopa do arhiviranih novic,
- pogosto je nemogoče ugotoviti, kdaj je bila stran nazadnje posodobljena,
- ni možnosti zbiranja informacij (iskati moramo po različnih spletnih straneh),
- ni ustreznih iskalnih orodij (možnost iskanja samo z AND, NOT ali OR),
- večkrat ni možnosti tiskanja, shranjevanja ali pošiljanja dokumentov po e-pošti.

2.4.4 PLAČLJIVE INFORMACIJE IN STORITVE

Plačljive storitve so tiste, ki proti plačilu ponujajo kakovostne informacije visoke vrednosti, na primer bonitete podjetij, napredne iskalnike, razne statistike, finančne podatke in podobno. Plačilo v večini primerov temelji na letni naročnini ali na osnovi posamezno pridobljenih informacij oziroma dokumenta v obliki poročila. Prednosti teh spletnih strani oziroma produktov so predvsem v tem, da ponujajo tudi arhivirane dokumente (za več let nazaj), imajo več iskalnih orodij, ki omogočajo uporabnikom, da bolj natančno določijo svoje iskalne kriterije, možnost obdelave podatkov v informacijo, izvoz le-teh v dokument

in še mnogo več, kar bom tudi podrobneje opisal v nadaljevanju svojega dela, predvsem pa ponujajo informacije, ki niso dostopne na brezplačnih spletnih straneh.

Takšne spletne strani in storitve imajo tudi svoje slabe strani:

- omejene so s samo eno ali določenimi vrstami informacij, na primer samo z bonitetami, kar za nek širši vpogled v situacijo ni dovolj in moramo zato obiskati več takšnih spletnih strani in ponudnikov teh storitev, da pridobimo popolno sliko,
- plačilo je po navadi potrebno opraviti z osebno kreditno kartico,
- pogosto nimamo vpogleda v to, kakšen bo dokument, poročilo ali storitev, ki ga plačujemo in tako večkrat plačamo za dokumente, ki nam potem ne koristijo,
- ni možnosti pošiljanja dokumentov po elektronski pošti.

2.5 INFORMACIJA JAVNEGA ZNAČAJA

Pravica vedeti in z njo povezana pravica do informacij javnega značaja sta najpomembnejši sredstvi v boju za odprto in pregledno delovanje javne uprave. Dostop do informacij je tako prvi pogoj, ki omogoča nadzor nad delovanjem javne oblasti ter tako zagotavlja njeno odgovornost državljanom.

Pravica dostopa do informacij javnega značaja je večrazsežna, med funkcije informacij javnega značaja pa lahko uvrstimo še:

- demokratično funkcijo, ki jo izvajamo iz deliberativnih modelov demokracije,
- nadzorno funkcijo, ki izpostavlja pravico državljanov do neposrednega nadzora javnega sektorja,
- ekonomsko funkcijo, ki se ukvarja z ekonomsko vrednostjo javnih informacij in potencialno dodano vrednostjo ob kombiniranju le-teh in
- funkcijo posodabljanja javnega sektorja, ki se veže predvsem na informatizacijo dostopa do informacij javnega značaja preko iniciativ za razvoj državnih portalov e-uprave.

Informacija javnega značaja je informacija, ki izvira iz delovnega področja organa, nahaja pa se v obliki dokumenta, zadeve, dosjeja, registra, evidence ali dokumentarnega gradiva, ki ga je organ izdelal sam, v sodelovanju z drugim organom, ali pridobil od drugih oseb.

Informacije javnega značaja so prosto dostopne pravnim in fizičnim osebam (zakon jih enotno imenuje prosilci). Prosilci imajo tako pravico zahtevati od določenega organa, ki po njihovem mnenju razpolaga z informacijo, ki jo želijo, da jim informacijo posreduje. Organi, ki so dolžni prosilcem omogočiti prost dostop do informacij javnega značaja pa so državni organi, organi lokalnih skupnosti, javne agencije, javni skladi in druge osebe javnega prava ter nosilci javnih pooblastil in izvajalci javnih služb (MORS, 2010).

3 ZAKONODAJA NA TEM PODROČJU

Bistvo vsega je, da je poslovna informacija informacija javnega značaja in da so le-te vsem prosto dostopne. Glede na širino področja pa bom v tem poglavju predstavil ključno zakonodajo, ki ureja to področje oziroma omogoča tako vrsto informacij.

Eden izmed teh je Zakon o gospodarskih družbah (ZGD), ki je bil sprejet že leta 1993 in v katerem je gospodarska družba definirana kot pravna oseba, opisuje njen celovit status od samega vpisa v sodni register kot tudi izbris iz sodnega registra.

Leta 2006 pa je začel veljati nov Zakon o gospodarskih družbah-1 (ZGD-1), ki je objavljen v Uradnem listu RS št. 42/2006, ki na področju delovanja gospodarskih družb in samostojnih podjetnikov posameznikov prinaša vrsto novosti.

»Ta zakon določa temeljna statusna korporacijska pravila ustanovitve in poslovanja gospodarskih družb, samostojnih podjetnikov posameznikov in samostojnih podjetnic posameznic, povezanih oseb, gospodarskih interesnih združenj, podružnic tujih podjetij in njihovega statusnega preoblikovanja.« (ZGD-1, 1. člen)

Drugi je Zakon o sodnem registru. »Ta zakon ureja sodni register, določa podatke, ki se vpišejo v sodni register, pravila postopka, v katerem pristojno sodišče odloča o vpisu v sodni register in pravila, po katerih Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve upravlja sodni register.« (ZSReg-UPB2, 1. člen)

»Sodni register sestoji iz glavne knjige in zbirke listin. Glavna knjiga je namenjena vpisu in objavi podatkov o pravno pomembnih dejstvih, za katere ta ali drug zakon določa, da se vpišejo v sodni register. Listine, na podlagi katerih je bil opravljen vpis posameznega pravno pomembnega dejstva, ali za katere zakon določa, da se predložijo registrskemu sodišču, se vložijo v zbirko listin.« (ZSReg-UPB2, 2. člen)

»Pri vseh subjektih vpisa se v sodni register vpišejo naslednji podatki: enotna identifikacijska številka, firma oziroma ime, sedež (ulica, hišna številka, kraj in pošta), pravno organizacijska oblika, dejavnosti z navedbo ustrezne šifre in imena podrazreda nacionalne klasifikacije dejavnosti, datum akta o ustanovitvi (pogodbe statuta oziroma drugega akta), na podlagi katerega se vpiše ustanovitev subjekta v sodni register; v zvezi z ustanovitelji, družbeniki oziroma člani subjekta vpisa (enotna identifikacijska številka, priimek in ime oziroma firma, naslov bivanja oziroma sedež, država bivališča oziroma sedeža ustanovitelja, družbenika oziroma člana, vrsta in obseg odgovornosti za obveznosti subjekta vpisa, datum vstopa, datum izstopa); v zvezi z osebami, pooblaščenimi za zastopanje subjekta vpisa oziroma delov subjekta vpisa (enotna identifikacijska številka, priimek in ime, naslov bivanja, tip zastopnika, meje pooblastil za zastopanje, datum

podelitve pooblastila, datum prenehanja pooblastila); v zvezi z deli subjekta vpisa, ki se vpisujejo v sodni register (enotna identifikacijska številka, ime oziroma firma, sedež), čas trajanja subjekta vpisa, če je ustanovljen za določen čas; v zvezi s postopkom prisilne poravnave, likvidacije oziroma stečaja (sklep o začetku postopka prisilne poravnave, likvidacije oziroma stečaja, sklep o zaključku postopka prisilne poravnave, likvidacije oziroma stečaja, s kratko označbo načina zaključka postopka, sklep o potrditvi sklenjene prisilne poravnave) v zvezi z drugimi načini prenehanja subjekta vpisa: pravni temelj prenehanja in podatki o morebitnem pravnem nasledniku; sklenitev, sprememba in prenehanje podjetniške pogodbe ter firma oziroma ime sopogodbenika, ter drugi podatki, za katere zakon določa, da se vpišejo v sodni register.« (ZSReg-UPB2, 4. člen)

Predvsem pa je ključen tretji zakon in sicer Zakon o Poslovnem registru Slovenije (ZPRS) oziroma (ZPRS-1), v katerem je med drugim zapisano, kaj poslovni register je, kdo ga vodi oz. vzdržuje (upravljavalec registra) in katere podatke vsebuje.

»Poslovni register je osrednja baza podatkov o vseh poslovnih subjektih s sedežem na območju Republike Slovenije, ki opravljajo pridobitno ali nepridobitno dejavnost, o njihovih delih in o podružnicah tujih podjetij, kot jih določa zakon, ki ureja gospodarske družbe.« (ZPRS-1, 2. člen)

»Poslovni register vodi, vzdržuje in upravlja Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve, t. j. AJPES.« (ZPRS-1, 3. člen).

»Registrski organ, v tem primeru AJPES, za primer vodenja in vzdrževanja poslovnega registra ter za zagotavljanje varnosti pravnega prometa obdeluje naslednje podatke o posameznem subjektu (podjetju):

datum vpisa v poslovni register, matično številko, davčno številko in oznako o zavezanosti za DDV, firmo ali ime, skrajšano firmo, če ta obstaja, sedež (ulica, hišna številka, dodatek k hišni številki, naselje, občina, poštna številka, ime pošte, upravna enota in podatki o geokodi), datum akta o ustanovitvi, o vpisu pri registrskem organu (organ, datum, številka akta o vpisu in zaporedna številka vpisa), registrirane oziroma z aktom o ustanovitvi določene dejavnosti po uredbi, ki določa standardno klasifikacijo dejavnosti, glavno dejavnost po uredbi, ki določa standardno klasifikacijo dejavnosti, o institucionalnem sektorju po uredbi, ki določa standardno klasifikacijo institucionalnih sektorjev, pravnoorganizacijsko obliko, vrsto društva, poseben status, šifro proračunskega uporabnika, o velikosti po merilih zakona, ki ureja gospodarske družbe, o velikosti po standardih Evropske unije, o ustanoviteljih (osebno ime oziroma firma, sedež in naslov oziroma naslov stalnega ali začasnega prebivališča, enotna matična številka občana (v nadaljnjem besedilu: EMŠO) ali matična številka, davčna številka), poreklo ustanovitvenega kapitala, države ustanovitvenega kapitala, vrsto lastnine po pretežnem deležu, lastniški delež Republike Slovenije, o lastniških deležih v gospodarskih družbah, o zastopnikih (osebno ime, naslov stalnega ali začasnega prebivališča, davčna številka, EMŠO in vrsta zastopnika), o poslovanju (posluje: da, ne), o številkah računov, o oznaki k

zavezanosti po zakonu, ki ureja dostop do informacij javnega značaja, o začetku postopka v skladu z zakonom, ki ureja prisilno poravnavo, stečaj in likvidacijo, telefon, telefaks, elektronski naslov in naslov spletne strani, o spremembah (vrsto in datum), o izbrisu (vrsta, datum, pravni naslednik).« (ZPRS-1, 8. člen)

Kot zadnji oz. četrti zakon na tem področju naj omenim Zakon o dostopu do informacij javnega značaja (ZDIJZ).

»Ta zakon ureja postopek, ki vsakomur omogoča prost dostop in ponovno uporabo informacij javnega značaja, s katerimi razpolagajo državni organi, organi lokalnih skupnosti, javne agencije, javni skladi in druge osebe javnega prava, nosilci javnih pooblastil in izvajalci javnih služb.« (ZDIJZ-UPB2, 1. člen)

V našem primeru je to toliko bolj pomembno, saj je AJPES pravna oseba javnega prava.

V tem poglavju sem torej omenil tiste ključne zakone oz. predpise, brez katerih ne bi imeli sistematičnih podatkov o vseh subjektih (podjetjih) registriranih v Sloveniji in brez katerih bi bilo praktično nemogoče priti do tako potrebnih informacij v samem poslovanju.

4 INSTITUCIJE

4.1 AGENCIJA REPUBLIKE SLOVENIJE ZA JAVNOPRAVNE EVIDENCE IN STORITVE (AJPES)

Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (AJPES) je pravna oseba javnega prava in opravlja splošno dejavnost javne uprave. Ustanovitelj AJPES je Republika Slovenija.

AJPES ima 13 organizacijskih enot, določenih v Sklepu o ustanovitvi AJPES. Centrala ima sedež v Ljubljani, izpostave pa v naslednjih krajih: Ljubljana, Celje, Koper, Kranj, Krško, Maribor, Murska Sobota, Nova Gorica, Novo mesto, Postojna, Trbovlje in Velenje. Izpostave so I., II., III. in IV. velikostnega razreda. Velikostni razred posamezne izpostave je odvisen od števila vseh pravnih oseb in samostojnih podjetnikov na območju statistične regije, v kateri deluje izpostava.

Slika 1: Logotip AJPES-a



Vir: AJPES (2010)

Razvejana mreža organizacijskih enot AJPES je v prid tako dajalcem podatkov kot tudi uporabnikom podatkov – državi, državnim institucijam, znanstveno-raziskovalnim in drugim institucijam ter posameznim poslovnim subjektom.

V naslednjih točkah bom navedel temeljne naloge, ki jih AJPES opravlja.

