poslovni®
savjetnik
.com
Poslovni savjetnik za managere, poduzetnike i obrtnike

CENTAR ZA MANAGEMENT I SAVJETOVANJE
1. Gajnički vidikovac 5,10000 Zagreb

TELEFONSKA SAVJETNIČKA SLUŽBA
- porezni i pravni eksperti odgovaraju na vaša pitanja

Loyalty programi u hrvatskoj maloprodaji

Štednja
KLASIČNA ŠTEDNJA U STRANOJ VALUTI

OPREMANJE I UREĐENJE HOTELA

NOVI STEČAJNI ZAKON

Zlouporabe u postupku javne nabave

Mirsada Kudrić
glavna direktorica tvrtke Robert Bosch d.o.o.

srpanj/kolovoz 2015. br. 121/122 39,50 kn

Poštarina plaćena HP-a d.d. u sortimentu 10200 Zagreb

TISKANICA

ISSN: 1845-092X

U organizaciji mjesečnika poslovni savjetnik .com

DVODNEVNA EDUKATIVNA POSLOVNA KONFERENCIJA I DODJELA GODIŠNJIH NAGRADA B2B SUPERPRODAVAČ GODINE

SUPERPRODAVAČ

Hotel Antunović, Zagreb, 26. i 27.11.2015. od 9 do 17 sati

10 dobrih razloga zašto doći na Superprodavač konferenciju:

- 24 predavanja iz područja prodaje
- 23 vrhunska predavača
- 2 dana prodajne edukacije
- Iznimno pristupačna cijena-SAMO 62,00 kn po jednom predavanju
- Poslovni kontakti s kolegama iz prodajne struke
- Brojni praktični primjeri i vježbe s ciljem unapređenja vaših prodajnih rezultata
- Večernje druženje na Superprodavač party-u
- Dodijela godišnjih nagrada B2B Superprodavač godine
- Svakom sudioniku pokloni sponzora
- Dva gosta iznenađenja

PROGRAM KONFERENCIJE

PRVI DAN, 26.11.2015. (četvrtak), hotel Antunović, Dvorana Tomislav

VRIJEME	DVORANA 1 Business2Customer MALOPRODAJA I USLUGE	DVORANA 2 Business2Business
8:30-9:00	REGISTRACIJA SUDIONIKA	
9:00-10:00	**Željko Šundov:** Da li stvarno znate kako vaši kupci kupuju	**Velimir Srića:** Kako pobijediti konkurenciju primjenom suvremene informacijske tehnologije
10:00-10:30	Licem u lice s… gost iznenađenja	
10:30-11:30	**Mladen Jančić:** Kratki prodajni *chit-chat*	**Danijel Bićanić:** Proaktivno generiranje preporuka
11:30-11:45	PAUZA	
11:45-13:00	**Asja Lajtman:** Znate li stvoriti dodanu vrijednost kupcu	**Toni Babić:** Pregovaračke taktike u B2B prodaji
13:00-13:45	PAUZA ZA RUČAK (ručati možete u prizemlju hotela, samoposlužni restoran Lucija, cijena jednog menua je 40 kn)	
13:45-15:00	**Saša Petar:** Osmijeh i kako ga steći-motivacija kupca	**Irena Jurjević:** Samomotivacijom do uspjeha u prodaji
15:00-15:15	PAUZA	
15:15-16:30	**Kamilo Antolović:** Tržišna komunikacija za maloprodaju	**Tomislav Bekec:** Kako tri pitanja mogu udvostručiti prodaju
16:30-17:45	**Mario Pintar:** Kako izgraditi vlastitu mailing listu	**Matej Sakoman:** Telefonska komunikacija i prodaja putem telefona
18:00-20:00	Dodjela godišnjih nagrada B2B Superprodavač godine, VERTIGO BAR hotela Antunović (8 kat)	

Cijena jedne kotizacije za DVA dana iznosi
1.490,00 kn + PDV 25%

U cijenu jedne kotizacije uračunata su predavanja prema dvodnevnom programu organizatora, radni materijali (blok, kemijska olovka) te potvrda o sudjelovanju. Gotovinske uplate na samoj konferenciji ne primamo.

POPUST ZA VEĆI BROJ POLAZNIKA (IZ JEDNE TVRTKE)

- **Od 3 do 5 polaznika 5% (na osnovnu cijenu kotizacije)**
- **Od 6 i više polaznika 10% (na osnovnu cijenu kotizacije)**

KAKO SE PRIJAVITI? Svoje sudjelovanje možete prijaviti na e mail info@poslovni-savjetnik.com ili na fax. 01/48 36 099, tel. 01/49 21 742

PRIJAVNICA ZA DVODNEVNU KONFERENCIJU „S U P E R P R O D A V A Č“

Naziv tvrtke: _____

_____

Ime i prezime osobe/osoba: _____

_____

Adresa tvrtke: _____

Telefon: _____ Fax: _____

E-mail: _____

Potpisi i pečat:

Molimo da ispunjenu prijavnicu pošaljete na fax. 01/48 36 099 ili na e mail: info@poslovni-savjetnik.com

SPONZOR

SID - PRVA KREDITNA ZAVAROVALNICA d.d.

MEDIJSKI POKROVITELJI

Edukacija.hr · IN STORE · JaTRGOVAC · posao.hr · privredni vjesnik · PROFITIRAJ.HR · eIstra.info · ICT Business · eKvarner.info · Suvremena.hr · Udruga · online zagreb.hr

ORGANIZATOR

poslovni savjetnik

PARTNER

heraklea

S U P E R P R O D A V A Č 2 0 1 5 .

DRUGI DAN, 27.11.2015. (petak), hotel Antunović, Dvorana Tomislav

VRIJEME	DVORANA 1 Business2Customer MALOPRODAJA I USLUGE	DVORANA 2 Business2Business
8:30-9:00	REGISTRACIJA SUDIONIKA	
9:00-10:00	**Romeo Jerčić:** Umjetnost uvjeravanja-kako navesti kupca da kupi	**Branko Pavlović:** Zadaća odnosa s javnošću u definiranju lojalnosti kupca i prodajni rezultati
10:00-10:30	Licem u lice s… gost iznenađenja	
10:30-11:30	**Petar Majstrović:** Prevladavanje kupčevog otpora i zaključivanje prodaje u zahtjevnim situacijama	**Danijel Bićanić:** Linkedin kao prodajni alat u B2B prodaji
11:30-11:45	PAUZA	
11:45-13:00	**Sanja Gomuzak:** Utjecaj ljubaznosti na prodajne rezultate	**Marija Novak Ištok:** Kupovni signali u B2B prodaji-kako ćemo znati zanima li naša ponuda kupca
13:00-13:45	PAUZA ZA RUČAK UZ OFFICE FIT BY MARIO VALENTIĆ (ručati možete u prizemlju hotela, samoposlužni restoran Lucija, cijena jednog menua je 40 kn)	
13:45-15:00	**Ivica Penić:** Prodaja u oblaku	**Davor Bilman:** Kako voditi superprodavače-napredne voditeljske vještine
15:00-15:15	PAUZA	
15:15-16:30	**Gordana Kastrapeli:** NLP u prodaji-utjecaj pretpostavki i uvjerenja na prodaju	**Igor Vujasinović:** Kreativnost u prodaji i suvremeni istraživački alati u službi razvoja proizvoda po mjeri kupca (*case study*)
16:30-17:45	**Barbara Ružić:** Emocionalna inteligencija u prodaji	**Vladimir Leutar:** E commerce i digitalni marketing

Napomena: Organizator zadržava pravo promjene programa. U slučaju otkazivanja sudjelovanja od strane sudionika u roku od dva ili manje dana prije održavanja konferencij, uplaćeni novac se ne vraća.

NAJČITANIJI POSLOVNI MJESEČNIK

poslovni® savjetnik .com

NAKLADNIK: **Centar za management i savjetovanje d.o.o.**

1. Gajnički vidikovac 5, 10 000 Zagreb, OIB: 60842328628
Zagrebačka banka d.d. IBAN br. HR1123600001101696781
Privredna banka Zagreb d.d. IBAN br. HR5423400091110312376
devizni račun: 2100268567 kod Zagrebačke banke d.d.

GLAVNA UREDNICA I DIREKTORICA:
Sandra MIHELČIĆ

VODITELJ UREDNIŠTVA: Igor MILINOVIĆ

STALNI SURADNICI:
Davorin BELAMARIĆ, Jasna BELAMARIĆ, Valentina BOCAK, Marija BUTKOVIĆ, Sanja GOMUZAK, Milan GRKOVIĆ, Mladen JANČIĆ, Goran JUNGVIRTH, Irena JURJEVIĆ, Maja JURKOVIĆ, Marina KILIĆ, Jadranka KNEŽEVIĆ, John LODDER, Petar MAJSTROVIĆ, Andreja MARCETIĆ, Igor MILINOVIĆ, Marija NOVAK IŠTOK, Branko PAVLOVIĆ, Saša PETAR, Božo PRELEVIĆ, Nataša RUPČIĆ, Darko SAMBOL, Daniel SEVER, Velimir SRIĆA, Stipe ŠOLA, Dragan ZLATOVIĆ

VODITELJI MARKETINGA:
Zlata RADOVIĆ, zlata@poslovni-savjetnik.com, tel. 01 - 48 36 006
Svjetlana PEĆINAR, svjetlana@poslovni-savjetnik.com, tel. 01 - 36 90 834
Biserka ČONKAŠ, bconkas@hi.t-com.hr, mob. 097 75 67 234
Sanja ŠKENDER, sanja@ripup.hr, tel. 01 - 49 21 737

TAJNIŠTVO I PRETPLATA:
Lidija PRSKALO, prskalo@ripup.hr, tel. 01 - 49 21 742, faks: 01 - 49 21 743

GRAFIČKA PRIPREMA I DIZAJN:
Gordana ŽAGAR, studio@ripup.hr, mob. 091 - 15 39 002

NASLOVNICA: Mirsada KUDRIĆ, glavna direktorica tvrtke Robert Bosch d.o.o. (PROMO)

TISAK: M.A.K. GOLDEN d.o.o., **POSLOVNI SAVJETNIK SE TISKA NA EKOLOŠKOM PAPIRU**

NAKLADA: 10 000 primjeraka

DISTRIBUCIJA: Hrvatska pošta

FOTOGRAFIJE:
www.dreamstime.com, Pixsell i vlastita arhiva

Časopis izlazi mjesečno, početkom mjeseca. Za članke, crteže i oblikovanja objavljena u ovom časopisu sva su prava pridržana. Nedopuštena je objava, preslika, reproduciranje, umnožavanje, imitiranje i drugi način prenošenja u bilo kojem obliku uključivo Internet, bez pismene suglasnosti nakladnika. Svim komentarima na sadržaj časopisa posvetit ćemo punu pozornost. Jedinična cijena časopisa u kunama iznosi 29,50 kn. Jedinična cijena časopisa u eurima iznosi 5,00 eur. Godišnja pretplata na časopis **poslovni savjetnik** iznosi 295,00 kn (PDV uračunat). Ako se pretplata na časopis ne otkaže pismeno najkasnije 10 dana prije isteka roka pretplate smatra se da je pretplata produžena.

© **poslovni savjetnik** član je BUSINESS MEDIA GROUP

INTERNET: www.poslovni-savjetnik.com

POSTANITE I VI NAŠ PRETPLATNIK!

POSLOVNA IDEJA DOLAZI UZ PRAVE SAVJETE
-pretplatite se i vi!

U cijenu godišnje pretplate na **POSLOVNI SAVJETNIK** od **samo 295 kn** (PDV uračunat) dobivate:

- **12 brojeva tiskanog izdanja časopisa Poslovni savjetnik**
- **telefonsko savjetovanje iz područja poreza, prava i radnih odnosa**
- **5% popust na sve edukacije u organizaciji Poslovnog savjetnika**
- **besplatno multimedijalno iPad izdanje**
- **besplatnu dostavu časopisa na vašu adresu**

Telefon za pretplatu 01 49 21 742
info@poslovni-savjetnik.com, fax. 01 48 36 099

najtajnica.hr IZBOR NAJBOLJIH TAJNICA/IKA HRVATSKE
SUPERPRODAVAČ
poslovni savjetnik AKADEMIJA
poslovni savjetnik .com
WWW.PROPISI.HR INTERNET PORTAL I ČASOPIS RAČUNOVODSTVO & POREZI u praksi
Udruga .hr

ISKORISTITE EU FONDOVE

Ponekad ostanete bez ideja.

Uz EU fondove Vaš posao može dobiti krila.

Svaki problem ima i svoje rješenje, samo se treba obratiti na pravu adresu. Iskoristite sufinanciranje iz EU fondova za investicije, finalizaciju projekata ili daljnje širenje poslovanja. Mi ćemo Vas podržati detaljnim i točnim informacijama, korisnim savjetima te proizvodima prilagođenim upravo Vašim potrebama.

Saznajte više **na www.zaba.hr**
Ili nazovite 0800 00 24

Svaki dan je novi izazov.
Izaberite partnera kojem vjerujete.

Dobro došli
Zagrebačka banka
UniCredit Group

sadržaj

INTERVJU
Mirsada Kudrić, glavna direktorica tvrtke Robert Bosch d.o.o. 8

ŠEFOLOGIJA
Uspješne organizacije imaju harmonične šefove 10

MANAGEMENT
Rješavanje problema – vještina bez koje nema uspjeha 12

SUPERPRODAVAČ
4 Najčešće greške prodavača 14
Postanite bolji pregovarač 6. dio 16
Loyalty program u hrvatskoj maloprodaji 18

TEMA BROJA
Štednja 22

KOMUNIKACIJA
Interna komunikacija 26

PRILOG
Opremanje hotela 30

STRUČNJACI ODGOVARAJU
Organizacijsko učenje kao način organizacijskog razvoja 34
Obveza objave Pravilnika o radu 36
Smjenski rad i obveza povećanja plaće 36
Racionalan protok informacija 38
Kada se o sporu promišlja s pozicije interesa rješenje se bolje vidi 39

SAM SVOJ PRAVNIK
Što treba znati o… obveznoj primjeni IBAN konstrukcije transakcijskog računa 42
Što treba znati o… novom Stečajnom zakonu 44
Što treba znati o… sastavljanju ugovora o radu za obveznike primjene Kolektivnog ugovora ugostiteljstva 46

KAZNE.HR
Informacije potrošača o hrani 48
Potrošački proizvodi i roba 50
Ispunjenje novčanih obveza između poduzetnika i osoba javnog prava 52
Bitna obilježja društva s ograničenom odgovornošću 56
Najvažniji prekršaji prema Zakonu o turističkoj inspekciji 58
Sudjelovanje stranke u postupku utvrđivanja činjenica bitnih za oporezivanje porezom na dohodak 60
Obvezni postupci osoba uključenih u vađenje i uklanjanje podrtina i potonulih stvari 64
Zlouporaba u postupku javne nabave 66
Upravno-kaznene mjere u svrhu zaštite tržišnog natjecanja 68
Obveza uređenja fasada na novim zgradama 72

JESTE LI ZNALI DA... 73

PREGLED KAZNI 75

TELEFONSKA SAVJETNIČKA SLUŽBA-POREZNI I PRAVNI EKSPERTI ODGOVARAJU NA VAŠA PITANJA
Više na strani 40.

ancona®
GRUPA

Tvornica namještaja i opremanje objekata
Industrijska zona bb, 31400 Đakovo, CROATIA
tel. +385 31 840 840, fax. +385 31 840 841
info@ancona-grupa.hr, www.ancona-grupa.hr

Vrhunska kvaliteta i moderan dizajn iz Hrvatske

AKTUALNI PROJEKTI

Sheraton
Location: Dubrovnik, HR

KARISMA
HOTELS & RESORTS
Location: Živogošće, HR

THE STUDENT HOTEL
Location: Amsterdam, NL

HOTEL ROTHAUS
Location: Gräfenhausen, DE

Mirsada Kudrić, glavna direktorica tvrtke Robert Bosch d.o.o.

PRAKTIČNA VRHUNSKA TEHNOLOGIJA U SLUŽBI ŽIVLJENJA

Vodeća svjetska kompanija na područjima tehnologije i usluga koja ima veliku ambiciju - poboljšati kvalitetu života s rješenjima koja su istodobno inovativna i korisna. Kompanija je uvijek usmjerena na svoje ključne kompetencije na područjima automobilskih i industrijskih tehnologija, kao i na proizvode i usluge za profesionalnu i privatnu upotrebu.

|PS| Bosch u Hrvatskoj posluje već dugi niz godina. Kako teče razvoj vaše kompanije lokalno? Što nam možete reći o Bosch globalnom razvoju i glavnim brojkama na svjetskoj razini?

Bosch je vodeći svjetski dobavljač inovativnih tehnologija i usluga, a u Hrvatskoj smo prisutni od 1993. godine.

Prošle godine ostvarili smo izniman *rast od 20%* s prometom od 40 milijuna eura, dok trenutačno zapošljavamo više od 70 zaposlenika. U Hrvatskoj, Bosni i Hercegovini i Sloveniji Bosch je zadužen za poslovna područja auto opreme, električnih alata, toplinskih sistema i sigurnosnih sustava.

Na globalnoj razini Društvo zapošljava oko 360 000 zaposlenika te je u 2014. godini ostvarilo promet od 49 milijardi eura.

Vezano uz istraživanje i razvoj, *Bosch je samo prošle godine uložio oko 5 milijardi eura. Samo u ovom sektoru u Boschu zaposleno je 45,700 djelatnika*. Rezultat tako značajnog ulaganja je *prosječno 19 prijavljenih patenata svaki radni dan*.

|PS| Bosch auto dijelovi poznati su na našem području. Međutim imate i svoju Bosch Car Service mrežu radionica. Možete nam nešto više o tome reći.

Točno, Bosch godinama gradi sa svojim partnerima najveću nezavisnu mrežu auto servisnih radionica u svijetu poznatih pod imenom Bosch Car service - Boschev servis automobila. Svake godine svjetska mreža Boschevog servisa automobila održava i popravlja 50 milijuna automobila, tj. tri vozila svake dvije sekunde. Bilo preko telefona, pri prijemu vozila ili u slučajevima da postoje pitanja pri predaji vozila, zaposlenici svaki dan imaju oko milijun kontakata s klijentima.

|PS| Bosch je sinonim za kvalitetu, inovaciju i energetsku učinkovitost. Što to točno znači za područje električnih alata?

Naš odjel Električnih alata već je pred niz godina započeo trend smanjenja potrošnje energije te očuvanja prirodnog okoliša. Da li znate da smo omogućili čak 85% duži rad s Bosch akumulatorskim alatima nego s ostalim usporedivim uradi-sam proizvodima? To smo uspjeli zahvaljujući optimalnoj usklađenosti ključnih komponenti alata - poput motora i prijenosnog sklopa s inteligentnim elektronskim sistemom, nazvanim „Syneon čip". Kako bi se još više približili našim profesionalnim korisnicima na jesen uvodimo na tržište dva potpuno nova uređaja za mjerenje temperature: profesionalni toplinski detektor GIS 1000 C te profesionalnu toplinsku kameru GTC 230 C.

Npr. GTC 230 C toplinska kamera mapira distribuciju temperature na mjerenom području, što osigurava brz pregled kritičnih točaka.

|PS| Napomenuli ste da pokrivate i područje toplinske tehnike. Koji su trendovi u toplinskoj tehnologiji i gdje na lokalnoj razini vidite priliku za Bosch?

U kontekstu naprednih stambenih jedinica, koje u razvijenim zemljama već predstavljaju današnjicu, više čak ne govorimo samo o uštedi energije, nego o višku energije u ukupnoj bilanci domaćinstva. Ušli smo u fazu stanovanja u kojoj domaćinstvo ostvaruje veću količinu energije nego što troši. Nove tehnologije starim objektima nakon obnove pružaju mogućnost ostvarenja 5% viška energije, a kod novih objekata moguće je postizanje i do 58% više dobivene energije od potrošene. Na našem tržištu se još uvijek borimo da se uopće pomaknemo u smjeru štednje energije. Međutim, 26.9. stupa na snagu direktiva ErP, koja će regulirati minimalnu iskoristivost uređaja i označavanje energetskom naljepnicom. Bez obzira da li se radi o industriji, obrtu, privatnoj i komunalnoj opremi ili o opremi za distributere energenata, Bosch Industrial nudi sistemska rješenja specifična za dotičnu granu industrije. Uz pomoć odgovarajuće stručne podrške od faze projektiranja kroz cijeli vijek koriš-

Jeste li znali da je Bosch REXROTH pomogao izgraditi temelj najvišeg kineskog nebodera, tornja u Šangaju? Jeste li znali da su pogonska i upravljačka rješenja za mehanizam otvaranja Tower Bridge u Londonu osmišljena od Bosch Rexrotha?

nja preko 110 000 industrijskih kotlovskih sustava u više od 140 zemalja svijeta predstavljaju našu referencu. Sve više referenci imamo i u Hrvatskoj, među kojima bismo izdvojili tvornicu Zvečevo d.d. u Požegi i industrijsku praonicu CWS Boco u Čakovcu.

|PS| Bosch se bavi i proizvodnjom industrijske tehnologije. Koje područje točno pokrivate i kako taj segment imate pokriveno lokalno?

Naša sestrinska kompanija Bosch Rexroth je svjetski dobavljač pogonskih i kontrolnih tehnologija a u Hrvatskoj je počeo s aktivnostima još 1990. Njegova je primjenjivost polivalentna. U Hrvatskoj je prisutna putem zastupništva kompanije UN-TRA d.o.o. za hidraulike, te linearne i montažne tehnike u RH i BiH. Također je pokriven u područjima za električne pogone i upravljanje, industrijsku hidrauliku, mobilnu hidrauliku, linearnu i montažnu tehnika, pneumatiku te servisiranje .

UN-TRA d.o.o. nudi sveobuhvatnu uslugu iz područja hidraulike, što uključuje projektiranje, montažu, puštanje u rad, servis te prodaju pojedinačnih hidrauličkih komponenata.

|PS| Ono što u javnosti nije baš poznato je da Bosch proizvodi i postrojenja za pakiranje. Od kojih poslovnih područja se ovaj segment sastoji i možete nam taj dio poslovanja malo pobliže objasniti?

Bosch proizvodi i postrojenja za pakiranje prisutna su u područjima za farmaceutsku i kemijsku industriju, medicinske uređaje i dijagnostiku, pakiranje, proizvodnju hrane i slastica te niz ostalih mogućnosti implementacije.

Bosch tehnologija za pakiranje nudi najopsežniji portfelj procesne tehnologije i rješenja za pakiranje slastica i suhih ili tekućih prehrambenih proizvoda od ulazne do najnaprednijih i inovativnijih tehnologija. Interesantno je kako Bosch ima širok asortiman koji može ponuditi kompanijama strojeve za punjenje, kuhanje i modeliranje dječje hrane, čajeva, keksa, tvrdih čokolada….

Država je farmaceutsku industriju zbog velika doprinosa ekonomiji i potencijala za gospodarski rast proglasila strateškom industrijom. U tom segmentu je i Bosch aktivan, kada je u pitanju proizvodnja i pakiranje lijekova.

Nevjerojatna je brojka kako je u 2014. godini Boschev servis automobila imao više od 16 500 partnera u 150 zemalja svijeta a od toga imamo 15 servisa u Sloveniji, 33 servisa u Hrvatskoj i 19 servisa u Bosni i Hercegovini.

JAČANJE POZICIJE SIGURNOSNIM RJEŠENJIMA

|PS| Sigurnost ima sve veći značaj, kako za pojedinca tako i za cijelo društvo. Što Bosch nudi na ovom segmentu?

U uvodnom dijelu je bitno za naglasiti kako su Bosch sigurnosni sistemi vodeći europski brand na tržištu sa multi programskim rješenjima koji se sastoje od video sistema, protuprovalnih sistema, konferencijskih sistema, sustava za Javno obraćanje i glasovnog alarma, vatrodojavnih sistema, sistema kontrole pristupa te BIS-a kao cjelovitog Building Integracijskog sistema.

Kao rezultat istoga, hrvatsko tržište iz godine u godinu bilježi sve značajnije reference u svim gospodarskim granama. Poput Arene Zagreb kao najveće sportske arene u Hrvatskoj, te pored nje moderan trgovačko-zabavni centar Arena Shopping centar. Na isto se nadovezuje velika referenca Jadranskog naftovoda JANAF-a sa zahtjevnim i kompleksnim rješenjem video nadzora, tu su potom marine, hidroelektrane, aerodromi, željeznice, ali i sve veća primjena rješenja i u stambenoj grani.

|PS| Bosch je poznat kao kompanija koja u svojim temeljnim vrijednostima ima sadržanu orijentiranost prema društveno odgovornom ponašanju. Koje ste konkretne projekte realizirali na našem području?

Društvena odgovornost jedna je od Boschevih temeljnih vrijednosti. U skladu s vizijom svojeg osnivača društvo Bosch drži se tog pristupa da bi doprinijelo društvu u Hrvatskoj. Samo tijekom 2014. godine 36.000 eura hitne pomoći donirano je žrtvama poplava u Bosni i Hercegovini, Hrvatskoj i Srbiji.

Projekti uključuju donaciju kućanskih aparata SOS Dječjem selu Lekenik, donaciju edukacijskih i poučnih igračaka dječjim vrtićima u Bosni i Hercegovini kao i donaciju alata Odgojnom domu Bedekovčina. Ove je godine društvo Bosch Hrvatska doniralo edukacijske i poučne igračke Dječjem vrtiću Poliklinike SUVAG u Zagrebu. Dugogodišnja suradnja sa SOS Dječjim selom Lekenik nastavlja se u 2015. godini.

Zlata Radović

USPJEŠNE ORGANIZACIJE IMAJU HARMONIČNE ŠEFOVE

Velimir Srića

Premda smo okruženi najrazličitijim organizacijama, od obitelji, poduzeća, sportskog kluba, lokalne uprave do vojske, policije ili državne administracije, nije jednostavno definirati što taj pojam uopće znači. Sociolozi, psiholozi, organizatori ili teoretičari managementa na organizaciju gledaju svatko sa svojeg motrišta. Najjednostavnije rečeno, organizacija je skupina ljudi koja koordiniranim radom nastoji ostvariti zajedničke ciljeve, koristeći organizacijsku moć, podjelu poslova i upravljačku kontrolu. U principu, to je suprotnost **anarhiji**. Naime, u organizaciji postoje manageri, ljudi zaduženi da upravljaju sustavom, dok grčko značenje riječi anarhija sugerira da se radi o stanju sustava "bez managera".

Za razliku od samoupravljača i anarhista, naša kultura se temelji na uvjerenju da se svakom organizacijom mora upravljati, a većina ljudi složit će se da moć na temelju koje se upravlja valja dati u ruke managera, a oni će, koristeći tu moć, ograničavati slobodu svojih djelatnika.

Pogledajmo jedno suprotno istočnjačko iskustvo. Zen učitelj Benkei četrdeset se godina bavio obrazovanjem. Osnovao je školu za problematične učenike, neku vrstu otpadnika. Primao je dječake i djevojčice i davao im potpunu slobodu. Ako su željeli učiti čitati i pisati, dobro. Ako nisu htjeli, opet dobro. Mogli su raditi što god su htjeli, osim ograničavati slobodu drugih. Najgora djeca dolazila su iz strogih škola. Trebalo im je obično šest mjeseci da ispucaju srdžbu i odbojnost koju su tamo naučili potiskivati. Bunili bi se i borili protiv sustava, no kad bi prebolјeli tu odbojnost, svi su htjeli učiti, posebno jer su mogli pratiti samo predmete koji su ih zanimali. Nakon nekog vremena svi bi se preobrazili i brzo napredovali. Mnogi roditelji bojali su se poslati djecu u takvu školu govoreći: *Kako ćete ih obrazovati bez discipline? Morate ih poučavati i voditi.* Benkei je uspjeh objašnjavao jednostavnim riječima: *Svako dijete ima anđela u sebi. Naši pokušaji da ga oblikujemo pretvaraju tog anđela u vraga. Djeca koja dolaze u moju školu mali su vragovi, mrze svijet, destruktivni su, bezobrazni, lažu, kradu, zlovoljni su. Za šest mjeseci postanu sretna, zdrava djeca koja više nekad ne rade ništa loše.*

Kako je Benkei koristio organizacijsku moć? Tako da problematičnoj djeci pruži punu slobodu i mogućnost samoorganizacije. Umjesto vragova, dobio je anđele. U modernom je svijetu ovakav pristup iznimka, no pitanje je koliko dugo.

Proizvodnja autoriteta

U organizacijama u načelu postoje tri izvora autoriteta: **prisilna moć** (ima ju onaj koji drži "štap"), **interesna moć** (ima ju onaj koji nudi "mrkvu") i **moralna moć** (proizlazi iz osjećaja dužnosti, lojalnosti ili patriotizma). Uspješni šefovi podjednako koriste sve oblike moći i autoriteta, a najbolji način je nagrađivanje i stimuliranje „podređenih", oslanjajući se na njihove interese i poštujući ih. U slučajevima kad takva "mrkva" ne funkcionira, manager mora uzeti u ruke "štap" i poslužiti se sankcijama.

Organiziranje sustava, formulacija i vođenje politike te proces odlučivanja rezultat su postojanja i djelovanja **elite moći** u poslovnim sustavima. Zovemo ih još klanovi, klike, stranke, društva, tajna udruženja, interesni lobiji. Takve elite nastoje ovladati resursima, funkcioniranjem sustava i nagrađivanjem. Raspored moći i autoriteta u većini organizacija ovisi o djelovanju brojnih neformalnih grupa. Razne elite stalno se takmiče za prevlast tako da promoviraju svoje ljude, bore se za njihove interese, lobiraju i organiziraju se da bi postigle svoje ciljeve i tako nametnule vlast.