4.1.1 VODENJE REGISTROV

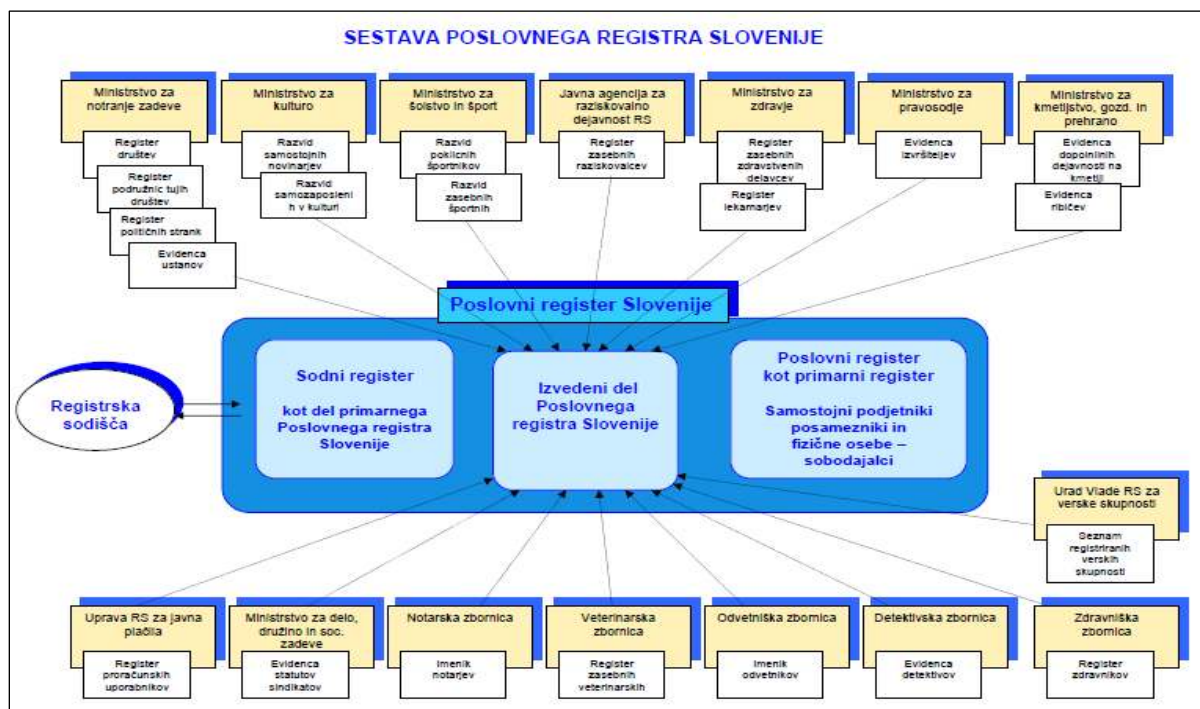
4.1.1.1 Poslovni register Slovenije

AJPES skladno z Zakonom o Poslovnem registru Slovenije upravlja Poslovni register Slovenije (PRS) kot osrednjo bazo podatkov o vseh poslovnih subjektih s sedežem na območju Republike Slovenije, ki opravljajo pridobitno ali nepridobitno dejavnost. Sestavni del PRS je (od 1. 2. 2008 dalje) sodni register. O vpisih podatkov gospodarskih družb in drugih subjektov, za katere zakon določa, da se vpišejo v sodni register, odločajo po našem pravu le registrska sodišča, saj imajo vpisi v sodni register skladno z Zakonom o

gospodarskih družbah in Zakonom o sodnem registru za poslovni promet izredno pomembne korporativne in publicitetne učinke. Sodni register, kot sestavni del PRS, ima dva dela: glavno knjigo in zbirko listin. V glavno knjigo registrska sodišča vpisujejo podatke o posameznem subjektu vpisa. Registrska sodišča elektronsko vodijo tudi zbirko listin, ki so podlaga za vpis v sodni register, in zbirko listin, ki se predložijo sodnemu registru zaradi javne objave. Vpogled v postopke vpisov v sodni register nudi spletni portal AJPES. Vpis v sodni register in s tem v PRS se objavi na spletni strani AJPES v trenutku izvršitve vpisa.

V PRS pa se vodijo tudi drugi poslovni subjekti, ki za opravljanje svoje dejavnosti najprej potrebujejo vpis v register poklicev ali dejavnosti pri drugem državnem organu ali instituciji. Tako se na primer društva primarno vpišejo v register društev pri Ministrstvu za notranje zadeve, notarji v imenik pri Notarski zbornici Slovenije, odvetniki v imenik pri Odvetniški zbornici Slovenije, samostojni novinarji v razvid samostojnih novinarjev pri Ministrstvu za kulturo, zasebni raziskovalci v register zasebnih raziskovalcev pri Javni agenciji za raziskovalno dejavnost RS itd. AJPES v PRS vpisuje podatke o poslovnih subjektih iz 22 primarnih registrov, razvidov ali evidenc, ki jih vodi 15 državnih organov ali drugih institucij.

Slika 2: Poslovni register Slovenije



Vir: AJPES (2009)

AJPES vsakemu poslovnemu subjektu, ki ga vodi v PRS, določi enolično identifikacijsko matično številko, šifro glavne dejavnosti po standardni klasifikaciji dejavnosti in ga razvrsti v institucionalni sektor po standardni klasifikaciji institucionalnih sektorjev. AJPES

nekaterim subjektom vpisa v PRS določi tudi druge podatke za statistične namene, kot so: vrsta lastnine, poreklo ustanovitvenega kapitala, velikost družb in podjetnikov itd.

Javnost podatkov PRS zagotavlja AJPES na različne načine: z vpogledom v podatke prek spletnega portala in z izdajanjem rednih in zgodovinskih izpisov iz sodnega registra prek spletnega portala (iPRS) ter s pripravo izbora podatkov po zahtevanih izbranih kriterijih uporabnikov.

AJPES skladno s 122. členom Zakona o finančnem poslovanju, postopkih zaradi insolventnosti in prisilnem prenehanju prek spletnega portala (od 1. 10. 2008 dalje) zagotavlja tudi podatke in druge informacije o postopkih zaradi insolventnosti (stečaj, prisilna poravnava, likvidacija) pravnih in fizičnih oseb, ki jih vodijo stečajna sodišča (eObjave v postopkih zaradi insolventnosti).

4.1.1.2 Register neposestnih zastavnih pravic in zarubljenih premočnin

AJPES skladno z Uredbo o Registru neposestnih zastavnih pravic in zarubljenih premočnin vodi Register neposestnih zastavnih pravic in zarubljenih premočnin (RZPP). V tem registru se vodijo podatki o zastavljenih oziroma zarubljenih motornih vozilih, zalogah, opremi in nekaterih živalih, ki jih je mogoče enolično identificirati. Posebnost neposestne zastave je v tem, da se zastavljena premočnina ne izroči v neposredno posest zastavnemu upniku, temveč ostane v neposredni posesti zastavitelja. Prednost takšne ureditve je v tem, da zastavitelju omogoča nadaljnjo uporabo zastavljene premočnine pri opravljanju poslovne dejavnosti ter tako povečuje njegovo možnost za poplačilo dolga.

4.1.2 SPREJEM, OBDELAVA IN OBJAVLJANJE LETNIH POROČIL

AJPES je pooblaščen za zbiranje, obdelovanje in posredovanje podatkov iz letnih poročil poslovnih subjektov v skladu z zakoni ter za javno objavljanje letnih poročil in drugih podatkov gospodarskih družb, samostojnih podjetnikov in drugih poslovnih subjektov v skladu z Zakonom o gospodarskih družbah in drugimi zakoni. V skladu s predpisi morajo poslovni subjekti AJPES predložiti podatke iz letnih poročil za državno statistiko oziroma letna poročila za zagotovitev javnosti. Vseh poslovnih subjektov, ki morajo AJPES predložiti tovrstne podatke, je okrog 155.000. Podatkov iz letnih poročil za javno objavo in za državno statistiko pa ne predlagajo samostojni podjetniki, ki so obdavčeni na podlagi ugotovljenega dobička z upoštevanjem normiranih odhodkov ter poslovni subjekti, ki niso ustanovljeni kot pravne osebe in nimajo statusa samostojnega podjetnika (notarji, odvetniki, samostojni zdravstveni delavci, samostojni kulturni delavci, športniki, novinarji, nekateri drugi poslovni subjekti in civilna združenja).

Proračun, proračunski uporabniki in druge osebe javnega prava, ki so uporabniki enotnega kontnega načrta, AJPES v skladu z Zakonom o računovodstvu predložijo letna poročila za zagotovitev javnosti podatkov in za državno statistiko.

Društva morajo v skladu z Zakonom o društvih, Zakonom o invalidskih organizacijah in Zakonom o državni statistiki predložiti AJPES letna poročila za zagotovitev javnosti podatkov in za državno statistiko. Društva, ki niso zavezana k reviziji letnih poročil, lahko s predložitvijo ustrezne izjave predložijo letno poročilo za oba namena hkrati. Društva, zavezana k reviziji letnih poročil, pa morajo za zagotovitev javnosti podatkov predložiti revidirano letno poročilo.

Nepridobitne organizacije – pravne osebe zasebnega prava (ustanove, politične stranke, sindikati, itd.) morajo v skladu z Zakonom o računovodstvu in Zakonom o državni statistiki predložiti letna poročila za zagotovitev javnosti podatkov in za državno statistiko, pri čemer lahko s predložitvijo ustrezne izjave predložijo letno poročilo za oba namena hkrati.

Letna poročila, ki jih poslovni subjekti predložijo za zagotovitev javnosti, mora AJPES posredovati vsakomur, ki jih zahteva. Posreduje jih v elektronski obliki ali na papirju. Za gospodarske družbe, zadruge in samostojne podjetnike AJPES javno objavlja letna poročila na svojem spletnem portalu, kar uporabnikom omogoča celovit, preprost, hiter in brezplačen dostop do teh podatkov.

4.1.3 STATISTIČNA RAZISKOVANJA IN ZBIRANJE PODATKOV

AJPES izvaja različna statistična raziskovanja, določena v letnih in srednjeročnih programih statističnih raziskovanj ter v Sklepu o ustanovitvi AJPES. Zlasti sodeluje pri statističnih raziskovanjih in zbiranju podatkov, kjer je potrebno zajeti večje število podatkov. Na podlagi podatkov posameznih vrst statističnih raziskovanj AJPES izdeluje preglednice in grafe, ki jih objavlja na spletnem portalu in posreduje določenim uporabnikom.

AJPES mesečno statistično raziskuje bruto izplačane plače. Med mesečna statistična raziskovanja sodi tudi raziskovanje o pravnih osebah z dospelimi neporavnanimi obveznostmi in raziskovanje o prejemkih in izdatkih pravnih oseb.

Za potrebe Banke Slovenije AJPES od poslovnih subjektov vsako četrletje zbira tudi podatke za statistiko finančnih računov.

4.1.4 IZVAJANJE BONITETE IN DRUGIH TRŽNIH DEJAVNOSTI

4.1.4.1 Bonitetne informacije

V okviru bonitetne dejavnosti AJPES izdeluje informacije o boniteti poslovanja različnih poslovnih subjektov. Bonitetne ocene slovenskih podjetij določa po modelu AJPES S.BON in razvršča slovenska podjetja glede na kreditno tveganje v 10 bonitetnih razredov. Bonitetne ocene so primerne za uporabo v poslovnih bankah pri izračunu kapitalskih zahtev za kreditna tveganja, drugim poslovnim subjektom pa so lahko podlaga za presojo

zmožnosti poravnavanja obveznosti pri izbranih podjetjih oziroma poslovnih partnerjih. Bonitetne informacije AJPES pripravljajo na podlagi široke baze uradnih podatkov, s čimer zagotavljajo njihovo kakovost, zanesljivost in objektivnost. Uporabnikom nudi krajše, standardizirane informacije, pa tudi obširnejše, bolj poglobljene analize poslovanja za posamezni poslovni subjekt. Na voljo so v slovenskem, angleškem, nemškem, italijanskem, madžarskem in hrvaškem jeziku. Bonitetne informacije lahko uporabniki naročijo tudi za pravne osebe iz Hrvaške, Srbije in Makedonije, s katerimi ima AJPES sklenjene posebne sporazume.

4.1.4.2 Spletna boniteta eS.BON

Najhitrejši in najenostavnejši dostop nudi AJPES do bonitetne informacije eS.BON na spletnem portalu. Spletna bonitetna informacija eS.BON je informacija o boniteti poslovanja poljubno izbranega slovenskega podjetja. Informacija vsebuje bonitetno oceno SB, ki je določena z modelom AJPES S.BON. Bonitetna ocena kaže na zmožnost podjetja za poravnavo svojih obveznosti v obdobju 12 mesecev po datumu izdelave računovodskih izkazov. Spletna bonitetna informacija eS.BON vključuje tudi podatke o kratkoročni plačilni disciplini podjetja in druge pomembne informacije o podjetju in njegovem poslovanju.

4.1.4.3 Zbirka podatkov FI-PO AJPES

FI-PO AJPES se uporablja kot analitično orodje in omogoča pregled podatkov iz letnih poročil za različne poslovne subjekte: gospodarske družbe, zadruga, samostojne podjetnike. Prav tako zbirka omogoča vpogled v podatke poslovnih bank in hranilnic. V FI-PO AJPES so zbrani podatki za več kot 110.000 poslovnih subjektov, za gospodarske družbe in zadruga od leta 1994 naprej, za samostojne podjetnike od leta 2001 naprej. Poleg tega pa zbirka nudi tudi številne možnosti primerjav podatkov, tako na individualni ravni kot na agregatni ravni; na ravni posameznih dejavnosti, regij in občin.

4.1.4.4 Večstransko pobotanje obveznosti in terjatev

AJPES opravlja tudi večstransko pobotanje obveznosti in terjatev med poslovnimi subjekti, in sicer praviloma enkrat mesečno. V pobotanju lahko sodelujejo tako pravne osebe kakor tudi samostojni podjetniki. Ta storitev AJPES predstavlja hiter, preprost, učinkovit in poceni način medsebojnega poravnavanja obveznosti oziroma unovčevanja terjatev. Udeleženci letno medsebojno pobotajo okrog 200 milijonov evrov obveznosti (AJPES, 2010).

4.2 GOSPODARSKA ZBORNICA SLOVENIJE

GZS preko informacijskega vira slovenskega gospodarstva ponuja hiter in neposreden dostop do številnih pomembnih informacij s področja slovenskega poslovnega trga, EU in

mednarodnega sodelovanja, ki jih organizacije potrebujejo pri svojem vsakdanjem poslovanju. Spletna stran EurActiv Slovenija je še posebej namenjena vsem, ki iščejo poslovne in druge informacije o aktualnem dogajanju v Evropski Uniji. Panožni in regijski portali nudijo poglobljene panožne in regijske novice in informacije. Podrobnejše predstavitve podjetij posamezne dejavnosti oziroma regije so na voljo v podatkovni bazi e-katalogi. Več o promociji in uvajanju svetovnih standardov za elektronsko poslovanje ter usposabljanju kadrov za učinkovito integracijo e-poslovanja v podjetja, je dostopnih na straneh Elektronsko poslovanje – priložnost in izziv. Preko sistema mednarodne BORZE ponudb in povpraševanj je razvejana informacijska mreža GZS, PCMG in GZS s ponodbami in povpraševanji domačih in tujih podjetij, ki jih zanima poslovno sodelovanje. Na portalu je dostopen tudi arhiv revije Glas gospodarstva od januarja 1996 naprej. Tujim podjetjem in organizacijam, ki iščejo sodelovanje s slovenskimi podjetji, je namenjen portal za tuje kupce SloveniaPartner, ki ga skupaj pripravljata Gospodarska zbornica Slovenije in Agencija za gospodarsko promocijo in tuje investicije (TIPO), ki deluje v okviru Ministrstva za gospodarstvo. Portal ponuja osnovne podatke o slovenskem poslovnem okolju ter panožne informacije in predstavitev grozdov. Na voljo je tudi podatkovna baza slovenskih izvoznikov ter elektronski tednik s poslovnimi informacijami iz Slovenije Slovenia Business Week.

Slika 3: Logotip Gospodarske zbornice Slovenije



Vir: GZS (2010)

Informacije na portalu so brezplačne, določene pa so dostopne le zaprtim skupinam uporabnikov (članom panožnih združenj oziroma območnih zbornic).

4.3 OBRTNA ZBORNICA SLOVENIJE

OZS ima na svojem portalu različne javno dostopne baze podatkov: register članov OZS, bazo gostiln v Sloveniji, bazo mojstrov obrtnih dejavnosti, poslovni katalog ponudbe slovenske obrti, pregled obratovalnic z verificiranimi učnimi mesti, seznam ponudnikov popustov v projektu Kartica Obrtnik in spletne vizitke članov OZS. Register mojstrov, register učnih mest in baza popustov je samo v slovenskem jeziku, ostale baze pa so na voljo še v angleškem in nemškem jeziku.

Slika 4: Logotip Obrtne zbornice Slovenije



Vir: OZS (2010)

Pravni podatki so dostopni prek nekaj domačih baz s specializirano ponudbo. Med njimi je najbolj poznana baza IUS-INFO. Združeni pravni informacijski sistem IUS-INFO / EURO IUS-INFO sestavljata dva med seboj povezana sistema: IUS-INFO, v katerem so zbrane pravne vsebine Republike Slovenije in EURO IUS-INFO, v katerem so zbrane pravne vsebine Evropske unije. Kot pripomoček je v obeh sistemih uporabnikom na voljo tudi angleško-slovenski in slovensko-angleški elektronski pravni slovar. Sistem IUS-INFO/EURO IUS-INFO je naročnikom dostopen preko interneta. V Republiki Sloveniji je le na tem mestu možno dobiti podatke o vseh veljavnih predpisih, ki veljajo v Republiki Sloveniji in v Evropski uniji, čistopise vseh veljavnih zakonov in podzakonskih predpisov Republike Slovenije, sodno prakso Vrhovnega sodišča Republike Slovenije in Sodišča Evropskih skupnosti s pravno podlago in povezavami na zakone in njihove člene, pravna mnenja, odločitve Ustavnega sodišča Republike Slovenije, članke pravne narave, sezname uradnih listov in druge koristne pravne informacije.

4.4 URADNI LIST REPUBLIKE SLOVENIJE

Pravna ureditev države je množica pravil, ki urejajo najpomembnejše odnose v družbi. Pravila so dolžni spoštovati vsi državljani. Da pravilo začne veljati, ga mora država objaviti v uradnem glasilu.

Poslanstvo podjetja je pravočasno in pravilno objavljanje predpisov države v uradnem glasilu ter širjenje informacij javnega značaja. Uporabnikom zagotavljajo brezplačen dostop do veljavne zakonodaje na spletu. Kot eden največjih izdajateljev in založnikov pravne literature izdajajo zbirke predpisov, pravne priročnike in strokovno literaturo, znanje in aktualne informacije pa širijo tudi na organiziranih seminarjih.

Slika 5: Logotip Uradnega lista Republike Slovenije



Vir: UL RS (2010)

Na spletnem portalu UL RS je elektronska različica tiskane izdaje Uradnega lista Republike Slovenije. V uporabi sta dve obliki spletne izdaje: naročniška izdaja in brezplačna spletna izdaja.

Naročniška spletna izdaja je pripravljena na način, ki omogoča pregled vseh vsebin v enaki obliki in postavitvi, kot so objavljeni v tiskani izdaji Uradnega lista Republike Slovenije. To pomeni, da lahko vsebino natisnete v enaki obliki, kot je objavljena v tiskani izdaji. Celotna vsebina tiskane izdaje je povzeta v formatu PDF družbe Adobe. Za pregledovanje je potrebno uporabiti prikazovalnik Acrobat Reader.

Brezplačna spletna izdaja omogoča pregledovanje samo dveh snopičev Uradnega lista Republike Slovenije; uredbe in mednarodne pogodbe. Po izgledu in po natisu ni enaka tiskani izdaji Uradnega lista Republike Slovenije in je namenjena tistim uporabnikom, ki se želijo samo seznaniti z vsebino nekega predpisa. Posamezna številka brezplačne izdaje je na spletu objavljena okvirno tri delovne dni po izidu tiskane izdaje oziroma on-line različice Uradnega lista.

4.5 STATISTIČNI URAD REPUBLIKE SLOVENIJE

Na svoji spletni strani redno objavlja vse podatke, ki jih zbira, ter informacije o delovanju urada in državne statistike. Podatki se objavljajo v skladu s koledarjem objav, ki je tudi dosegljiv prek spletnih strani. Podatki so uporabnikom na voljo brezplačno. V informacijskem središču in prek spletnih strani je mogoče dobiti tudi informacije glede iskanja podatkov na spletni strani Eurostata – statističnega urada evropskih skupnosti, kjer najdemo podatke za članice EU.

Slika 6: Logotip Statističnega urada Republike Slovenije



Vir: Statistični urad RS (2010)

4.6 JAVNA AGENCIJA ZA PODJETNIŠTVO IN TUJE INVESTICIJE (JAPTI)

Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije – JAPTI preko spletnega portala ponuja poslovne informacije malim in srednjim podjetjem ter članom pospeševalne mreže za malo gospodarstvo. Pripravljene imajo baze podatkov in različne pakete informacij. Na voljo so statistični podatki držav, makroekonomski indikatorji, pravni predpisi, naslovi vladnih in drugih pomembnih institucij, uvozni in izvozni trgovinski indeksi, možnosti registriranja podjetja v drugih državah in podobno.

Slika 7: Logotip JAPTI



Vir: JAPTI (2010)

4.7 IZVOZNO OKNO

Na njihovem spletnem portalu najdete brezplačne in ažurne podatke za številne izvozne trge o gospodarstvu, zunanji trgovini, statističnih indikatorjih, bilateralnih ekonomskih odnosih, poslovni zakonodaji, prodaji, dajatvah, koristnih naslovih. Na voljo so tudi poslovne priložnosti in najnovejši podatki o sejnih. Vsi, ki že izvažajo ali pa se tega še lotevajo, najdejo napotke za lažje trgovanje pod zavihkom »Mednarodno trgovanje«. V rubriki Aktualno izveste, katere so najnovejše spremembe na področju izvozno-uvoznega poslovanja podjetij, možno pa je opraviti tudi test izvoznih možnosti (PANNEP, 2010).

Slika 8: Logotip Izvoznega okna



Vir: JAPTI (2010)

4.8 OSTALI UPORABNI SPLETNI NASLOVI

- Ministrstva – seznam www.vlada.si/index.php?vie=cnt&gr1=minZun
- Center za mednarodno sodelovanje in razvoj www.cmsr.si/
- Slovenska izvozna družba www.sid.si
- Urad za varstvo potrošnikov www.gov.si/uvp/
- Vlada Republike Slovenije www.vlada.si/
- Zavod RS za zaposlovanje www.ess.gov.si
- Banka Slovenije www.bsi.si
- Tečajna lista www.bsi.si/podatki/tec-kom-BS.asp?MapaId=1232
- Imenik davčnih zavezancev za DDV ddv.inetis.com
- Ministrstvo za finance, Davčni urad Republike Slovenije www.gov.si/durs/
- Ministrstvo za gospodarstvo, Sektor za turizem www.mg-rs.si/turizem
- Nacionalno turistično združenje www.ntz-nta.si
- Slovenska nacionalna turistična organizacija www.slovenia-tourism.si/intro.asp
- Turistična zveza Slovenije www.turisticna-zveza.si

5 KATERE PODATKE LAHKO VIDIMO

Večina podatkov o slovenskih podjetjih, ki jih danes najdemo na trgu, so vir Agencije za javnopravne evidence in storitve (AJPES), Banke Slovenije (BS, še do pred kratkim vodenje evidenc TTR-jev), Telefonskega imenika Slovenije (TIS) ter seveda lastnih baz vseh ostalih ponudnikov teh storitev.

Ko so podatki enkrat na trgu, je samo vprašanje, kako podatke ponuditi, v kakšni obliki, kako jih razpršiti, torej tukaj govorimo že o tržnem sistemu. Večina teh podatkov se nahaja na internetu in so brezplačni. Ravno zato vsak ponudnik poslovnih informacij poleg t. i. osnovnih podatkov ponuja razna orodja, s katerimi lažje obdelujemo podatke, si privarčujemo čas in na koncu iz podatka prejmemo neko uporabno informacijo. Teh orodij oziroma dodatkov je kar nekaj, zato jih bom podrobneje predstavil v eni izmed naslednjih točk. Tukaj pa si bomo pogledali tiste osnovne podatke, do katerih lahko pridemo enostavno oziroma brezplačno.

5.1 FIRMA IN SEDEŽ POSLOVNEGA SUBJEKTA

- Dolgi naziv subjekta
- Naziv subjekta (kratki naziv)
- Sedež
- Pošta
- Kraj
- Občina
- Regija
- GPS geokoda

To so osnovni podatki, ki določajo posamezno podjetje oz. mu dajejo neko unikatnost in ravno zato so ti podatki tako pomembni. Ti podatki niso pomembni iz vidika, kako bomo mi posle sklepali oziroma ne določajo tega, kako uspešni bomo. Za uspešen posel nam je vseeno, od kod je naš partner in kakšen je njegov naziv, dokler gre za dobro poslovanje. Vendar pri vsakem poslovanju nastaja dokumentacija, katera je zelo pomembna in ki zahteva take podatke. Podatki morajo biti točni, vseeno nam pa je, ali je nekdo Jože ali Janez. Z več leti uspešnega poslovanja pa lahko ustvarimo tudi nekakšno »dobro ime«, na podlagi katerega smo lažje prepoznavni, ustvarimo tudi nekakšno zaupanje med partnerji in tudi širše. V takšnih primerih pa tudi naziv podjetja nekaj šteje in ne moremo reči, da je ravno vseeno.

5.2 KONTAKTNI PODATKI

- Telefon
- Telefaks
- Elektronska pošta
- URL

To so izjemno pomembni in cenjeni podatki v današnjem času. Dandanes je ogromno tako imenovanih »slamnatih podjetij«, za katera je praktično nemogoče dobiti kontaktne podatke in že to nam veliko pove o določenem podjetju. Ogromno je ljudi, ki prihajajo iz drugih držav in odpirajo podjetja, tukaj gre predvsem za gradbeništvo in druga podobna dela. To so večinoma podizvajalci za večja podjetja in tudi kontakti le-teh so težko dosegljivi, vsaj uradno, ker niso objavljeni. Tukaj pa na trgu nastopijo podjetja, ki se ukvarjajo s tržno dejavnostjo poslovnih podatkov, katera zbirajo, obdelujejo in tržijo kontaktne podatke iz lastnih baz.

Cilj vsakega podjetja je preživeti, za veliko večino pa tudi širiti poslovanje. To storimo, tako da obdržimo partnerje ali pa da poiščemo nove in pri tem nam najbolj pomagajo prav kontaktni podatki, da s potencialnim partnerjem navežemo prvi stik.

5.3 REGISTRSKI PODATKI

- Matična št.
- Davčna št.
- ID DDV
- Datum vpisa
- Registrski organ
- Št. reg. vložka
- Upravna enota
- Zastopniki
- Ustanovitelji

Vpis teh podatkov določa zakonodaja opisana v eni izmed prejšnjih točk te naloge. Registrski podatki so nujni za vsako podjetje in jih le-to mora imeti, toda v poslovnem svetu ti podatki služijo le operativnemu delovanju. Kot izjemo lahko navedem zastopnika oz. ustanovitelja, ker je na podlagi naših izkušenj zelo pomembno, kdo ta oseba je in ali se bomo odločili za poslovanje z nekom ali ne. V kolikor se določena oseba pojavlja v več podjetjih in imamo z njo slabe izkušnje ali pa so nam slabe izkušnje zaupali drugi, je to podjetje iz našega pogleda žal zaznamovano ne glede na druge morebitne dobre lastnosti in je vprašanje, če bomo z njimi šli v posel. Ravno nasprotno so te izkušnje lahko pozitivne oz. koristne za samo poslovanje. Vse ostalo so podatki, ki ne določajo uspešnosti podjetja (npr. matična številka 1234567 ali 7654321, je praktično vseeno).

5.4 ORGANIZACIJSKI PODATKI

- Vrsta organiziranosti
- Vrsta lastnine
- Glavna dejavnost SKD
- Sektor
- Poreklo kapitala

Ti podatki nam povedo, kakšne oblike je določeno podjetje, s čim se ukvarja, kaj je njihov namen in od kod izvira. Zelo pomemben dejavnik je dejavnost (SKD – standardna klasifikacija dejavnosti), saj na njeni podlagi podamo grobo oceno, ali nam je podjetje potencialni partner ali ne. In ravno nasprotno, za vsa podjetja, ki so vpisana pod isto dejavnostjo, kot mi lahko rečemo, da so naši konkurenti, posredni ali neposredni. S takim načinom dela lahko hitro izluščimo samo takšna podjetja, ki nas zanimajo in s tem prihranimo na času (funkcija »napredni iskalnik« – filter, ki bo predstavljen v eni izmed naslednjih točk te naloge).

5.5 POSLOVNI PODATKI

- Velikost
- Aktivnost
- Povprečno število zaposlenih
- Število poslovnih enot

Gre za vrsto podatkov, ki so v poslovnem svetu zelo iskani. Vsakdo ve, ali pa bi vsaj moral vedeti, s kom želi poslovati oziroma kakšnega poslovnega partnerja bi hotel imeti. Nekdo si želi manjše, nekdo spet večje partnerje, nekdo manj, drugi spet več le-teh. Na podlagi teh podatkov torej izluščimo tisto, kar nas zanima. Primer: iščemo podjetja, ki imajo med 2 in 10 zaposlenih. Do baze takih podjetij pridemo le z nekaj kliki, ko filter na podlagi našega kriterija poda ustrezna podjetja.