Mnogi sustavi u modernoj politici, društvu i poslovanju još

Postoje četiri puta koji muškarce vode u propast, kaže jedna šala. To su žene, kocka, tehnologija i organizacija. Žene su najugodniji, kocka najbrži, tehnologija najsloženiji, a organizacija najsigurniji put.

uvijek su autokratski pa je sva moć koncentrirana u rukama jednog ili nekoliko pojedinaca. Čak i u sustavima takozvanog demokratskog odlučivanja rijetko postoji pravi pluralizam koji daje jednaki pristup izvorima moći za sve članove organizacije. Umjesto toga vlada **poliarhija**, dominacija moćnih elita koje se uzajamno natječu za utjecaj i vlast. Čak i u naoko demokratskim institucijama (upravni odbori, parlamenti, radne grupe, projektni timovi) svi članovi nisu jednaki već ima "jednakijih". Distribucija moći temelji se na rasporedu snaga grupa, klanova, društava, političkih stranaka i sličnih oblika interesnog okupljanja. Tko pripada nekoj od vodećih grupa, može računati na veći dio kolača vlasti i moći. Za autsajdere ili samostalne strijelce, najčešće nema nikakve šanse.

Poslovna i državna politika uvijek su rezultat ravnoteže moći koja je posljedica konkurentske borbe između dvije ili više grupa čiji su interesi i ciljevi uzajamno suprotstavljeni. Vođa mora računati na to da će svaki važniji potez, odluka ili akcija dovesti u pitanje ravnotežu moći. Zato prije bilo kakve aktivnosti valja procijeniti čiji će interesi i ciljevi biti pogođeni, jer o tome ovisi prihvaćanje ili otpor suradnji. Formuliranje poslovne politike ili donošenje dugoročnih planova i strategija, dobra je prilika da se testira raspored snaga i uoči stvarna moć interesnih grupa u organizaciji.

Ameba management

Novost u tom procesu je težnja harmoniji, participaciji i dogovaranju, umjesto naređivanja, prisile i nametanja. Umjesto da radi protiv individualnih i skupnih interesa, pametni će se šef njima koristiti na dobrobit sustava kao cjeline. Evo nekoliko poučnih primjera. Legendarni rukovoditelj automobilskog koncerna "General Motors", Alfred Sloan po kojem je dobila ime poslovodna škola na sveučilištu MIT u Bostonu, odlučio je sačuvati autonomiju odvojenih jedinica organizacije koju je preuzeo. Dao im je slobodne ruke koliko je god bilo moguće, uz sugestiju da upotrijebe svoja znanja i talente bez ograničenja. Sve autonomne jedinice držao je na okupu uz pomoć moćne središnje grupe koja je tvrtki davala opći smjer i vodstvo. Pritom se koristio prirodnim autoritetom jer su ga suradnici cijenili i poštovali. Sličan je put slijedila tvrtka Asea Brown-Bowery dok ju je vodio Percy Barnevik. Na drugom kraju svijeta, u Japanu, na sličan je način organiziran tehnološki gigant Kyocera, kompanija poznata po eksperimentiranju s takozvanim ameba managmentom. Jedna od najkreativnijih suvremenih korporacija, WL Gore & Associates primjer je poslovnog sustava s distribuiranom moći i participacijom djelatnika u upravljanju i poslovnom odlučivanju. Moć u njoj slijedi ideju. Kad se formiraju timovi, šefovi postaju osobe koje su najjače angažirane oko nekog projekta i svi suradnici ih prihvaćaju za rukovoditelje.

Opisani primjeri pokazuju harmonično korištenje organizacijske moći i ne čudi da su svi primjeri izrazito efikasni poslovni sustavi koji su ujedno ugodna mjesta za rad. O tome govori i dvije i pol tisuće godina stari Sun Tzu savjet kako koristiti organizacijsku moć: *Zapovijedaj čovječno i blago, sjedini svoje ljude dosljednošću i strogošću. Kad su dobrota i strogost pravedne, pobijedit ćeš*.

Pogledajmo još jednu poučnu priču. Neki čovjek pronašao je orlovo jaje i stavio ga pod kvočku na svom seoskom imanju. Zajedno s pilićima izlegao se orlić i odrastao je s njima. Cijeli život orao je radio isto što i pilići, misleći da je jedan od njih. Kljucao bi po zemlji tražeći gliste i kukce. Kvocao je i kukurikao, mahnuo bi koji put krilima i letio nekoliko metara po zraku. Godine su prolazile i orao je ostario. Jednog dana vidio je iznad sebe, na vedrom nebu, veličanstvenu pticu. Gracioznom je dostojanstvenošću jedrila po zračnim strujama i jedva da je koji put zamahnula svojim zlatnim krilima. Orao je gledao u nebo, zadivljen. *Tko je to*, upitao je. *To je orao, kralj ptica*, reče kokoš koja je stajala do njega. *On pripada nebu, a mi pripadamo zemlji - mi smo kokoši*. I tako je orao živio i umro kao kokoš jer je vjerovao da je i on kokoš. Priča nas podsjeća da većina šefova provede život uvjerena da nikad neće poletjeti do visina harmoničnog vodstva, već će morati svoj autoritet braniti kaznama, silom, krutim hijerarhijama i strogom kontrolom.

Victor Hugo je govorio da ništa nije jače od ideje čije je vrijeme došlo. Vjerujem da je danas vrijeme harmoničnih vođa i harmoničnih vrijednosti. Zato, za dalji napredak poduzeća, poduzetničkog pothvata, državne administracije, športskog kluba ili svijeta u cjelini, treba stvoriti kritičnu masu harmoničnih vođa. Upravo sam o tome objavio knjigu („Sve tajne harmoničnog vođenja", Algoritam i Delfin, Zagreb, 2015.). sa željom da bude alat za stvaranje takvih lidera. Nemojmo ostati kokoši, ako možemo postati orlovi. Živimo u poslovnom i političkom svijetu opterećenom s toliko problema da nam trebaju drukčiji šefovi od današnjih, ili nećemo uspjeti izbjeći krize i probleme. Nikad u povijesti ljudsko društvo nije imalo više znanja i bolje sustave informiranja. Zar ne bi bilo paradoksalno, usprkos tome, umrijeti od ignorancije? Orlovi smo, zaslužujemo letjeti!

Milan Grković

RJEŠAVANJE PROBLEMA – vještina bez koje nema uspjeha

Uzroci problema

Bolje spriječiti, nego liječiti (narodna mudrost). Brojni su problemi i mogući su brojni uzroci koji ih stvaraju. Pitanje: Postoji li ograničen broj uzroka problema koji dovode do niza novih problema ako se sustavno i kontinuirano ne uklanjaju? **Model univerzalne izvrsnosti - MUI © 2007** je identificirao četiri uzroka problema iz kojih se generiraju svi ostali problemi u njihovoj beskonačnoj paleti "raskošnosti" i posljedica.

Evo **ključnih** (izvornih) uzroka problema:

1. Bolest

Kada obolimo ili je bolestan netko iz našeg okruženja, sve se promijeni i iz takvog stanja nastaju brojni novi problemi.

2. Nedostatak novca

Nedostatak novaca u dužem periodu ili kod specifičnih situacija stvara brojne probleme koje se temelje na nestašici, odricanju, nezadovoljstvu, sukobima, optuživanju, ...

3. Poremećeni odnosi

Ako se izgubi iz vida zajedništvo (zajednički ciljevi) i dođe do nerazumijevanja između članova obitelji, u organizacijama, između prijatelja, susjeda, u zajednici, ... , javljaju se poremećeni odnosi koji najčešće eskaliraju i završavaju prekidom odnosa sa svim svojim posljedicama. A nekada završavaju i tragično.

4. Naše neodgovorno ponašanje

Naša nedosljednost u ponašanju dovodi prvo do našeg nezadovoljstva, ali isto tako i do nezadovoljstva osoba u našem okruženju. Ako je ponašanje loša navika koju prakticiramo često ili stalno prakticiramo, to je onda "bure baruta" za kreiranje brojnih novih problema.

Crtice

- Svaki problem se može reducirati na jedan od četiri ključna uzroka.
- Svako nerješavanje problema pokreće brojne nove probleme.
- S odgađanjem mali problem postaje veliki problem.
- Često puta dolazi do kaskadne (jedan za drugim) pojave problema zbog ključnih uzroka problema.

Primjer: Bili smo neodgovorni prema svojem zdravlju (nismo se držali uputa liječnika) i kroničnо smo oboljeli što je dovelo do prekida posla u kojem smo bili uspješni. Ubrzo se osjetio nedostatak novca (značajno su smanjenja primanja) što je postepeno dovelo do potpuno poremećenih odnosa u obitelji i u okruženju. Je li u ovom primjeru teško pretpostaviti kakav će biti kraj?

Zaključak

- Postoje ključni uzroci problema koji su "krivi" za sve probleme.
- Uklonimo uzrok problema i riješili smo problem.
- Ne dopustimo (preventiva) stvaranje uzroka problema i nećemo imati niti jedan problem.
- Fokusirajmo se na sprječavanje pojave ključnih uzroka problema (navedena u točkama 1. do 4.) i postizat ćemo stanje izvrsnosti.

MUI način rješavanja problema

Model univerzalne izvrsnosti - MUI © 2007 rješava sve probleme na univerzalan način (bez obzira na problematiku, mjesto nastanka, uzrok, sudionike, ...).

Za rješavanje problema koristi se alat Osnovna pitanja sa sljedećim sastavnicama:

1. Što? - Opis problema.
2. Zašto? - Analiza problema: Informacije o problemu, Povod za rješavanje problema, Uzrok problema, Posljedice nerješavanja problema, Ciljevi rješavanja problema.
3. Kako? - Traženje rješenja: Moguća rješenja, Izbor najboljeg rješenja, Provedba potrebnih aktivnosti (planer), Kontrola provedbe potrebnih aktivnosti.
4. S čime? - Definiranje potrebnih resursa za rješavanje problema (materijalni, financije, ljudski, vrijeme, znanje, sastanci).
5. Tko? - Sudionici u rješavanju problema.
6. Gdje? - Mjesta rješavanja problema.
7. Kada? - Rokovi za rješavanje problema (problema cjelovito i pojedinih faza rješavanja problema).
8. Izvijestiti? - Informiranje tijekom rješavanja problema.
9. Nastavak? - Pokretanje novih aktivnosti na osnovu rješenja problema.

Traženje rješenja na MUI način se temelji na dominantnoj uporabi mekih resursa (vrijeme, znanje i sastanci) i to rješavanju problema daje potpuno novu dimenziju.

Praktikum – rješavanje najvećeg problema

Uvjet za postizanje izvrsnosti je prioritetno uklanjanje vašeg trenutačno **najvećeg** problema.

1. Znate li koji je vaš trenutačno najveći problem?
2. Znate li kako ćete ga riješiti?
3. Jeste li definirali rok do kada ćete ga riješiti?
4. Jeste li započeli rješavati vaš trenutačno najveći problem?

Ako je i jedan odgovor "**Ne**", nemate uvjeta za postizanje izvrsnosti (postizanje željenog cilja).

Zaustavite sve aktivnosti i pri-

oritetno rješavajte vaš trenutačno najveći problem.

I naravno, kada ga riješite, utvrdite vaš sljedeći najveći problem.

I na posao - riješite i njega. A zatim opet utvrdite vaš trenutačno najveći problem ...

Vaš uspjeh se temelji na sustavnom i kontinuiranom rješavanju vašeg trenutačno najvećeg problema.

Nema drugih opcija za postizanje izvrsnosti (željenih ciljeva).

Kontrolno pitanje

Kasnite li s rješavanjem vašeg najvećeg problema?

Crtice

- Uvijek se može utvrditi koji je problem najveći. Samo treba htjeti.
- Pitajmo druge što oni misle koji je naš najveći problem.
- Kada kontinuirano utvrđujete koji je vaš najveći problem i prioritetno ga rješavate, ušli ste u pravu traku života kojom trebate samo nastaviti voziti do željenog cilja.

Hodogram rješavanja problema

1. Napravite listu vaših problema bez obzira iz kojeg područja dolaze (profesionalni, financije, zdravlje, emocionalni, intelektualni, obitelj i društveni).

Za navedene probleme odredite prioritete (redoslijed po kojem ćete ih rješavati).

Nerješavanje problema je odluka da budemo neuspješni.

Definicija problema

Problem je svako neželjeno stanje.
Problem je sve ono što nas ometa da postignemo željene ciljeve.
Problem je sve ono što nas ne zadovoljava.
Problem je svako negativno stanje. Moguća su sljedeća negativna stanja:
Kašnjenja, nekvalitetno, nedovoljno, nezadovoljstva, neodgovarajuće trošenje resursa (prekomjerno ili premalo).

Polazne osnove za rješavanje problema

1. Problem je prilika za postignuća.
Svako rješavanje problema je uvođenje promjena.

Problemi nas "prisiljavaju" da mijenjamo postojeće stanje i činimo postignuća koja nas vode prema izvrsnosti.

2. Rješavanje problema je vještina koja se uči.
Nema prirodno talentiranih osoba za rješavanje problema.

3. Svaki problem je rješiv.
Rješivost problema ovisi o izboru strategije.
Lakoća rješavanja bilo kojeg problema je u funkciji novonaučenih znanja, vještina i ponašanja u problematici rješavanja problema.

4. Imate problem?
Pa pitajte nekoga za rješenje! Nitko ne zna sve.
Želimo li biti uspješni nije učinkovito i potpuno je iracionalno da sve sami učimo i odradimo.
Koristimo osobe iz svog okruženja i razmjenjujmo znanja i vještine iz problematike rješavanja problema.

5. I mali problem, ako se ne rješava postaje veliki problem.
Odgađanje problema je učestali oblik ponašanja koji dovodi do toga da problem postaje veći, a i do pojave novih problema kao posljedica nerješavanja.
"Sasjeći" problem odmah na početku i u korijenu.

6. Svako rješenje problema, donosi nove probleme.
Posljedica rješavanja jednog problem je da se javljaju novi problemi.
Oni su novi problemi kao posljedica otpora promjenama koje zahtjeva rješavanje problema.

7. Ne odbacujte u alternativnim rješenjima navesti i "nemoguća" rješenja.
Ona često donose najkvalitetnija rješenja.
Neobična rješenja su ona koja dovode do većih postignuća.

8. Otpori tijekom rješavanja problema su očekivani.
Kod rješavanja problema neizostavno se javljaju otpori promjenama: od nas samih pa do svih sudionika rješavanja problema.
Svaki otpor promjenama se može savladati odgovarajućim izborom strategije (načina postizanja ciljeva)

9. Pravilno definiranje problema daje 80% rješenja.
Ako u potpunosti ne definiramo problem, kod njegovog rješavanja otići ćemo u pogrešnom smjeru rješavanja.
Definiranju problema treba posvetiti daleko više vremena nego i samom pronalaženju rješenja.

10. Vještina rješavanja problema je vrhunac ljudskog umijeća.
Učiti na svojim, a prvenstveno na tuđim greškama.
Nemojmo dozvoliti da nam se neki problemi sustavno pojavljuju.

Za svaki navedeni problem definirajte rok za njegovo rješavanje.

2. Svaki problem rješavajte pomoću alata "Rješavanje problema pomoću alata osnovna pitanja".

Zaključak

Sustavno rješavanjeproblema je najvažniji prioritet kako u životu svakog pojedinca tako i svih oblika zajedništva bilo koje vrste i veličine. Ako im se pravilno pristupi – kontinuiranim i sustavnim rješavanjem, problemi su prilika za postignuća.Svako uspješno rješavanje problema je uvođenje promjena koja direktno i indirektno stvaraju nova stanja – bolja od prethodnih.

Neriješeni problemi su ono što nam stoji na putu uspjeha.

Zato rješavanju problema posvetimo dužnu pažnju i svakodnevno ih rješavajmo.

Knjiga "MUI KNJIGA ZA USPJEH"

autora Milana Grkovića

Imate li potrebu i želju da budete uspješniji u:
- osobnoj karijeri,
- profesionalnoj karijeri,
- oblicima zajedništva u kojima djelujete (grupe, organizacije i zajednice)?

Ako je odgovor **"DA"**, nudim vam rješenje koje možete provjeriti bez ikakvog rizika.

Knjiga + pomoć autora knjige (jedinstvena ponuda) vam omogućavaju da se vaši potencijali, želje i potrebe praktično realiziraju.

www.portalalfa.com/mui_knjiga_za_uspjeh

Mobitel: 385 99 280 4210

GREŠKE KOJE RADIMO II.DIO

4 najčešće greške prodavača

Saša Petar

U proteklih dvadesetak godina radio sam s tisućama prodavača. Radeći s njima saznao sam koje su najčešće greške koje rade prodavači, komercijalisti, trgovački putnici, ali i svi koji se na neki drugi način bave prodajom. Na primjer, konobari (koji gostima pomažu da izaberu najbolju kombinaciju hrane i pića), liječnici (koji moraju pacijentima «prodati» terapiju liječenja) ili učitelji (koji nude znanje, dok ga učenici «kupuju»).

Greška 1: premalo osnovnih znanja

Okupite grupu prodavača na pauzi, uz kavu, i slušajte njihov razgovor. Nakon obveznih *žalopojki* o različitim problemima koji ih muče i čine njihove živote *groznima*, razgovor neminovno skreće u područje prodajne strategije. Kako da ispunim kvartalni plan? Kako da prodam dovoljno da zaradim bonus? Hoću li kupcu uspjeti prodati ovo? Hoće li kupac prihvatiti uvjete za ono?

Analizom zaključujemo da se postavljena pitanja, u formama različita, a u suštini ista, mogu svesti na jedno: *Kako prodati i zaraditi?* Pritom je dobro napomenuti da su najočekivaniji odgovori *brzo*, *lako i po mogućnosti, bez većih napora.* Mentalni sklop koji definira samo početno stajalište *Prodavač ima želju*. i završno stajalište *Prodavač je ostvario svoju želju.* ima veliku rupu u sredini. On može zadovoljiti potrebu za određivanjem strategije u obliku odluke *Dođem na tržište, pobijedim konkurenciju, zaradim lovu i idem doma.* Rekli bismo, logična i prihvatljiva strategija. No, još uvijek nešto nedostaje.

Nedostaje rečenica *Koje to aktivnosti, u pojedinim etapama realizacije, moram poduzeti da bih došao do cilja?*

Kad gledate nogometnu ekipu čiji igrači loše dodaju, loše se postavljaju i ne znaju zaustaviti loptu, netočno dodaju i često gube dvoboje, možete očekivati da neće uspješno završiti utakmicu. Rješenje za njihovu bolju igru sigurno nije promjena ili poboljšanje plana igre. Strategija i dalje glasi *dobiti utakmicu, pobijediti suparnika*. Da bi se ostvarila navedena strategija, potreban je niz taktika – operativnih izvršenja osnovnih zadaća na svakoj razini ili u svakoj etapi utakmice.

Tako možemo reći da je njemački nacionalni tim osvojio Svjetsko nogometno prvenstvo 2014. u Brazilu zahvaljujući činjenici da su igrači uradili najviše logičnih, ciljem opravdanih kretanja, dodavanja i udaraca na gol koji su rezultirali njihovom konačnom pobjedom. Shodno tome, najmanje su i griješili. Dodajmo tome i činjenicu da je trener u ekipu na terenu uvijek postavljao igrače koji će manje griješiti od ostalih.

Igrač koji ne zna igrati može slučajno postići zgoditak. Kako kaže stara narodna poslovica, *i ćorava koka zrno nađe*. Ali pitanje je hoće li nakon tog zrna (ili tog zgoditka) naći još koje. Nasuprot tome, igrač koji zna igrati češće će dolaziti u priliku pa je veća vjerojatnost da će postići zgoditak ili svojim suigračima omogućiti da ga postignu. U konačnici, pobjeda ostvarena tim zgoditkom piše se svima. Korist je zajednička.

Stvarni problem pretvaranja strategije (*Želim uspjeti kao prodavač. Planiram ostvariti prodajne planove. Želim uspjeti na tržištu.*) u taktike koje će dovesti do cilja nije u promjeni strategije (*Želim uspjeti kao pomoćni prodavač. Planiram ispuniti barem 90% prodajnih planova. Želim biti dobar na tržištu.*), nego u boljem izvršenju osnovnih zadaća nužnih za ispunjenje početne strategije.

Kako doći do ispunjenja zadane strategije? Kako doći do zadanog cilja? Kada govorimo o prodaji, evo nekoliko pitanja za prodavače, u pojedinim etapama prodaje:

a) Zna li prodavač tko odlučuje o kupnji i tko ima najviše utjecaja na kupca (čak i kad je sam u trgovini, restoranu ili frizerskom salonu)?

b) Je li prodavač stvorio osobni odnos koji može dovesti do povjerenja kupca?

c) Shvaća li prodavač stvarne kupčeve potrebe?

d) Je li rješenje, koje prodavač nudi u obliku proizvoda, dovoljno dobro da se kupac odluči na kupnju?

e) Je li ponuda prodavača uspješno povezana s kupčevim potrebama?

U svim etapama prodaje, potrebno je uspješno taktično izvršenje zadane strategije.

Neki prodavači pogrešno smatraju da je glavni argument zašto se ništa ne može promijeniti činjenica da se kupci razlikuju po regijama, kupovnoj moći, obrazovanju i odgoju i slično. Na primjer, prodavači auto dijelova uvjeravali su ga da su majstori *nemogući* za normalne razgovore o prodaji i da je lakše raditi s ljudima u ministarstvima ili fitnes centrima. Jednostavna vježba pokazala im je da su razlike među kupcima (kada govorimo o prodajnoj komunikaciji), bez obzira na regiju, kupovnu moć ili vrstu proizvoda vrlo male, skoro zanemarive. Što je još gore, druga jednostavna vježba pokaže na kraju da je skoro polovica problema vezano za internu (ne)komunikaciju unutar tvrtke i loše međuljudske odnose, a tek druga polovica problema dolazi zbog neplaćanja, krize na tržištu, jeftine konkurencije i slično.

Drugi prodavači misle da znaju sve. Nije problem ako se radi o sladoledaru, koji pomiješa okuse, pa konačni rezulat ispadne zanimljiva mješavina koju ćete baciti u smeće, no što kada se takav prodavač uhljebi na mjestu premijera ili predsjednika države? Ili, da šteta bude manja, osnuje tvrtku i zaposli isto takve *genijalce* da budu menadžeri? Opet, moje iskustvo s treninga govori da sudionici koji dolaze s menadžerskih pozicija u velikim tvrtkama imaju problem komunikacije s okolinom i u timu, pa na treninge dolaze sa stavom: *Meni ovo ne treba. Ja znam sve o tome.* Zbog dva razloga vam ne smijem reći koliko su loši njihovi rezultati tijekom testiranja na treninzima – kao prvo, radi se o profesionalnoj tajni i, kao drugo, izazvao bih opću paniku među vlasnicima, ali i među podređenim djelatnicima u tvrtkama.

Najčešće se ne radi o pogrešnoj strategiji, već o pogrešno izabranim i provedenim taktikama. Prodavač se mora usredotočiti na izvršenje bazičnih zahtjeva svake etape, a ne očekivati da će cilj biti ispunjen ili da će rješenje doći samo po sebi.

Greška broj 2: nedostatak sklonosti razmišljanju

Dobar prodavač ima prirodnu potrebu biti zaposlen. Njegov je dan ispunjen aktivnostima – kontaktima s kupcima i njihovim narudžbama. Zato dobri prodavači često imaju osjećaj da im je dan prebrzo prošao. Te izvršne aktivnosti dobar su preduvjet za uspješne rezultate, koje ostvaruju osobe željne osobnog uspjeha.

No, kao i svaka ljudska aktivnost, i ova ima onaj problematični dio. Želja prodavača za djelovanjem često nadvlada mudru potrebu da razmisle prije djelovanja. U želji da nešto dobro naprave, često zaboravljaju promisliti kako će to napraviti ili mogu li nešto promijeniti da bi bilo bolje nego prošli put. Ljudi koji rade u operativi (a prodavači to jesu) često zbog usredotočenosti na trenutni zadatak izgube iz vida «široku sliku», okvir unutar kojeg se nalazi i trenutna akcija.

Pitanja poput:

a) Je li to najbolji način da napravim posao?

b) Jesam li se pripremio za ovog kupca?

c) Znam li što želim postići u ovom pojedinom slučaju?

d) Mogu li kupcu ponuditi još nešto?

donose odgovore koji omogućuju efikasnija poboljšanja u prodaji.

Kupci postaju sve zahtjevniji i trebaju im prodavači «široke» pripremljenosti koji ne rade po ranije uhodanom obrascu i koji su pripremljeni za svaki kontakt s kupcima. Takvi prodavači nisu *ciljaj-pucaj* (tzv. *bum-tras-paf*) tip prodavača već *pripremi-provjeri-ciljaj-pričekaj-pucaj* tip prodavača.

Pritom treba napomenuti da ne vidimo ništa loše u rutini i postavljenim obrascima koji donose efektivnost u poslovanju prodavača, jedino predlažemo da se oni dopune dodatnim informacijama koji omogućuju prilagodbu na moguće promjene tog istog obrasca.

Greška broj 3: loša pitanja, slabo slušanje

Zaista nas može osupnuti nedostatak brige za kupca koju često pokazuju prodavači (ako ih tako uopće možemo nazvati). Mnogi prodavači pitanja zamataju u već pripremljene odgovore, jer u bujici njihovih riječi nema mjesta za moguće naznake da bi i kupac nešto htio reći. Netko im je nekada rekao ili primjerom pokazao da je svrha prodaje *izudarati* kupca riječima, da će bolji posao napraviti ako puno pričaju, pa mnogi koriste jezik poput šake, razbijajući njima komunkaciju između kup(a)ca i njih, ostavljajući modrice na kupcima.

Drugi prodavači pitanja uopće ne koriste, praktički ignorirajući najvažniji dio prodajne komunikacije. Kako to izgleda? Otprilike, kao da ste zaronili u more, među ribe. Svaka otvara usta, ali se nikakav zvuk ne čuje.

Što je rezultat prodaje u kojem ne postoje pitanja za kupca ili, u najboljem slučaju, kada prodavač i postavi neko pitanje, ali jasno daje do znanja da ga ne zanima odgovor? Takvi prodavači nikada neće otkriti što se nalazi u onih 75% razloga koji pokreću kupca na kupnju. Zapravo, dobit će samo jedno pitanje: *Koliko to košta?* i samo jedan odgovor: *To je (pre) skupo.* Vjerujte, u takvoj situaciji, loš prodavač koji je nakon takvih grešaka čak spreman platiti kupcu samo da ovaj uzme robu, bit će još uvijek (pre)skup.

Greška broj 4: neinvestiranje u sebe

Ovo je vrlo zanimljiva, ali i šokantna činjenica. Ne više od 5% aktivnih profesionalaca u prodaji investira u svoj razvoj i znanje. To znači da je samo jedan od dvadeset prodavača potrošio svojih (iz vlastitog džepa) 100 kuna godišnje na neku knjigu o umijećima prodaje ili se pretplatio na neki poslovni časopis. Porazna je činjenica također da, ukoliko ga tvrtka nije poslala na prodajni seminar, niti taj jedan prodavač nije se odvažio sam investirati u sebe, svoje znanje i svoje napredovanje (kako na poslu, tako i u životu). Pitajte ljude za koje znate da rade kao profesionalni prodavači jesu li u proteklih godinu dana potrošili barem 100 (svojih) kuna na učenje. Ili barem 15 minuta dnevno (na čitanje članaka o poslu koji rade). Vjerujte, neće vam se svidjeti to što ćete čuti.

Takav stav prodaju čini još jednom od ljudskih aktivnosti u kojoj su ljudi zadovoljni onim što su postigli. Status quo[1] stanje čini ih sretnima. Još kada tome dodamo da većina vlasnika tvrtki i (prodajnih) menadžera smatra da je jedan trening prodajnih vještina u dvije-tri godine dovoljan da njihove ljude pretvori u (vele) majstore prodaje, onda može biti jasno otkuda toliko nezadovoljstvo kupaca. Zašto je tako?

1 Latinski - trenutno stanje.

Osnove internacionalnog pregovaranja – III. dio

Mladen Jančić

Kada govorimo o različitim pristupima u internacionalnom pregovaranju, neophodno je postaviti balans između kulturnih i drugih čimbenika. Iz iskustva znamo da čak i ljudi sa sličnim *backgroundom* mogu imati značajno različite pregovaračke stilove i vrijednosti. Ipak, kada se radi o internacionalnom pregovaranju, skloniji smo poistovjetiti pregovarače sa pregovaračkim stilom zemlje iz koje dolaze ili u koju mi idemo, tj. skloniji smo koristiti stereotipe.

Znanstvenici potvrđuju povezanost između nacionalne kulture, stila pregovaranja i uspjeha. Projekt pod pokroviteljstvom *Northwestern* sveučilišta istražuje vezu između procesa i ishoda, specifično - kako kulturni čimbenici dovode do određenih izbora procesa, koji pak može dovesti do boljih ili lošijih rezultata pregovora. Navedeno istraživanje pokazuje da pregovarači iz SAD-a obično izravnije komuniciraju njihove prioritete nego njihove japanske kolege-pregovarači, što u očima mnogih predstavlja prednost u procesu. S druge strane japanski pregovarači su općenito dobri u pravljenju zaključaka kao i kreiranju opcija za zajedničku dobit.