Možen je tudi vpogled v poslovne enote subjekta, če jih le-ta ima. Po navadi imamo poleg iskanega podjetja možnost označiti, naj nam prikaže tudi podružnice. Davčna številka je enaka tako za matično podjetje kot tudi za vse njegove podružnice, s to razliko, da je matično podjetje verjetno tudi davčni zavezanec. Po matični številki pa lahko opazimo, koliko podružnic podjetje ima, in sicer je matična številka desetmestna, vendar se zadnjih treh ničel ne piše. Primer: 5701414000, napišemo samo 5701414 (JAGROS, D. O. O., LAŠE 1/B, PODPLAT). V našem primeru ima podjetje 25 poslovnih enot, zato si matične številke (v tem primeru desetmestne) sledijo: 5701414001 (KAVA BAR JAGER), 5701414002 (PIZERIJA JAGER) ..., 5701414025 (JAGROS, D. O. O., LAŠE 1/B, PODPLAT, PE SUPERMARKET JAGER MAJŠPERK).

5.6 TRANSAKCIJSKI RAČUNI

- (vsi TRR-ji subjekta)
- Pregled aktivnosti TRR (aktiven, blokiran, zaprt)
- Zgodovinski prikaz blokad

Možen je celoten vpogled v transakcijske račune nekega podjetja, tudi za celotno zgodovino oziroma od datuma vpisa subjekta. Evidence se vodijo za vsak račun posebej. Vsako podjetje mora imeti vsaj en transakcijski račun, lahko pa jih ima tudi več. V teh kriznih časih oziroma v času recesije je pregled transakcijskih računov prvi pokazatelj, kako podjetje stoji. V primeru, ko je podjetje blokirano (blokada podjetja pomeni, da so blokirani vsi računi), bo le stežka nekoga prepričal v poslovanje. Blokade oziroma zaprtja računov so dnevno osveženi podatki.

1. julija 2010 je upravljanje registra transakcijskih računov prevzela Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (AJPES). Ureditev registra transakcijskih računov je po novem opredeljena v 10. poglavju Zakona o plačilnih storitvah in sistemih (ZPlaSS), ki v 238. členu določa, da obveznosti in pristojnosti v zvezi z upravljanjem registra transakcijskih računov 1. julija 2010 prevzame AJPES.

Banka Slovenije je v vlogi upravljavca registra transakcijskih računov nastopala vse od njegove vzpostavitve; ureditev registra transakcijskih računov je bila prvotno opredeljena v 28. in 29. členu Zakona o plačilnem prometu ter podzakonskih predpisih izdanih na podlagi teh dveh členov. V prehodnem obdobju, to je od pričetka uporabe ZPlaSS, 1. novembra 2009 pa do 1. julija 2010, je register transakcijskih računov upravljala še Banka Slovenije. Od 1. julija 2010 zagotavljajo banke in Uprava Republike Slovenije za javna plačila AJPES podatke za vodenje registra transakcijskih računov. Dostop do podatkov oziroma pridobitev podatkov iz registra transakcijskih računov od 1. julija 2010 omogoča AJPES. Podatki o transakcijskih računih poslovnih subjektov so javni in dostopni na spletni strani AJPES.

Podatki o transakcijskih računih fizičnih oseb so zaupni in jih lahko pridobijo tisti, ki so do njih upravičeni. AJPES bo upravičenim prosilcem posredoval podatke o transakcijskih računih fizičnih oseb oziroma jim omogočal neposredni dostop do teh podatkov.

5.7 BONITETNA OCENA PODJETJA

- različne lestvice, odvisno od ponudnika
- numerične (od 1 do 10)
- z znaki (A***, A**, A*, B*** ...)
- itd.

Bonitetna ocena se je razvila kot dodatna tržna storitev s strani ponudnikov poslovnih oziroma bonitetnih informacij. Gre za enostaven, in kar je bolj pomembno, hiter prikaz trenutnega poslovanja nekega izbranega podjetja. Bonitetne ocene so ažurne, kar pomeni, da se poslovanje podjetja lahko tudi dnevno ocenjuje, tukaj predvsem mislim na dnevne blokade TRR-jev oziroma blokado samega podjetja. V praksi se po navadi pojavljajo 3 ocene, in sicer za tekoče in zadnji dve leti poslovanja, na podlagi katerega lahko ocenimo, ali gre podjetju na bolje ali na slabše. Bonitetne ocene se nudijo za družbe in s. p., odvisno od ponudnika.

Sam izračun oziroma računsko formula je s strani ponudnika poslovna skrivnost in je ni moč dobiti, vendar pa nam same kriterije, ki so upoštevani v izračunu, brez težav zaupajo in so po navadi že navedeni poleg lestvice bonitetnih ocen.

Če strnemo, bi ob samostojni analizi določenega podjetja mogli priti do istega oziroma podobnega zaključka, se pravi, da podjetje je ali ni dobro, vendar si z že izračunano bonitetno oceno prihranimo čas.

V praksi se pokaže, da ljudje kar precej zaupajo oziroma se zanašajo na to oceno. Vsak ponudnik pa se vseeno zavaruje, da za škodo, nastalo iz tega naslova, v poslovanju ne odgovarja.

5.8 FINANČNI PODATKI

- Skupni prihodki
- Prihodki od prodaje
- Sredstva
- Kapital
- Dobiček itd.

So najboljši pokazatelj uspešnosti poslovanja podjetja za določeno poslovno obdobje (po navadi koledarsko leto). Zaključne bilance preteklega leta mora podjetje oddati do 31. marca tekočega leta, nakar so ti podatki javno objavljeni s strani AJPES-a po navadi v začetku meseca maja. Večja podjetja (npr. delniške družbe), katera so zavezana k reviziji, pa imajo rok za oddajo revidiranih in konsolidiranih poročil do 31. 8.

Preko spletnega portala AJPES je možno brezplačno dostopati do letnih poročil (bilanca stanja, izkaz poslovnega izida, pojasnilo k izkazom), le-ta pa se točneje nahajajo pod rubriko JOLP (javna objava letnih poročil).

Prijava je dokaj enostavna, potrebno je vnesti svojo elektronsko pošto, nakar se vam dodeli uporabniško ime in geslo. Edina slabost je, da je dnevni vpogled v letna poročila omejen, in sicer največ 20 letnih poročil na dan. Rešitev: večje število uporabniških imen. Pri plačljivih produktih takšnih omejitev ni, vendar se letne naročnine gibljejo okrog 200 €.

5.9 OBJAVE (stečajni, prisilne poravnave, likvidacije, izbrisi, naroki, insolventnosti)

Za sam začetek bomo najprej opredelili nekatere pojme, in sicer stečajni postopek ali stečaj se opravi nad dolžnikom, ki je dalj časa plačilno nesposoben (insolventen) ali prezadolžen. Insolventni ali prezadolženi dolžnik lahko predlaga upnikom pred začetkom stečajnega postopka ter med njim sklenitev prisilne poravnave. Stečajni postopek lahko predlagajo upniki, sam dolžnik ali osebno odgovorni družbenik. Stečajni postopek opravlja stvarno pristojno sodišče, na katerega območju ima dolžnik svoj sedež.

Z dnevom začetka stečajnega postopka se oblikuje stečajna masa, ki je vse dolžnikovo premoženje. V stečajnem postopku se sredstva, ki gredo v stečajno maso, unovčijo s prodajo premoženja in izterjavo terjatev. Delničarji in lastniki deležev se poplačajo šele po morebitnem popolnem poplačilu dolžnikovih upnikov. Poplačajo se v sorazmerju z nominalno vrednostjo njihovih delnic oziroma deležev. Narok pa pomeni časovno in krajevno opredeljen sestanek sodišča in strank. O vseh teh postopkih so dostopni podatki v obliki objav v Uradnih listih in AJPES, vendar pa je pregledovanje le-teh zamudno, ustvarjanje lastne baze pri vsakem uporabniku pa nesmiselno. Ponudniki poslovnih informacij so se zato odločili, da bodo te podatke zbirali, jih urejevali v zbirke in jih dajali na razpolago proti plačilu. Podatki so osveženi dnevno (nekateri na tedenski ravni), na podlagi novih objav AJPES-a.

Smisel pregledovanja podatkov je, da uporabnik na hiter in preprost način pride do osnovne in najpomembnejše informacije.

5.10 OSEBE

- Ime in priimek osebe
- Področje dela
- Delovno mesto
- Telefonska številka
- Faks številka
- Elektronska pošta

To so podatki, katere iščemo predvsem takrat, ko skušam z nekom navezati stik, pa naj si bo to podjetja ali konkretna oseba. S časom so se ustvarile tako obsežne baze, da vsebujejo že ogromno podatkov, ki so vezani na določeno osebo. Dokaj enostavno je možno ugotoviti, v kolikih podjetjih oseba deluje, s kakšnim kapitalom razpolaga, na katerih delovnih mestih je ter vse njene kontakte, če so le-ti tudi objavljeni.

V večjih podjetjih imamo po navadi več delovnih področij (nabava, proizvodnja, finančna služba, uprava ...), zato je že vnaprej bolje vedeti, na katero osebo naj se direktno obrnemo, pa naj bo to s ponudbo, elektronsko pošto ali telefonskim klicem.

5.11 BLAGOVNE ZNAMKE

- Ime blagovne znamke
- Status blagovne znamke
- Lastnik blagovne znamke
- Datum registracije
- Datum izteka lastništva
- Logotip

Blagovne znamke opravljajo dve temeljni funkciji: funkcijo razločevanja med isto vrsto blaga (konkurenco) in funkcijo zaupanja v blago, ki ga kupimo. Potrošniki se s pomočjo blagovnih znamk lažje znajdemo med številnimi ponodbami podobnega blaga. Vračamo se k dobremu izdelku, k dobri znamki in izpuščamo slabe izdelke, slabe znamke. Pri tem ne upoštevamo zgolj imena, logotipa in embalaže (najbolj vidnih elementov blagovne znamke), temveč celostno izkušnjo, ki jo imamo z znamko. Upoštevamo kakovost in ceno, zadovoljstvo pri uporabi znamke, postrežbo in servis ter občutke, s katerimi nas znamka navdaja (sreča, zadovoljstvo, ponos), mnenje okolice ... Blagovna znamka je torej kompleksen pojem, ki zahteva skrbno načrtovanje in strateško upravljanje. Blagovna znamka mora pridobiti ugled ali sloves, šele nato lahko postane uspešna. Dobre blagovne znamke dodajo vrednost izdelku, tako njegovi fizični podobi kot funkcionalnim lastnostim. Mnogo uspešnih menedžerjev meni, da je njihova znamka največja dragocenost njihovega podjetja.

Zaščitena blagovna znamka je lahko beseda, slogan, logotip ali kombinacija, po kateri se vaš proizvod ali posel razlikuje od drugih. Če zaščiteno blagovno znamko uporabljate pravilno in jo vzdržujete, jo lahko uporabljate v nedogled, zato je zaščitena blagovna znamka, ki jo povezujemo s priljubljeno blagovno znamko, izrednega pomena za njenega imetnika. Zaščitene blagovne znamke podeljujejo in registrirajo nacionalni Uradi za intelektualno lastnino, kjer vložite prijavo. Če si želite multinacionalno zaščitene blagovne znamke, lahko vložite eno samo prijavo: ali za mednarodno registracijo znamke po Madridskem sistemu pri Svetovni organizaciji za intelektualno lastnino (WIPO) ali za znamko Skupnosti (za zaščito v EU) pri OHIM-u. Težavam se boste najbolje izognili tako, da boste za pomoč poprosili patentnega zastopnika.

V primerjavi z ostalimi že omenjenimi podatki se s podatki o blagovnih znamkah v poslovnem svetu bolj malo operira. V primeru, da blagovno znamko imamo, to za nas predstavlja določeno prednost, ni pa to pogoj za dobro in uspešno poslovanje. Stvar mora biti zaščitena oziroma evidentirana in s tem so ti podatki za vsakogar tudi dostopni.

5.12 DEJAVNOST

- Dejavnost po SKD 2008
- Dejavnost po SKD 2002
- Dejavnost po CPV klasifikaciji (klasifikacija proizvodov po dejavnosti)
- Ipd

Za poslovno leto 2007 so morali vsi subjekti uskladiti glavno dejavnost SKD v skladu z novo Uredbo o standardni klasifikaciji dejavnosti (Uradni list RS, št. 69/07). Stranske dejavnosti so se prevajale skozi celotno leto 2008. Nova standardna klasifikacija dejavnosti, na kratko SKD 2008, dopolnjuje evropsko uredbo o NACE Rev. 2, ki se je začela uporabljati s 1. januarjem 2008 in je nadomestila SKD 2002, ki je temeljila na evropski klasifikaciji NACE Rev. 1. 1.

SKD se uporablja za določanje glavne dejavnosti in za razvrščanje poslovnih subjektov in njihovih delov za potrebe uradnih in drugih administrativnih zbirk podatkov (registri, evidence, podatkovne baze ipd) ter za potrebe statistike in analitike v državnem in mednarodnem merilu na različnih ravneh primerjanja in odločanja.

Podatkovne baze so za samega uporabnika izjemnega pomena, saj nam takšno razvrščanje poslovnih subjektov po SKD omogoča enostavnejše iskanje po bazi. Vzemimo kot primer, da smo ponudnik nekega polproizvoda, ki naj bo kar iz lesa. Torej gre za surovino, katero želimo ponuditi trgu oz. jo prodati. Zavedamo se, da tega ne moremo ponujati ravno vsakemu, še manj pa fizičnim osebam, zato je ključno, da ciljamo na določeno skupino kupcev. Vemo, da naše polproizvode lahko ponudimo npr. mizarjem, ki izdelujejo razne izdelke iz lesa, ali pa bodisi v gradbeništvu, kjer lahko to uporabijo kot vgradni material. Vseeno nam je, kdo in od kod so ti naši kupci, pomembno je, da zadevo ponudimo in prodamo. Tukaj si bomo torej pomagali z našo podatkovno bazo, kjer so vsi poslovni subjekti med drugim razvrščeni tudi po SKD 2008. Iz seznama izberemo vse dejavnosti, ki nas v tem primeru zanimajo, npr.:

- 16.210 Proizvodnja furnirja in plošč na osnovi lesa
- 16.220 Proizvodnja sestavljenega parketa
- 16.230 Stavbno mizarstvo in lesarstvo
- 16.240 Proizvodnja lesene embalaže
- 16.290 Proizvodna drugih izdelkov iz lesa, plute, slame in protja
- itd.