S druge strane, pregovarači iz Hong Konga i Rusije ne stvaraju toliko dodatne vrijednosti u pregovorima kao američki i japanski pregovarači, a jedan od osnovnih razloga leži u tomu što pregovarači iz Hong Konga često ne dijele dovoljno informacija da bi se tako nešto i desilo, dok se ruski pregovarači oslanjaju previše na taktiku nadmoći (o čemu smo pisali u prethodnom broju kolumne).

Nacionalni stereotipi

Iako su nalazi potvrdili neke poznate nacionalne stereotipe, bila bi pogreška pretpostaviti da tendencija ponašanja grupe pouzdano predviđa i ponašanje pojedinca. Važan doprinos ovog istraživanja je potvrda da kulturne razlike u pregovorima ne ovise o tome gdje je pregovarač rođen, nego što konkretno radi za pregovaračkim stolom - da li je sposoban konstruktivno komunicirati – otkrivajući i interpretirajući informacije. Ta činjenica je puno bitnija nego pregovaračka putovnica. Jedna od mogućih prepreka u internacionalnom pregovaranju je sigurno strani jezik, tj. korištenje prevoditelja (u slučaju da ne govorite savršen engleski). Mnogi će se složiti da je jezik internacionalnog pregovaranja u stvari «izlomljeni» engleski, koji kao takav sa sobom donosi i mnoge zamke. Upravo iz tog razloga rukovoditelji bi trebali posvetiti više pažnje ovoj problematici i to na sljedeće načine:

1. Unajmite vlastitog prevoditelja i učinite taj izbor pažljivo. Osim u slučajevima u kojima je obostrano povjerenje izvjesno (dugoročni partneri npr.), nemojte se oslanjati na drugu stranu da osigura prevoditelja/tumača, osim ako netko iz vašeg tima ne razumije dotični jezik i može provjeriti prijevod.
2. Upoznajte svoj prevoditelja ukratko o prirodi svog posla/načinu rada organizacije prije nego počnu pregovori. Prevoditelji mogu biti stručnjaci u jezicima, ali rijetko će biti stručnjaci u vašem poslu. Kontekst daje riječima njihovo značenje.
3. Budite na oprezu. Neki tumači, zbog osobnih interesa ili ega, pokušat će preuzeti kontrolu nad pregovorima ili im dati poseban akcent. Ovaj mogući rizik dobiva na značenju ukoliko tumač također radi kao posrednik, agent ili poslovni savjetnik.

AngloAdria
MANAGEMENT CONSULTING
Trening programi:
- poslovno pregovaranje
- leadership
- key account management
- prodaja
- osobni razvoj
- train the trainer
Ulica grada Vukovara 284, Poslovni centar Almeria, Zagreb
Informacije: 01 551 0200 ili www.anglo-adria.com

Događaji za pamćenje s **ILIRIJA** potpisom

Koliko li ste samo puta poželjeli pronaći mjesto gdje će vaša događanja dobiti novi smisao, ispuniti svrhu i oduševiti, a uz sebe ćete imati profesionalni tim koji će vam ponuditi apsolutno sve – od ideje do realizacije? Individualnim pristupom, posvećenošću detaljima, kreativnošću i razumijevanjem vaših potreba u mogućnosti smo organizirati događaj točno po vašoj mjeri. Događaj za pamćenje.

Konferencijski centar u Biogradu na Moru mjesto je na kojem se susreću mašta, inovativnost, tradicija i bogati sadržaji. Okruženi morem i borovom šumom hoteli Ilirija, Adriatic i Kornati nude savršen spoj zabave i poslovnog okruženja. Prestižna lokacija na samoj obali, nedaleko stare gradske jezgre pruža idealnu kombinaciju poslovnih obaveza i zadovoljstva. Nevjerojatno bogatstvo sportskih i kulturnih znamenitost, osam tehnički besprijekorno opremljenih dvorana kapaciteta od 30 do 250 osoba, wellness centar, jedinstvena gastronomska ponuda i blizina hotelske marine osigurat će organizaciju događaja sa stilom.

Tražite li nešto uistinu posebno tu su Ražnjevića dvori u mjestu Polača koji nude autentičan povijesni ambijent okružen prirodnim ljepotama. Svaki kutak ovog prekrasnog imanja postaje pozornica za vaše događaje, nudeći kulise i scenografiju koja se ne zaboravlja. Maslinik i vinograd pretvorit ćemo u bajkovito mjesto za vjenčanje, dvor će postati prostor najbolje proslave ili ekskluzivne gala večere, a multifunkcionalne prostorije uređene na tradicionalan način u kamenu i drvu, idealne su za različite namjene, od kulturnih priredbi, prezentacija, promocija do radionica i seminara.

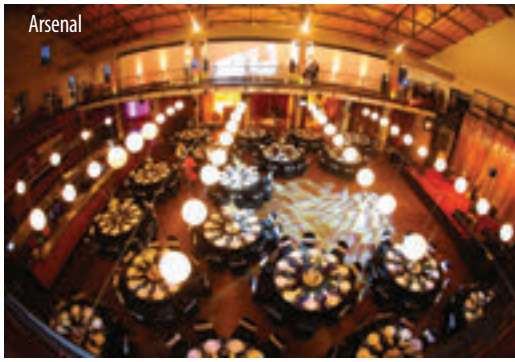
Planirate spektakl za nekoliko stotina uzvanika? Vaše odredište je multifunkcionalni urbani prostor Arsenala u Zadru. Koncipiran kao zatvoreni gradski trg, konferencijski centar površine 1800 četvornih metara, idealno je mjesto različitih poslovnih događanja i evenata. Doza ekskluzivnosti i efekt iznenađenja u spomeniku kulture izgrađenom u 17. stoljeću je zajamčen.

Pripremite se za nezaboravno iskustvo na moru! Na event brodu Nada iskusite čisti luksuz i kombinirajte dobar posao s vrhunskim užitkom. Ploveći kongresni centar kapaciteta za 150 osoba na dvije palube s potpunom konferencijskom audio i vizualnom opremom, najmodernijim lightshowom, promjenjivim postavom stolova i sjedala, ispunjava sve vaše želje - od jedinstvenih poslovnih sastanaka, konferencija, cocktail loungea i disco partyja pa do svečanog prijema s crvenim tepihom, vjenčanja i gala gastronomskog doživljaja. Uz vrhunsku uslugu, ekskluzivnu ponudu barova i restorana i pogledom na jedan od najljepših zalazaka sunca na svijetu vaši sastanci će biti uspješniji, gosti će se osjećati posebno, a vaš događaj će se još dugo pamtiti. Ukoliko i sami želite podijeliti ovo iskustvo više o svemu možete saznati na www.ilirijabiograd.com, putem telefona +38523383556, ili na e-mail sales@ilirijabiograd.com

Ražnjevića dvori

Konferencijska dvorana

Event brod Nada


Arsenal

Loyalty program u hrvatskoj maloprodaji

Svjesni smo da u hrvatskoj maloprodaji vlada velika konkurencija i da je za očekivati kako će u budućnosti doći do sve većeg zaoštravanja konkurencije. Osim potrebe za udruživanjem i okrupnjavanjem trgovci su suočeni sa smanjivanjem marži, fluktuacijom kupaca prema onom trgovcu koji u datom trenutku nudi najpovoljniju robu. Cjenovna motiviranost u krizi je bez premca, pa stoga trgovcima postaje sve teže ostvariti prodajne ciljeve, doseći planirani prihod i povećati tržišni udjel.

Branko Pavlović

U posljednjih nekoliko godina pojavio se vrlo mali broj novih maloprodajnih lanaca u RH , za razliku od dinamike u razdoblju prije nastupanja ekonomsko-gospdarske krize. No, to ujedno i ne znači da konkurencija među trgovcima nije sve jača. Sve prodornije oglašavanje i promotivne aktivnosti na jačanju maloprodajnih brandova i robnih marki (jačanje marketinga trgovine) pokazuje da je njihova moć u odnosu na proizvođače nacionalnih marki neprestano raste (marketing u trgovini). Pored toga, u uvjetima slabe kupovne moći, snažan cjenovni pritisak značajno doprinosi jačanju konkurencije unutar i među maloprodajnim formatima. Brend maloprodavača (*retailer's brand; sales brand*) u takovom kontekstu predstavljaju jedan od najvrijednijih oblika neopipljive imovine. Brendiranje je postalo posebno važno u maloprodaji za postizanje konkurentnosti, za percepciju kupaca, za stvaranje imidža trgovine i za stvaranje lojalnih kupaca. Ona maloprodajna tvrtka ostavlja najbolji dojam, znači da je uspjela kapitalizira-

ti maloprodajni brend kao fenomen koji kupci nagrađuju. Stoga gradnja *loyality* programa, u ovakvom okruženju sve više dobiva na značenju- jer nema marketinga trgovine, dakle brenda trgovine bez zadovoljnih – lojalnih kupaca. Ovakvo okruženje natjeralo je trgovce ne samo na razmišljanje o nužnosti programa poticanja vjernosti, o metodama, koje se koriste u programu vjernosti, ali još više o njihovim učincima u situaciji kada zbog krize kupcu puno važnije dobiti što nižu cijenu a ne vezivati se za neku konkretnu maloprodajnu tvrtku.

Kako je sve počelo

Era programa vjernosti započela je koncem 1970 godine, kao koncept darivanja nagradnih milja od strane avioprijevozničke kompanije. Veliki uspjeh koji je ova kompanija polučila rezultiralo je kopiranjem od strane konkurencije da bi se na kraju proširio na razne grane uslužnih djelatnosti diljem svijeta, a u maloprodaja je novi trend vrlo brzo usvojila. Tako je prva *loyalty* kartica nekog trgovačkog lanca bila „Home base Send and Save Card„ koju je 1982. godine lansirao *Sainsbury's*. U nas smo na ove programe ipak trebali pričekati . Tako su u nas prvi sustavi nagrađivanja zaživljeli početkom 2000. godine, i od tada su se postupno razvijali od ručnog unošenja podataka pa sve do modernih sustava koji bilježe i analiziraju svaku pojedinačnu kupnju svakog kupca. Praksa je pokazala da oko 70 % potrošača u RH sudjeluje u programima vjernosti i skupljajući bodove povećavaju vrijednost svoje redovne kupnje i /ili povećava broj svojih kupnji u trgovinama s posebnom ponudom.

Loyalty programi imaju za cilj omogućiti dodanu vrijednost kupcima te smanjiti efekt podijeljene lojalnosti (*store switching)*. Oni su bogat izvor informacija o kupcu koji trgovcu omogućavaju da bolje upozna svog kupca te u konačnici optimizira svoju ponudu u skladu s profitima kupaca. No, još uvijek , mnoge se rasprave vode o dugoročnoj održivosti i profitabilnosti programa lojalnosti na FMCG tržištu kojega karakteriziraju niski profiti. Ovakav model nagrađivanja naizgled nije financijski izdašan i može se tumačiti tek kao znak zahvalnosti kupcima. Ali, on je mnogo više jer program lojalnosti koji ponudu prilagođavaju svakom kupcu pojedinačno imaju dvostruki benefit; kupac može koristit bonuse lojalnosti na preferiranom brandovima i proizvodima, a trgovac dobiva zadovoljnog kupca te ga bolje upoznaje kroz njegove opetovane kupovine i prilagođava buduću ponudu. S druge strane, za trgovce koji ne koriste podatke o vlasnicima programa lojalnosti , program lojalnosti je skup program. Programi lojalnosti vrijedniji su tržišnim liderima nego sljedbenicima, izazivačima ili nišerima. Budući da lider ima najviše kupaca samim time posjeduje i informacijsku prednost pred konkurentima. U kontekstu podjeljene lojalnosti (*store switching)* nitko ne očekuje da kupac koji posjeduje karticu lojalnosti jednog trgovca kupuje isključivo kod njega. Često kupac koristi kartice lojalnosti više trgovaca, ali to ne znači da je time dovedena u pitanje isplativosti programa, jer svaki kupac ima preferiranog trgovca kod kojeg traži više i kojem je lojalniji u odnosu na druge.

Kako zadržati kupca

Brojni su činitelji od utjecaja na kupčevu odluku što kupiti, koliko kupiti, kada kupiti kod koga kupiti i gdje kupiti. Cijena kao činitelj u brojnim istraživanjima utjecaja različitih činitelja na kupčevu odluku i kupovinu zauzima najčešće prvo mjesto. To se događa i u zemljama s značajno većom kupovnom moći stanovništva u odnosu na kupovnu moć stanovništva u RH. Višegodišnja kriza je utjecala na ponašanje kupčeve tržišne pozicije i njegovih mogućnosti; a što je za posljedicu imalo porast potrošačke racionalnosti u odnosu na dobivene vrijednosti za utrošeni novac. Posljedica spomenutog je da su prodajni formati koji su u poslovnu politiku stavili naglasak na nižu cijenu najmanje osjetili posljedice kupčeve pogoršane pozicije. Bilo koji aspekt trgovčevog rezultata u svojoj podlozi ima kupca, izuzetno teško je poslovati i opstajati u okolnostima stagnacije i pada broja kupaca. Kada se kupci odluče kupovati nastoji ih se ZADRŽATI. Kako biti uvjerljiv u pokušaju privlačenja novih kupaca, ako trgovac nije u stanju ZADRŽATI postojeće kupce? Pokazalo se da je značajno teže – skuplje, odnosno da treba uložiti značajno više truda da bi se pridobilo novog kupca nego ZADRŽALO postojećeg. Navode se različiti čindbenci, iznalaze različiti načini kako ZADRŽATI postojećeg kupca i kako privoljeti postojećeg kupca da kupuje više, kako privući nove kupce koji su posljedica rasta broja kupaca, te kako pridobiti kupce koji iskazuju odanost konkurenciji. Jedan od njih i to značajniji je program lojalnosti.

Stoga je postalo uobičajeno da se u maloprodaji prakticira program lojalnosti kako bi se ZADRŽALO postojećeg kupca, odnosno kako bi ga se privoljelo da i slijedeći put, trajnije, dugoročnije kupuje i troši u tgovini kod nas. Rijetki su kupci koji ne raspolažu s većim brojem programa lojalnosti (kartica) različitih ponuđača roba i usluga. Takva situacija tjera ne samo trgovce već i kupce na novi pristup procesu svečanog čina kupnje i novom mjerenju istog programima lojalnosti. Kako je u takvom okruženju – programu vjernosti primarno ZADRŽAVNJE kupaca nužno je usvojiti strategiju koja to omogućava. To su minimalno četiri pravca djelovanja (po *Buttle*u: *Costumer Relationship Managment 2009.*):

1. strategija kontinuiranog oduševljavanja kupaca
2. strategija povećanja percipirane vrijednosti
3. strategija vezanje ili izgradnja osjećaja odnosa
4. strategija izgradnja osjećaja obveze na strani kupca.

Svaki od ovih pravaca maloprodaja u suglasju sa svojom marketing filozofijom poslovanja primjenjuje određenu strategiju.

Strategiju oduševljenja primjenjuje onda kada nastoji širim asortimanom , višom razinom usluge premašiti očekivanja kupaca, dakle nastoji izgraditi prodajni oblik koji će kupcu pružiti iskustvo znatno iznad očekivanja, tako da kupac poželi doći i sljedeći put , kako bi opet doživio taj pozitivni doživljaj.

Strategijom percepcije o većoj vrijednosti kod kupaca se postiže dojam da za novac zapravo dobiva više u odnosu na konkurentske trgovce. Tri su temeljna načela na kojima maloprodaja podiže razinu percepcije (percipirane vrijednosti): programi vjernosti; klubovi potrošača, tehnike za unapređenje maloprodaje.

zašto čitam poslovni savjetnik .com

U vašim rubrikama uvijek mi je zanimljivo pročitati iskustva poduzetnika, prilike i probleme s kojima se susrećemo te na taj način graditi smjernice za nove programe HAMAG-BICRO-a. Rado komuniciramo naše aktualne natječaje kroz Poslovni savjetnik budući na taj način ciljano dopiremo do poduzetnika kojima su naši programi ključni za unaprjeđenje poslovanja

Darko Liović, predsjednik Uprave HAMAG-BICRO-a

Strategija vezivanja potrošača u suštini je orijentirano na dugoročne odnose , koji se temelje na vrlo intenzivnoj komunikaciji između maloprodaje i pojedinog kupca, kupac se nastoji vezati tako da dugi period izgrađuje povjerenje i prednosti kako bi se eliminirale nesigurnosti i neizvjesnodti u predviđanju potrošnje.

Konačno privrženost potrošača postignuta je onda kada se je kod kupaca razvija osjećaj obveze ili češće stvarne obveze da u određenim razdobljima ponavlja svoju kupnju **(Strategija izgradnja osjećaja obveze)**.

Danas većina trgovaca na tržištu primjenjuje neki od oblika programa vjernosti. Naši trgovci su prepoznali važnost programa lojalnosti , svjesni da da jedino dugoročnim ulaganjem u razvoj te upoznavanjem kupaca i njihovih potreba mogu ZADRŽATI postojeće i privući nove kupce. *Loyality* programi su izuzetno raširen, a sobzirom na to neki trgovci indirektno uključuju i podatke cijelih obitelji, može se zaključiti da nema kupca koji nije uključen u barem jedan od programa. Zavisno od funkcionalnosti *loyality* sustava, ideje samog trgovca i načina implementacije kupac ostvaruje korist. U suštini svaki *loyalty* sustav počiva na„DOGOVORU" između trgovca i kupca. Pored povećanja prihoda kroz prodaju kao glavnu korist uvođenja programi vjernosti trgovcima služe i kao osnova za bolje planiranje nabave im odnosa prema dobavljačima, gdje također mogu profitirati ishodujući bolje dobavne uvjete i to upravo na osnovu rezultata i trendova potrošnje koju prate kroz program vjernosti. Te informacije u naprednijim programima vjernosti mogu pratiti i na razini pojedinog proizvoda, što trgovcima iznimno pomaže i kod formiranja asortimana nudeći kupcima baš one proizvode koje trebaju.

Hrvatska iskustva

Na našem tržištu maloprodaje možemo pronaći slijedeće vrste programa vjernosti:

- program vjernosti koji se temelji na kartici vjernosti (*loyalty kartica)* gdje se njenim predočenjem ostvaruju određeni /najčešće/ fiksni popusti. U tom konceptu nema povratne sprege, te se za program vjernosti ne mogu izvesti egzaktni podaci i parametri uspješnosti, već se učinnci prate pauušalnim ocjenama uspoređujući prihode prije uvođenja programa vjernosti i nakon uvođenja programa vjernosti. Ovim se konceptom poslužuju manji i srednji trgovci u svim djelatnostima maloprodaje.

- program vjernosti koji su integrirani u same poslove i IT sustave (ERP,POS aplikacije). U ovom konceptu se mogu kvalitetno voditi parametri i praćenje navika kupaca, kao i viših marketinških aktivnosti po pitanju gdje se kupac obavještavao i poticao ponovne i akcijske kupnje, kroz različite marketinške kanale (mailing, SMS-marketing, mobilni marketing itd)

- programi vjernosti koji se nalaze na mobilnim platformama i /ili na vlastitoj infrastrukturi. Ovaj koncept iziskuje, pored izdavanja kartice vjernosti vođenje zasebne infrastrukture /dodati terminal, čitač i /ili tablet i sl./ putem kojeg se potom provode programa vjernosti. U zadnje vrijeme se na tržištu mogu identificirati mobilne aplikacije programa vjernosti (*interent of things*) gdje se neke od njih služe samo samo kao agregat za pohranu kartice vjernosti u obliku slike, dok naprednija mobilna rješenja omogućuju da kupci svoje popuste pobrajaju kroz mobilne aplikacije te ih nakanadno iskorištavaju prilikom slijedeće kupnje. Trenuntnoi se za najmodernije programe vjernosti smatraju oni koji povezuju *on line* i *off line* svijet, odnosno *web shopove* i fizičke trgovine i gdje se prate aktivnosti i bonusi koje kupac oba koncepta ostvaruje te shodno tome vrše marketinške i ine aktivnosti. Svjestan svoje važnosti kupac je postao „diktator" i prema njegovim željama, navikama i stvarnim potrebama mora biti ustrojena čitava organizacija trgovca, od radnog vremena, osoblja, preko asortimana i cijena u ponudi do dodatrnih usluga koje se nude uz klasičnu prodaju. Kupac makisimalno koristi takav status i prihvaća onaj program vjernosti koji mu u konačnici daje povoljniju kupovinu. Jedan od posebno uspješnih proimjera na našem tržištu je program *MultiPlusCard*, višekratno nagrađivan u okviru *Loyality Awords programa*. Ove nagrade potvrđuju veliku popularnost programa vjernosti, koalicijskih partnera Konzum, Zagrebačka banka, Allianz, Hrvatski telekom, Tisak, Atlas i Kozmo uz ovaj program vjernosti izuzetno uspješan je i *dm*-ov program lojalnosti.

Motivi implementacije *loyalty* sustava kod nas i u svijetu su jednaki i svakom trgovcu predstavljaju ogroman izazov, bilo da je riječ o organizacijskom, tehničkom ili financijskom aspektu. No, povrat na inicijalno ulaganje je gotovo sigurno pa se i sve veći broj lokalnihi regionalnih trgovačkih lanaca interesira o mogućnostima implementacije *loyalty* programa u svoje poslovanje. Tomu u prilog ide i sve veća aktivnost domaćih IT tvrtki koje na tržištu nude cjenovno i tehnološki prihvatljiva rješenja za manje trgovce tako da implementacija *loyalty* sustava više nije rezervirana samo za velike lance. Radilo se o malim ili velikim , pristup je gotovo identičan te se konstantno mora raditi na primjeni novih tehnologija kako bi se ponuda približila kupcu - noviji primjeri su *loyalty* aplikacije za pametne telefone. Uočljiv je napredak koji još ni približno nije dostigao svoj maksimum je i masovno uključivanje društvenih mreža u unapređenju odnosa s kupcima. Pokazalo se i pokazuje se da primjena informacijskih sustava u maloprodaji također omogućuje diferencijaciju na konkurentskom polju te da je MIS (*marketing informacijski sustav*) postao sve vredniji izvor za vođenje maloprodajne strategije, te da u potpunosti živi maksimalno kako se mjenjaju naši kupci tako se mjenjamo i mi.

Iz domaćih tvrtki jednoglasno ističu kako programi vjernosti kod naših trgovačkih lanaca konceptualno i tehnološki ne zaostaju za svijetskim trendovima koji polako ali sigurno migriraju s kartica vjernosti na mobilne platforme (PBZ –card model). Naše tržište programa vjernosti dodatno je potaknuto dugotrajnom financijskom krizom pa je logično da se trgovci još više trude privući, ZADRŽATI i potaknuti svakog potencijalnog kupca. Svatko iz maloprodaje će se složiti da je danas kupac kralj.

FXLider – Vaš most na svjetskom financijskom tržištu

FXLider ima ugovor o promociji Fortrade servisa za trgovanje i platforme. Fortrade Ltd je autoriziran i reguliran u Ujedinjenom Kraljevstvu od strane FCA (Financial Conduct Authority) pod licencom broj 609970.

Naš svijet se mijenja. Kako tehnologija napreduje, tako financijska tržišta evoluiraju. Od fizičkih burzi, do *on line* platformi za trgovanje. Tehnološki napredak omogućio je da svakodnevne prilike za investiranje postanu dostupne svima. U samom srcu ove financijske revolucije nalazi se svjetsko financijsko tržište, s dnevnim obujmom trgovanja od 5 trilijuna dolara. Specijalizirana za trgovanje valutama, robama, indeksima i dionicama najvećih svjetskih kompanija, FXLider je uveo promjene u financijsku industriju regije i postao regionalni lider u *on line* trgovanju.

Stalna podrška klijentima

Sa preko 50 financijskih stručnjaka uključujući i tim od 15 stručnjaka iz Hrvatske, FXLider pruža svakodnevnu podršku svojim klijentima iz sedam zemalja regije, na pet jezika. Svim trgovcima, kako početnicima tako i iskusnim investitorima, osigurana je besplatna edukacija kroz *on line* predavanja, seminare u glavnim gradovima regije, video edukaciju i *one-on-one* treninge sa stručnjacima.

Suvremeno trgovačko okruženje

FXLider investitorima nudi suvremeno okruženje za trgovanje i omogućava im pristup svjetskom financijskom tržištu putem najmodernijih platformi prilagođenih svim *desktop* i *smart* uređajima. Na taj način investitori mogu trgovati bilo kada i bilo gdje, 24 sata dnevno, 5 dana u tjednu, s preko 150 instrumenata za trgovanje.

Instrumenti za trgovanje

FXLider-ov *portfolio* od preko 150 instrumenata za trgovanje, trgovcima pruža svakodnevne prilike za investiranje:

- Valute – EUR/USD, USD/HRK, GBP/USD, USD/JPY, USD/CHF…
- Robe – Zlato, Nafta , Srebro, Bakar, Kukuruz, Pšenica…
- Akcije – Google, Twitter, Facebook, Microsoft, Apple, Yahoo, Alibaba…
- Indeksi – S&P500, Dow Jones, Nasdaq, DAX30, Nikkei 225, FTSE100…

Sigurnost

Transakcije na platformama se izvršavaju trenutno. Oko 99.5% transakcija se izvršava u roku od nekoliko milisekundi, čime je omogućeno sigurno trgovačko okruženje. Fondovi klijenata su sigurni i sigurno deponirani na pod-račune u jednoj od najvećih svjetskih banaka – *Barclays Bank* u Londonu. Uz FCA licencu i kompletnu zaštitu regulatornog sistema, investitorima su osigurani 100% transparentni uvjeti trgovanja.

Uključite se u trgovanje na svjetskom financijskom tržištu. Posjetite www.fxlider.com i otvorite probni demo račun i li kontaktirajte FXLider podršku na telefon +385 1 777 6985 ili putem e-maila podrska@fxlider.com za svu neophodnu pomoć.

PROMO

NAJVIŠE INTERESA ZA KLASIČNU ŠTEDNJU U STRANOJ VALUTI

Više od dvije trećine Hrvata redovito štedi i to u prosjeku 457 kuna na mjesec, pokazuju istraživanja. Nekoliko je različitih oblika i načina štednje: dobrovoljni mirovinski fondovi, investicijski fondovi, životno osiguranje, stambena štednja i drugi specifični proizvodi na financijskom tržištu. Vrsta štednje ovisi o mogućnostima i potrebama, a prije ulaganja preporučuje se i izrada financijskog plana.

Iako se štednja vezuje uz banke, mnogi štede i u stambenim štedionicama, putem ulaganja u osiguravajuća društva, ulaganjem u investicijske fondove, štednjom u mirovinskim društvima. Štednja ovisi o razvoju gospodarstva, što je izravno povezano sa standardom građana.

Štednja, kao financijski proizvod, prepoznat je od strane građana kao siguran oblik ulaganja gdje se ulaže u razne oblike štednje, a prinosi se povećaju uz određenu prosječnu kamatnu stopu. **Ivona Mijatović Dautović**, direktorica TATA grupe i portala mojbankar.hr kaže kako je danas svaki oblik štednje isplativ, a najbitnije je znati za što štedjeti kako bi se mogao izabrati pravi oblik štednje: za kupnju vozila, rješavanje stambenog pitanja, za mirovinu ili za život... "Gledajući kamate na štednje u odnosu na ostale, najisplativija je dječja štednja. Ako je cilj rješavanje stambenog pitanja, onda je najbolji oblik stambena štednja i gotovo jedina mogućnost kupnje stana uz fiksnu kamatnu stopu od 2.99 do 6.65% godišnje. Za sve one koji žele malo rizika, najbolji su investicijski fondovi", objašnjava Mijatović Dautović te dodaje kako su kamate na štednju niske i svako malo padaju, ali u svakom slučaju bolje je štedjeti i na izdvojeni novac dobiti prinos. S obzirom na niske kamatne stope i na uvedene poreze na oročenja, Mijatović Dautović savjetuje ulaganje, iako je rizičnije, ali je profitabilnije. Ulaganja ne moraju biti u rizične fondove, već mogu biti i ulaganja u životno osiguranje ili u treći mirovinski stup.

Prednjači klasična štednja

Rezultati istraživanja o navikama štednje u Hrvatskoj koje je u rujnu prošle godine na uzorku od 500 ispitanika provela agencija IMAS za potrebe Erste grupe, pokazuju da gotovo 70% građana Hrvatske redovito štedi i pritom mjesečno u prosjeku izdvajaju 457 kuna, što je 15 kuna više nego što su štedjeli tijekom 2013. Najveći broj ljudi, gotovo svaki drugi građanin Hrvatske, odlučuje se na klasičnu štednju, a potom slijede životna osiguranja, stambene štedionice, dobrovoljna mirovinska štednja i investicijski fondovi. Velika većina štednju smatra važnom, čak njih 76%, i to neovisno o dobi. Za ispitanike je najvažniji aspekt štednje mogućnost da u svakom trenutku na jednostavan način pristupe svom novcu, dok je drugi po važnosti nizak rizik. Kao primarni motiv štednje građani navode potrebu stvaranja adekvatnog financijskog zaleđa u slučaju iznenadnih situacija. Nakon toga slijede stvaranje zaliha za „stare dane" te potreba manje ili veće kupnje, odnosno renoviranja. Dio građana motiviran je za štednju kako bi si „kasnije mogao nešto priuštiti", a nakon toga

kao motiv za štednju ističe se želja za putovanjima.

Prema posljednjim podacima **Hrvatske narodne banke** iz svibnja ove godine, hrvatska su kućanstva imala 165,7 milijardi kuna štednih i oročenih depozita, od čega se 86% odnosilo na devizne depozite (141,8 milijardi kuna), a tek 12% na kunske. Većinu štednje (87%) čine oročeni depoziti, od čega je čak 109,4 milijarde (76% svih oročenih depozita) u eurima ili vezano valutnom klauzulom uz euro. Ostale valute su zastupljene tek u marginalnim iznosima (prva slijedeća valuta nakon eura je američki dolar uz koji je vezano tek 8,7 milijardi kuna oročenih depozita ili oko 6% svih oročenih depozita kućanstava).

Iako ne raspolažu točnim podacima o vidovima štednje, iz **Hrvatske gospodarske komore** naglašavaju kako je razvidno da je klasičan oblik štednje kroz depozite u poslovnim bankama najzastupljeniji oblik štednje hrvatskih građana. Hrvatski građani u bankama tradicionalno štede u stranoj valuti, primarno u eurima, iako su pasivne kamatne stope poslovnih banaka na štednju u domaćoj valuti nešto više (kamatna stopa na dugoročne kunske depozite iznosi 3,09%, a na dugoročne devizne depozite u euru ili vezano uz euro 2,36%). To je povezano s povijesnim nasljeđem (emigracija na rad u Njemačku u drugom dijelu prošlog stoljeća, uslijed čega značajni transferi tadašnjih njemačkih maraka u Hrvatsku), ali i sjećanjem na razdoblja hiperinflacije kada je erodirala vrijednost domaće valute, u koju se povjerenje u suštini nikada nije uspjelo u potpunosti rehabilitirati, objašnjavaju iz HGK.

Banke nude različite „štedne" proizvode. Osim tradicionalne štednje, odnosno oročene štednje, značaj rast zabilježen je u ulaganju u stambene štedionice i investicijske fondove, te ostale oblike osiguranja.

Oporezivanje kamate na štednju

Stambena štednja jedna je od najpopularnijih i najisplativijih oblika štednje uz osigurana državna poticajna sredstva. Vladinom Odlukom o iznosu državnih poticajnih sredstava za stambenu štednju prikupljenu u 2015. godini utvrđeno je kako državna poticajna sredstva za stambenu štednju prikupljenu u 2015. godini iznose 4,9% na iznos uplaćene štednje, što bi maksimalno po stambenom štediši značilo oko 245 kuna.

Zakonom o izmjenama i dopunama Zakona o porezu na dohodak svi primici po osnovi kamata koji su ostvareni u poreznom razdoblju smatraju se dohotkom od kapitala te se na njih obračunavaju i plaćaju porez i prirez. Tako građani koji imaju uštedevinu u bankama, od 1. siječnja 2015. godine plaćaju porez na kamate na štednju po stopi od 12%, a visina stope prireza ovisi o prebivalištu vlasnika depozita.

Od ukupnog broja štediša, prema podacima **Ministarstva financija**, 50 tisuća građana ima ukupno 10 milijardi eura štednje i oni godišnje zarade 2,3 milijarde kuna kamata, na koje do sada nisu plaćali nikakav porez. Prosječno bi porez na kamatu na štednju od 50 tisuća kuna bio približno 140 kuna, a na uštedenih 100 tisuća kuna godišnje će se platiti

Akcijske kamatne stope KENTBANKE

Banke su u Hrvatskoj u ponudi za svoje klijente osigurale različite vrste štednje, ali i investiranja u vrijednosne papire, fondove i slično. Još uvijek u Hrvatskoj oročena štednja slovi kao najpopularniji oblik štednje i investiranja. I klijenti, ali i same banke radi sigurnosti te disperzije rizika skloni su odabiru upravo te opcije kod donošenja odluke „što sa viškom novčanih sredstava".

KentBank već dugi niz godina njeguje dobre odnose sa svojim štedišama koji se temelje na uzajamnom povjerenju i mogu se pohvaliti jednim kontinuitetom uspješnosti upravo u tom segmentu poslovanja. Lojalnost i povjerenje su najvažniji svakom štediši kod odabira poslovne banke. KentBank je za svoje postojeće štediše, ali i za sve nove potencijalne klijente, u toku ljetnih mjeseci pripremila Akcijske kamatne stope na oročene depozite građana. Kamatne stope u sklopu spomenute akcije sežu i do 3,30% godišnje.

Bitno je naglasiti kako je u banci KentBank kamatna stopa na oročeni depozit FIKSNA za cijelo vrijeme trajanja ugovorene ročnosti. Klijenti su posebno zadovoljni korištenjem multivalutnog računa koji je jedan račun za sve valute, a uz koji je vezan njihov oročeni depozit.

KentBank nastoji privući što više kvalitetnih i bonitetnih poslovnih subjekata, potaknuti ih na štednju i zadržavanje što više sredstava na računu – ponudom fleksibilnih a vista depozita te na taj način ostvariti i dodatni platni promet.

Kamatna stopa na depozite pravnih osoba diferencira se obzirom na ročnost depozita i profitabilnost posla, odnosno ukupnu kontribuciju prihodima Banke određenog klijenta, a sukladno Odluci o kamatnim stopama Banke ili posebnoj Odluci Uprave Banke. Sredstva klijenti mogu oročiti u kunama bez valutne klauzule ili u devizi, a oročenje se može ugovoriti uz automatsko produženje roka oročenja ili prijenos na a vista.

Ugovor o oročenim sredstvima može se sklopiti u svakoj Poslovnici Banke. Kao posljedica trenutne nepovoljne situacije u financijskom sektoru, te općenito visoku nelikvidnost na tržištu, nije lako privući nove depozite, iako to istovremeno ne znači i manji interes za ovom vrstom proizvoda.

oko 350 kuna poreza. Bankarski stručnjaci izračunali su kako se na ušteđenih 10 tisuća kuna uz kamatu od 2,5% na godinu dana zaradi 250 kuna i na to plati 30 kuna poreza. Na 50 tisuća kuna i 1.250 kuna dobiti, porez bi iznosio 150 kuna.

Porez i prirez plaćaju se na sve primitke od kamata na kunsku i deviznu oročenu štednju. Kamate po osnovi tekućih, žiroračuna, deviznih i ostalih transakcijskih računa te a vista štednja (štedne knjižice) ne podliježu oporezivanju.

Osiguranje depozita

Država osigurava depozite vjerovnika u svakoj banci, štednoj banci i stambenoj štedionici do uključivo visine od 100.000 eura u kunskoj protuvrijednosti, prema srednjem tečaju Hrvatske narodne banke važećem na dan nastupa osiguranog slučaja, neovisno o broju bankovnih računa, visini sredstava po njima, valuti i mjestu gdje se ti bankovni računi vode. Osiguranje provodi **Državna agencija za osiguranje štednih uloga i sanaciju banaka**. Osiguranje depozita je sustav koji omogućava građanima, malim poduzetnicima i neprofitnim organizacijama da u slučaju propasti kreditne institucije brzo i jednostavno dođu do iznosa sredstava koje su imali u toj kreditnoj instituciji, kako ne bi morali prolaziti kroz dugotrajni stečajni postupak. Kada HNB donese rješenje o nedostupnosti depozita, aktivira se sustav osiguranja depozita i Agencija preuzima obvezu isplate obeštećenja deponentima. Prema podacima Agencije, udio osiguranih depozita u ukupnim depozitima iz godine u godinu raste. Od ukupno 291,8 milijardi kuna depozita u hrvatskim kreditnim institucijama na dan 31. prosinca 2013. godine, njih 166,9 milijardi je osigurano. Čak 156,7 milijardi osiguranih depozita odnosi se na građane, 8,7 milijardi na male poduzetnike i 1,6 milijardi na neprofitne organizacije.

U saborskoj proceduri je konačni prijedlog Zakona o osiguranju depozita po hitnom postupku, jer se ovaj Zakon donosi radi usklađivanja zakonodavstva Republike Hrvatske s pravnom stečevinom Europske unije. U Saboru je i Prijedlog zakona o izmjeni Zakona o stambenoj štednji i državnom poticanju stambene štednje kojim se uvodi varijabilni postotak državnih poticajnih sredstava po uzoru na praksu nekih država članica Europske unije.

Marina Kilić

NOVA KNJIGA ZA SPORTSKE UDRUGE i SPORTAŠE!

240,00 kuna

IZ SADRŽAJA KNJIGE IZDVAJAMO:

- **Oporezivanje dohotka sportaša i plaćanje doprinosa**
- **Oporezivanje sportaša prema međunarodnim ugovorima o izbjegavanju dvostrukog oporezivanja i plaćanje doprinosa**
- **Sportska dionička društva, sportske udruge i sportaši u sustavu PDV-a**
- **Osobe koje nisu redovni porezni obveznici i koji su registrirani samo za potrebe PDV-a**
- **Plaćanje PDV-a na sportska događanja**
- **Oporezivanje transfera sportaša**
- **Sportska dionička društva, sportaši i sportske udruge u sustavu poreza na dobit**

Cijena: 240,00 kn / Broj strana: 280 / Autor: Milivoj Friganović

Narudžbenica

Naziv: _____

Ime i prezime: _____

Adresa: _____

Tel./Fax: _____

e-mail: _____

☐ Da, želim naručiti knjigu **OPOREZIVANJE SPORTAŠA, SPORTSKIH UDRUGA I DRUGIH OSOBA U SPORTU** po jediničnoj cijeni od 240,00 kn

Potpis i pečat:

Ispunjenu narudžbenicu molimo dostaviti na fax 01/48 36 099 ili na e mail: info@udruga.hr

Više informacija možete dobiti na broju telefona 01/4921-742

INTERNA KOMUNIKACIJA
– krvotok i preduvjet uspjeha tvrtke

Interna komunikacija se često uspoređuje s krvotokom tvrtke, tj. uvjetom bez kojeg se ne može. Ukoliko interna komunikacija nije kvalitetna, ona postaje opasnom prijetnjom tvrtki koju može rastaviti na sastavne dijelove. Dobra i/li loša interna komunikacija bitno utječe na onu eksternu s vanjskim klijentima – suradnicima, dobavljačima, kupcima/ korisnicima/ gostima, te u konačnici na organizacijsku učinkovitost. Stoga, interna komunikacija zavređuje da joj se posveti više truda i pažnje.

Marija Novak Ištok

Riječ o vještini koja se može i treba stalno usavršavati**.** Zbog te važnosti, ta je tema obrađena kroz radionicu na nedavno održanoj 7. Konferenciji poslovnih tajnica/ka, administrativnih djelatnica/ka i voditeljica/a ureda.

Zbog čega sve interno komuniciramo?

Brojni su razlozi zbog kojih interno komuniciramo. Prije svega to činimo zbog razmjene informacija koje su neophodne da bi se radni procesi uopće mogli odvijati. Slijedeći razlog je smanjenje nejasnoća i nesigurnosti vezanih uz neki zajednički projekt ili predmet na kojem timski radimo. U prilog tome idu i teorije o razvoju govora koji je bio, a i danas je, neophodan alat za učinkovito obavljanje složenijih radnih poduhvata. Jedan od razloga, za komunikaciju unutar tvrtke ili ustanove je i dobivanje neophodnih povratnih informacija, tzv. feebacka o obavljenom poslu, poslanoj informaciji ili kvaliteti nekog završenog posla. Kao društvena bića, interno komuniciramo i zbog potrebe za društvom s ciljem stvaranja bolje timske atmosfere, što je preduvjet timske komunikacije, a samim time i timskog rada.

Unutar tvrtke komuniciramo u raznim smjerovima: horizontalno, na istoj razini s kolegama, suradnicima unutar tvrtke; vertikalno prema višim hijerarhijskim razinama - s nadređenima; vertikalno prema nižim hijerarhijskim razinama - s podređenima i bočno s djelatnicima drugih odjela u tvrtki ili ustanovi bez neposredne hijerarhijske nadređenosti ili podređenosti. Neovisno o smjeru komunikacije unutar tvrtke ili ustanove, ključna je njena kvaliteta jer se interna komunikacija značajno odražava na eksternu s vanjskim klijentima - suradnicima, dobavljačima, kupcima/ korisnicima/ gostima, te u konačnici na kompletnu organizacijsku učinkovitost. No, interna komunikacija je nerijetko poremećena, tj. sudionici u toj komunikaciji nailaze na brojne prepreke i to na svim razinama.

Prepreke u horizontalnoj komunikaciji (na istoj hijerarhijskoj razini)

Funkcija interne horizontalne komunikacije je ubrzanje protoka informacija, bolje razumijevanje, rješavanje teškoća, bolja koordinacija, razmjena ideja, inovacija…

Interna se komunikacija na toj ravnopravnoj razini najčešće odvija u obliku: formalnih i neformalnih razgovora, sastanaka, internog dopisivanja, izvještaja… Kvalitetna interna horizontalna komunikacija daje djelatnicima osjećaj uzajamnosti, društvene i emocional-

KVALITETNIJI.
FLEKSIBILNIJI.
BRŽI.
Telekom za Vašu tvrtku
Metronet®
0800 82 28 www.metronet.hr

ne potpore i tako bitno podiže razinu njihove učinkovitosti. No, nije uvijek tako, jer je ta komunikacija (pre)često suzdržana, tj. mnogi djelatnici se uopće ne trude proslijediti poruku, nerijetko je necjelovita zbog filtriranja informacija, a zbog rivaliteta među djelatnicima dolazi i do manipuliranja informacijama. Zbog svega navedenog dolazi do iskrivljavanje informacija, tj. glasina. Postoje brojni tipovi suradnika na istoj razini s kojima je teško surađivati poput: sveznalice, ljubomorka, žrtve, gunđala, blefera, sabotera, brbljavca, napadača, zaslužnog za sve, koji ne zna reći „ne"…

U sklopu nedavne edukacije na **7. Nacionalnoj konferenciji poslovnih tajnica/ika, voditelja ureda i administrativnih djelatnika,** održana je i radionica na temu prepreka uspješnoj internoj komunikaciji. U grupnoj interakciji, sudionice su kao najveće prepreke u komunikaciji na istoj razini, istaknule previše indirektnog komuniciranja, tj. prenošenja poruke pri čemu se događaju i smetnje tipa „pokvareni telefon". Time dolazi do iskrivljavanja originalne poruke. Nerijetko je cilj tog iskrivljavanja, prebacivanje odgovornosti na druge članove tima. Kao jednu od prepreka, sudionice te radionice, su navele i familijarnost. Ona također potiče iskrivljavanje informacija i njihovo kanaliziranje u smjeru „povlaštenih" osoba (ako su informacije pozitivne), odnosno u nekom drugom smjeru/ prema drugoj osobi (ako su informacije negativne). Zbog familijarnosti, također, nerijetko dolazi do neodgovarajuće podjele radnih zadataka. To ukazuje na nedostatak odgovornosti koju su sudionice također navele kao prepreku dobroj i zdravoj internoj komunikaciji na istoj razini.

Prepreke u vertikalnoj komunikaciji s nadređenima

Vertikalna komunikacija podrazumijeva različite rangove i odvija se u dva smjera – odozdo prema gore, tzv. uzlazna komunikacija od nižeg ranga prema višem i odozgo prema dolje, tzv.silazna komunikacija od višeg ranga prema nižem. Vertikalna komunikacija je upravo zbog te razlike u (hijerarhijskim) rangovima, složenija od horizontalne.

Komunikacija s nadređenima podrazumijeva davanje/ primanje naloga, uputa, informacija, objašnjenja itd. Pri tome su ključno važni načini i stilovi komuniciranja koji značajno utječu na motivaciju djelatnika.

Najčešći tipovi nadređenih su: šutljivi, preopterećeni, agresivni, demotivator, autokrat, nadređeni s pomanjkanjem sposobnosti vođenja, nadređeni koji nas ne simpatizira, koji ne prihvaća prijedloge…Najčešće zamjerke nadređenima koje imaju podređeni (u ovom slučaju poslovne tajnice…) su: premalo informacija ili opterećivanje nepotrebnim informacijama, nepravovremeno informiranje, prebacivanje odgovornosti za svoje greške na podređene (najčešće poslovnu tajnicu/ voditeljicu ureda), nepoštivanje rokova i prekratki rokovi, nepovjerenje, premalo pohvala i motivacije…Sudionice radionice su kao jednu od prepreka navele nedovoljnu stručnost i znanje nadređenih što je čest slučaj kod novih rukovoditelja. Nekvalitetno delegiranje, je također, navedeno kao prepreka, a ono se često susreće kod tipa nadređenih s pomanjkanjem sposobnosti vođenja. Neprepoznavanje ili neodgovarajuće određivanje prioriteta je također ocjenjeno kao prepreka kvalitetnoj internoj komunikaciji. U radionici su također istaknute prepreke poput različitih mišljenja (npr.kod tipa nadređenih koji ne prihvaćaju prijedloge), nejasnih zahtjeva i manjkavih informacija (npr. kod tipa tzv. šutljivih nadređenih)…

Kao što podređeni (npr. poslovne tajnice/i) nailaze na prepreke u vertikalnoj uzlaznoj komunikaciji prema nadređenima, tako se prepreke javljaju i u suprotnom pravcu - u vertikalnoj silaznoj komunikaciji od nadređenih prema podređenima (npr. poslovnoj tajnici/ ku). Najčešće prepreke u tom smjeru su: nesamostalnost, neprepoznavanje prioriteta, površnost, nemotiviranost, neinformiranost, nedosljednost, nepoštivanje rokova…

Bočna komunikacija je nadopuna vertikalnoj uzlaznoj i silaznoj komunikaciji te podrazumijeva horizontalno komuniciranje među djelatnicima raznih odjela iste tvrtke ili ustanove. Ovaj, najmanje korišten kanal internog komuniciranja uključuje dijagonalno komuniciranje na različitim organizacijskim razinama koje nisu u neposrednom hijerarhijskom odnosu. I kod bočnih komunikacija su moguće prepreke jer njeni sudionici različito tumače i doživljavaju razlike u hijerarhijskim rangovima. Tu su, zatim, i neposredni nadređeni, pa se često postavljaju pitanja nadređenosti u konkretnom projektu/ zadatku i timu.

„Formula" za izbjegavanje prepreka u internoj komunikaciji:

- Otvoreni razgovor sa suradnicima, kolegama
- Nuditi pomoć kako bismo je mogli i očekivati (Daj i dobit ćeš/ Give and get)
- Biti empatičan – pokušati razumjeti druge
- Davatii tražiti povratne informacije – dobro i loše
- Podržavati suradnike i kolege na sastancima
- Poticati suradnike na pomoć kolegama/ timski duh
- (Preis)pitati sebe kakvi smo mi kolege – kako nas vide drugi/ snage i slabosti
- Kvalitetno/ aktivno slušati suradnike, kolege
- Ohrabrivati, a ne omalovažavati
- Poštovati načela tolerancije, slobode, ravnopravnosti, diskrecije…

Prepreke u komunikaciji s vanjskim klijentima

Neovisno s mjeru komuniciranja, učinkovitost interne komunikacije bitno utječe na kvalitetu komunikacije s vanjskim klijentima – suradnicima, dobavljačima, kupcima/ korisnicima/ gostima, te u konačnici na organizacijsku učinkovitost.

To je osviješteno i u radionici čije su sudionice navele slijedeće teškoće u eksternoj komunikaciji: nejasnoća u izražavanju, premalo informacija od strane klijenta, nedovoljno poznavanje stručne terminologije, interne/ osobne teškoće (prezasićenost, umor…), strah u osobnoj komunikaciji (licem u lice), teškoće koje uzrokuje klijent, tj. njegova „krivica", nestrpljivost…Kako je vanjski klijent razlog našeg postojanja i, zbog toga; uvijek viši rang, trebalo bi tako s njim i komunicirati u skladu s porukom američke stručnjakinje za zadovoljstvo klijenata J.Barlow: *Iako ne možete uvijek zadovoljiti sve klijente – nikada to nemojte prestati pokušavati!*

zašto čitam poslovni savjetnik .com

Magazin Poslovni savjetnik vrlo rado čitam od samih početaka i mogu reći da je jedan od najboljih izvora informacija za svakog poduzetnika ili managera. Kvaliteta sadržaja, način na koji obrađujete pojedine teme iz svijeta poduzetništva i savjetodavnih tekstova vezanih uz zakonske propise i regulative razlog su zbog kojih pročitam svaki broj Poslovnog savjetnika.

Edin Mehulić, dipl.ing.geod.
direktor Edinkom d.o.o.

BERNARDA
KREVETI I MADRACI

Innovations by Bernarda

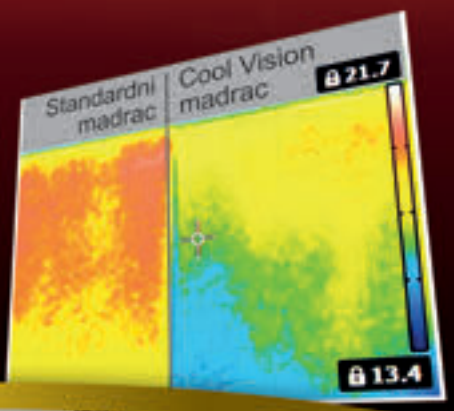
Coolvision
by BERNARDA

hladi kada se stvari zagrijavaju

jedinstveni inovativni madrac za novu dimenziju ugodnog spavanja i odmora

Zlatna medalja za inovaciju na 43. međunarodnom sajmu inovacija u Ženevi 2015. godine

Zahvaljujući visokotehnološkim materijalima COOL VISION madrac u dodiru s toplom vlagom iz tijela efikasno hladi čime stvara ugodnu klimu spavanja. Istovremeno, otpuštajući hladnu vlagu, djeluje regenerativno i osvježavajuće



Termička snimka razlike u reakcijama Cool Vision madraca i standardnog madraca na vlagu povećane temperature.

- inovativni individualno prilagođeni kreveti i madraci u veličinama prema želji
- visokokvalitetni kreveti i madraci za hotele, pansione, apartmane
- kutne garniture, pomoćni ležajevi za dom, apartman, hotel...
- vrhunski ergonomski antibakterijski jastuci
- dječji antibakterijski madraci
- medicinski antidekubitalni madraci i jastuci
- krevetni sustavi za plovila

BERNARDA
KREVETI I MADRACI

Čakovečka 136A, Pušćine - Nedelišće • tel: 040 895 300 • www.bernarda.hr

WESTIN MERIDIEN Radisson InterContinental Marriott HYATT Hilton RENAISSANCE Sheraton STEIGENBERGER CROWNE PLAZA MÖVENPICK

Svaki detalj je bitan – sa zahtjevom za jednostavnošću

Glavna zadaća hotela je da svojim gostima pruži što nezaboravnije trenutke, udobnost i da se gosti osjećaju što ugodnije, kao kod kuće. Zbog toga se kod uređenja i opremanja hotela posvećuje dodatna pozornost i pazi se na svaki detalj, od namještaja, posteljine, zavjesa i dekora, rasvjetnih tijela, boja i uzoraka, do odabira materijala koji se koriste u hotelu. Kako zbog trendova, tako i zbog troškova uređenja, hotelski prostori teže u jednu ruku jednostavnosti, a u drugi funkcionalnosti.

Postoji propisana standardizacija hotela, odnosno njihova kategorizacija koja podrazumijeva osnovnu i dodatnu opremu, odnosno sadržaj. Načini primjene standardizacije su različiti i ovise o ekonomskim mogućnostima, investitoru, podneblju, tradiciji, projektantu i drugim okolnostima. Razina kvalitete uređenja i opreme određena je kategorijom objekta. Veća kategorija, odnosno zvjezdica podrazumijeva bolju kvalitetu. Glavne razlike, u tom pogledu, odnose se na kvalitetu upotrijebljenog materijala, površine, broj i vrstu opreme i usluge dostupne gostu. Tako je kvaliteta materijala u stalnom porastu i omogućava dobar ugođaj i održavanje, a površine, osobito smještajnih jedinica, imaju tendenciju rasta, doznajemo iz Ministarstva turizma.

STANDARDIZACIJA PROSTORA

"Europa i Europska Unija nemaju jedinstvene standarde hotela i načine njihove provjere (kategorizacija). Neke od njih imaju obveznu kategorizaciju na državnoj razini kao uvjet za poslovanje (Hrvatska), a druge izbornu kategorizaciju u kojoj pružatelj usluga sam odlučuje i dobrovoljno traži državnu kategorizaciju za koju mora ispuniti određene standarde te time stječe pravo na isticanje table za označavanje vrste i kategorije s potpisom institucije koja stoji iza toga. Osobito važna, osim državne, je standardizacija prostora, opreme, procesa i postupaka koju provode hotelski lanci kao svoju poslovnu tajnu, međutim s određenim problemom. Svi standardi su na visokoj razini, ali toliko unificirani da ne prepoznaju specifičnosti pojedine države ili odredišta. Tako dolazimo do pojma „Indigo" hotela", objašnjavanja **Željko Cvrtila**, načelnik sektora za standarde u turizmu iz Ministarstva turizma. Dodaje kako je sve prisutniji trend u standardima integracija i prožimanje unutarnjeg i vanjskog prostora preko velikih staklenih površina i terasa s puno prirodnog svjetla. U unutrašnjosti objekta želi se postići prostornost i fluidnost prostora koji „teče" sa što manje prepreka. Konačni cilj standardizacije je omogućiti sigurnost i funkcionalnost te udobnost sukladno kategoriji.

TEHNOLOGIJA JE KLJUČNI ELEMENT

Moderna tehnologija je omogućila razvoj novih materijala, na prvi pogled identičnih prirodnima (kamen, drvo) koji, međutim, mogu biti znatno skuplji, ali osjetljiviji i samim time teži za održavanje. Materijali koji se primjenjuju u hotelskom dizajnu, trebaju imati veliku otpornost. **Una Barac**, direktorica Scott Brownrigg arhitektonskog biroa u Zagrebu specijaliziranog za dizajn hotela kaže kako je tehnologija danas postala ključni element u projektiranju hotela.

"Suvremeni gosti žele spojiti svoje vlastite elektronske uređaje na audio i video sustav u sobama. Sve to, zajedno sa energetski učinkovitim sustavima grijanja i hlađenja, kao i štednom rasvjetom sačinjava sustav inteligentne sobe. Što se tiče noviteta u samom dizajnu hotelskih interijera, trodimenzionalne, reljefne tapete su se definitivno pokazale kao jedan od uspješnih novijih trendova. Iako u usporedbi sa običnim tapetama to može djelovati kao skuplja varijanta, trodimenzionalne tapete mogu zamijeniti potrebu za klasičnim umjetničkim radovima", navodi Barac.

U projektiranju hotela primjetan je povratak većim javnim prostorima, gdje lobi hotela postaje centralno mjesto susreta za goste hotela preuzimajući nove funkcije, kao što su neformalni sastanci, mjesto za čitanje ili pak kutak za igranje.

Kod opremanja i uređenja hotela potrebno je uzeti u obzir ekonomske, ekološke i tehnološke prednosti uporabe drva za kvalitetnu prezentaciju proizvoda u hotelima, jer osim estetskih učinaka opremanja treba voditi računa i o energetski učinkovitoj gradnji u kojoj se itekako gleda kakvi se materijali ugrađuju.

"Postoje velike mogućnosti za veće korištenje modernog namještaja, posebice od drva pri projektiranju hotela i javnih objekata. Nikola Radeljković iz Grupe Numen, koji je i član Hrvatskog drvnog klastera, zastupa tezu da je za dobar dizajn potrebno teme-

Kod opreme za uređenje hotelskog prostora bitne su i druge karakteristike osim kvalitete i estetike proizvoda, kao što su lakoća održavanja, otpornost i sigurnost uporabe. Pri izboru opreme na prvom je mjestu praktičnost i ekonomičnost.

ljito definirati projektni zadatak te mobilizirati kvalitetne proizvođače koji su u stanju proizvesti kvalitetnu opremu", dodaje **Marijan Kavran**, direktor Hrvatskog drvnog klastera, napominjući kako namještaj ima značajnu ulogu u kreiranju ukupne poruke prema korisniku hotela: "S namještajem se komunicira pa postoje dobre pretpostavke za implementaciju provjerenog dizajna. Drvoprerađivački sektor želi predstaviti najbolju praksu, novitete, trendove, inovacije i tehnološka rješenja bazirane na drvu i namijenjene opremanju objekata u hotelijerstvu".

DOBAR KREVET I MADRAC

Najvažnije je dobro urediti sobe uz profesionalnu pomoć projektanta i dizajnera interijera. Naizgled osnovne stvari su jako važne svakom gostu: udoban krevet i dobar tuš u kupaonici, što nije prvenstveno stvar dizajna, ali jest dobre ergonomije i općenitog iskustva gosta, za koje se dobar arhitekt mora pobrinuti.

Krevet je jako važan dio u svakoj hotelskoj sobi, jer udoban i kvalitetan krevet pruža gostu odmor. Međunarodni standardi izrade ležajeva u hotelima su 210x100 i 210x180 cm.

Tvrtka BERNARDA iz Nedelišća proizvodi krevete i madrace koji opremaju hotele i poznate hotelske lance u Hrvatskoj i inozemstvu zahvaljujući visokoj kvaliteti i modernom dizajnu, kao i dogovorenom roku isporuke. Njihovi najprodavaniji proizvodi su kreveti „Savoy" i madrac „Luxima TFK". "U trendu su žive boje geometrijskih uzoraka i apstraktne forme. No bez obzira na trend, dosta naših kupaca ostaje kod izbora kreveta prema vlastitom ukusu, jer uzorci stvaraju opuštenji dojam hotelske ili spavaće sobe. Dakle, trend dopušta kreativnost svima, sve je dozvoljeno", napominje gđa **Bernarda Cecelja**, direktorica-vlasnica tvrtke BERNARDA d.o.o.