Seznam podjetij, ki ga prejmemo, zajema naše potencialne kupce, zato je edino kar nam še preostane, da stopimo z njimi v stik in jim ponudimo naš polproizvod. Našo surovino lahko ponudimo tudi drugim, ampak seveda v manjšem obsegu.

Lahko pa preverimo tudi našo konkurenco in eden izmed načinov je, da si ponovno pomagamo s standardno klasifikacijo dejavnosti. Izberemo našo šifro SKD in prejmemo

vse subjekte, ki so registrirani pod isto dejavnostjo, to bi široko gledano pomenilo, da so ta podjetja naši konkurenti. Seveda pa so tukaj še drugi pomembni dejavniki, kot so velikost, kraj ..., ki določajo, ali nam je nekdo dejansko konkurent ali ne. Bistvo vseh teh podatkovnih baz ni samo v tem, da vsebujejo te podatke (registri), ampak da na hiter način pridobimo za nas tako ključne informacije.

CPV (Common Procurement Vocabulary, v prevodu: enotni besednjak javnih naročil) je sestavljen iz glavnega in dopolnilnega besednjaka. Glavni besednjak temelji na drevesnem diagramu, ki ga sestavljajo kode z do devetimi številkami, povezane z besedilom, ki opisuje blago, gradnje ali storitve. V sami praksi še ni tako razširjen, gre pa za razširjen koncept, kjer ne izhajamo samo iz same dejavnosti, ampak iz konkretnih produktov (blago) in storitev, ki jih nekdo ponuja. Primer:

Dejavnost po šifrantu SKD 2008

23.700 OBDELAVA NARAVNEGA KAMNA

Dejavnosti CPV

44110000-4 MATERIAL ZA GRADNJO
44113200-7 KAMNITE PLOŠČE
44910000-2 GRADBENI KAMEN
44911000-9 MARMOR IN APNENČAST GRADBENI KAMEN
44912000-6 RAZNI GRADBENI KAMNI
44912100-7 GRANIT
44912200-8 PEŠČENEC
44912300-9 BAZALT
45262511-6 KAMNOSEŠKA DELA
45410000-4 FASADARSKA IN ŠTUKATERSKA DELA
45430000-0 OBLAGANJE TAL IN STEN

5.13 DRŽAVE UVOZA IN IZVOZA

In še čisto za konec naj omenim možnost vpogleda v podatke držav uvoza in izvoza za posamično podjetje. Ti podatki so prikazani na zelo enostaven način. Primer:

Države uvoza: Nemčija, Rusija in Francija

Države izvoza: Hrvaška in Srbija

V primeru, da teh podatkov ni oziroma podjetje deluje (uvaža in izvaža) zgolj na slovenskem trgu, ta polja niso dopolnjena:

Države uvoza: /

Države izvoza: /

Pri nekaterih ponudnikih je možno pridobiti tudi podatek o tržnem okolju, ki nam pove, na katerih trgih posamično podjetje nastopa in vsakemu trgu je pripisan tudi delež izražen v odstotkih. Tukaj ni bilo zaslediti, da bi ti trgi bili vrednoteni kot posamične države, razen ko govorimo o lokalnem in slovenskem trgu. Preostali trgi so Evropska unija, države nekdanje Jugoslavije in ostalo.

6 OSTALI PONUDNIKI POSLOVNIH INFORMACIJ IN PRODUKTI

Poleg že omenjenih virov teh informacij bom tukaj govoril predvsem o podjetjih, ki ponujanje tovrstnih informacij opravljajo kot tržno dejavnost. Zdi se, da so ta podjetja vedno korak spredaj v primerjavi z javnimi ponudniki (AJPES), ki imajo tržno dejavnost kot dodatek. Da takšna podjetja preživijo, ni le dovolj, da posredujejo javne baze registrov med uporabnike, temveč morajo vedno znova in znova ponujati novosti, dodatne storitve in produkte, s katerimi prepričajo uporabnike. Še nekaj let nazaj je bil vpogled v bilance in registrske podatke podjetij tisto nekaj, kar nas je navdušilo. Danes že marsikdo takšne podatke jemlje kot samoumevne, saj je do njih možno dostopati brezplačno, seveda s posebnimi omejitvami ogledov, t. j. dnevnim limitom. S takšnim potekom razvoja na tem področju pa gre pričakovati, da bodo nekoč, morda še ne tako dolgo v prihodnosti, ti podatki povsem brezplačni, v polnih bazah oziroma brez dnevnih limitov pri ogledih. Pa vendar, takšne informacije bodo vedno zadovoljile le osnovne potrebe v našem poslovanju, saj so dostopne prav vsem. Široko gledano ti podatki pozitivno vplivajo na gospodarstvo, toda tako kot za ponudnike teh informacij tudi za nas velja, da moramo biti korak pred ostalimi, predvsem pa našimi konkurenti. Lepo je biti preračunljiv pri poslovanju, toda vsaka dobra naložba, kar poslovne informacije so, se hitro poplača. V nadaljevanju svoje naloge bom navedel ostale ponudnike poslovnih informacij in podrobneje opisal njihove produkte.

6.1 BISNODE D. O. O.

Družbo Bisnode štejejo med vodilne ponudnike poslovnih informacij, ne samo na slovenskem, pač pa tudi na evropskem trgu. Prisotni so v več evropskih državah in so del mednarodne skupine Bisnode AB s sedežem v Stockholmu.

Slika 9: Logotip podjetja Bisnode d. o. o.



Vir: Bisnode (2010)

Razlogi za njihov uspeh so predvsem, da so svoje dolgoletne izkušnje, ki so jih pridobili na večjem evropskem trgu, hitro prenesli na manjši slovenski trg in uspeh je bil zagotovljen. Najprej so na našem trgu ponujali samo osnovni produkt GVIN.com, ki je še danes nekako najbolj izpopolnjen produkt in iz tega naslova pričakovano tudi eden dražjih. Ta produkt je bil osnova za njihov uspešen razvoj in prilagoditev našemu trgu. V zadnjih treh letih pa se je strategija podjetja precej spremenila, saj so poleg osnovnega produkta pričeli ponujati raznovrstno paleto ostalih produktov in storitev. Naj samo omenim, da je leta 2006 v njihovo last prešlo podjetje Noviforum d. o. o. (sedaj Infobon d. o. o.), čigar produkta sta bila iBON in IPIS, še danes verjetno najbolj razširjena in priljubljena produkta med uporabniki. S takšno strategijo in razvojem ima podjetje Bisnode d. o. o. danes kar precejšnji tržni delež na tem področju in pod svojim okriljem ima še kar nekaj podjetij:

- eGV, d. o. o., ki ga odlikuje mednarodni poslovni imenik Kompass. Gre za združenje svetovnih podjetij (trenutno 2,5 milijona podjetij iz 63 držav), kjer prodajalci predstavljajo svoje izdelke in storitve, kupci pa jih najdejo,
- Prooodle, d. o. o., ponudnik najnovejšega vseevropskega B2B iskalnika izdelkov in storitev, katero je bilo pred kratkim izbrisano in
- Razpisi, d. o. o., ponudnik e-informacij o javnih naročilih iz Slovenije, Hrvaške in Evropske unije.

Tukaj gre za podjetja, ki s svojimi produkti in storitvami bolj malo doprinesejo v skupno »blagajno«, je pa družba Bisnode s takšnimi potezami pokrila različna področja in tudi to je ključ do še večjega uspeha v bodoče. V nadaljevanju bom navedel in opisal ključne produkte in storitve iz bogatega asortimana, ki jih podjetje Bisnode ponuja.

6.1.1 GVIN.COM

Je osnovni internetni brskalnik podjetja Bisnode, ki nam nudi celovit vpogled v poslovanje podjetja in njihove podatke. Namenjen je tako bolj kot manj zahtevnim uporabnikom na vseh področjih oz. znotraj vsakega oddelka. Zato boste na njihovi strani zasledili raznolike pakete ponudb teh informacij oz. možnost nadgradnje njihovega brskalnika, glede na same potrebe uporabnika.

Poleg vseh klasičnih podatkov, do katerih pridemo iz javnih baz in sem jih že omenil v svoji nalogi, so pomembne predvsem ocene in analize, katere nam jih nudi produkt. Za vsa slovenska podjetja torej preverja plačilno disciplino, ocenjuje tveganja pri tožbah, oceni menedžerske sposobnosti vodilnih oseb v podjetju, preveri, ali ima vaš partner blokiran TRR, analizira poslovanje in preveri likvidnost partnerja, pregleda letna in revizijska poročila. Strokovni uredniki GVIN.com dnevno izbirajo, obdelujejo, preverjajo in klasificirajo poslovne novice, komentarje, analize podjetij in dejavnosti, ter sektorske novice v Sloveniji, na Balkanu in v svetu. Poleg tega GVIN.com dnevno obvešča o stečajih, uradnih objavah, skupščinah in ustanovitvah podjetij, daje koristne informacije o

dogajanju na slovenskem denarnem trgu in vpogled v več kot 200.000 subjektov. Pomaga tudi spremljati vašo konkurenco in dogajanje v vaši dejavnosti.

6.1.2 BONITETE.SI

So sestavni del portala GVIN.com, najdemo jih pa tudi posebej na svoji spletni strani. So kot dodaten produkt, tako da do njih preko GVIN.com dostopamo le s predhodnim naročilom. Pri samem produktu Bonitete.si pa ločimo tri pakete: Basic, Business in Professional. Preko paketa Basic bomo videli, kaj Bonitete.si nudijo, ostala dva paketa pa vsebujeta še dodatka k osnovnemu paketu, ki ju bom omenil. Seveda se te nadgradnje, tako kot je v poslovnem svetu v navadi, zaračunavajo. Paket Bonitete.si Basic trenutno zajema cca. 200.000 registriranih poslovnih subjektov in nudi:

- plačilno disciplino podjetja (PLAČILNI INDEX izračunan na podlagi dejanskih plačanih računov),
- stanje vseh TRR podjetja (tekoče blokade in pretekle blokade, info o odprtih in zaprtih TRR, posamezno in skupno število blokiranih dni, arhiv od leta 2002 naprej),
- profil podjetja (kontaktni podatki, ime in priimek direktorja, prokurista, lastnika ..., podatki o odprtih poslovalnicah, registracijski in splošni podatki o podjetju),
- naroke (podatki iz okrožnih sodišč o tem, ali je podjetje toženo oz. toži, za kakšen znesek, katero okrožno sodišče je pristojno, kdo je sodnik, kdaj je bila zadnja sodna obravnava, kolikšen je skupni znesek tožb ...),
- finančne podatke (revidirane in nerevidirane bilance, medletni izkazi podjetij od leta 1994 dalje, že narejena finančna analiza dejavnosti in konkurence, grafični prikazi primerjave med podjetji ...),
- izvoz finančnih podatkov (izvoz bilanc za posamezno leto v xls tabeli),
- osebe (informacije o delujočih osebah in njihovi funkciji v podjetju, iskanje po člankih in zapisih iz elektronskega arhiva časnikov: Finance, Manager, Gospodarski vestnik, STA, Dnevnik, Večer ..., zapisi iz baze stečajni, izbrisi, ustanovitve, spremembe in javne objave),
- informator (Za vsa podjetja v vašem portfelju boste po elektronski pošti brezplačno prejeli Informator. Informator so obvestila o blokadah, stečajih, prisilnih poravnava, likvidacijah in izbrisih podjetij iz vašega portfelja.),
- bazo novoustanovljenih podjetij,
- dodatno ugodnost (Dobite svojega osebnega svetovalca, ki vam bo na voljo vsak delavnik od 8 do 16 ure.).

Paket Business poleg navedenega kot dodatek nudi še bonitetno oceno podjetja (slika poslovanja podjetja glede na likvidnost in uspešnost, poglobljena analiza finančnih in bonitetnih informacij podjetja; finančna ocena, ki prikazuje statično oceno poslovanja podjetja v preteklem letu in se izračuna enkrat letno na podlagi finančnih kazalnikov; dinamična ocena, ki je spremenljivi del bonitetne ocene. Spreminja se dnevno na podlagi

ново pridobljenih podatkov o blokadah TRR, povprečnih zamudah pri plačevanju računov, tožbah, stečajih, likvidacijah, prisilnih poravnava ter izbrisih). Paket Professional pa je nadgrajen še z več kot 40.000 registriranih neprofitnih pravnoorganizacijskih oblik.

6.1.3 SIMATRIX

Je prav tako sestavni del GVIN.com, vendar se trži kot čisto ločen produkt. Modul SiMatrix je širši poslovni splet. SiMatrix daje najpopolnejši pregled nad mrežo poslovnih povezav fizičnih in pravnih oseb. V preteklost se je produkt imenoval Pajek, ker pa so notri samo slovenska podjetja in osebe, ki nastopajo v njih, se je produkt preimenoval v SiMatrix. V bodoče gre torej pričakovati, da bo produkt vseboval podjetja in osebe drugih držav in bo temu primerno tudi poimenovan (npr: Italija – ItMatrix ...). Sam produkt SiMatrix pa nudi sledeče:

- iskanje podjetij po različnih kriterijih (naziv, matična številka, davčna številka, TRR, dejavnost, naslov, občina, pravna oblika in drugo),
- prikaz registrskih in drugih osnovnih podatkov o pravni osebi (preko 200.000),
- povezave med podjetji,
- povezave oseb (v bazi je preko 300.000 oseb),
- lastniška struktura podjetja,
- podjetja v skupini,
- udeležba v drugih podjetjih,
- prikazana osebna ocena menedžerja,
- zadnje novice in objave o iskanem menedžerju.

6.1.4 CREDIT CHECK

Credit Check je novost na slovenskem trgu. Gre za produkt, ki je v ostalih evropskih državah v uporabi že vrsto let. Analizira pretekle negativne dogodke v slovenskem gospodarstvu ter na podlagi teh napoveduje stečaj, prisilno poravnavo, likvidacijo in izbris za 12 mesecev vnaprej. Osrčje tega produkta je Failure Model, ki je narejen po mednarodnih regulativah Basel II, po katerem se ravna tudi banke, in dosega zelo dobro napovedno moč (performančni indeks je 81 %).

Credit Check je prilagojen samo slovenskemu trgu, dosega pa 81 % zanesljivost, v ostalih evropskih državah pa podobni produkti dosegajo le okoli 70 % zanesljivost. Zakaj? Zaradi naše zakonodaje. Pri nas je veliko podatkov javnih, zato je baza podatkov najobsežnejša in zato lahko spremljajo veliko spremenljivk (okoli 400), ki vplivajo na poslovanje podjetij.

Na tveganost vpliva vsaka sprememba v podjetju. Tudi če se podjetje preseli iz ene lokacije na drugo, ali se zamenja direktor. Analizirali so preko 400 spremenljivk in s statističnimi metodami prišli do 20 izredno močnih spremenljivk, na katerih temelji

bonitetni model. Spremenljivke so demografski/registrski podatki podjetij, finančni podatki, javni podatki in plačilne navade.

6.2 RAZPISI D. O. O.

6.2.1 JAVNIRAZPISI.COM

Storitev Javnirazpisi.com na hiter in učinkovit način po elektronski pošti obvešča uporabnike o vseh novih javnih naročilih iz Slovenije, Hrvaške, Srbije, držav EU ter držav Vzhodne in Srednje Evrope in to le iz dejavnosti, ki je za podjetje zanimivo.

Sistem ponuja celotno besedilo sledečih javnih objav:

- Javna naročila po Zakonu o javnem naročanju (ZJN-2),
- Javna naročila po Zakonu o javnem naročanju na vodnem, energetske, transportnem področju in področju poštne storitve (ZJNVETPS),
- Javne razpise,
- Mednarodne razpise,
- Javna naročila malih vrednosti.

Uporabnik dnevno prejema e-pošto z javnimi naročili glede na izbrani profil dejavnosti. Sistem vsebuje že oblikovane standardne profile dejavnosti. Zahtevnejši uporabniki pa si sami oblikujejo lasten profil, oziroma vam to naredijo v njihovem servisu za pomoč uporabnikom.

Uporabniki prejmejo tudi geslo, s katerim lahko dostopijo do celotne baze javnih razpisov ter po ključnih besedah ali CPV kodah iščejo ustrezna javna naročila.

Izbira se lahko med štirimi glavnimi naročniškimi paketi, ki se razlikujejo po številu izbranih profilov dejavnosti in številu e-poštne naslovov, na katere prihajajo obvestila o javnih naročilih.

Slika 10: Logotip podjetja Razpisi d. o. o.



Vir: Javni razpisi (2010)

6.3 EGV, D. O. O.

Podjetje eGV, poslovne in pravne informacije, d. o. o., je zastopnik blagovne znamke Kompass za Slovenijo in izdajatelj Kompassovih publikacij za Slovenijo in je v lasti podjetja Bisnode, družba za medije ter poslovne in bonitetne informacije d. o. o. ali na kratko Bisnode d. o. o.

Slika 11: Logotip podjetja EGV, d. o. o.



Vir: EGV (2010)

6.3.1 KOMPASS

Gre za poslovni imenik z natančnimi podatki svetovnih podjetij. Trenutno je teh podjetij 2,5 milijona (18.000 slovenskih) iz 63 držav s prisotnostjo na vseh celinah. Kompass je spletni prostor, kjer se sklepajo posli, torej stičišče ponudnikov in kupcev. Je tudi vodilni svetovni ponudnik B2B informacij.

Odlikuje ga torej globalna usmerjenost s 60-letno tradicijo, zelo dobro uveljavljena blagovna znamka, organiziranost v obliki franšiz z matico v Parizu ter iskalnik v 26 svetovnih jezikih. V podatkovno zbirko Kompass se lahko vključi vsako svetovno podjetje, ki je del medpodjetniškega poslovanja s standardiziranim načinom zbiranja podatkov podjetij.

Kompass ponuja nove poslovne možnosti, iskanje novih poslovnih partnerjev in dobaviteljev, iskanje cenejših surovin, kvalitetnejših storitev, ugodnejših izdelkov, pridobivanje novih kupcev ter celostno predstavitev podjetja na internetu (tudi na lokalnih CD-jih).

6.4 INFOBON D. O. O.

Podjetje InfoBON, registri in poslovne informacije, d. o. o., je s svojimi produkti na slovenskem trgu prisotno že od leta 1995, ko je pod okriljem podjetja Noviforum d. o. o. izdalo prvi iBON in prvi IPIS. V letu 2006 je prišlo v last družbe Bisnode in pričelo poslovati

pod imenom InfoBON. Produkta iBON in IPIS sta se razvijala okoli kupcev oziroma njihovih želja in sta pionirja na svojem področju. Poleg produktov podjetje ponuja tudi poprodajne storitve, ki zajemajo predvsem najrazličnejše oblike svetovanja, asistence pri uporabi programov in urejanje spletnih novic in materialov, ki jih stranke prejema preko posodobitev programa.

Slika 12: Logotip podjetja InfoBON d. o. o.



Vir: IBON (2010)

6.4.1 IBON

iBON je eden bolj priljubljenih registrov finančnih podatkov poslovnih subjektov v Sloveniji. Izhaja že od leta 1994, najprej kot preprost program z računovodskimi bilancami delujočih gospodarskih družb v Sloveniji. Skozi leta je program vključil tudi samostojne podjetnike, poleg bilanc omogočil vpogled v bazo stečajev, likvidacij, prisilnih poravnav, izbrisov, pripojitev, omogoča vpogled v status transakcijskih računov subjektov, prikazuje bonitetno oceno poslovanja posameznih subjektov itd. Podatki v programu iBON se dnevno posodablja. Zaradi svoje objektivnosti je dobro orodje za utemeljene poslovne rešitve. Uporabljajo ga tako samostojni podjetniki kot tudi največja in najbolj ugledna slovenska podjetja, banke, zavarovalnice, državna uprava in druge organizacije. Že od samega začetka izhaja na CD-enoti (najnovejšo verzijo je mogoče naložiti tudi preko spleta) in ga kot registrirano blagovno znamko poseblja rdeča barva.

Nadgrajeni produkt iBON 2010, ki je tudi zadnja verzija tega programa, vsebuje kar nekaj novosti, kot so iBON zid, katerega namen je posredovanje in izmenjava informacij, mnenj, komentarjev in stališč ter s tem ustvarjanje digitalnega prostora, ki združuje in povezuje predstavnike poslovnega sveta. Z uporabo ostalih novosti kot so i-Oglasnik (rubrika za dodatno oglaševanja podjetja), Kdo me gleda (katero podjetje nas je preverjalo v iBON-u) in Radar (na e-pošto pošilja obvestila oz. spremembe za zelena podjetja) lahko uporabite komunikacijski potencial iBON 2010.

6.4.2 IPIS

Poslovni register IPIS izhaja v Sloveniji že od leta 1995. Program zajema podatke vseh pravnih subjektov – ne samo gospodarskih, tako kot je to pri iBON-u. Podatki so uradni, to velja tudi za iBON, saj so pridobljeni iz uradnih virov: iz Ajpesa (Agencija RS za

javnopravne evidence in storitve), Statističnega urada RS, Zavoda za zaposlovanje, Davčne uprave RS, Banke Slovenije, Telefonskega imenika Slovenije, podatkov na spletnih straneh podjetij in drugih. To zagotavlja njihovo verodostojnost, natančnost in zanesljivost.

Program že od samega začetka izhaja izključno samo na CD-enoti in za razliko od iBON-a je za blagovno znamko IPIS značilna modra barva. Program je do konca leta 2008 izhajal štirikrat letno, kar je pomenilo, da smo na vsake tri mesece prejeli osveženo verzijo programa. Spomladi leta 2009 je izšla nova, nadgrajena verzija programa IPIS Marketing Manager, ki je v celoti zamenjala do tedaj nam poznano različico IPIS.

Značilnosti nove verzije so predvsem mnoge dodane funkcionalnosti, kot so dodelano orodje za napredno iskanje, filtriranje, lijačenje (profiling tool), masovni izvoz nekaterih podatkov (v Excel), iskanje tržnega potenciala. Namenjen je predvsem za trženjske aktivnosti v podjetjih in večini predstavlja nepogrešljivo orodje. Večkratno izdajanje CD-ja na letni ravni je bilo odpravljeno, ker se je možno odločiti za verzijo, ki se vsakodnevno posodablja (ažuriranje podatkov) kar preko spleta.

6.5 SLOVENSKA KNJIGA D. O. O.

Slovenska knjiga deluje na naših prostorih že vrsto let, in sicer že vse od leta 1989, ko se je pojavila želja, da bi zastopali vse manjše založbe in namesto njih opravljali prodajo in distribucijo. Gre torej za založniško podjetje, katerega primarno poslanstvo je bilo izdajanje knjig, svetovno uspešnih priročnikov, ljudskih pravljic itd. Opravljanje takšne dejavnosti in spremljanje tehnološkega razvoja sta obudili željo po nečem, kar bi omogočalo kar najhitrejšo pot od izdelka ali storitve do proizvajalca oz. prodajalca.

Slika 13: Logotip podjetja Slovenska knjiga d. o. o.



Vir: Slovenska knjiga (2010)

Tako se je razvil Poslovni informator Republike Slovenije (PIRS), morda njihov še najbolj znan izdelek in za našo diskusijo tako pomemben. Iz tega naslova izdelek nudi vse podatke o slovenski podjetjih in drugih subjektih, zaslediti ni bilo le finančnih podatkov.

Na njihovi spletni strani bodo znali veliko povedati tudi o vseh nagradah in priznanjih, katerih je bil PIRS deležen skozi vsa ta leta.

6.5.1 POSLOVNI INFORMATOR REPUBLIKE SLOVENIJE (PIRS) NA INTERNETU

Skozi zadnja leta se je močno spreminjal, tako iz tehničnega kot tudi iz funkcionalnega vidika. Za nas uporabnike je še najbolj pomembno dejstvo, da gre za brezplačni brskalnik, ki omogoča hiter dostop do podatkov o slovenskih podjetjih. Glavne prednosti izdelka niso ponujanje osnovnih podatkov o podjetju, pač pa razna trženjska orodja, kot je izvoz teh podatkov v dokument, med njimi je po novem tudi internetni naslov posameznega subjekta, izvoz za Garmin kot tudi pošiljanje povpraševanj in elektronskih sporočil podjetjem. Uporabnik s pomočjo Pirs-a na internetu hitro pride do seznama podjetij, ki jih išče. Na seznamu najprej najdemo tiste subjekte, ki so se še posebej potrudili z dodatnim oglaševanjem in promocijo preko funkcije multimedija z opisom izdelkov in storitev, logotipi itd. Že omenjena trženjska orodja pa omogočajo komunikacijo s temi podjetji in nadaljnjo uporabo podatkov za neposredno trženje. Predpogoj je, da posameznik opravi brezplačno registracijo uporabnika na njihovi spletni strani.

6.5.2 POSLOVNI INFORMATOR REPUBLIKE SLOVENIJE (PIRS) IN EVROPA

Je zbirka pomembnih poslovnih informacij, ki uporabniku olajša poslovanje v evropskih državah. Nudi splošen opis države, njeno ekonomijo, poslovne običaje, pravno in politično ureditev kot tudi vse bistvene kontakte institucij. Poleg vseh teh podatkov je možno naročiti tudi bonitete podjetij, vendar to velja le za določene države. Poleg Slovenije je možno bonitete podjetij naročiti še za Albanijo, Bosno in Hercegovino, Črno goro, Hrvaško, Kosovo, Makedonijo in Srbijo. V sodelovanju s Slovensko knjigo celotno boniteto nato izdela podjetje I, d. o. o., Slovenska knjiga pa je v tem primeru samo posrednik naročila. Uporabnik nato prejme podatke na nekaj straneh v obliki poročila za želeno podjetje in ta storitev je plačljiva.

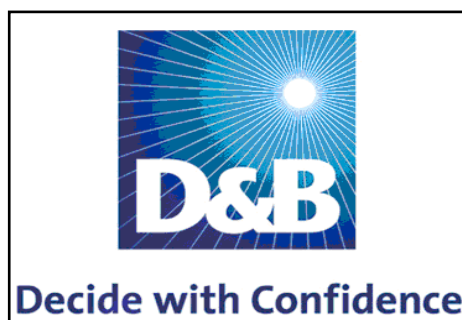
6.5.3 POSLOVNI INFORMATOR REPUBLIKE SLOVENIJE (PIRS) NA CEDEROMU

Izhaja že vrsto let, najprej na disketi, v zadnjem času pa na cederomu. Najbolj ažurne podatke Pirs sicer ponuja na internetu, je pa cederom s periodičnimi posodobitvami zaradi svojih tehničnih zmogljivosti še vedno najprimernejši medij za profesionalno delo z večjimi količinami podatkov (izvoz), pošiljanjem sporočil s klasično ali e-pošto, uporabo programa v angleškem jeziku, analitično zmogljivostjo programa (razporeditve seznama glede na vrednosti), zgodovino nastavitve iskanj itd. Za razliko od internetne različice je Pirs na cederomu plačljiv, v kolikor se ga namesti preko spletne strani pa je občutno cenejši, saj se v tem primeru naroči samo registracijska številka.

6.6 I, D. O. O., LJUBLJANA

Bonitetna hiša I, d. o. o., Ljubljana pripravlja plačljiva bonitetna poročila za že omenjene države po pooblastilu največje bonitetne hiše na svetu Dun&Bradstreet. Od tod tudi bolj natančen naziv D&B bonitetno poročilo. Gre za precej obsežna poročila, katera vsebujejo kar lepo količino podatkov. Naj omenim samo širše sklope, kot so povzetek družbe, vodstvo, banke, ocena tveganja, plačila, več o vodstvu, zgodovina podjetja in pravna oblika, kapital, materinska družba, hčerinske družbe, podružnice, poslovanje, finančni izkazi, na koncu pa je podano tudi mnenje analitikov.

Slika 14: Prepoznavni znak podjetja I, d. o. o.



Vir: Bonitetna hiša I (2010)

Preko njihove spletne strani je možno pridobiti tudi krajše računске bonitete ter seveda druge poslovne podatke, seveda je to možno le s primernim geslom. Podjetje nudi geslo za poskusno delovanje in geslo za polno rabo storitve, ki je seveda plačljivo.