Za što potpuniji dojam, na krevetima se često nalaze dekorativni prekrivači za kreveta i jastuci, a koji dopuštaju poigravanje bojama, oblicima i uzorcima. Ukrasni jastuci svojim dezenima i tekstilom mogu biti jednostavan i efikasan način usklađivanja boja u prostoru. Uz krevet i madrac, bitna je fina i lijepa posteljina. Vrlo je bitno da je posteljina visoke kvalitete, od bijelog mako satena ili visokokvalitetnog lana, a zbog čestog pranja i održavanja. Ako se želi posvetiti veća pozornost detaljima, tada se na posteljini mogu dodati čipke ili vezovi za bogatiji izgled.

KVALITETNA RASVJETA

Danas se svjetleće diode, tzv. LED rasvjeta, koriste za gotovo sva polja primjene gdje je potrebna rasvjeta. Iz Hrvatskog društva za rasvjetu upozoravaju na prednosti svjetleće diode u odnosu na ostale izvore umjetnog svjetla, a kao što su prilagodljivost namjeni, veliki raspon boja svjetla i nijansi bijelog svjetla koje emitiraju, visoka svjetlosna efikasnost svjetiljke, niska potrošnja električne energije, dugovječnost i jednostavno recikliranje. Gdje su hotelski prostori većinom relativno niski, gosti intenzivno osjećaju toplinu iz svjetiljaka u stropu. Ta neugoda je u potpunosti izbjegnuta uporabom LED tehnologije. "Javni prostori hotela, mjesta su koja funkcioniraju 24 sata na dan, gdje se uporabom LED tehnologije ostvaruju znatne uštede u odnosu na klasične izvore svjetla. Osim primarnih ušteda, bilježe se i znatne uštede u strojarskom sektoru, odnosno klimatizaciji. Svjetleće diode ne emitiraju toplinu, jer svjetlo kojega daju ne sadrži IR komponentu (kao niti UV), za razliku od svih drugih izvora svjetla", napominje **Ranko Skansi**, predsjednik društva.

Dodatna tehnička oprema u modrenom uređenom hotelskom prostoru ne odskače od općeg stila uređenja i lako se uklapa s ostalom opremom.

OSTALI NE MANJE VAŽNI DETALJI

U kupaonici, osim sanitarija i sve modernijih hidromasažnih kada i tuš kabina, ne smije se zaboraviti na kvalitetne ručnike. Zbog svakodnevnog pranja, kvalitetniji su ručnici isplativiji s posebnim tehnikama tkanja, a koji imaju bolju moć upijanja i duže traju. Keramičke pločice omogućuju jednostavnije čišćenje i održavanje kupaonica. Trendovi u uređenju ukazuju i na keramičke pločice koje dizajnom imitiraju, ali i pružaju toplinu drvenih površina zahvaljujuću podnom grijanju.

Zavjese i dekori dio su cjelokupnog hotelskog stila, bilo u obliku panela ili rolo zavjesa. Popularan je minimalizam, koji znači nabrane rolete i panelne sisteme. Bitno je da je prostor uređen skladno i da djeluje harmonično. U slučaju naglašene dekoracije, koristi se kombinacija uzoraka i boja, a minimalni stil podrazumijeva sav dekor u istim ili sličnim tonovima i bojama, ili u različitim bojama, ali bez uzoraka. Klasične zavjese s naborima mogu izgledati i moderno i klasično, što ovisi o dezenu i materijalu.

U hotelskim restoranima česti su ili klasični bijeli stolnjaci s kombiniranim detaljima, ili trakasti nadstolnjaci u svim bojama koji djelomično pokrivaju stolove. Od materijala je preporučljiv damast, materijal koji osigurava duži vijek trajanja stolnjaka.

Marina Kilić

ZEMLJANI TONOVI SU SIGURAN ODABIR, JER PRUŽAJU OSJEĆAJ PRIRODNOSTI, UGODE, OPUŠTENOSTI I TOPLINE.

Prilagodljivo
Geberit tuš kanalice mogu biti postavljane bilo gdje, te se mogu prilagoditi točnoj veličini prostora za tuširanje.

ČISTO I PRIVLAČNO

GEBERIT CleanLine tuš kanalice za tuševe u ravni poda

Za mnoge ljude, otvoreni prostor za tuširanje s elegantnom tuš kanalicom od nehrđajućeg čelika jednostavno predstavlja zlatni standard. Geberit CleanLine tuš kanalice sada nude inovativno rješenje koje uz to zadovoljava sve zahtjeve čistoće i higijene.

Ako ste već prije čistili uobičajenu tuš kanalicu, znat ćete koliko se prljavštine može skupiti ispod poklopca. Nove Geberit tuš kanalice nude idealno rješenje za ovaj nehigijenski problem jer nema skrivenih rubova i kutova na mjestima koja je teško dosegnuti. Nadalje, mali poklopac sifona s češljem za hvatanje kose može se ukloniti i očistiti u kratkom vremenu.

Zbog svojih mogućnosti za lako postavljanje, ako je to potrebno, Geberit CleanLine tuš kanalice jednako je lako ugraditi neposredno uz zid. Što je najbolje, tuš kanalice od brušenog nehrđajućeg čelika mogu se izrezati na način da precizno odgovaraju veličini prostora za tuširanje. Jednom kada je ugrađena, tuš kanalica djeluje kao otvoreni profil u kojem se voda skuplja i istječe do sifona.

Geberit CleanLine tuš kanalice mogu se pohvaliti tehnologijom brtvljenja i ugradnje koja je precizno osmišljena do najmanjeg detalja, što ih čini jednako laganima za ugradnju kao i obične podne odvode. Stoga, vlasnici zgrada, kao i vlasnici kuća, mogu biti sigurni da pod njihove tuš kabine nudi trajnu otpornost protiv curenja.

Više podataka i slika dostupno je na **www.geberit.hr**.

Higijenski
Geberit CleanLine tuš kanalice mogu se temeljito očistiti u kratkom vremenu.

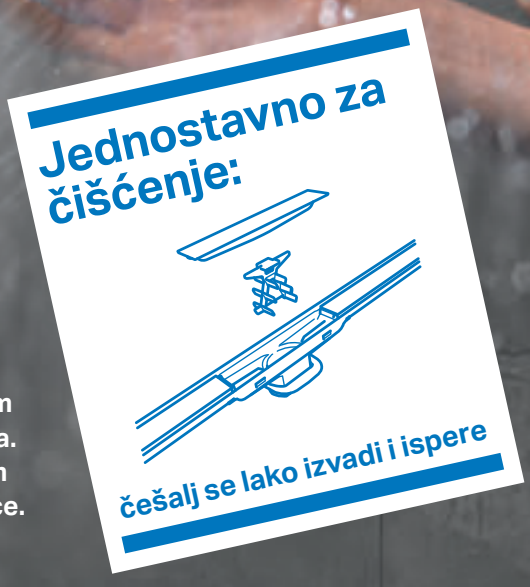
Dobro promišljeno
Letva za sabiranje vode ima umetak s češljem koji učinkovito zadržava kosu i ostale nečistoće kako bi spriječio začepljenje odvoda.

PROMO

Tuš odvod Geberit CleanLine

GEBERIT

Jedno-stavno čisto.



Novi podni tuš odvod s Geberit CleanLine kanalicom udovoljava najvišim zahtjevima higijene. Optimizirani odvod spriječava nakupljanje nečistoća. Inovativni češalj skuplja sve nečistoće, jednostavno se očisti pod mlazom vode, zahvaljujući pokrovu koji se lako skida, a nalazi se na sredini kanalice. Jednostavno čisto – jednostavno lijepo.

→ **www.geberit.hr**

ODGOVARA:
Nataša Rupčić

ORGANIZACIJSKO UČENJE KAO NAČIN ORGANIZACIJSKOG RAZVOJA

PITANJE: *U poslovanju nailazimo na niz problema, nepredvidivih situacija i okolnosti. Tada se javljaju konflikti, odnosno razlike u poimanju prirode okolnosti. Tenzije rastu i prelaze na osobnu razinu, a organizacijski problemi se ne rješavaju. Što bismo mogli poduzeti da razvoj organizacije usmjerimo prema naprijed?*

I.V., Zagreb

ODGOVOR: Budući da se problemi često pretvaraju u disfunkcionalne konflikte, potrebno je uvesti referentni okvir kako bi se spriječilo njihovo transformiranje na štetnu osobnu razinu te se pospješio razvoj organizacije. U tome vam može pomoći primjena postavki organizacijskog učenja. Na taj način moguće je ujediniti zaposlenike oko zajedničke vizije i misije te ih potaknuti na kolektivno sjecanje spoznaja i znanja kako unaprijediti organizacijski razvoj.

Organizacijsko učenje jednostrukom petljom djeluje kao klasični način kontrole povratnom vezom. Informacije o ostvarenju nekog rezultata uspoređuju se s planovima. Pritom se precizno može utvrditi jesu li ciljevi ostvareni ili nisu. Razlike između članova organizacije mogu se javiti oko percepcije mogućnosti njihova ostvarenja, kao i okolnostima koje su dovele do sadašnjih rezultata. No, primjenom organizacijskog učenja jednostrukom petljom mogući konflikti se mogu pretvoriti u konstruktivnu snagu budući da se napori pojedinaca usmjeravaju prema traženju načina kako pospješiti ostvarivanje ciljeva u idućem razdoblju. Pritom se primjenjuje metoda pokušaja i pogrešaka, preispituju se ranija rješenja i njihova primjerenost u novim okolnostima te traže moguća rješenja u organizacijskoj bazi znanja, ali i u okruženju.

U situaciji učenja jednostrukom petljom radi se o timskom ispravljanju pogrešaka koje se javljaju pri realizaciji zacrtanih ciljeva. Ovaj proces se stoga manifestira kao proces konsolidacije, pri čemu se ne mijenjaju ciljevi, politike, a niti pretpostavke koje se nalaze u njihovoj suštini. Ovaj tip djelovanja odnosi se na traženja načina kako se prilagoditi okruženju. Pritom se na osnovi novih dizajniranih rješenja neprestano događaju mala unaprjeđenja rada poduzeća.

No, ponekad se može ustanoviti da je odstupanje između ostvarenog rezultata i postavljenih ciljeva i planova preveliko, a nikakva korekcija ne može osigurati ostvarivanje boljih rezultata. Tada se može dogoditi da količina konflikata eskalira i pretvori se u sukobe na osobnoj razini, a rad organizacije se značajno usporava. Napore pojedinaca je tada potrebno usmjeriti u kolektivno sagledavanje pretpostavki samog djelovanja, odnosno postavljenih ciljeva. Spoznaja potrebe mijenjanja ciljeva i temeljnih pretpostavka suština je procesa organizacijskog učenja dvostrukom petljom. Umjesto jačanja razornih konflikata članovi organizacije mogu zajedničkim promišljanjem i dijalogom zaključiti da su prethodno postavljeni ciljevi postali ograničavajući, da su se temeljili na nekoj pretpostavci ili perspektivi koja se izmijenila ili izgubila na važnosti te da se pojavila nova perspektiva čijem razvoju treba težiti. Tako proces učenja dvostrukom petljom rezultira nizom spoznaja koje se prevode u nove ciljeve, politike, strategije i taktike.

No, i ovaj proces nekad nije od koristi. Organizacija se može naći u situaciji da je nerazmjer između planiranog i ostvarenog vrlo velik, a članovi organizacije ne mogu identificirati neku novu perspektivu kojom se može realizirati postavljena misija. Tada je mogućnost pojave konflikata najveća, a njihova snaga može biti razorna te izazvati odlazak ključnih pojedinaca pa čak i stečaj. Tada potencijal konflikta treba kanalizirati prema procesu učenja trostrukom petljom. Drugim riječima, članove organizacije treba potaknuti na postavljanje pitanja koja se tiču konteksta i suštine djelovanja poduzeća poput ovih: U kojem smo mi poslu? Tko su naši kupci, a tko nisu? Što je to što radimo najbolje? Kakav je naš odnos s ključnim interesno-utjecajnim skupinama? Zatim se pokreće proces učenja koje će rezultirati odgovorima na ova pitanja. Na osnovi zajedničkog učenja i dijaloga članovi organizacije mogu zaključiti da je potrebno promijeniti suštinu djelovanja, odnosno misiju poduzeća. Tako umjesto raspada rada poduzeća potaknutog eskalacijom konflikata zbog uočenih disfunkcionalnosti može doći do promjene organizacijskog usmjerenja, odnosno misije koja će ponovno osigurati prosperitet.

poslovni® savjetnik .com
CENTRALNI POSLOVNI PORTAL
www.poslovni-savjetnik.com

pratite nas
NA DRUŠTVENIM MREŽAMA
PoslovniSavjetnikFan
@PoslovniS
LinkedIn
poslovnisavjetnik

Poslovna ideja dolaziuz prave savjete - ma gdje bili!

SAVRŠENE KONFERENCIJE U SREDIŠTU ZAGREBA

Uvjerite se u dugogodišnju kvalitetu i tradiciju te organizirajte Vašu sljedeću konferenciju ili kongres u hotelu The Westin Zagreb.

Poseban konferencijski paket po cijeni od 395,00 kn po osobi uključuje najam dvorane, gratis WiFi, AV tehniku, kavu dobrodošlice te ručak.

Cijena paketa se odnosi na konferencije za minimalno 20 ljudi.

ZA VISE INFORMACIJA I REZERVACIJE MOLIMO KONTAKTIRAJTE:
RESERVATIONS@WESTINZAGREB.COM ILI TELEFON: +385.1.4892. 000
ILI POSJETITE WWW.HOTELWESTINZAGREB.COM

THE WESTIN
ZAGREB

spg Starwood Preferred Guest

LE MERIDIEN aloft THE LUXURY COLLECTION WESTIN FOUR POINTS
element Sheraton ST REGIS W HOTELS

©2015 Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc. All Rights Reserved. SPG, Preferred Guest, Aloft, Element, Four Points, Le Méridien, Sheraton, St. Regis, The Luxury Collection, W, Westin and their logos are the trademarks of Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Inc., or its affiliates. For full terms & conditions visit westin.com/zagreb

STRUČNJACI odgovaraju

ODGOVARA:
Daniel Sever

OBVEZA OBJAVE PRAVILNIKA O RADU

PITANJE: *Mora li Pravilnik o radu konstantno biti izvješen na oglasnoj ploči poslodavca?*

Z.G., Slavonski brod

ODGOVOR: Poslodavac koji zapošljava najmanje dvadeset radnika dužan je donijeti i objaviti pravilnik o radu kojim se uređuju plaće, organizacija rada, postupak i mjere za zaštitu dostojanstva radnika te mjere zaštite od diskriminacije i druga pitanja važna za radnike.

Temeljem članka 27. stavka 5. Zakona o radu (»Narodne novine« broj 93/14) ministar rada i mirovinskoga sustava imao je obvezu donijeti i donio je PRAVILNIK O NAČINU OBJAVE PRAVILNIKA O RADU (Narodne novine broj 146/14.) koji jasno propisuje način objave Pravilnika o radu i koji je trenutno na snazi.

Prije svega, Pravilnik o radu se sukladno čl. 4. Pravilnika o načinu objave pravilnika o radu mora objaviti na način da bude dostupan na uvid radnicima i izložen na vidljivom mjestu u prostorijama u kojima oni redovito borave tijekom radnog dana. Međutim, sukladno stavku 2. istoga članka, te sukladno članku 6. Pravilnika o načinu objave pravilnika o radu, poslodavac može Pravilnik o radu učiniti dostupnim radnicima i na drugi način: njegovom objavom na internim mrežnim stranicama, odnosno dostavom radniku na zahtjev radnika, dostavom elektroničkom poštom, određivanjem osobe kod koje radnici tijekom radnog vremena uvijek mogu dobiti Pravilnik o radu na uvid. Dakle, bitno je učiniti Pravilnik o radu uvijek dostupnim radnicima, a više je zakonski dopuštenih načina na koji će poslodavac to realizirati.

SMJENSKI RAD I OBVEZA POVEĆANJA PLAĆE

PITANJE: *Ako jedan dio djelatnosti firme podliježe smjenskom radu (radni dan od 09-20h), da li smo dužni prema zakonu o radu u pravilniku o radu radniku osigurati povećanje za X% vrijednost njegovih odrađenih sati u drugoj smjeni?*

Š.L., Korčula

ODGOVOR: Za otežane uvjete rada, prekovremeni i noćni rad te za rad nedjeljom, blagdanom ili nekim drugim danom za koji je zakonom određeno da se ne radi, radnik ima pravo na povećanu plaću, a tako propisuje i članak 94. Zakona o radu (Narodne novine br. 93/14.).

Prethodno navedena obveza posebice postoji u konkretnom slučaju jer iz predmetnog pitanja proizlazi kako samo dio radnika podliježe smjenskom radu, te taj dio radnika u korelaciji sa ostalim radnicima poslodavca ima i stvarno teže uvjete rada, pa je povećana plaća za taj dio radnika i stvarno, a ne samo zakonski opravdana u odnosu na ostale radnike koji kod poslodavca ne rade u smjenskom radu.

Inače, povećanje plaće za smjenski rad u praksi iznosi u pravilu 10% na osnovnu plaću u većini Pravilnika o radu i kolektivnih ugovora koji reguliraju tu materiju, pa stoga niti ne predstavlja (pre)veliki izdatak za poslodavca, a dodatno ipak u određenoj mjeri motivira radnike da žele ostati raditi u smjenskom načinu rada iako su u nepogodnijem položaju u odnosu na radnike koji ne rade u smjenskom radu.

PRETPLATITE SE NA ČASOPIS Udruga.hr

SPECIJALIZIRANI ČASOPIS ZA UDRUGE!

8 brojeva godišnje!

Za predsjednike udruga i odgovorne osobe!

✓PRAKTIČNO
✓RAZUMLJIVO ✓STRUČNO
✓SAVJETI
✓PROPISI ✓KAZNE
✓INFORMACIJE

Tel. za pretplatu: **01/4921742** i **01/4921737**
www.udruga.hr

NARUDŽBENICA kojom se pretplaćujem na časopis Udruga.hr (8 brojeva) po cijeni od **295,00** kn (PDV uključen u cijenu)

Naziv udruge: _____

OIB: _____

Odgovorna osoba: _____

Adresa, grad: _____

Tel.: _____

E-mail: _____

Fax: _____

Pečat i potpis odgovorne osobe:

Molimo ispunjenu narudžbenicu pošaljite na fax: 01/4836099 ili e-mail: pretplata@udruga.hr

Bosch u cijelom svijetu.
Inovativna rješenja za bolju kvalitetu života.

Kao međunarodni predvodnik u tehnologiji i uslugama Bosch predano radi na poboljšanju kvalitete života. Upravo zbog toga, Bosch i upošljava više od 360 000 ljudi, ulaže više od 4,5 milijardi eura godišnje u istraživanje i razvoj i prijavljuje više od 5000 patenata godišnje. Rezultati toga su inovativni Boschevi proizvodi i rješenja koji imaju nešto zajedničko: svaki dan ljudske živote čine malo boljima.

Više informacija na: www.bosch.com

BOSCH
Tehnologija za život

ODGOVARA:
Sanja Gomuzak

RACIONALAN PROTOK INFORMACIJA

PITANJE: *Krajem godine napravit ćemo mjerenje kvalitete usluge u našem kolektivu pa me zanima koliko u hijerarhiji spuštamo informacija o samom projektu? Odnosno, tko što treba znati?*

M.G., Split

ODGOVOR: Iako sam naziv metode *mystery shopping* sadrži dosta tajnovitosti, projekt ustvari treba biti vrlo transparentan i jasan svima u lancu. Ono što ostaje tajnovito jest vrijeme i datum dolaska tajnog kupca, scenarij po kojem se on ponaša te svakako njegov identitet. Sve ostalo mora biti poznato i vrlo jasno objašnjeno. Konkretno, svakako je dobro da uprava ima sve podatke: koje sve poslovnice/prodavaonice/objekte obilaze tajni kupci i u kojem vremenskom periodu, hoće li pitati za neku određenu akciju koja bi trebala tada biti aktualna te na koji način će to učiniti, hoće li „loviti" točno određene djelatnik ili smjene i slično. Ono što će znati razina srednjeg managenenta jest: Period istraživanja (npr. istraživanje će biti tijekom rujna), koje sve kategorije mjerimo odnosno pratimo, koja pitanja svaka kategorija sadrži. Za djelatnike koji će biti „predmetom" mjerenja svakako savjetujemo da znaju da se istraživanje odnosno mjerenje provodi te da znaju koje su to kategorije koje će biti ocjenjivane (urednost i čistoća, ljubaznost,

dodatna prodaja, ispitivanje potreba kupaca,…), no nije potrebno da znaju svako pojedino pitanje. Na taj način osiguravate transparentnost i djelatnicima jednim dijelom smanjujete stres oko takve vrste kontrole jer imajući u vidu što se od njih očekuje osjećaju se sigurnije. U slučaju kada ne znaju što će tajni kupci od njih tražiti vrlo je čest slučaj da se javi otpor prema ovoj metodi i velika nesigurnost unutar cijelog kolektiva.

Besplatno za pretplatnike časopisa **Poslovni savjetnik**
- KORIŠTENJE TELEFONSKE SAVJETNIČKE SLUŽBE!

Dragi pretplatnici časopisa Poslovni savjetnik, u 2015. godini svakom pretplatniku časopisa Poslovni savjetnik na raspolaganju su naši pravni i porezni stručnjaci, kojima se putem telefona u posebno predviđeno vrijeme možete obratiti u vezi svojih dilema **iz područja prava, poreza i radnih odnosa, a vezano uz poslovanje trgovačkog društva/obrta**. Usluga naročito vrijedna i korisna svima vama koji želite unaprijediti svoje poslovanje i saznati brzu, točnu i primjenjivu informaciju iz navedenih područja. Više na str. 40.

Pretplata na časopis Poslovni savjetnik je u tijeku, **svoju pretplatu možete obnoviti temeljem predračuna kojeg ste primili na vašu poštansku adresu**. Više informacija o pretplati i načinu korištenja call centra možete dobiti na broju telefona 01 49 21 742.

Savjetnici u razdoblju od 21.7. do 20.8. 2015. ne odgovaraju na upite pretplatnika zbog korištenja kolektivnog godišnjeg odmora. www. business-media-group.com

POSEBNA PONUDA ZA TABLET LENOVO YOGA 2 UZ OFFICE 365!

- Yoga 2 za 198 kn uz 10 Office 365 Business Premium paketa
- Yoga 2 za 398 kn uz 5 Office 365 Business Premium paketa

VEĆ OD 198 KN

LENOVO YOGA 2 TABLET

- Procesor - Intel Z3745, Intel HD Graphics, 2 GB Soldered
- Widescreen Display - 10.1" FHD (1920x1200), Multi-touch
- Memorija (ROM) - 32GB eMMC
- Kamera (prednja/stražnja) - 1.6 MP / 8.0 MP
- Micro SIM kartica
- Windows 8.1, jamstvo 2 godine
- Tipkovnica u paketu

Cijene su bez PDV-a i vrijede uz potpisivanje ugovorne obveze za Office 365 pakete na 24 mjeseca.

Saznajte više o Office 365 usluzi i ostalim mogućnostima unapređenja vašeg poslovanja. Nazovite broj 0800 0005, posjetite T-Centar ili hrvatskitelekom.hr/poslovni/ict

ŽIVJETI ZAJEDNO

ODGOVARA:
Stipe Šola

KADA SE O SPORU PROMIŠLJA S POZICIJE INTERESA RJEŠENJE SE BOLJE VIDI

PITANJE: *Kao investitor angažirao sam izvođača radova da na mojoj građevini postavi termo fasadu. Nakon što je posao bio gotov tehnički pregled završen, zatražio je isplatu cijelog ugovorenog iznosa. Prigovorio sam za loše izvedene radove jer su primjetna puknuća na fasadi i nisam isplatio trećinu od ugovorenog iznos. Kupci stanova prigovaraju zbog toga i umanjuju mi cijenu kvadrata stana. Ja razmišljam o sudskoj parnici dok sam istovremeno od izvođača radova dobio opomenu pred tužbu radi isplate. Kako riješiti problem?*

R.K., Ivanić grad

ODGOVOR: Ustrajnost na pravu i dokazivanje drugoj strani da ste u pravu uglavnom je skupi i dugotrajan postupak te zahtjeva angažman treće strane, u vašem slučaju i još nekoliko njih. Ostanete li pri odluci da svoju poziciju opravdate u sudskom postupku zasigurno će se uz suca tražiti angažman, ovlaštenog sudskog vještaka ili više njih. Isti postupak čeka i drugu stranu izvođača radova koji ustraje na poziciji kako je ispunio obvezu i očekuje isplatu.

Za to vrijeme dokazivanja tko je u pravu, a tko u krivu i vi i druga strana imate „grč u želudcu", zbog neizvjesnosti iščekivanja sudske odluke. Troškovi se gomilaju, dobit se gubi, a ugled investitora i ugled izvođača radova kod trećih se propitkuje.

Kada bi jedna i druga strana rješavanje spora razmatrale s pozicije interesa , a ne s pozicije tko je u pravu tada bi mogli zajedno doći prihvatljivog rješenja ove neugodne situacije za obje strane.

U tome bi vam mogao pomoći umjesto nekoga tko će odlučivati tko je u pravu, osoba uz koju ćete moći pronaći zajednički interes ili više njih zbog čega ćete početi na ovaj spor gledati drugačije.

Zasigurno ćete uz pomoć nepristrane osobe koja će voditi vašu međusobnu komunikaciju promišljati o načinima da ne proizvodite nove troškove koje plaćanje bi moglo biti na vaš teret (dugotrajni neizvjestan sudski proces), da prodajom stanova ostvarite očekivanu dobit koju ćete ulagati opet u nove projekte (iz čega opet očekujete dobit, a ne zastoj u investicijskim ciklusima), da sačuvate „dobar glas" poželjnog investitora i dobrog kvalitetnog i stručnog izvođača radova kojima će uspješno završen projekt biti nova referenca, a ne nikako „mrlja u karijeri"...

Zasigurno da bi se tijekom neposredne konstruktivne komunikacije o rješavanju problema „grč u želudcu" smanjivao.Miritelj – posrednik će vas zasigurno pokrenuti iz vaših ukopanih stajališta i pozicija te bi vam mogao pomoći u usmjerenju ka iznalaženju prihvatljivog rješenja za obje strane.

Razmislite o mirenju kod ovlaštene institucije za mirenje kako bi riješili spor i zadržali partnera za eventualne buduće poslovne angažmane. Postupak pred sudom može vama biti opcija uslijed ne postizanja dogovora u postupku mirenja.

OBAVIJEST O KORIŠTENJU TELEFONSKIH SAVJETNIČKIH USLUGA U 2015. GODINI!

Pretplatnici časopisa „**Poslovni savjetnik**“ imaju pravo koristiti telefonsku savjetničku službu prema uvjetima navedenim na ovoj obavijesti.

Od 21.7. do 20.8.2015. NE RADIMO zbog korištenja kolektivnog godišnjeg odmora.

Telefon za savjete: (01)49 21 736

(ponedjeljkom od 11:00 do15:30,
petkom od 9:00 do13:00, uz unos vašeg PIN-a)

Kako stupiti u kontakt s našim savjetnicima?

Nazovite naše savjetnike, u za to predviđeno vrijeme, na telefon 01/ 49 21 736.
Kada telefonski dobijete savjetnika molimo da nam kažete ime tvrtke/obrta iz koje zovete i vaš jedinstveni pretplatnički tajni PIN.
Jedinstveni pretplatnički tajni PIN nalazi se na dnu vašeg računa za uplaćenu pretplatu za 2015. godinu.
Molimo da PIN sačuvate i koristite isključivo za vaše pravo osobnog korištenja naših savjetničkih usluga.

Koje je vrijeme za savjete?

Savjeti se mogu koristiti isključivo **PONEDJELJKOM od 11:00 do 15:30** i **PETKOM** od **9:00 do 13:00**.

Što sve možete pitati savjetnike?

Savjetnici odgovaraju samo na pitanja **iz područja poreza, radnih odnosa i prava vezano uz poslovanje trgovačkih društva i obrtnika**.

Na koja pitanja NE odgovaraju savjetnici?

Pitanja koja se NE ODNOSE na prije navedena područja savjetnici NE ODGOVARAJU (npr. vještine upravljanja, EU fondovi i dr.). Savjetnici NE ODGOVARAJU na pitanja profesionalnih računovođa (npr. knjiženja u glavnoj knjizi) i popunjavanje poreznih obrazaca – na takva pitanja dajemo savjete u okviru pretplate na naš časopis „Računovodstvo i porezi u praksi“.

Što ako je telefonska linija zauzeta?

U vrijeme savjeta ako ne možete dobiti telefonsku liniju zbog zauzetosti, možete nam ostaviti poruku kako bi vam se javili na jedan od sljedećih načina:

1) putem e-mail: info@poslovni-savjetnik.com - pošaljete poruku da bi željeli telefonski savjet (obvezno navedite svoj jedinstveni pretplatnički tajni PIN i broj telefona putem kojeg vas možemo kontaktirati).
2) možete nazvati našu službu za korisnike na broj telefona 01/ 49 21 742 i ostaviti svoj broj telefona kako bi vas kontaktirali naši savjetnici.

Što je s pisanim upitima?

Pisani odgovori nisu uračunati u cijenu pretplate na časopis Poslovni savjetnik, već se posebno naplaćuju. Odgovori na pismena pitanja naplaćuju se prema internom cjeniku.