Posebej pa gre izpostaviti njihovi brezplačni storitvi, v obliki iskalnika na internetu za pridobivanje podatkov o slovenskih podjetjih, in sicer pregled blokad transakcijskih računov, ter sodnih obravnav, ki jih razpisujejo slovenska sodišča. Pri slednji je za posamično podjetje možen vpogled v podatke, koga podjetje toži (podjetje nastopa kot tožeča stranka) in kdo toži njo (podjetje nastopa kot tožena stranka). Poleg nazivov podjetij so pripisane še opravilne številke postopkov na sodiščih ter skupni zneski izraženi v EUR.

6.7 NAJDI, INFORMACIJSKE STORITVE, D. O. O.

Najdi, informacijske storitve, d. o. o., je podjetje, ki se ukvarja z razvojem iskalnih tehnologij in upravljanjem široke mreže spletnih medijev. Delujejo v številnih dejavnostih, in sicer trženje spletnih iskalnikov (najdi.si), založništvo telefonskih imenikov (Telefonski imenik Slovenije – TIS), založništvo specializiranih imenikov (firma.si, bizi.si), posredovanje oglasov na druga spletna mesta (ADpartner), kontaktni center 1188, obdelava in urejanje podatkovnih baz, založništvo in urejanje malih oglasov (Nepremičnine.net, borzadela.si, Avto.si ...), ter založništvo spletnih portalov (shrani.si).

Za našo diskusijo so pomembne le nekatere, zato jih bom podrobneje opisal v naslednjih točkah.

Slika 15: Logotip podjetja Najdi, informacijske storitve, d. o. o.



Vir: Najdi.si (2010)

6.7.1 TELEFONSKI IMENIK SLOVENIJE (TIS)

Telefonski imenik Slovenije najdemo v različnih oblikah in medijih, kot na primer na spletu, na mobilnem aparatu, na cederomu ali zgoščenci ter v knjižni obliki. Spletna različica omogoča brezplačno iskanje telefonskih števil in kontaktov za osebe in še bolj pomembno za podjetja (telefon, faks, elektronsko pošto in elektronski naslov). Omogočene so tudi druge funkcionalnosti, kot je obdelava teh podatkov, izvoz v datoteko, tiskanje nalepk in ovojnic, zemljevid itd., vendar le s plačilom polne verzije telefonskega imenika na spletu ali s plačilom telefonskega imenika na cederomu. Knjižna verzija je brezplačna, vendar do nje pridemo le s prednaročilom oz. dokler ne poidejo zaloge.

6.7.2 BIZI.SI

Na spletni strani bizi.si je možno brezplačno pregledovati splošne podatke o podjetjih kot tudi njihove kontaktne podatke. Naslovu podjetja je dodana tudi povezava, ki prikazuje lokacijo podjetja na zemljevidu. Z naročilom produkta bizi.si se naročniku omogoči še vpogled v finančne podatke in bonitetno oceno kot tudi enostavna izdelava tržnih analiz.

Na spletnih straneh bizi.si lahko podjetja svojo ponudbo prek e-tržnice objavijo tudi brezplačno.

6.7.3 FIRMA.SI

Baza trenutno zajema le nekaj splošnih registrskih podatkov posamičnega podjetja kot tudi kontakt. Preko spletnega portala firma.si, se vsako podjetje lahko samo oglašuje, tako da dopolni svojo stran z raznimi podatki kot tudi opisom storitev in izdelkov. Osnovno dopolnjevanje podatkov je brezplačno, firma.si pa proti plačilu ponuja tudi napredne storitve in funkcionalnosti (pripenjanje dokumentov, predstavitev s slikami, uporabo akcijske ponudbe itd.). Vsi preostali uporabniki portala pa lahko podajajo svoje izkušnje v zvezi s tem podjetje in tako še dodatno poskrbijo za pozitivno ali negativno promocijo. Gre torej za nastajajočo skupnost, kjer bo uporabnik lahko brezplačno našel najboljše ali najbližje ponudnike storitev in izdelkov vseh vrst.

6.8 COFACE SLOVENIJA D. O. O.

Podjetje posluje že od leta 1991 in je del skupine Coface Centralna Evropa s sedežem na Dunaju, ki je leto poprej razširila svoje poslovanje na področje celotne Srednje in Vzhodne Evrope. Ponujajo informacije in bonitetne ocene za podjetja iz Slovenije in tujine. Predvsem so specializirani za ponujanje informacij za podjetja iz regije, kot so Bolgarija, Hrvaška, Češka, Madžarska, Poljska, Romunija, Slovaška in seveda Slovenija. Za ta podjetja je na njihovi spletni strani z brezplačnim iskalnikom možno pridobiti le osnovne podatke, kot so ICON številka (interne številke iz njihovih baz), ime podjetja, država registracije, pravna oblika, naslov, telefon, faks, elektronska pošta, internet, dejavnost in banke. Vse ostale podatke oziroma celotna bonitetna poročila je potrebno naročiti. Naj omenim tudi to, da podjetje opravlja še izterjavo dolgov, tako za Slovenijo kot tudi za tujino, za pravne in fizične osebe. V današnjih časih, ko je neplačevanje obveznosti že nekakšen trend, je mogoče celo bolje zadevo prepustiti strokovnjakom, medtem ko samo podjetje še naprej skrbi za poslovanje.

Slika 16: Logotip podjetja Coface Slovenija d. o. o.



Vir: Coface (2010)

6.9 EBONITETE, D. O. O.

Gre za mlado podjetje, ki je dokaj novo na tem področju, registrirano šele v letu 2007. Po finančnih izkazih, ki se gibljejo le v nekaj tisoč evrih in tudi po lastnih izkušnjah sodeč, gre za manj opaznega ponudnika teh storitev na našem trgu. Za primerjavo naj povem, da se izkazi že prej omenjenih ponudnikov gibljejo v nekaj sto tisoč evrih in več. Tudi na njihovi spletni strani je jasno zapisano, da v podjetju delujejo ljudje z dolgoletnimi izkušnjami na tem področju, iz česar se da razbrati, da so si zaželeli samostojne kariere. Toda trg na tem področju je neizprosno in dobro razvit, tako je na spletnih straneh podjetja že objavljeno, da predvidoma konec julija 2011 storitev ebonitete.com ne bo več na voljo. Samih storitev tega ponudnika ne bom podrobneje obravnaval ravno zaradi že prej navedenih razlogov ukinitve storitev, je šlo pa za dokaj splošno ponudbo informacij o slovenskih podjetjih. Tudi sam naziv storitve asociira na nekatere že prej omenjene produkte.

Slika 17: Logotip podjetja Ebonitete, d. o. o.



Vir: Ebonitete (2010)

6.10 IBISCO, D. O. O.

Ibisco je podjetje, ki deluje na področju razvoja in trženja programske opreme. Programska oprema je v celoti zasnovana za poslovni svet in za operiranje s poslovnimi podatki in informacijami.

Slika 18: Logotip podjetja Ibisco, d. o. o.



Vir: Ibisco (2010)

Njihov izdelek sta Finplan in FinBON. Gre za programsko orodje, ki je v celoti integrirano v Microsoft Office. Izdelek sam po sebi ne vsebuje nikakršnih podatkov o slovenskih podjetjih, gre izključno za orodje, kot na primer Microsoft Word ali Excell. Podatke si priskrbimo iz nekaterih že prej omenjenih produktov, kot so Gvin, Bonitete.si, iBON itd. Za združljivost teh komponent so poskrbela že podjetja sama, tako da so se vključili v medsebojno sodelovanje. Gre torej za orodji, ki v poslovanju pripomoreta k boljšemu izkoristku podatkov oziroma pretvorbi podatka v informacijo.

6.10.1 IBISCO FINPLAN

Finplan je finančni program, namenjen delu s poslovnimi financami ter reševanju zahtevnih in kompleksnih nalog na tem področju. Med funkcije Finplana tako štejemo analize poslovanja podjetij, planiranje oziroma simulacije poslovanja podjetij, bonitetne analize, vrednotenje investicijskih projektov kot tudi vrednotenje podjetij samih. Uporabijo ga lahko finančniki in tudi drugi za poročanje znotraj podjetja, nadzornemu svetu, lastnikom, investitorjem, poslovnim partnerjem, agencijam, bankam, zavarovalnicam itd., vse to pa v obliki obsežnih in krajših poročil. Program omogoča pretvorbo suhih podatkov v tipizirana poročila z grafi in tabelami ter tako posledično tudi višjo učinkovitost, nižje stroške itn.

6.10.2 IBISCO FINBON

FinBon uporablja podobne funkcije kot Finplan s to razliko, da z njim ni možno opravljati simulacij poslovanja v bližnji prihodnosti in strateškega planiranja. Opredeljuje in analizira torej samo predhodno in trenutno stanje na podlagi že obstoječih relevantnih podatkih, zaradi česar je produkt tudi finančno ugodnejši.

7 UPORABNIKI PRODUKTOV IN STORITEV

V tem poglavju bom povedal kaj več o samih uporabnikih že omenjenih produktov in storitev oziroma ljudeh, ki operirajo s takšnimi podatki in informacijami. Glede na sestavo naše družbe gre za storitev, katero praktično potrebujemo vsi, vprašanje je samo, kako pogosto in kdaj. Potrebujemo jo predvsem odrasli, bodisi kot fizične ali pravne osebe, saj smo vseskozi obdani s podjetji in raznimi oblikami organizacij. Vsakodnevno, ne glede na vrsto dejanja, prihajamo v stik s podjetji, naj si gre za nakup, prodajo, iskanje zaposlitve, sklepanje posla, preverjanje konkurence, kupcev, dobaviteljev ... itd. To so trenutki, ko smo po navadi previdni in nam podatki ter informacije o tem podjetju pridejo še kako prav. Raba teh storitev je bolj profesionalna v poslovnem svetu, saj kot fizična oseba dostopamo do splošnih podatkov zgolj iz formalnosti (nakup avta pri uradnem zastopniku) ali pa radovednosti (kako gre sosedu in njegovemu podjetju).

7.1 KOMU JE STORITEV NAMENJENA

Kot že omenjeno, je storitev namenjena predvsem podjetjem, ker imajo vsakodnevno stik z drugimi podjetji in organizacijami ter v svojem poslovanju potrebujejo previdnost. Namenjene so tudi drugim institucijam, kot so banke (oddelek za kredite), zavarovalnice, medijske hiše, neprofitne organizacije (zavodi, šole, vrtci ...) in tudi javnim institucijam za splošni in podroben pregled gospodarstva. Občasno se storitve poslužujejo tudi študenti pri izdelavi svojih seminarских, diplomskih in magistrskih del, kadar podrobneje analizirajo kakšno izmed podjetij ali organizacij. Storitve in produkti so namenjeni tudi vsem tujim podjetjem, ki kakor koli poslujejo s podjetji na slovenskem trgu in potrebujejo njihove podatke, tako osnove kot tudi podatke o poslovanju.

7.2 KDO SO TI UPORABNIKI

Uporabnike teh storitev najdemo v različnih panogah gospodarstva, kot so gradbeništvo, računovodstvo, trgovina, bančništvo, proizvodnja, prevoznništvo ... itd. Uporabniki se glede na dejavnost, ki jo opravljajo, precej razlikujejo. Prevozniki in gradbeniki se večinoma poslužujejo funkcij, kot so pregled stanja TRR-jev (je podjetje blokirano ali ne), preverjanje plačilne sposobnosti (jim bodo plačali ali ne) ter pridobivanja kontaktnih podatkov. V računovodstvu dajejo prednost bilancam in registrskim podatkom, v trgovini pridobivanju novih kupcev z naprednim iskalnikom, v bančništvu in zavarovalništvu pa si pomagajo z bonitetnimi analizami.

Prav tako pa se uporabniki razlikujejo znotraj same organizacije. V večjih podjetjih, kjer so vloge deljene, se uporabniki ločijo po delovnih mestih ali po funkciji, ki jo opravljajo v

podjetju. Ljudje, ki delujejo na vodstvenih položajih, so odgovorni za pridobivanje posla, da bo ta posel izveden in da bodo za to tudi prejeli plačilo. Preden gredo v posel, je potrebno partnerja najprej preveriti, kako posluje, je plačilno sposoben, kakšno ima bonitetno oceno, ali ima blokiran račun ali podjetje ... Ker previdnost ni odveč, sploh pri večjih poslih, se poslužujejo še podrobnejših analiz poslovanj podjetij, planiranja oziroma simulacije poslovanja podjetij, bonitetnih analiz, bonitetnih poročil ... ipd. Tukaj naj omenim še primer referenta na banki na oddelku kreditov, ki na podlagi takšnih poročil oceni, ali je neko podjetje upravičeno do kredita in do kakšnega zneska ali pa se mu kredita zaradi slabih izkazov ne odobri. To je nekako najbolj zahtevna skupina uporabnikov, saj pri svojih odločitvah nosijo največji del odgovornosti in od katerih je odvisen obstoj podjetja. Ravno zato so za te informacije pripravljene tudi največ odšteti.

Znotraj podjetja pa so oddelki, ki ravno nasprotno ne sprejemajo takšnih odločitev, temveč samo operirajo s podatki in pri tem ne potrebujejo že prej omenjenih analiz in poročil. Kot primer vzemimo računovodstvo, nabavni oddelek ali pa marketing, kjer operirajo s podatki in ne informacijami in za njihovo delo je pomembna točnost le-teh. Pri svojem delu, naj si bo to izdaja računov, dobavnic ali pa pošiljanje ponudb, potrebujejo podatke, kot so naziv podjetja, matična in davčna številka, naslov, kontaktne podatke (elektronska pošta, telefon, faks), številke transakcijskih računov, finančne kazalnike in bilance ... itd. V oddelku marketinga so danes poleg klasičnih naslovov pomembni predvsem elektronski naslovi, zato so jim na voljo produkti, ki vsebujejo kar največ teh podatkov.