Savjeti tijekom ljeta

Savjetnici u razdoblju od 21.7. do 20.8. 2015. ne odgovaraju na upite pretplatnika zbog korištenja kolektivnog godišnjeg odmora.

Uredništvo časopisa

poslovni® savjetnik .com
Poslovni savjetnik za managere, poduzetnike i obrtnike

NUXE
PARIS

Pripremite se za

Čudesno ljeto!

Čarolija ljeta stigla je na krilima legendarnih Čudesnih suhih ulja

Jedinstvena i neponovljiva formula sa 6 dragocjenih biljnih ulja i obiljem vitamina E očarava svojom senzualnom, nemasnom teksturom i svjetski slavnim, neodoljivim mirisom ljeta.

U samo jednom koraku, Čudesna suha ulja hrane, obnavljaju i vraćaju ljepotu koži lica i tijela te kosi.

Savršen ljetni *accessoire* u limitiranom izdanju, za ljetovanje puno očaravajuće senzualnosti.

www.nuxe.hr

NUXE proizvodi dostupni su u ljekarnama i specijaliziranim prodavaonicama.

Nuxe Hrvatska

Što treba znati o ...

... obveznoj primjeni IBAN konstrukcije transakcijskog računa

Od 1. lipnja 2014. godine primjena IBAN-a u nacionalnom platnom prometu je obvezna i nemoguće je izvršiti bilo koji platni nalog bez ove konstrukcije primatelja u platnom prometu.

IBAN/ International Bank Account Number/ je identifikacijski međunarodni broj transakcijskog računa korisnika koji obavlja platne usluge u kreditnim i platnim institucijama.

Zapravo IBAN služi kao jedinstveni identifikator računa klijenta u banci čija je konstrukcija u skladu s međunarodnim standardom ISO 13616:1997 prihvaćenim od Europske komisije za bankarske standarde.

Upotreba ovog broja posljedica je usklađivanja propisa RH s standardima i propisima SEPA *(Single Euro Payments Area)* i Europske unije (primjena odredbi Uredbe EU broj 260/2012 Europskog parlamenta i Vijeća o utvrđivanju tehničkih i poslovnih zahtjeva za kreditne transfere i izravna terećenja u eurima). Naime SEPA-i je jedinstveno euro područje unutar kojega se korisnicima platnih usluga (građani, poslovni subjetkti, javna tijela) omogućuje da plaćanja obavljaju prema jednakim pravilima i standardima koji se tiču kreditnih transfera, izravnih terećenja i plaćanja platnim karticama. SEPA obuhvaća sve članice EU među njima i Hrvatsku te Island, Lihtenštajn, Norvešku, Švicarsku i Maroko.

Kronologija propisa i zakonske obveze

17. studenoga 2004. donesena je odluka HNB-a na temelju članka 29. I članka 38. stavka 3. Pod 1). Zakona o HNB-u; članka 32. Stavka 4. Zakona o deviznom poslovanju i članka 44.stavka 1. Točka 2. Zakona o platnom prometu o uvođenju i primjeni konstrukcije IBAN u zemlji za prekogranična plaćanja i prijenose te uvjeti što ih banke moraju poštivati glede određivanja, provjere i upotrebe konstrukcije IBAN u platnom prometu s inozemstvom. No ozbiljnija primjena hrvatske IBAN konstrukcije u nacionalnom platnom prometu počela je kasnije, točnije od 1.lipnja 2013. kada se koristi za izvršavanje svih platnih transakcija platitelja, a kreditne institucije dužne su otvarati transakcijske račune platitelja isključivo prema IBAN konstrukciji.

U prijelaznom razdoblju do 1. lipnja 2014. kreditne institucije su bile dužne zaprimati i naloge za plaćanje s BBAN konstrukcijom (prethodnica IBAN konstrukcije ; stara konstrukcija transakcijskog računa s 17 znamenki) na transakcijskom računu primatelja. No sukladno odredbama Odluke o načinu otvaranja transakcijskih računa (NN br. 3/2011., 35/2011., 50/2011., 89/2011., 101/2011., 135/2011. i 56/2012., 18/2013., 23/2013. i 10/2014.) propisanim od strane Hrvatske narodne banke, od 1. lipnja 2014. godine za izvršavanje svih nacionalnih platnih transakcija obvezno se koristi IBAN konstrukcija transakcijskih primatelja plaćanja.

Prema tome svaki korisnik bilo to fizička ili pravna osoba dužan je na nalog za plaćanje navesti i/ili koristiti isključivo transakcijski račun s IBAN konstrukcijom uplatitelja i/ili primatelja.

Konstrukcija IBAN sastoji se od 21 znamenke:

- Prva dva znaka su oznake za državu (Republika Hrvatska);
- Slijedeća dva znaka predstavljaju kontrolni broj(za izračun kontrolnog broja IBAN-a primjenjuje se međunarodna norma ISO 7064, MOD 97-10);
- Sedam narednih brojeva u nizu odnose se na vodeći broj banke (VBDI);
- Posljednjih deset brojeva su broj partije (računa) korisnika platnog prometa u banci.
- PREDNOSTI IBAN-a:
- Osigurava jedinstvenu identifikaciju transakcijskog računa korisnika platnog naloga ili usluge;
- Omogućava korištenje istog i/ili jednog transakcijskog računa za plaćanje naloga bilo u nacionalnom i/ili u međunarodnom platnom prometu;
- Olakšava plaćanje jer nema više razlike između međunarodnog i nacionalnog platnog prometa;
- Izvrsna je podloga za razvoj novih platnih usluga u skladu s SEPA standardima i projektima.

Zakonske obveze i praksa

Svakom korisniku koji želi otvoriti transakcijski račun ili izvršiti nalog za plaćanje banka sama određuje IBAN kao i identifikacijsku šifru banke BIC. Po primitku naloga za plaćanje banka je dužna provjeriti ispravnost podataka. U slučaju netočnosti ili nepotpunosti podataka nalog se ne provodi i banka je dužna o tome obavijestiti klijenta i postupiti po internoj proceduri za reklamacije.

Iako je prošlo prijelazno razdoblje za promjenu brojeva računa u IBAN konstrukciju još uvijek u praksi se nailazi na stare račune poslovnih ili građanskih subjekata. U tu svrhu uveli su se IBAN kalkulatori koji su dostupni na svakoj Internet stranici (www.iban-kalkulator) ili na web stranici pojedine banke. Ukoliko imate stari račun ili Vaša doznaka zahtjeva IBAN , IBAN kalkulator konvertira nacionalni broj bankovnog računa u IBAN broj bilo koje banke u RH. Konverzija je moguća ukoliko je račun zaveden u Jedinstvenom registru računa. Navedena usluga bit će osigurana za sve račune primatelja plaćanja u banci te za račune poslovnih subjekata u drugim bankama u Republici Hrvatskoj osim u slučaju plaćanja u korist fizičke osobe u drugoj banci u Republici Hrvatskoj,a čiji račun nije u JRR-u. Tada je potrebno od primatelja plaćanja zatražiti IBAN.

Konstrukcija IBAN-a koji se dostavlja elektroničkim putem u platnim dokumentima ne smije sadržavati prazna polja ili neke druge znakove osim velikih latiničkih slova i arapskih brojeva. Kod unosa u platne naloge na papirnatom mediju svaka četiri znaka trebaju biti odijeljena jednim praznim poljem.

Što se tiče obrazaca ukinuti su HUB 1 i HUB 1-1od 1. lipnja 1014. te se za plaćanje koriste obrasci HUB 3 i HUB 3A prilagođeni za IBAN konstrukciju u nacionalnom platnom prometu. Obrazac HUB 3 koristi se za nacionalna plaćanja i plaćanja u inozemstvu. Predviđen je za ručno popunjavanje. Za strojno popunjavanje upotrebljava se obrazac HUB 3A (izdaje ga primatelj plaćanja) i koristi se samo za nacionalna plaćanja.

Katarina Barač Perošević

Zagrebačka banka
UniCredit Group

EU FONDOVI – OD IDEJE DO REALIZACIJE

Martina Sedmak Sahan, EU desk Zagrebačke banke

Konferencijom Zagrebačke banke EU fondovi – od ideje do realizacije, organiziranoj uz podršku Predstavništva Europske komisije u Hrvatskoj sredinom lipnja okupljeno je u Zagrebu tristotinjak sudionika: poduzetnika – klijenata Zagrebačke banke, predstavnika institucija koje sudjeluju u provedbi natječaja, domaćih i međunarodnih financijskih stručnjaka te konzultanata s namjerom da se uz konkretne informacije, savjete i primjere iz prakse predstave mogućnosti iskorištavanja bespovratnih sredstava iz Europske unije i nacionalnih izvora

EU fondovi – imperativ gospodarskog razvoja

U sklopu devet različitih panela konferencija je obuhvatila pregled strukturnih i investicijskih fondova koji se za Hrvatsku očekuju do 2020. godine, poljska iskustva u povlačenju EU fondova (kroz primjere članice UniCredit Grupe iz Poljske – Pekao banke), mogućnosti financiranja i prijave projekata na području turizma, energetske učinkovitosti i ruralnog razvoja za različite segmente klijenata, uz konkretne savjete o pripremi i provedbi projekata.

Prisutnost na tržištu s više od 450 milijuna ljudi donijela je Hrvatskoj brojne mogućnosti za ubrzanje gospodarskog i socijalnog razvoja, ali i izazove na koje treba prikladno odgovoriti. U težnji za nastavkom gospodarskog rasta u Hrvatskoj, EU fondovi imat će ključnu ulogu. **Za Hrvatsku je jedinstvena prilika iskoristiti više od 10 milijardi eura koji će do 2020.** biti dostupni iz europskih fondova za promicanje ciljeva Kohezijske politike i Zajedničke poljoprivredne politike, od čega je čak dvije milijarde eura na raspolaganju hrvatskim poduzetnicima.

Alocirana sredstva namijenjena su izgradnji ključne institucionalne i gospodarske infrastrukture, postizanju uravnoteženog razvoja hrvatskih regija, provedbi mnogobrojnih velikih infrastrukturnih projekata od općeg nacionalnog interesa, a posebice kao vjetar u leđa hrvatskom poduzetništvu čije investicije mogu pokrenuti gospodarstvo i otvoriti nova radna mjesta. Njihovo uspješno povlačenje strateški je prioritet koji traži zajedništvo institucija, korisnika i financijskog sektora, zaključak je svih sudionika Konferencije.

Hrvatska ima izgleda da joj gospodarske stope rasta u sljedećim godinama budu kao i na razini Europske unije ako iskoristivost bespovratnih sredstava iz EU fondova bude veća od 90%, naglasio je u svojoj prezentaciji Miljenko Živaljić, predsjednik Uprave Zagrebačke banke, otvorivši s voditeljem Predstavništva EK-a u Hrvatskoj Brankom Bariševićem, te potpredsjednikom Vlade, Brankom Grčićem, Konferenciju Zagrebačke banke "EU fondovi - Od ideje do realizacije". Potpredsjednik Vlade i ministar regionalnoga razvoja i fondova EU, Branko Grčić tom je prilikom naglasio kako iskorištavanje sredstava iz EU fondova ne može biti odgovornost samo središnje države nego i drugih aktera gospodarskog života, kojima su ona alocirana.

Ključni dio konferencije bili su poslijepodnevni paneli, na kojima su poduzetnici iznosili svoja iskustva u korištenju EU i nacionalnih izvora potpora i njihova poruka je jasna – uz angažman i zatvorenu financijsku konstrukciju projekata ostvarivanje prava na potporu je moguće. Pravila su stroga, procedure kompleksne, no ovakvi projekti uče nas o načinu poslovanja na europskom tržištu i pripremaju klijente za izlazak na strana tržišta. U svim navedenim natječajima očekuje se najveći interes za kapitalna ulaganja – u infrastrukturu, opremu, strojeve i mehanizaciju, a predviđa se da će s vremenom rasti i interes za potporama za istraživanje, razvoj, obrazovanje i stručno usavršavanje poduzetnika.

Poljska iskustva

Tijekom konferencije predstavljena su i iskustva Poljske – zemlje koja je jedna od najučinkovitijih u povlačenju sredstava iz EU fondova. O tamošnjim iskustvima govorio je Tomasz Kierkowski, direktor Odjela za EU fondove i jave programe Pekao banke. Na primjeru Poljske vidi se kako je kohezijska politika EU jedna od najuspješnijih politika EU budući da je u Poljskoj uz pomoć sredstava iz EU proračuna transformirano i gospodarstvo i društvo.

IMATE LI PITANJE VEZANO UZ MOGUĆNOSTI KORIŠTENJA EU FONDOVA ILI POTPORU ZAGREBAČKE BANKE U PROVEDBI EU PROJEKATA? NA VAŠA PITANJA ODGOVARA NAŠA KOLUMNISTICA MARTINA SEDMAK SAHAN IZ EU DESKA ZAGREBAČKE BANKE.
E-mail: martina.sedmak@unicreditgroup.zaba.hr

Što treba znati o ...
... novom Stečajnom zakonu

Nakon dulje javne rasprave na 17. sjednici Hrvatskog sabora održanoj 12. lipnja usvojen je novi Stečajni zakon (u nastavku teksta: Zakon), koji stupa na snagu 1. rujna 2015. Razlozi za donošenje novog Zakona leže s jedne strane u želji da se poslovnim subjektima omogući učinkovitije rješavanje problema insolventnosti, uz što manje troškove. S druge strane, novim Zakonom želi se poboljšati učinkovitost naplate potraživanja koja stečajni vjerovnici imaju prema stečajnim dužnicima.

Stečajni i predstečajni postupak

Zakonom se uređuje predstečajni i stečajni postupak što je jedna od značajnijih novina u Zakonu. Napuštena je dosadašnja koncepcija uređenja ovih postupaka u posebnim zakonima, kao i dosadašnja provedba predstečajnog postupka isključivo od strane izvansudskih tijela. Postupak predstečajne nagodbe provodi se sada u dva odvojena, ali međusobno povezana i sadržajno uvjetovana, stadija.

U prvom stadiju se, po pravilima o upravnom postupku, pred vijećem predstečajne nagodbe prijavljuju, ispituju i utvrđuju tražbine vjerovnika i glasuje o planu financijskog restrukturiranja, dok se u drugom stadiju, u postupku pred trgovačkim sudom, kojem pripada temeljna i nadzorna uloga u predstečajnom postupku, sklapa nagodba prema rezultatima glasovanja o planu financijskog restrukturiranja. Zakonom se propisuju različiti razlozi i različito vrijeme kada dužnik može pokrenuti predstečajni odnosno stečajni postupak. Tako se pokretanje predstečajnog postupka propisuje kao mogućnost koju dužnik može iskoristiti samo do trenutka kada nisu ispunjeni uvjeti za otvaranje stečaja, ali to ne predstavlja i njegovu obvezu.

Predstečajni postupak se provodi radi uređivanja pravnoga položaja dužnika i njegovog odnosa prema vjerovnicima i održavanja njegove djelatnosti. Ovaj postupak se može predložiti samo dok nisu ispunjeni Zakonom propisani uvjeti za otvaranje stečajnog postupka. Predstečajni postupak se može otvoriti ako sud utvrdi postojanje prijeteće nesposobnosti za plaćanje, koja postoji ako sud stekne uvjerenje da dužnik svoje postojeće obveze neće moći ispuniti po dospijeću. Stečajni postupak se, s druge strane, mora otvoriti u relativno ranoj fazi kada postoji realna mogućnost namirenja vjerovnika. Ovaj postupak se provodi radi skupnoga namirenja vjerovnika stečajnoga dužnika, unovčenjem njegove imovine i podjelom prikupljenih sredstava vjerovnicima. Stečajni postupak može se otvoriti ako sud utvrdi postojanje stečajnog razloga. Stečajni razlozi su nesposobnost za plaćanje i prezaduženost.

Podnošenje prijedloga za otvaranje predstečajnog postupka

Prijedlog za otvaranje predstečajnog postupka ovlašten je podnijeti dužnik, ali i vjerovnik, ako se dužnik suglasi s njegovim prijedlogom. Pri tome je vjerovnik dužan, uz prijedlog za otvaranje predstečajnog postupka, sudu dostaviti i navedenu suglasnost dužnika. Prijedlog za otvaranje predstečajnoga postupka podnosi se sudu na propisanom obrascu i sadrži podatke za identifikaciju dužnika i podnositelja prijedloga i popis imovine i obveza dužnika.

Troškovi predstečajnog postupka

Podnositelj prijedloga za otvaranje predstečajnog postupka dužan je uplatiti predujam za troškove postupka u iznosu od 5.000,00 kuna. U slučaju da su podnesena dva, ili više prijedloga, svaki od podnositelja prijedloga dužan je uplatiti predujam za troškove predstečajnog postupka u jednakom iznosu. Ako podnositelj prijedloga za otvaranje predstečajnoga postupka ne bi uplatio predujam za troškove predstečajnoga postupka, sud će u tom slučaju prijedlog odbaciti kao nedopušten.

13 godina
BUSINESS MEDIA GROUP
www.business-media-group.com

... jer poslovna ideja dolazi uz pravi savjet!

3 POSLOVNA TISKANA ČASOPISA
2 poslovna internetska časopisa
4 POSLOVNA PORTALA
1 multimedijalna poslovna aplikacija
4 000 RAZLIČIH POSLOVNIH OSOBA GODIŠNJE NA EDUKACIJAMA
18 000 primjeraka tiskane i distribuirane mjesečne naklade
350 stranica mjesečno originalnog poslovnog teksta
50 000 FANOVA NA DRUŠTVENIM MREŽAMA
200 poreznih i pravnih telefonskih savjeta dnevno
100 VRHUNSKIH ZAPOSLENIKA, AUTORA I NOVINARA
13 godina redovnog poslovanja

najtajnica.hr
SUPERPRODAVAČ
poslovni savjetnik AKADEMIJA
poslovni savjetnik .com PORTAL I ČASOPIS
PROPISI.HR
RAČUNOVODSTVO I POREZI u praksi
Udruga

Podnošenje prijedloga za otvaranje stečajnog postupka

Prijedlog za otvaranje stečajnog postupka mogu podnijeti vjerovnik, ili dužnik, ali i druge osobe kada je to Zakonom određeno. Vjerovnik je ovlašten podnijeti prijedlog za otvaranje stečajnoga postupka ako učini vjerojatnim postojanje svoje tražbine i stečajnog razloga. Smatrat će se da je vjerovnik učinio vjerojatnim postojanje svoje tražbine ako njezino postojanje temelji na ovršnoj ispravi, ili nepravomoćnoj sudskoj, ili upravnoj odluci. Razlučni vjerovnik je ovlašten podnijeti prijedlog za otvaranje stečajnoga postupka ako učini vjerojatnim da tražbinu neće moći potpuno namiriti iz predmeta na koji se odnosi njegovo razlučno pravo. Dužnik mora podnijeti prijedlog za otvaranje stečajnog postupka ako postoje Zakonom određeni stečajni razlozi, odnosno ako je nesposoban za plaćanje, ili prezadužen. Prijedlog za otvaranje stečajnoga postupka pravne osobe u ime dužnika ovlašteni su podnijeti: osoba ovlaštena za zastupanje dužnika po zakonu, član upravnog odbora dioničkog društva, likvidator dužnika, član nadzornog odbora dužnika, ako nema osoba ovlaštenih za zastupanje dužnika po zakonu te član društva s ograničenom odgovornošću ako dužnik nema nadzorni odbor, a nema osoba ovlaštenih za zastupanje dužnika po zakonu. Prijedlog za otvaranje stečajnoga postupka nad imovinom dužnika pojedinca ovlašten je podnijeti samo osobno dužnik pojedinac. Posebno kada se radi o podnošenju prijedloga za otvaranje stečajnog postupka pravne osobe, prijedlog za otvaranje stečajnog postupka može podnijeti je i Financijska agencija (u nastavku teksta: FINA) kada su ispunjeni uvjeti propisani Zakonom. FINA je tako dužna podnijeti prijedlog za otvaranje stečajnoga postupka, ako pravna osoba u Očevidniku redoslijeda osnova za plaćanje ima evidentirane neizvršene osnove za plaćanje u neprekinutom razdoblju od 120 dana, u roku od osam dana od isteka tog razdoblja. Za podnošenje ovog prijedloga FINA ima pravo na naknadu troška. Prijedlog za otvaranje stečajnoga postupka dužni su bez odgode, a najkasnije 21 dan od dana nastanka stečajnog razloga podnijeti: osoba ovlaštena za zastupanje dužnika po zakonu, član upravnog odbora dioničkog društva, likvidator, član nadzornog odbora dužnika, ako nema osoba ovlaštenih za zastupanje dužnika po zakonu, ako joj je moglo biti poznato postojanje stečajnog razloga i ne postojanje osoba ovlaštenih za zastupanje po zakonu, član društva s ograničenom odgovornošću ako dužnik nema nadzorni odbor, a nema osoba ovlaštenih za zastupanje dužnika po zakonu, ako joj je moglo biti poznato postojanje stečajnoga razloga i nepostojanje osoba ovlaštenih za zastupanje po zakonu. Navedene osobe osobno odgovaraju vjerovnicima za štetu koju su im prouzročili propuštanjem podnošenja prijedloga za otvaranje stečajnog postupka u navedenom roku. Ovo pravo na naknadu štete zastarijeva u roku od pet godina od dana otvaranja stečajnoga postupka.

Kao i kod predstečajnog postupka, prijedlog za otvaranje stečajnog postupka podnosi se sudu samo na propisanom obrascu te sadrži podatke za identifikaciju dužnika i podnositelja prijedloga i popis imovine i obveza dužnika.

Troškovi stečajnog postupka

Jedan od temeljnih problema stečajnog postupka su relativno visoki troškovi njegove dosadašnje provedbe, koji obuhvaćaju kako troškove objave oglasa u Narodnim novinama u slučajevima kada je takva objava propisana Zakonom, tako i troškove predujma za pokriće prethodnog postupka koje je predlagatelj dužan uplatiti u iznosu koji odredi stečajni sudac. Novim Zakonom je sada proširena i mogućnost terećenja osoba koje zastupaju pravnu osobu dužnika i drugih ovlaštenih osoba pravne osobe dužnika koje smo naveli, radi namirenja troškova stečajnog postupka.

Zakonom je sada određeno kako će FINA, kada utvrdi nemogućnost izvršenja osnove za plaćanje radi nedostatka novčanih sredstava na računima dužnika pravne osobe, naložiti banci da zaplijeni novčana sredstva s računa dužnika, u iznosu od 5.000,00 kuna za predujam za namirenje troškova stečajnoga postupka. Ovaj nalog FINA-e se provodi prije svih drugih naloga, osim naloga za izvršavanje osnova za plaćanje obračuna poslodavca o neisplati dospjelog iznosa plaće i naknade plaće. Ako u slučaju pokretanja stečajnog postupka pravne osobe, osoba ovlaštena za zastupanje dužnika po zakonu i druge osobe navedene u čl. 110 . st. 2. Zakona ne podnesu prijedlog za otvaranje stečajnog postupka u propisanom roku, sud će im po službenoj dužnosti u Zakonom propisanim slučajevima naložiti plaćanje predujma za namirenje troškova stečajnoga postupka u roku od osam dana, a u protivnom će na iste osobe primijeniti pravila o prisilnoj naplati novčane kazne u parničnom postupku.

Novinu predstavlja i obveza podnositelja prijedloga za otvaranje stečajnoga postupka na plaćanje predujma u iznosu od 1.000,00 kuna u Fond za namirenje troškova stečajnoga postupka te dodatnog iznosa predujma koji ne može biti viši od 20.000,00 kuna u roku od osam dana po nalogu suda, ako Zakonom nije drukčije određeno. Zakonom su propisani slučajevi kada određene osobe nisu dužne platiti predujam.

zašto čitam poslovni savjetnik .com

Časopis Poslovni savjetnik čitam jer obrađuje i promovira teme i trendove globalnog poslovnog svijeta koji su u fokusu naših studijskih programa. Kroz obradu trendova koji mijenjaju poslovnu praksu (globalizacija, ekonomija znanja, informacijska i komunikacijska tehnologija), časopis Poslovni savjetnik daje dodanu vrijednost pojedincu, profesiji i društvu. Teme poput odgoja i obrazovanja u području poduzetništva i menadžmenta, od vrtića do cjeloživotnog obrazovanja, su temeljni preduvjeti održivog gospodarskog i društvenog razvoja. Stoga časopis Poslovni savjetnik ima vrlo važno mjesto u mom portfelju poslovne literature.

dr. sc. Ivica Katavić, prof.v.š.
Dekan Visoke škole N.Š. Zrinski

Druge novine u Zakonu

Naveli smo samo dio novina u Zakonu. U novom Zakonu su, između ostalog, na drukčiji način uređena prava i obveze stečajnog upravitelja. Radi pojednostavljenja postupka, uvedena su nova pravila oko dostave pismena u postupku. Također, Zakonom su propisana nova pravila o prodaji nekretnine u stečajnom postupku na ukupno tri dražbe, odnosno propisana je mogućnost prodaje na četvrtoj dražbi po cijeni od jedne kune, kao i mogućnost prijeboja tražbina razlučnog vjerovnika i stečajnog dužnika po osnovi cijene u visini utvrđene vrijednosti nekretnine.

Novinu predstavlja i odredba o pokretanju skraćenog stečajnog postupka od strane FINA-e. Posebnu pozornost treba posvetiti i prijelaznim i završnim zakonskim odredbama u vezi primjene propisa na predstečajne i stečajne postupke koji su započeli prije stupanja Zakona na snagu.

Božo Prelević

Što treba znati o ...

... sastavljanju ugovora o radu za obveznike primjene Kolektivnog ugovora ugostiteljstva

Božo Prelević

Od 8. veljače ove godine, kako je to predviđeno Zakonom o radu (Nar. nov., br. 93/14 - u nastavku teksta: Zakon), prestale su važiti odluke o proširenju kolektivnih ugovora pa i starog Kolektivnog ugovora ugostiteljstva. Jedna od pravnih posljedica prestanka proširene primjene starog Kolektivnog ugovora ugostiteljstva bila je da su poduzetnici koji su sa radnicima imali sklopljene ugovore o radu u kojima su se pozivali na odredbe starog Kolektivnog ugovora ugostiteljstva, sada morali sklapati dodatke ugovorima o radu, radi njihovog usklađivanja s obveznim sadržajem ugovora o radu propisanim u čl. 15. Zakona. Međutim, vrlo brzo je došlo sklapanja novog Kolektivnog ugovora ugostiteljstva.

Novi Kolektivni ugovor ugostiteljstva

Novi Kolektivni ugovor ugostiteljstva zaključen je 1. travnja 2015 (Nar. nov., br. 44/15 - u nastavku teksta: KU ugostiteljstva). Međutim, ovaj KU ugostiteljstva primjenjivao se samo između stranaka koje su ga potpisale. Treba naglasiti kako novi KU ugostiteljstva sadržava odredbe o: strankama na koje se odnosi te području primjene i zabrani diskriminacije; sklapanju ugovora o radu; zaštiti života, zdravlja, privatnosti i dostojanstva radnika; pripravnicima; radnom vremenu; odmorima i dopustima; strukovnim unaprjeđenjima i izumima; plaćama naknadama plaće i drugim primicima; naknadi štete; prestanku ugovora o radu; zaštiti prava radnika; uvjetima za rad sindikata; pravima i obvezama ugovornih strana i načinu rješavanja sporova; prijelazne i završne odredbe.

Bez obzira na donošenje novog KU ugostiteljstva, svi oni poduzetnici u djelatnosti ugostiteljstva koji nisu bili njegovi potpisnici i dalje su samo ugovorima o radu uređivali sva bitna pitanja iz radnog odnosa sa radnicima, osim ako nisu imali sklopljen kolektivni ugovor na razini poduzeća, ili možda pravilnik o radu.

Odluka o proširenoj primjeni KU Ugostiteljstva

Međutim, ministar je nedugo nakon objave KU ugostiteljstva donio Odluku o proširenju primjene Kolektivnog ugovora ugostiteljstva (Nar. nov. br. 55/15; u nastavku teksta: Odluka o proširenju primjene KU ugostiteljstva). Iz Odluke o proširenju primjene KU Ugostiteljstva proizlazi kako se primjena KU ugostiteljstva proširuje na sve poslodavce i radnike u Republici Hrvatskoj u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, područje I, odjeljci 55 i 56 Nacionalne klasifikacije djelatnosti 2007. – NKD 2007. (Nar. nov., br. 58/07 i 72/07; u nastavku teksta: NKD 2007).

Ova Odluka o proširenju primjene KU ugostiteljstva stupila je na snagu 28. svibnja 2015. Znači, od toga datuma svi poslodavci u RH koji ispunjavaju kriterije propisane Odlukom o proširenju primjene KU ugostiteljstva, dužni su primjenjivati ovaj KU. Štoviše, oni su dužni uskladiti ugovore o radu koje su sklopili sa svojim radnicima s odredbama KU ugostiteljstva.

Subjekti proširene primjene KU ugostiteljstva

Kako smo naveli, Odlukom o proširenju primjene KU ugostiteljstva određeno je kako se primjena KU ugostiteljstva proširuje na sve poslodavce i radnike u RH u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, područje I, odjeljci 55 i 56 NKD 2007. Iz navedenog proizlazi kako poslodavci i radnici koji rade u djelatnosti ugostiteljstva koja se odnosi samo na pripremu i usluživanje pića, nisu obvezni primjenjivati KU ugostiteljstva i na njih se ova Odluka o proširenju primjene KU ugostiteljstva ne odnosi.

Primjena KU ili ugovora o radu

Na eventualno pitanje koji izvor prava moraju primjenjivati poslodavci na koje se KU ugostiteljstva primjenjuje, u slučaju da je neko pravo različito uređeno ugovorom o radu i KU ugostiteljstva, odgovor nam daje Zakon. Zakonom je, naime, određeno kako se u slučaju da je neko pravo iz radnog odnosa različito uređeno ugovorom o radu, pravilnikom o radu, sporazumom sklopljenim između radničkog vijeća i poslodavca, kolektivnim ugovorom, ili zakonom, primjenjuje za radnika najpovoljnije pravo, ako Zakonom, ili odredbama drugog zakona nije drukčije određeno.

Obvezni sadržaj ugovora o radu

Obvezni sadržaj ugovora o radu određen je u čl. 15. Zakona. Iz ove zakonske odredbe proizlazi kako ugovor o radu mora sadržavati odredbe o: strankama te njihovu prebivalištu, odnosno sjedištu; mjestu rada, a ako ne postoji stalno ili glavno mjesto rada, napomenu da se rad obavlja na različitim mjestima; nazivu posla, odnosno naravi ili vrsti rada, na koje se radnik zapošljava ili kratak popis ili opis poslova; danu početka rada te očekivanom trajanju ugovora, u slučaju ugovora o radu na određeno vrijeme. Što se tiče odredbi o: trajanju plaćenoga godišnjeg odmora na koji radnik

ima pravo, a u slučaju kada se takav podatak ne može dati u vrijeme sklapanja ugovora, odnosno izdavanja potvrde, načinu određivanja trajanja toga odmora; otkaznim rokovima kojih se mora pridržavati radnik, odnosno poslodavac, a u slučaju kada se takav podatak ne može dati u vrijeme sklapanja ugovora, odnosno izdavanja potvrde, načinu određivanja otkaznih rokova; osnovnoj plaći, dodacima na plaću te razdobljima isplate primanja na koja radnik ima pravo; trajanju redovitog radnog dana ili tjedna; Zakonom je određeno kako se umjesto navođenja ovih podataka u ugovoru o radu, ugovorom radu može uputiti na odgovarajući zakon, drugi propis, kolektivni ugovor, ili pravilnik o radu koji uređuje ta pitanja.

Ugovor o radu s upućivanjem na odredbe KU ugostiteljstva

U nastavku dajemo primjer jednog takvog ugovora o radu u djelatnosti ugostiteljstva na koje se odnosi obvezna proširena primjena KU ugostiteljstva prema navedenim kriterijima iz NKD 2007. U primjeru ugovora u radu koji navodimo, u potpunosti je iskorištena zakonska mogućnost upućivanja na odgovarajuće odredbe kolektivnog ugovora. Međutim, poslodavci u praksi mogu u ugovorima o radu uputiti na odredbe kolektivnog ugovora i samo za dio odredbi, u odnosu na mogućnost koju ovim poslodavcima daje Zakon.

Pri tome nije od značaja radi li se o ugovoru o radu na određeno, ili neodređeno vrijeme, odnosno ugovoru o radu sklopljenom na puno, ili nepuno radno vrijeme, ili ugovoru o dopunskom radu. Što se tiče samog sklapanja ugovora o radu, KU ugostiteljstva sadrži malo odredbi. Sukladno KU ugostiteljstva, ugovor o radu zaključuje se na način, u obliku i sadržaju propisanim Zakonom.

HOTELI PLAVI JADRAN d.o.o. za hotelijerstvo i turizam, Dubrovnik, Ulica borova 14c, OIB 45698889999, koje zastupa direktor Fabio Fabini (u nastavku teksta: Poslodavac)

i

Marija Marijanić iz Dubrovnika, Plava ulica 21d, OIB 98776677988 (u nastavku teksta: Radnik)

dana 15. srpnja 2015. godine sklapaju sljedeći

UGOVOR O RADU NA NEODREĐENO VRIJEME

I. Predmet ugovora

Članak 1.

Temeljem ovog Ugovora Radnik zasniva radni odnos kod Poslodavca na neodređeno vrijeme za obavljanje poslova kuhara.

Poslovi iz stavka 1. obuhvaćaju (opis poslova): _____.

Radnik otpočinje s radom kod Poslodavca na dan 1. kolovoza 2015. godine.

Članak 2.

Poslove iz članka 1. Radnik će obavljati osobno, u sjedištu Poslodavca, u Hotelu Plavi Jadran u Dubrovniku, a po potrebi, privremeno i na drugim mjestima, sukladno njegovoj uputi.

U obavljanju poslova iz stavka 1., Radnik je dužan pridržavati se uputa poslodavca i primjenjivati propisana sredstva zaštite na radu.

II. Radno vrijeme

Članak 3.

Radnik zasniva radni odnos s Poslodavcem za puno radno vrijeme u trajanju od 40 (slovima: četrdeset) sati tjedno.

Raspored radnog vremena utvrđuje Poslodavac sukladno Zakonu.

III. Plaće i naknade

Članak 4.

Poslodavac se Radniku za obavljeni rad iz članka 1. ovog Ugovora u punom radnom vremenu i uz ostvareni normalni radni učinak, obvezuje isplatiti plaću sukladno Kolektivnom ugovoru ugostiteljstva koji obvezuje Poslodavca.

Poslodavac se obvezuje radniku platiti dodatak na plaću kada rasporedom radnog vremena, sukladno potrebama procesa rada u ugostiteljstvu, radi noću, u prekovremenom radu, nedjeljom, na dane blagdana i za smjenski rad i dvokratni rad, sukladno Kolektivnom ugovoru ugostiteljstva koji obvezuje Poslodavca.

IV. Odmori i dopusti

Članak 5.

Radnik ima pravo na dnevni i tjedni odmor sukladno Kolektivnom ugovoru ugostiteljstva koji obvezuje poslodavca, ili Zakonu, uz primjenu povoljnijeg prava za radnika.

Članak 6.

Radnik ima pravo na godišnji odmor čije se trajanje određuje sukladno Kolektivnom ugovoru ugostiteljstva.

Članak 7.

Radnik ima pravo na odsutnost s rada tijekom godine uz naknadu plaće (plaćeni dopust) do 7 (slovima: sedam) radnih dana iz razloga i u trajanju sukladno Kolektivnom ugovoru ugostiteljstva.

Radnik ima pravo na neplaćeni dopust pod uvjetima propisanim zakonom

V. Otkaz Ugovora i njegove izmjene i dopune

Članak 8.

Poslodavac i Radnik mogu redovito i izvanredno otkazati ovaj Ugovor pod uvjetima propisanim zakonom.

U slučaju redovitog otkaza ovog Ugovora o radu, primjenjuju se otkazni rokovi iz Zakona o radu.

VI. Prijelazne i završne odredbe

Članak 9.

Sve eventualne sporove nastale u vezi primjene ovog Ugovora, ugovorne strane nastojati će riješiti sporazumno, a u suprotnom ugovaraju nadležnost stvarno nadležnog suda u Dubrovniku.

Članak 10.

Ovaj Ugovor sastavljen je u 4 (slovima: četiri) istovjetna primjerka od kojih svaka ugovorna strana zadržava po 2 (slovima: dva) istovjetna primjerka.

Poslodavac	
Direktor	Radnik
Fabio Fabini	Marija Marijanić
_____	_____

Informiranje potrošača o hrani

Marija Butković

Zakonom o informiranju potrošača o hrani (Narodne novine broj, 56/2013 i 14/2014) utvrđena su nadležna tijela, zadaće nadležnih tijela, službene kontrole i načini postupanja te su propisane upravne mjere i prekršajne odredbe za provedbu Uredbe (EU) broj 1169/2011 Europskoga parlamenta i Vijeća od 25. listopada 2011. o pružanju informacija o hrani potrošačima, izmjenama i dopunama uredbi (EZ) br. 1924/2006 i (EZ) br. 1925/2006 Europskoga parlamenta i Vijeća te o stavljanju izvan snage Direktive Komisije 87/250/EEZ, Direktive Vijeća 90/496/EEZ, Direktive Komisije 1999/10/EZ, Direktive 2000/13/EZ Europskoga parlamenta i Vijeća, Direktive Komisije 2002/67/EZ i 2008/5/EZ i Uredbe Komisije (EZ) br. 608/2004 (SL L 304, 22.11.2011.) (u daljnjem tekstu: Uredba (EU) br. 1169/2011), te Uredbe Komisije (EZ) broj 608/2004 od 31. ožujka 2004. koja se odnosi na označivanje hrane i sastojaka hrane s dodanim fitosterolima, fitosterol esterima, fitostanolima i fitostanol esterima (SL L 97, 1.4.2004.) (u daljnjem tekstu: Uredba (EZ) br. 608/2004).

Hrana koja se stavlja na tržište Republike Hrvatske mora biti označena podacima i na način propisan netom spomenutim uredbama te drugim posebnim propisima koji se odnose na tu hranu. Podaci moraju biti napisani na hrvatskom jeziku i latiničnim pismom, ali je dopušteno višejezično označivanje hrane.

Nadležna tijela za provedbu ovoga Zakona i uredbi su ministarstvo nadležno za poljoprivredu i ministarstvo nadležno za zdravlje, svako u svom djelokrugu. Službene kontrole nad provedbom ovoga Zakona i uredbi te posebnih propisa koji se odnose na hranu provode inspektori za kakvoću hrane, poljoprivredni inspektori, sanitarni inspektori i veterinarski inspektori.

Sukladno članku 6. stavku 2. Zakona, osoba ovlaštena za provedbu službenih kontrola u obavljanju istih ima pravo i dužnost rješenjem:

1) narediti otklanjanje nesukladnosti i odrediti primjereni rok za njihovo otklanjanje;

2) ograničiti ili zabraniti stavljanje na tržište i/ili narediti povlačenje s tržišta i/ili opoziv od krajnjeg potrošača hrane s utvrđenim nesukladnostima;

3) ograničiti ili zabraniti stavljanje na tržište hrane ako subjekt u poslovanju s hranom ne postupi prema izdanom rješenju;

4) zabraniti sve oblike informiranja potrošača o hrani koja ne ispunjava uvjete iz Zakona, uredbi i provedbenih propisa donesenih na temelju Zakona. Poduzeta mjera mora biti primjerena naravi opasnosti koja predstavlja rizik za zdravlje potrošača, a sve troškove nastale uslijed provedbe neke od mjera snosi sam subjekt.

Prekršajne kazne prema Zakonu o informiranju potrošača o hrani

Zakon je nesukladnosti svrstao u nekoliko skupina (članak 7. Zakona).

Prva skupina odnosi se na **nesukladnosti koje ne utječu na zdravlje potrošača i za koje se može odrediti primjereni rok za njihovo otklanjanje, a koji ne smije biti duži od šest mjeseci, pri tom uzimajući u obzir količinu hrane na tržištu i zalihe ambalaže** (primjerice, u popisu sastojaka sastojci hrane nisu navedeni padajućim redoslijedom s obzirom na masu koja je utvrđena u vrijeme njihove uporabe u proizvodnji hrane, i dr.). Za ovu skupinu nesukladnosti propisana je **novčana kazna** u iznosu od 10.000,00 do 30.000,00 kuna za pravnu osobu, a za odgovornu osobu u pravnoj osobi predviđena je novčana kazna od 2.000,00 do 5.000,00 kuna. Ujedno, za takve prekršaje kaznit će se i fizička osoba, i to novčanom kaznom od 2.000,00 do 5.000,00 kuna.

Druga skupina odnosi se na **nesukladnosti za koje se može odrediti kraći rok za njihovo otklanjanje, a najdulje do dva mjeseca, jer mogu utjecati na zdravlje potrošača i/ili dovoditi potrošače u zabludu** (primjerice hrana nije označena sukladno posebnom propisu; navedene su informacije o hrani kojima se potrošače dovodi u zabludu; nije naveden naziv hrane; nedostaje količina određenih sastojka ili kategorije sastojaka; neto količina nije navedena; zemlja ili mjesto podrijetla nije navedeno; upute za upotrebu ili pripremu nisu navedene u slučaju kada u nedostatku takve upute nije moguća pravilna upotreba hrane i dr.). U ovim slučajevima propisana je **novčana kazna** u iznosu od 30.000,00 do 70.000,00 kuna za pravnu osobu, za odgovornu osobu u pravnoj osobi novčana kazna od od 5.000,00 do 10.000,00 kuna, dok će se za iste prekršaje fizička osoba kazniti novčanom kaznom od 5.000,00 do 10.000,00 kuna.

U slučaju nastanka nepravilnosti iz ove prve dvije skupine, osoba ovlaštena za provedbu službenih kontrola neće podnositi optužni prijedlog ili donositi prekršajni nalog ako subjekt u poslovanju s hranom tijekom nadzora ili u rješenjem određenom roku otkloni utvrđene nesukladnosti za koje je utvrđeno da ih je počinio prvi put (članak 11. Zakona).

Treća skupina odnosi se na **nesukladnosti koje mogu utjecati na sigurnost i zdravlje potrošača i koje zahtijevaju poduzimanje mjera bez odgađanja** (primjerice informacije nisu navedene na hrvatskom jeziku i latiničnom pismu; pripisuju se hrani svojstva sprječavanja bolesti, liječenja ili izlječenja, odnosno upućuje se na takva svojstva; nedostaje popis sastojaka; nisu navedeni sastojci koji uzrokuju alergije ili intolerancije; nije naveden datum minimalne trajnosti ili »upotrijebiti do« datum; nema podataka o posebnim uvjetima čuvanja i/ili upotrebe, za hranu koja to zahtijeva; nije naveden naziv i adresa subjekta u poslovanju hranom; nije navedena stvarna alkoholna jakost po volumenu za pića koja sadrže više od 1,2% vol. alkohola; nema navedenu nutritivnu deklaraciju; dodatne obvezne informacije o hrani nisu navedene i dr.). U slučaju ovih, najtežih, nepravilnosti, pravna osoba će se kazniti sa **novčanom kaznom** od 70.000,00 do 100.000,00 kuna, odgovorna osoba u pravnoj osobi novčanom kaznom od 10.000,00 do 20.000,00 kuna, dok će se fizička osoba kazniti novčanom kaznom od 10.000,00 do 20.000,00 kuna.

BR.1
ALTERNATIVNI
POŠTANSKI
OPERATER
DOLAZIMO U VAŠ URED
I KAD STE VI NA PAUZI, ČEKAMO.
Brza i efikasna usluga adresirane distribucije pisama, računa, preporučenih pošiljaka, tiskanica i izravne pošte u poštanske sandučiće uz prikup pošiljaka u vašem uredu. Osobni Customer care agent uvijek vam je na raspolaganju. Odaberite domaći tim s potporom Austrijske pošte za besprijekornu uslugu.
WEBER ESCAL
MEMBER OF
AUSTRIAN POST GROUP
0800 8800
www.weber-escal.com

Potrošački proizvodi i roba – Zakon o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanju sukladnosti

Zakon o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanju sukladnosti jedan je od pet osnovnih zakona u području tehničkog zakonodavstva. Ovaj se zakon temelji na pojmovima definiranim u Uredbi EZ-a br:765/2008 od 9. srpnja 2008. godine kojom se utvrđuju zahtjevi za akreditaciju, stavljanje proizvoda i nadzor nad tržištem i kojom se postavlja okvir općih pravila i načela.

Tako su sporazumom o stabilizaciji i pridruživanju Republike Hrvatske EU usvojeni su i slijedeći zakoni uključujući već spomenuti Zakon o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanju sukladnosti. To su:

- Zakon o općoj sigurnosti proizvoda;
- Zakon o normizaciji;
- Zakon o akreditaciji;
- Zakon o mjeriteljstvu.

Radi povećane razine sigurnosti proizvoda i procesa, očuvanja života, zdravlja ljudi i zaštite okoliša, promicanja kakvoće proizvoda, procesa i usluga, osiguranja svrsishodne uporabe robe, materijala i energije te poboljšanja proizvodne učinkovitosti i ograničenje raznolikosti kao i otklanjanja tehničkih prepreka u međunarodnoj trgovini donošen je Zakon o normizaciji. Točnije, odnosi se na načela i ciljeve hrvatske normizacije, pripremanje i izdavanje hrvatskih normi , ustrojstvo i djelatnost nacionalnog normiranog tijela. Predmet normizacije je prvenstveno proizvod, proces ili usluga koju treba normirati.

Glavnu ulogu ovdje ima Hrvatski zavod za norme koji zastupa Republiku Hrvatsku u međunarodnim i europskim organizacijama za normizaciju te omogućuje sudjelovanje gospodarskih i drugih predstavnika u izvedbi normi kao i njihovu dostupnost i prihvaćanje.

Kako bi se proizvod i/ili usluga plasirali na tržite potrebno je da udovoljava određenim uvjetima i sukladno propisima i normama. Opći sigurnosni zahtjevi za proizvode , obveze proizvođača i distributera, informiranje javnosti, poticajne mjere i nadzor propisane su Zakonom o općoj sigurnosti proizvoda na tržištu. No za pojedine proizvode i/ili skupne proizvoda Zakonom o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanju sukladnosti podrobnije su uređeni dolje navedeni elementi:

- Proizvodi koji se stavljaju na tržište ili na raspolaganje moraju zadovoljiti određene tehničke zahtjeve i moraju biti u skladu s važećim odredbama koje se tiču tog proizvoda ili usluge.
- Odgovornost, prava i obveze gospodarskih subjekata koji proizvode plasiraju na tržište ili ih stavljaju na raspolaganje .
- Postupak ocjenjivanja sukladnosti i prava te obveze tijela za ocjenjivanje sukladnosti.
- Dokumentacija sukladnosti (opis proizvoda, projekt, certifikat, izvještaj o ispitivanju koji potvrđuje usklađenost s normama).

Obveze gospodarskih subjekata

U ovu grupaciju svrstavaju se proizvođači, ovlašteni zastupnici, distributeri i uvoznici s obzirom na djelatnost kojom se bave.

PROIZVOĐAČ:

- Obvezan je osigurati da je proizvod oblikovan i propisno proizveden sukladno zahtjevima koji se odnose za taj proizvod.
- Izraditi propisanu tehničku dokumentaciju i provesti postupak ocjenjivanja sukladnosti ili osigurati njegovo provođenje.
- Sastaviti Izjavu o sukladnosti i naznačiti oznaku sukladnosti kao i čuvati tehničku dokumentaciju. Izjava o sukladnosti sadrži sve potrebne informacije o direktivama, proizvođaču ili njegovom zastupniku, o proizvodu te normama. EU je kao pomoć proizvođačima uvela module A, B, C, D, E, F , G, H s kojima je određeno osam načina dokazivanja sukladnosti proizvoda prema propisima.
- Poduzimati i/ili osigurati mjere za održanje sukladnosti proizvodne serije zbog mogućih promjena u oblikovanju ili značajkama proizvoda ili tehničkim specifikacijama koje su navedene u izjavi o sukladnosti proizvoda.
- Provoditi ispitivanje uzoraka proizvoda , istraživati i voditi knjigu pritužbi o nesukladnim proizvodima i povlačenju te o tome izvijestiti distributera.
- Označiti proizvod brojem ili šifrom na ambalaži ili pratećoj dokumentaciji radi identifikacije. Oznaka obavezno se stavlja na svaki proizvod kao dokaz da je proizvod proizveden i razvijen u skladu s zahtjevnim normama EU koje se na njega odnose te da je na proizvodu bio proveden postupak utvrđivanja sukladnosti prema zahtjevima direktiva EU. Njome također proizvođač jamči i snosi odgovornost da je proizvod u skladu s svim propisanim zahtjevima EU.
- Navesti na proizvodu svoje ime i registarsko trgovačko ime ili registrirani trgovački znak i adresu na kojoj je proizvođač dostupan.
- Osigurati upute za upotrebu proizvoda i podatke o sigurnosti na hrvatskom jeziku

ili drugom jeziku razumljivom potrošaču.

• Poduzimati popratne mjere ukoliko smatra da je određeni proizvod nesukladan s propisima te ga uskladiti ili povući s tržišta te o tome obavijestiti nadležna tijela.

• Osigurati sve podatke i dokumentaciju za dokazivanje sukladnosti proizvoda na zahtjev nadležnog tijela.

OVLAŠTENI ZASTUPNICI:

• Provoditi specificirane zadatke u skladu s danim ovlaštenjima od strane proizvođača

• Čuvanje tehničke dokumentacije i Izjave o sukladnosti te surađivati s nadležnim tijela u slučaju nadzora i kontrole

UVOZNIK:

• Utvrditi je li proizvođač proveo postupak ocjenjivanja sukladnosti, posjeduje li tehničku dokumentaciju , da li je proizvod propisno obilježen te nosi li ime proizvođača kao i identifikacijski broj proizvođača

• Ukoliko smatra da proizvod nije u skladu s odredbama propisa ne smije proizvod plasirati na tržište dok se ne provede njegovo usklađivanje te povući s tržišta. U slučaju rizika obvezan je o tome obavijestiti nadležna tijela.

• Na proizvodu ili ambalaži navesti svoje ime, registrirano trgovačko ime ili registrirani trgovački znak i adresu na kojoj je dostupan.

• Osigurati upute o načnu uporabe i sigurnosti proizvoda na hrvatskom ili drugom razumljivom jeziku potrošača.

• Osigurati da uvjeti skladištenja ili prijevoza ne ugroze sukladnost proizvoda s propisima dok je pod njegovom odgovornošću.

• Osigurati sve podatke i dokumentaciju za dokazivanje sukladnosti proizvoda na zahtjev nadležnog tijela.

• Provoditi ispitivanje uzoraka proizvoda, istraživati i voditi knjigu pritužbi o nesukladnim proizvodima i povlačenju te o tome izvijestiti distributera.

• Čuvanje tehničke dokumentacije i Izjave o sukladnosti te surađivati s nadležnim tijela u slučaju nadzora i kontrole.

DISTRIBUTER:

• Provjeriti je li proizvod propisno označen oznakom sukladnosti, ima li propisanu dokumentaciju, upute, podatke o sigurnosti na hrvatskom jeziku i drugom lako razumljivom jeziku za potrošača te jesu li proizvođač i uvoznik ispunili prethodne navedene obveze.

• Ukoliko smatra da proizvod nije u skladu s odredbama propisa ne smije proizvod plasirati na tržište dok se ne provede njegovo usklađivanje te povući s tržišta. U slučaju rizika obvezan je o tome obavijestiti nadležna tijela.

• Poduzimati popratne mjere ukoliko smatra da je određeni proizvod nesukladan s propisima te ga uskladiti ili povući s tržišta te o tome obavijestiti nadležna tijela. Ako je proizvod stavljen na tržište EU dužan je obavijestiti nadležna tijela dotične države članice.

• Čuvanje tehničke dokumentacije i Izjave o sukladnosti te surađivati s nadležnim tijela u slučaju nadzora i kontrole.

• Postoje slučajevi kada se obveze proizvođača primjenjuju i na uvoznike i distributere. Naime , ako uvoznik ili distributer stavlja proizvod na tržište pod svojim imenom ili trgovačkim znakom ili preinačuje proizvod koji je

Označavanje proizvoda oznakom »CE«

Kazna do **1000** x

Gospodarski subjekt čini prekršaj ako suprotno članku 30. Uredbe (EZ) br. 765/2008 ne stavi propisanu oznaku »CE« i/ili označi proizvode oznakama koje su slične oznaci »CE« do te mjere da bi mogli stvoriti zabunu na tržištu ili dovesti potrošače u zabludu.

Ako postupi protivno navedenom, propisana je novčana kazna:

- *za pravnu osobu od 5.000,00 do 1.000.000,00 kuna;*
- *za odgovornu osobu od 500,00 do 5.000,00 kuna;*
- *za obrtnika od 1.000,00 do 500.000,00 kuna.*

Kazna propisana: čl. 1. st. 1. podst. 6., st. 2. i 3. Zakona o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanju sukladnosti.

već na tržištu na takav način da to može utjecati na njegovu sukladnost s zahtjevima i propisima, u tom slučaju uvoznik ili distributer smatrat će se proizvođačem te podliježe obvezama proizvođača.

Zakonske mjere i kazne

Ukoliko nadležno tijelo (Središnje tijelo državne uprave nadležno za gospodarstvo) utvrdi da proizvod nije sukladan propisanim normama ili ne odgovara propisanim tehničkim zahtjevima ono može :

1. Zabraniti privremeno njegovo stavljanje na tržište, ponudu isporuke, oglašavanje ili izlaganje proizvoda u vremenu koje je potrebno za ispitivanje ili preglede.

2. Narediti otklanjanje utvrđenih nesukladnosti i odrediti rok za njihovo otklanjanje. Proizvod s formalnim nedostacima jest proizvod bez propisanih oznaka, dokumenata, uputa i podataka o sigurnosti proizvoda).

3. Zabraniti ili ograničiti stavljanje proizvoda na tržište ili narediti njihovo povlačenje.

4. Narediti uništavanje nesukladnih proizvoda radi zaštite zdravlja i sigurnosti ljudi, životinja, biljaka, imovine i okoline.

Katarina Barač Peroš ević

Sukladnost proizvoda s odredbama važećih propisa

Kazna do **1000** x

Proizvod koji se stavlja na tržište ili na raspolaganje na tržištu mora biti u skladu s odredbama važećih propisa koji se odnose na taj proizvod. Gospodarski subjekt koji stavlja proizvod na tržište ili na raspolaganje na tržištu odgovoran je za sukladnost proizvoda s odredbama važećih propisa koji se odnose na taj proizvod. Gospodarski subjekt odgovoran je za točnost i potpunost podataka o svojim proizvodima te mora osigurati da ti podaci budu u skladu s propisanim zahtjevima za taj proizvod.

Ako postupi protivno navedenom, propisana je novčana kazna:

- *za pravnu osobu od 5.000,00 do 1.000.000,00 kuna;*
- *za odgovornu osobu od 500,00 do 5.000,00 kuna;*
- *za obrtnika od 1.000,00 do 500.000,00 kuna.*

Kazna propisana: čl. 1. st. 1. podst.1., st. 2. i 3. Zakona o tehničkim zahtjevima za proizvode i ocjenjivanju sukladnosti.

ISPUNJENJE NOVČANIH OBVEZA IZMEĐU PODUZETNIKA I OSOBA JAVNOG PRAVA

Prema Zakonu o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi (Narodne novine, broj 108/2012, 144/2012, 81/2013 i 112/2013 – u nastavku teksta: Zakon) poduzetnik je fizička i pravna osoba, koja samostalno obavlja gospodarsku ili profesionalnu djelatnost radi ostvarivanja prihoda, dohotka, dobiti ili drugih gospodarski procjenjivih koristi. Osobe javnog prava su javni naručitelji i sektorski naručitelji (Republika Hrvatska, jedinice lokalne i područne samouprave i dr. osobe iz čl. 5. i 6. Zakona o javnoj nabavi – Narodne novine broj 143/2013), osim trgovačkih društava koja odgovaraju definiciji poduzetnika (čl. 3. t. 1. i 2. Zakona).

Zakonom o financijskom poslovanju i predstečajnoj nagodbi predviđeni su posebni rokovi ispunjenja novčanih obveza u poslovnim transakcijama (transakcije između poduzetnika ili između poduzetnika i osoba javnog prava koje rezultiraju dobavom robe ili pružanjem usluga za novčanu naknadu) među poduzetnicima te među poduzetnicima i osobama javnog prava u kojem se osoba javnog prava pojavljuje kao dužnik.

Poznavanje ovih rokova u svakodnevnom poslovanju važno je zbog više razloga. Jedan od tih razloga je početak tijeka zastarnog roka radi sudskog ostvarenja određene novčane tražbine. Poznavanje ovih rokova važno je i zbog sankcije prema dužniku koji nije na vrijeme ispunio svoju obvezu, a koja sankcija se pojavljuje u vidu zatezne kamate (čl. 12. a Zakona) ili u obliku posebne naknade u paušalnom iznosu u slučaju zakašnjenja s ispunjenjem (novčane) obveze (čl. 13. Zakona). Konačno, poznavanje ovih rokova važno je i kako bi se spriječila ništetnost pojedinih odredbi ugovora koju predviđaju određene odredbe Zakona.

Rokovi ispunjenja novčanih obveza u poslovnim transakcijama između poduzetnika

Ovi rokovi određeni su odredbom čl. 11. Zakona. U tom kontekstu napominje se da Zakon regulira najduže vrijeme trajanja ugovorenih rokova ispunjenja novčanih obveza, kao i najduže vrijeme trajanja rokova ispunjenja novčanih obveza u slučaju da stranke te rokove nisu unaprijed ugovorile.

Kada se rokovi ugovaraju, poduzetnici o kojima je riječ u ovom radu ne mogu ugovoriti rok za ispunjenje obveze duži od 60 dana (čl. 11. st. 1. Zakona), osim kod ugovora o robno trgovačkom kreditu. Za valjanost ugovorne odredbe ugovora o robno trgovačkom kreditu kojom se određuje rok ispunjenja obveze potrebno je da se radi o ugovaranju roka u pisanom obliku te da se ne radi o roku duljem od 360 dana. S druge strane, ako ugovorom nije ugovoren rok za ispunjenje novčane obveze, dužnik je dužan, bez potrebe da ga vjerovnik na to pozove, ispuniti novčanu obvezu u roku od 30 dana (čl. 11. st. 2. Zakona). Dakle, u slučaju da rok za ispunjenje obveze nije određen u ovakvim poslovnim transakcijama, vjerovnik nije dužan pozivati dužnika na ispunjenje obveze kako bi se ispunio preduvjet dospjelosti njegove tražbine (čl. 183. st. 2. Zakona o obveznim odnosi-

ma – u nastavku teksta: ZOO), kao u nekim drugim obveznopravnim odnosima.