7.3 RAZLOGI ZA UPORABO

Dejstvo je, da mora bodoči uporabnik že na samem začetku predvideti vse koristi, ki mu jih lahko prinese storitev, le tako se bo za storitev tudi odločil. Čez čas se lahko izkaže, da je teh koristi bodisi več bodisi manj, toda dokler korist upravičuje strošek, bo uporabnik storitev še naprej uporabljal. V nadaljevanju bom predstavil nekaj bistvenih razlogov, zakaj se uporabniki odločajo za takšne produkte in storitve, pa naj si gre za novega uporabnika ali pa nekoga, ki se je s storitvijo že večkrat srečal. Posamezni uporabnik ima lahko več ali pa samo en razlog, zakaj se je za storitev odločil. Nekaj bistvenih razlogov:

- novoustanovljena podjetja (pregled nad novimi potencialni kupci, partnerji, dobavitelji ali pa morebiti novo konkurenco na določenem področju in v določeni panogi),
- so novi na trgu (mlado podjetje, ki se želi zavarovati s pravočasnimi informacijami),
- podroben iskalnik (uporabnik želi skozi izbrane kriterije poiskati nove partnerje),
- izvoz naslovov in drugih podatkov (v določen format oziroma dokument in nadaljnja uporaba le-teh, npr. pošiljanje ponudb, dopisov ... ipd.),
- bonitetna ocena (hiter pregled nad poslovanjem podjetja),
- zgodovina podatkov (arhiv podatkov od ustanovitve podjetja naprej),

- blokade TRR računov (pregled trenutnega in preteklega stanja za vse TRR račune),
- neplačniki (pregled nad podjetji, ki ne plačujejo v roku, ter z namenom izogniti se takšnim podjetjem),
- podatki o osebah (v katerih podjetjih se pojavljajo, kakšne funkcije opravljajo, s kakšnim kapitalom razpolagajo v podjetjih, ali so že pred tem delovali v kakšnem drugem podjetju in ga tudi izbrisali ... ipd.),
- tekoče stanje o podjetjih (ažurnost podatkov),
- analiza podjetij (na podlagi vseh podatkov možno narediti lastno analizo),
- slabe izkušnje iz preteklosti,
- stečajni, tožbe (ažurni postopki na enem mestu),
- registracijski podatki vseh vpisanih subjektov,
- kontaktni podatki (možnost masovnega izvoza in obdelave le-teh, ali pa posodobitev lastne baze s kontaktnimi podatki partnerjev),
- kompenzacija (s ponudnikom teh storitev kompenziramo – storitev za storitev, produkt za produkt, v kolikor je interes obojestranski),
- novi finančni podatki (vsako leto meseca maja ponudniki nudijo nove finančne podatke za preteklo poslovno leto, kar je takrat še posebej aktualno),
- po priporočilu (poslovni partner, znanec ali pa nek drug uporabnik nas navduši nad koristimi teh storitev),
- finančni podatki za neprofitne organizacije,
- uporabljali že podobne produkte in storitve (dobre izkušnje in poznavanje teh storitev iz preteklosti),
- on-line dostop od kjer koli,
- preverjanje plačilne sposobnosti,
- informiranje po elektronski pošti (o spremembah za izbrana podjetja nas aplikacija dodatno obvešča preko elektronske pošte),
- preverjanje partnerjev (ali je partner odkrit do nas, lažja priprava na sestanke, dodatna sigurnost v poslovanju ...),
- vsi podatki na enem mestu (prihranek na času, čas je pa denar),
- dostopnost podatkov (podatki so dostopni 24 ur na dan).

7.4 OCENA ŠTEVILA UPORABNIKOV

S to vrsto podatkov se sreča prav vsak poslovnež in zaposlen v podjetju, če ne prej, pa ob vpisu subjekta v poslovni register. Brez operiranja s takšnimi podatki torej praktično ni moč delovati v poslovnem svetu. Gre torej za splošne podatke ali pa podatke, do katerih dostopamo povsem enostavno ali celo brezplačno. Pojavlja pa se vprašanje, koliko je takšnih uporabnikov, ki so bolj napredni in se v svojem poslovanju poslužujejo drugih orodij, torej produktov in storitev, ki sem jih v prejšnjih točkah že opisal. Pri odgovoru bo potrebno upoštevati dejstvo, da je število naročnikov pri vsakem ponudniku poslovna skrivnost. Kot naročniki se smatrajo poslovni subjekti, torej vsako podjetje posebej, znotraj katerega je lahko uporabnikov več, lahko je samo eden, so pa tudi takšni, ki

produkta oz. storitve po zakupu ne koristijo in jih ne moremo šteti med uporabnike. Tudi sami ponudniki delajo grobe ocene, koliko je dejansko teh uporabnikov in kako aktivno storitev koristijo, zato lahko večkrat zasledimo podatke v več tisoč uporabnikov, ker točnih števil ni. Sam sem deloval pri enem izmed ponudnikov teh storitev in lahko rečem, da je samo ta ponudnik pokrival kar znaten delež trga in če vzamemo v zakup, da je teh ponudnikov kar nekaj, lahko sklepamo, da je pokritost trga s takšnimi informacijami precejšnja.

8 ZAKLJUČEK

Skozi pisanje naloge sem se trudil dati bralcu čim širšo sliko izbranega področja, tako da so bila posamična poglavja in podpoglavja izbrana sistematično glede na aktualnost in pomembnost le-teh. Znotraj izbranih poglavij in podpoglavij pa izbrano tematiko predstaviti na bralcu prijazen in domač način, tako da bi skozi moje delo pridobil čim več znanja s tega področja ter koristi, ki so pomembne v poslovnem svetu.

Bralca sem naprej uvedel v obravnavano tematiko ter ga seznanil s problemom in predmetom raziskovanja. V nadaljevanju uvoda sem nato postavil hipoteze, katere sem skozi svoje delo tudi obdržal oziroma jih nisem ovrgel. Po postavljenih hipotezah sem bralcu predstavil še namen in cilje svoje naloge, metode raziskovanj, katerih sem se posluževal, ter strnjen opis po predvidenih poglavjih.

Opredelil ter definiriral sem izbrane pojme, kateri so se mi zdeli zelo pomembni za nadaljnje razumevanje mojega dela. Gre za pojme, kot so podatek, informacija, poslovna informacija in informacija javnega značaja. Skozi praktične primere sem razložil razliko med podatkom in informacijo kot tudi značilnosti brezplačnih in plačljivih informacij. Iz izkušenj lahko povem, da se v praksi omenjeni pojmi tolmačijo precej različno, zato je razlaga le-teh toliko bolj pomembna.

Ključne zakone, ki kakor koli obravnavajo izbrano področje, sem opisal v nadaljevanju, pri čemer sem prišel do ugotovitve, da brez omenjene zakonodaje razvoj obravnavanega področja oziroma panoge posredovanja poslovnih informacij javnosti ne bi bil možen. Ob predpostavki, da bi zakonodaja preprečevala posredovanje takšnih podatkov in informacij javnosti, oziroma da poslovna informacija ne bi bila podatek javnega značaja, omenjena diskusija sploh ne bi bila možna. Poleg zakonodaje, ki poslovno informacijo določa kot informacijo javnega značaja, sem omenil tudi zakonodajo, ki omogoča oziroma predpisuje načine pridobivanja takšnih podatkov in informacij, njihovo vodenje kot tudi načine posredovanja le-teh javnosti.

Institucije, ki delujejo na našem prostoru, njihove pristojnosti, odgovornosti in zadolžitve v skladu z zakonodajo iz prejšnjega poglavja nudijo uporabniku celovit pregled nad izbranim področjem. V tem poglavju sem se posvetil tudi produktom in storitvam, ki nam jih te institucije ponujajo na svojih spletnih portalih, ter jih podrobneje analiziral, pri čemer sem izluščil tudi preostale uporabne spletne naslove, ki bi po mojem mnenju iskalcu tovrstnih informacij bile precej v pomoč.

Skupine podatkov, s katerimi se lahko bodoči uporabnik sreča, sem omenil v šesti točki svojega dela, nakar sem vsem skupinam tudi pripisal podatke, glede na to v katero skupino posamezna vrsta podatka sodi. Zaradi večje uporabnosti in lažjega razumevanja v

praksi sem vsako skupino podatkov tudi posebej opisal ter na praktičnih primerih prikazal njihovo uporabnost. Izkazalo se je, da se vsaka skupina podatkov v praksi lahko zelo različno uporabi, predvsem glede na delovno mesto oziroma funkcijo uporabnika v podjetju.

Preostale ponudnike ter njihove produkte in storitve sem opisal v naslednjem poglavju svojega dela. Glede na relativno majhnost našega trga, je število podjetij, ki delujejo v tej panogi po moji oceni precej veliko, kar le potrjuje mojo tezo o zadovoljivi pokritosti trga s tovrstnimi informacijami. Pojavlja pa se vprašanje, kako vestno se naši podjetniki ter zaposleni v podjetjih poslužujejo tovrstnih produktov in storitev, na kar pa sem se osredotočil v zadnji točki svoje naloge.

Karakteristikam uporabnika tovrstnih informacij sem se posvetil v zadnji oziroma sedmi točki, poleg tega pa sem tudi naštel razloge oziroma koristi, zaradi katerih se uporabnik odloča za produkte in storitve bonitetnih informacij. Precejšnje število koristi je potrdilo vsa moja pričakovanja o uporabnosti teh produktov in storitev. Glede na ugotovljeno uporabnost ter dobro pokritost trga s temi informacijami gre sklepati, da je teh uporabnikov relativno veliko. Sploh če upoštevamo dejstvo, da gre za veliko ciljno skupino potencialnih uporabnikov, kar praktično cel poslovni svet je.

LITERATURA IN VIRI

SAMOSTOJNE PUBLIKACIJE

ABRAHAMSBERG, Niko (2004). *Gospodarsko statusno pravo*. Fakulteta za upravo, Ljubljana.

BURSTINER, Irving (1994). *The small business handbook. A comprehensive guide to starting and running your own business*. Fireside, New York.

DEVETAK, Gabrijel (1999). *Temelji trženja in trženjska zasnova podjetja*. Visoka šola za management v Kopru, Koper.

IVANKO, Štefan (2004). *Temelji organizacije*. Fakulteta za upravo, Ljubljana.

KRALJ, Janko (2003). *Management*. Visoka šola za management v Kopru, Koper.

MIHELČIČ, Miran (2003). *Poslovne funkcije*. Založba FE in FRI, Ljubljana.

MOŽINA, Stane, ROZMAN, Rudi, GLAS, Miroslav, TAVČAR, Mitja, PUČKO, Danijel, KRALJ, Janko, IVANKO, Štefan, LIPIČNIK, Bogdan, GRIČAR, Jože, TEKAVČIČ, Metka, DIMOVSKI, Vlado, KOVAČ, Bogomir (2002). *MANAGEMENT nova znanja za uspeh*. Didakta, Radovljica.

PRAVNI VIRI

(1993). Zakon o gospodarskih družbah (ZGD). Ur. list RS, št. 30/93, 29/94, 82/94, 20/98, 84/98, 6/99, 45/01, 57/04, 139/04, 15/05.

(1994). Zakon o sodnem registru (ZSReg). Ur. list RS, št. 13/94, 91/05, 114/05, 33/07, 54/07, 93/07, 65/08, 49/09.

(1994). Uredba o vpisu družb in drugih pravnih oseb v sodni register. Ur. list RS, št. 20/94, 18/02, 43/07, 5/10.

(1995). Zakon o poslovnem registru Slovenije (ZPRS). Ur. list RS, št. 13/95.

(2003). Zakon o dostopu do informacij javnega značaja (ZDIJZ). Ur. list RS, št. 24/03, 61/05, 96/05, 28/06, 51/06.

(2006). Zakon o gospodarskih družbah (ZGD-1). Ur. list RS, št. 42/06, 10/08, 68/08, 42/09, 65/09, 21/10.

(2006). Zakon o poslovnem registru Slovenije (ZPRS-1). Ur. list RS, št. 49/06.

(2007). Uredba o sodnem registru. Ur. list RS, št. 49/07, 98/07, 13/08.

SPLETNI VIRI

Agencija Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (2010). Dostopno 8. 2. 2010 na: <http://www.ajpes.si/Default.asp?mdres=1>.

Bisnode (2010). Produkt Bonitete.si. Dostopno 10. 8. 2010 na: <http://www.bonitete.si/>.

Bisnode (2010). Produkt Credit Check. Dostopno 10. 8. 2010 na: <http://www.creditcheck.com/>.

Bisnode (2010). Produkta Gvin.com in SiMatrix. Dostopno 10. 8. 2010 na: <http://www.gvin.com/>.

Bonitetna hiša I (2010). Dostopno 4. 11. 2010 na: <http://www.idoo.si/>.

Coface Slovenija (2010). Dostopno 4. 11. 2010 na: <http://www.coface.si/>.

Ebonitete (2010). Dostopno 4. 11. 2010 na: <http://www.ebonitete.com/>.

EGV (2010). Spletni iskalnik. Dostopno 4. 11. 2010 na: <http://www.kompass.com/sl>.

Gospodarska zbornica Slovenije (2010). Dostopno 8. 2. 2010 na: <http://www.gzs.si/slo/>.

Ibisco (2010). Dostopno 4. 11. 2010 na: http://www.ibisco.com/si/index_si.php.

Infobon (2010). Dostopno 4. 11. 2010 na: <http://www2.ibon.com/Default.aspx?>

Jakupović, E. (december 2005). Elektronski poslovni partnerji. Dostopno 4. 11. 2010 na: <http://www.monitor.si/clanek/elektronski-poslovni-partnerji/>.

Javna agencija za podjetništvo in tuje investicije (2010). Dostopno 8. 2. 2010 na: <http://www.japti.si/>.

Ministrstvo za obrambo (2010). Informacije javnega značaja. Dostopno 8. 2. 2010 na: <http://www.mors.si/index.php?id=4>.

Mohorič, B. (2010). Informacija, podatek in njuna definicija. Dostopno 8. 2. 2010 na: http://www2.arnes.si/~bmohor3/Urejanje_Besedila/osnove.html.

Najdi, informacijske storitve (2010). Dostopno 4. 11. 2010 na: <http://www.najdi.si/about/front.html>.

Obrtno-podjetniška zbornica Slovenije (2010). Dostopno 8. 2. 2010 na: <http://www.ozs.si/>.

Razpisi (2010). Dostopno 4. 11. 2010 na: <http://www.javnirazpisi.com/>.

Razvojni center Lendava (2010). Pomursko podravski portal za podjetnike, investitorje in iskalce zaposlitev. Dostopno 8. 2. 2010 na: <http://www.pannep.si/>.

Slovenska knjiga (2010). Dostopno 4. 11. 2010 na: <http://www.slo-knjiga.si/>.

Statistični urad Republike Slovenije (2010). Dostopno 8. 2. 2010 na: <http://www.stat.si/>.

Uradni list Republike Slovenije (2010). Dostopno 8. 2. 2010 na: <http://www.uradni-list.si/>.