Rok za ispunjenje novčane obveze među poduzetnicima počinje teći od:

1. dana kad je dužnik primio račun ili drugi odgovarajući zahtjev za isplatu, ili

2. dana kad je vjerovnik ispunio svoju obvezu:

– ako nije moguće sa sigurnošću utvrditi dan primitka računa ili drugog odgovarajućeg zahtjeva za isplatu ili,

– ako je dužnik primio račun ili drugi odgovarajući zahtjev za isplatu prije negoli je vjerovnik ispunio svoju obvezu, ili

3. dana isteka roka za pregled predmeta obveze, ako je ugovorom ili zakonom predviđen određeni rok za takav pregled, a dužnik je primio račun ili drugi odgovarajući zahtjev za isplatu prije isteka toga roka (s tim da rok za pregled predmeta obveze ne može biti duži od 30 dana od dana primitka predmeta obveze, osim iznimno, ako je to opravdano posebnim okolnostima kao što je to posebna narav predmeta obveze, u kojem slučaju stranke mogu u pisanom obliku ugovoriti duži rok za pregled predmeta obveze).

Rokovi ispunjenja novčanih obveza u poslovnim transakcijama između poduzetnika i osoba javnog prava

Kada se u poslovnim transakcijama s poduzetnikom na strani dužnika nađe osoba javnog prava, tada dolazi u obzir primjena odredbe čl. 12. Zakona u odnosu na rokove ispunjenja takvih obveza.

U takvim poslovnim odnosima stranke mogu ugovoriti rok ispunjenja novčane obveze do 30 dana. Duži rok ispunjenja može se ugovoriti iznimno i isključivo u pisanom obliku ako je to objektivno opravdano posebnim značajkama i naravi ugovora, ali taj rok ne smije biti duži od 60 dana. Prilikom ugovaranja takvog, dužeg roka, stranke trebaju paziti da se ne radi o ništetnoj odredbi ugovora u smislu odredbe čl. 14. st. 6. Zakona o čemu će biti riječi u nastavku ovog rada. Zakonski rok za ispunjenje obveze u ovakvim ugovorima, početak tijeka roka za ispunjenje obveze, kao i rok za pregled predmeta obveze uređen je na isti način kao i kod ispunjenja novčanih obveza između poduzetnika (čl. 11. st. 4., 5. i 6. Zakona) s tim da rok za pregled predmeta obveze mora biti naveden u natječajnoj dokumentaciji.

Posljedice dužnikova zakašnjenja s ispunjenjem novčane obveze

Posljedice dužnikova zakašnjenja s ispunjenjem novčane obveze:

1. Plaćanje zateznih kamata

Jedna od osnovnih posljedica dužnikova zakašnjenja s ispunjenjem novčane obveze jest obveza plaćanja zateznih kamata. Stopa zakonskih zateznih kamata regulirana je odredbom čl. 12. a st. 2. Zakona i jednaka je referentnoj stopi uvećanoj za 8 postotnih poena. U poslovnim transakcijama između poduzetnika moguće je ugovoriti i drukčiju stopu kamata za kašnjenje s plaćanjem, ali ne veću od stope zakonskih kamata za kašnjenje s plaćanjem (referentna stopa uvećana za osam postotnih poena). Ako su kamate ugovorene, ali nije određena njihova stopa, obračunavaju se zakonske kamate za kašnjenje s plaćanjem.

2. Plaćanje posebne naknade

Dužnik koji zakasni s ispunjenjem novčane obveze u poslovnim transakcijama dužan je vjerovniku platiti posebnu (jednokratnu) naknadu u kunama u protuvrijednosti 40,00 EUR-a (čl. 13. st. 1. Zakona). Pri tom nije važno radi li se o poslovnoj transakciji između poduzetnika ili između poduzetnika i osobe javnog prava. Pravo na ovu naknadu ni na koji način ne isključuje vjerovnikovo pravo na naknadu štete zbog zakašnjenja u ispunjenju obveze u smislu odgovarajućih odredbi ZOO-a (čl. 342. ZOO-a).

3. Propisana novčana kazna

Novčanom kaznom od 10.000,00 do 1,000.000,00 kuna kaznit će se za prekršaj poduzetnik koji ne ispuni novčanu obvezu u roku ugovorenom sukladno odredbama Zakona, odnosno u zakonskom roku ispunjenja novčane obveze (čl. 88. st. 1. t. 1. Zakona). Za ovaj prekršaj kaznit će se i odgovorna osoba pravne osobe poduzetnika i to novčanom kaznom od 1.000,00 do 50.000,00 kuna (čl. 88. st. 2. Zakona). Prekršajna odgovornost za zakašnjenje u ispunjenju obveze nije predviđena i za osobe javnog prava.

Ništetne odredbe ugovora o rokovima ispunjenja obveza

Prema odredbi čl. 14. Zakona, ništetne su slijedeće odredbe ugovora između poduzetnika i poduzetnika i osobe javnog prava:

– odredba (činidba ili praksa) kojom se isključuje, ograničava ili uvjetuje pravo vjerovnika na kamate za kašnjenje s plaćanjem ili pravo vjerovnika

WWW.PROPISI.HR
PRAVNI PORTAL

DNEVNA AŽURNOST!

- Hrvatski pravni portal s važećim pročišćenim propisima (zakoni i podzakonski akti)
- Sudska praksa
- Razna mišljenja nadležnih tijela
- Modeli ugovora
- Razna pravna dokumentacija

WWW.PROPISI.HR

Pretplatiti se možete na broju telefona 01 49 21 742

na posebnu naknadu za zakašnjenje u plaćanju,

– odredba (činidba ili praksa) kojom se određuje datum primitka računa ili drugog odgovarajućeg zahtjeva za isplatu,

– odredba ugovora među poduzetnicima kojom je ugovoren rok ispunjenja novčane obveze duži od 360 dana i odredba ugovora između poduzetnika i osobe javnog prava u kojem je osoba javnog prava dužnik novčane obveze kojom je ugovoren rok ispunjenja novčane obveze duži od 60 dana,

– odredba ugovora između poduzetnika i osoba javnog prava u kojima je osoba javnog prava dužnik novčane obveze, kojom je ugovoren rok ispunjenja novčane obveze duži od 30 dana ako to nije objektivno opravdano posebnim značajkama i naravi ugovora,

– odredba ugovora među poduzetnicima kojom je ugovoren rok ispunjenja novčane obveze duži od 60 dana, odnosno rok za pregled predmeta obveze duži od 30 dana, ako na temelju okolnosti slučaja, a posebno trgovačkih običaja i naravi predmeta obveze, proizlazi da je takvom ugovornom odredbom, suprotno načelu savjesnosti i poštenja, prouzročena očigledna neravnopravnost u pravima i obvezama ugovornih strana na štetu vjerovnika novčane obveze,

– odredba ugovora između poduzetnika i osoba javnog prava u kojima je osoba javnog prava dužnik novčane obveze, kojom je ugovoren rok ispunjenja novčane obveze duži od 30 dana, odnosno rok za pregled predmeta obveze duži od 30 dana, ako na temelju okolnosti slučaja, a posebno trgovačkih običaja i naravi predmeta obveze, proizlazi da je takvom ugovornom odredbom, suprotno načelu savjesnosti i poštenja, prouzročena očigledna neravnopravnost u pravima i obvezama ugovornih strana na štetu vjerovnika novčane obveze,

– odredba ugovora između poduzetnika i osoba javnog prava u kojima je osoba javnog prava dužnik novčane obveze, kojom je ugovorena drugačija stopa kamata od stope zakonskih kamata na kašnjenje s plaćanjem.

Utvrđenje ništetnosti navedenih ugovornih odredaba i ugovornih odredbi o visini stope kamata za kašnjenje s plaćanjem sadržanih u standardiziranim ugovorima, zabrana uporabe takvih ugovornih odredaba u standardiziranim ugovorima te zabrana uporabe drugih ugovornih odredaba u standardiziranim ugovorima, kojima se protivno načelu savjesnosti i poštenja uzrokuje očigledno neravnopravni položaj u pravima i obvezama ugovornih strana na štetu vjerovnika novčanih obveza, kolektivni je interes vjerovnika novčanih obveza, radi čije zaštite ovlašteni tužitelj može podnijeti tužbu radi zaštite kolektivnih interesa i prava u skladu s odredbama zakona kojim se uređuju pravila parničnog postupka. Napominje se da ovi ugovori (odnosno pojedine njihove odredbe) mogu biti ništetni i iz razloga propisanih Zakonom o obveznim odnosima, odnosno ako su protivni Ustavu Republike Hrvatske, prisilnim propisima ili moralu društva, osim ako cilj povrijeđenog pravila ne upućuje na neku drugu pravnu posljedicu ili ako zakon u određenom slučaju ne propisuje što drugo.

U svakom slučaju, poduzetnicima, odnosno osobama javnog prava od interesa je paziti na valjanost (ništetnost) ovih, ali i drugih odredbi ugovora i zbog posljedica ništetnosti koje se sastoje u vraćanju onoga što je primljeno na temelju takvog ugovora (ako ništetnost pojedine odredbe ugovora povlači za sobom ništetnost cijelog ugovora), odnosno u obvezi naknade štete koju je onaj ugovaratelj koji je kriv za sklapanje ništetnog ugovora dužan naknaditi svom suugovaratelju pod uvjetom da ovaj nije znao niti je prema okolnostima slučaja morao znati za postojanje uzroka ništetnosti (čl. 323. i čl. 324. ZOO-a).

Isto tako, poduzetnicima i osobama javnog prava na koje se odnose odredbe Zakona o rokovima ispunjenja obveza je u interesu poznavati predmetne rokove i zbog mogućnosti gubitka prava na zahtjev za ispunjenje obveze u slučaju proteka određenog vremena (zastara). Naime, tražbine iz ovakvih ugovora zastarijevaju u roku od tri godine (čl. 228. ZOO-a), a taj rok počinje teći prvog dana poslije dana kad je vjerovnik imao pravo zahtijevati ispunjenje obveze (čl. 215. st. 1. ZOO-a), odnosno prvog dana nakon dospjelosti obveze (nakon isteka roka za ispunjenje ugovora).

Ema Brdovčak

POSTANITE I VI NAŠ PRETPLATNIK!

POSLOVNA IDEJA DOLAZI UZ PRAVE SAVJETE

-pretplatite se i vi!

NARUDŽBENICA kojom se pretplaćujem na časopis

Poslovni savjetnik (12 brojeva) po cijeni od **295,00** kn (PDV uključen u cijenu)

Naziv tvrtke: _____

OIB: _____

Ime i prezime: _____

Adresa, grad: _____

Tel.: _____

E-mail: _____

Fax: _____

Broj primjerka: _____

Potpis odgovorne osobe:

Molimo ispunjenu narudžbenicu pošaljite na fax: 01/48 36 099

ili e-mail: info@poslovni-savjetnik.com www.poslovni-savjetnik.com

PBZ i Erste banka zajednički sudjeluju u financiranju ekspanzije Podravke

Početkom lipnja potpisan je Ugovor o kratkoročnom klupskom kreditu u ukupnom iznosu do 58 mil. eura za Podravku d.d. za namjenu financiranja akvizicije društva Žito d.d., Ljubljana, Slovenija.

Ugovor su potpisali predstavnici Podravke d.d. kao, Erste Group AG, Erste&Steiermärkische Bank d.d. i Privredne banke Zagreb d.d. (PBZ) kao vodećih Mandatiranih aranžera, banaka Izdavatelja i Kreditodavatelja te Privredne banke Zagreb d.d. kao Agenta i Security Agenta.

Na svečanosti potpisivanja Ugovora bili su nazočni **Zvonimir Mršić**, predsjednik Uprave Podravke, **Hrvoje Kolarić**, predsjednik Uprave Belupa, **Christoph Schoefboeck**, predsjednik Uprave Erste&Steiermärkische Bank, **Božo Prka**, predsjednik Uprave Privredne banke Zagreb, **Miroslav Klepač**, član Uprave Podravke, **Olivija Jakupec**, članica Uprave Podravke, **Boris Centner**, član Uprave Erste&Steiermärkische Bank i **Ivan Gerovac** član Uprave Privredne banke Zagreb.

Tržišna ekspanzija Podravke

Navedenom akvizicijom društva Žito d.d., Podravka konsolidira svoj položaj te postaje tržišni lider u nekoliko dodatnih kategorija proizvoda.

Privredna banka Zagreb i Erste banka izražavaju zadovoljstvo zajedničkim sudjelovanjem u financiranju ove značajne akvizicije i tržišne ekspanzije vodeće hrvatske prehrambeno-farmaceutske kompanije što predstavlja Podravkin snažan iskorak u daljnjoj internacionalizaciji poslovanja. Za istaknuti je da će se Podravka po okončanju ove transakcije svrstati u sam vrh prehrambene industrije na slovenskom tržištu.

Potpisivanje klupskog Ugovora Podravka, Erste i PBZ

Z.Mršić, B. Prka i C. Schoefboeck

BITNA OBILJEŽJA DRUŠTVA S OGRANIČENOM ODGOVORNOŠĆU

Zakonom o trgovačkim društvima (u nastavku teksta: Zakon) iz 1993. godine koji se počeo primjenjivati od 01. siječnja 1995. godine u Hrvatskoj je uređeno društvo s ograničenom odgovornošću (d.o.o.).

Riječ je o trgovačkom društvu u koje jedna ili više pravnih ili fizičkih osoba unose uloge u unaprijed dogovoreni temeljni kapital i pri tome ne odgovaraju za obveze društva (čl. 385. st. 1. i 2. ZTD –a).

Najniži iznos temeljnog kapitala je 20.000,00 kn, a ako se osniva jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću koje je uvedeno izmjenama i dopunama Zakona o trgovačkim društvima iz listopada 2012. godine, najniži iznos temeljnog kapitala iznosi 10,00 kn i uplaćuje se samo u novcu (čl. 389. st. 2. i čl. 390. a. st. 3. ZTD).

Temeljni ustrojbeni akt društva s ograničenom odgovornošću je društveni ugovor odnosno izjava o osnivanju ako društvo osniva jedan osnivač. Društvenim ugovorom članovi mogu urediti sva pitanja za koja smatraju da su od bitne važnosti za funkcioniranje i organizaciju društva i pri tome imaju vrlo široku autonomiju, a što odgovara slobodi poduzetništva koja je zajamčena Ustavom Republike Hravatske (čl. 49. Ustava RH).

Broj prisilno pravnih propisa kojih se članovi ne mogu odreći prilikom usvajanja društvenog ugovora je vrlo mali i uglavnom se odnosi na poštivanje temeljnih načela prava društva. Tako Zakon određuje obvezu primjene odredbi o tvrtki, sjedištu, predmetu poslovanja, ukupnom iznosu temeljnog kapitala, pravo svakog člana na najmanje jedan glas u skupštini društva i njezino sazivanje, obvezu podnošenja izvješća o stanju društva itd.

Društveni ugovor moraju potpisati svi osnivači i on se sklapa u obliku javnobilježničkog akta ili privatne isprave koju potvrdi javni bilježnik (čl. 387. st. 1. ZTD - a). Dakle ugovor je sklopljen tek kada ga potpišu svi osnivači budući nema sukcesivnog osnivanja društva na način da neki osnivači kasnije pristupaju društvu kako je to slučaj kod dioničkog društva (d.d.) koje se može osnovati i tako da osnivači usvoje statut, preuzmu dio dionica i upute javni poziv (prospekt) za upis dionica te se one upisuju na temelju tog poziva tzv. sukcesivno osnivanje (čl. 195. ZTD).

Društvo s ograničenom odgovornošću koje ima najviše tri člana i jednog člana uprave može se osnovati i na pojednostavljeni način i to kao jednostavno društvo s ograničenom odgovornošću. Za takvo osnivanje društva moraju se koristiti obrasci zapisnika koje sastavlja javni bilježnik (čl. 387. st. 2. ZTD - a).

RAZLIKA IZMEĐU DRUŠTVA S OGRANIČENOM ODGOVORNOŠĆU I DIONIČKOG DRUŠTVA

Društvo s ograničenom odgovornošću zajedno s dioničkim društvom predstavlja dva temeljna društva kapitala.

Nastanak d.o.o. vezan je za potrebe društvenog i gospodarskog razvoja koji je zahtjevao jednostavniji oblik trgovačkog društva pogodan za manji broj

članova koji se međusobno poznaju ili su dio obiteljskih odnosa tako da se može govoriti o javno – privatnom partnerstvu.

Osim u nazivu između društva s ograničenom odgovornošću i dioničkog društva postoje brojne razlike koji društvo s ograničenom odgovornošću čine jednostavnijim, fleksibilnijim i jeftinijim.

Dioničko društvo je trgovačko društvo u kojem članovi (dioničari) sudjeluju s ulozima u temeljnom kapitalu podijeljenom na dionice i ne odgovaraju za obveze društva (čl. 159. st. 1 i 3. ZTD – a). Zbroj svih nominalnih iznosa odnosno zbroj iznosa temeljnog kapitala koji se odnosi na izdane dionice mora odgovarati iznosu temeljnog kapitala dok članovi društva s ograničenom odgovornošću unose uloge u unaprijed dogovoreni temeljni kapital. Ukupan iznos svih uloga mora odgovarati iznosu temeljnog kapitala koji ne može biti manji od 200.000,00 kn (čl. 162. ZTD – a).

Udjeli u dioničkom društvu se iskazuju vrijednosnim papirima – dionicama koje su nositelji članskih prava i obveza. Što društvo bolje posluje rasti će vrijednost dionice dok će s druge strane loše poslovanje društva dovesti do pada vrijednosti dionica. Stoga ulagatelj u dionicu jedino snosi rizik promjene cijene dionice tj. rizik da izgubi ono što je u nju uložio.

Sve navedeno daje mogućnost veće koncentracije kapitala u dioničkom društvu, poduzimanje većih poduzetničkih pothvata, mogućnost podijele kapitala na veliki broj osoba kao i mogućnost građanima da ulažu u dionice.

Temeljni akt dioničkog društva je statut čije je određivanje sadržaja, kao i ustroj društva u smislu postojanja i organizacije organa društva vrlo opsežno i strogo definiran Zakonom.

Društvo s ograničenom odgovornošću za razliku od dioničkog društva ne potpada pod nadležnost Hrvatske agencije za nadzor financijskih usluga i svim troškovima koji su vezani uz taj odnos. Osim u određenim slučajevima propisanim zakonom, ono ne mora imati nadzorni odbor te u tom slučaju nadzor obavlja skupština. U dioničkom društvu nadzorni odbor je obvezatan organ. U većini društava s ograničenom odgovornošću udjeli se ne iskazuju vrijednosnim papirima što znatno smanjuje troškove vođenja poslovnih udjela u obliku elektroničkog zapisa na računima nematerijaliziranih vrijednosnih papira u računalnom sustavu središnjeg depozitorija. Poslovni udjeli društva s ograničenom odgovornošću vode se u knjizi poslovnih udjela koje može voditi i samo društvo.

Kao što je već rečeno i članovi društva s ograničenom odgovornošću i članovi (dioničari) dioničkog društva ne odgovaraju za obveze društva izuzev kada je to određeno Zakonom (čl. 10. st. 1. i st. 2. ZTD-a). Dakle društvo i članovi društva (naziv obuhvaća i dioničare) su odvojene osobe i imaju odvojene imovine, i s tog aspekta članovi mogu izgubiti samo ono što su uložili u društvo.

Broj društava s ograničenom odgovornošću u odnosu na dionička društva je znatno veći i njega uglavnom koriste manji i srednji poduzetnici, dok su u pravilu veća poduzeća u kojima se nalazi velika koncentracija kapitala organizirana kao dionička društva.

Lidija Lešić Duralija

zašto čitam poslovni savjetnik .com

Redovito čitam Poslovni savjetnik i u njemu pronalazim brojne zanimljive teme i korisne informacije. Poslovni savjetnik daje menadžerima upravo ono što im je potrebno; savjete i ideje koje je moguće primijeniti u poslovnom okruženju. Teme su obrađene na takav način da ih je lako pratiti. Autori tekstova i novinari vrhunski su stručnjaci u svojem području rada te na interesantan i edukativan način prenose svoja znanja i iskustva. S obzirom da radim kao PR i marketing menadžer, redovito pratim priloge vezane uz komunikaciju i marketing. Kako Poslovni savjetnik arhiviram, uvijek se vrlo lako mogu vratiti na pojedine teme koje me u određenom trenutku zanimaju, primjerice iz propisa, prava ili financija. Uz to, uvijek rado pogledam novosti i trendove. Poslovni savjetnik bih preporučila svima koji žele unaprijediti svoje znanje i stečeno primijeniti u svom poslovnom okruženju.
Sasvim sam sigurna da ću Poslovni savjetnik čitati i dalje, jer činjenica je da je ovaj poslovni časopis kroz više od 100 izdanja postao jedan od najčitanijih upravo zbog svoje kvalitete i vrijednosti priručnika. Iznimno cijenim i novinarsku ekipu koji radi na mjesečniku te svojim novim idejama, s velikim entuzijazmom i profesionalnošću, iz mjeseca u mjesec razvija i održava ovaj časopis na visokom nivou. Novinarskoj ekipi želim puno sreće u daljnjem radu i budućim projektima.

Sanda Sokol
PR & Marketing Manager

Najvažniji prekršaji prema Zakonu o turističkoj inspekciji

Zakon o turističkoj inspekciji (Narodne novine broj 19/2014) uredio je ustrojstvo, poslove i način rada turističke inspekcije te uvjete za imenovanje, prava, obveze i ovlasti turističkih inspektora Ministarstva turizma. Osim Zakona o turističkoj inspekciji, na materiju turizma i ugostiteljstva primjenjuju se još i neizostavni Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti (Narodne novine broj 138/2006 do 152/2014), Zakon o pružanju usluga u turizmu (Narodne novine broj 68/2007 do 152/2014), te cijeli niz podzakonskih propisa (pravilnika i uredbi).

Turistička inspekcija tako obavlja inspekcijski nadzor nad primjenom zakona i drugih propisa kojima se uređuju način i uvjeti pod kojima pravne i fizičke osobe obavljaju ugostiteljsku djelatnost ili pružaju ugostiteljske usluge i/ili pružaju usluge u turizmu, uključujući obavljanje ugostiteljske djelatnosti odnosno pružanje ugostiteljskih i/ili usluga u turizmu suprotno izdanom rješenju nadležnog tijela, osim u slučaju neregistriranog obavljanja ugostiteljske djelatnosti ili neregistriranog pružanja ugostiteljskih usluga i/ili usluga u turizmu. Turistička inspekcija, također, obavlja inspekcijski nadzor provedbe i drugih propisa kada je to propisano posebnim zakonom.

Turističkoj inspekciji moguće je prijaviti sve nepravilnosti u obavljanju ugostiteljskih djelatnosti i pružanju ugostiteljskih usluga i/ili usluga u turizmu, bilo putem pošte ili u elektroničkom obliku. Turistički inspektor tako pokreće postupak po službenoj dužnosti, ali uzima u obzir i predstavke, odnosno druge obavijesti koje upućuju na potrebu zaštite javnog interesa. Kada turistički inspektor povodom zaprimljene predstavke obavi inspekcijski nadzor, podnositelja će u pisanom obliku obavijestiti o utvrđenom stanju i poduzetim mjerama što je moguće prije, a najkasnije u roku od 30 dana od dana dovršetka inspekcijskog nadzora (članak 12. Zakona).

Sukladno Zakonu o ugostiteljstvo i Zakonu o pružanju usluga u turizmu, turistički inspektor prilikom obavljanja inspekcijskog nadzora provjerava čitav niz djelatnosti i poslovanja različitih subjekata, primjerice:

1. poslovanje ugostiteljskog objekta;
2. pružanje ugostiteljskih usluga u domaćinstvu (iznajmljivača), ili u seljačkom domaćinstvu;
3. pružanje usluga u turizmu;
4. pružanje usluga turističke agencije;
5. pružanje usluga turističkog vodiča;
6. pružanje usluga u nautičkom turizmu;
7. pružanje usluga u seljačkom gospodarstvu ili obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu;
8. pružanje ostalih turističkih usluga;
9. pružanje usluga u ostalim oblicima turističke ponude;
10. pružanje turističkih usluga koje uključuju sportsko-rekreativne ili pustolovne aktivnosti, i dr.

Prekršaji prema Zakonu o turističkoj inspekciji

Člancima 29., 30. i 31. Zakona propisane su tri skupine novčanih kazni za počinjene prekršaje, ovisno o njihovoj težini.

a) Novčanom kaznom od 10.000,00 do 50.000,00 kuna kazniti za prekršaj pravna osoba ako:

1. na pisano traženje turističkog inspektora, u roku određenom za izvršenje obveze, ne pripremi ili ne dostavi točne i potpune podatke, obavijesti ili materijale koji su mu potrebni za obavljanje inspekcijskog nadzora ili ako dostavi netočne i nepotpune podatke, obavijesti ili materijale koji su mu potrebni za obavljanje inspekcijskog nadzora (članak 13. stavak 4. Zakona o turističkoj inspekciji);

2. na traženje i u roku koji odredi turistički inspektor ne poduzme radnju u postupku radi potpunog utvrđivanja činjeničnog stanja (članak 13. stavak 5. Zakona);

3. turističkom inspektoru ne omogući obavljanje inspekcijskog nadzora ili ne osigura uvjete za neometan rad (članak 16. stavci 1. i 2. Zakona);

4. na traženje turističkog inspektora, u slučaju kada se ne može na drugi način obaviti inspekcijski nadzor ili utvrditi činjenično stanje, privremeno ne obustavi poslovanje nadziranog objekta za vrijeme inspekcijskog nadzora u trajanju koje odredi turistički inspektor (članak 16. stavak 3. Zakona).

Za navedene će se prekršaje kazniti i fizička osoba i odgovorna osoba u pravnoj osobi **novčanom kaznom od 5.000,00 do 30.000,00 kuna**.

b) Novčanom kaznom od 1.000,00 do 5.000,00 kuna kaznit će se za prekršaj fizička osoba koja podliježe inspekcijskom nadzoru ili fizička osoba zatečena na mjestu inspekcijskog nadzora, ako na traženje turističkog inspektora ne predoči na uvid javnu ispravu na temelju koje se može provjeriti i utvrditi njezin identitet (članak 13. stavak 3. Zakona).

c) Novčanom kaznom od 50.000,00 do 100.000,00 kuna kaznit će se za prekršaj pravna osoba koja ne izvrši izvršno rješenje turističkog inspektora donesenog na temelju Zakona o turističkoj inspekciji ili drugog zakona (članak 18. stavak 1. i članak 21. Zakona). Za navedeni prekršaj kaznit će se fizička osoba i odgovorna osoba u pravnoj osobi **novčanom kaznom od 5.000,00 do 15.000,00 kuna**.

Marija Butković

Tražite fotografije za opremanje Vaših promotivnih materijala, intraneta i web stranica, objava u medijima, kataloga, ...

Tražite vrhunskog fotoreportera za snimanje Vaših događanja, promocija, prostora, Vama važnih osoba, ...

Registrirajte se na www.pixsell.hr i upoznajte s našom ponudom.
Rado ćemo odgovoriti na sve upite o ponudi fotografija te mogućnostima korištenja.

PIXSELL PRODAJA
prodaja@pixsell.hr
00385 (0) 1 60 69 941

INFO DESK
info@pixsell.hr
00385 (0) 1 65 00 948

DOGAĐANJA
najave@pixsell.hr
00385 (0) 1 60 69 477

Sudjelovanje stranke u postupku utvrđivanja činjenica bitnih za oporezivanje porezom na dohodak

Izvori dohotka, propisani Zakonom o porezu na dohodak, su primici ostvareni od nesamostalnog rada, samostalne djelatnosti, imovine i imovinskih prava, kapitala, osiguranja i drugih primitaka s tim da je porezni obveznik fizička osoba koja ostvaruje dohodak.

Dohodak oporeziv prema odredbama Zakona o porezu na dohodak, a definiran člankom 5. stavkom 2. istog Zakona, jest:

1. dohodak od nesamostalnog rada,
2. dohodak od samostalne djelatnosti,
3. dohodak od imovine i imovinskih prava,
4. dohodak od kapitala,
5. dohodak od osiguranja,
6. drugi dohodak.

Odredbama članka 6. Zakona o porezu na dohodak propisana je porezna osnovica, koja se za rezidente utvrđuje po načelu svjetskog dohotka, dok se za nerezidente utvrđuje prema načelu tuzemnog dohotka. Dodatno je člankom 4. Pravilnika o porezu na dohodak jasno definirano da se rezidentima oporezuje ukupni dohodak koji ostvare u tuzemstvu i u inozemstvu (načelo svjetskog dohotka), a nerezidentima dohodak ostvaren u tuzemstvu (načelo tuzemnog dohotka).

Člankom 37. Zakona o porezu na dohodak propisano je da se porez na dohodak, za koji se podnosi godišnja porezna prijava, obračunava godišnje i to na poreznu osnovicu utvrđenu prema članku 6., a od utvrđenoga godišnjeg poreza odbijaju se iznosi plaćenog predujma poreza po svim iskazanim dohocima te se utvrđuje razlika za uplatu ili povrat poreza. U slučaju kada hrvatski rezident ostvari dohodak u inozemstvu (inozemni dohodak) a taj dohodak je već oporezivan u inozemstvu porezom koji odgovara tuzemnom porezu na dohodak, tada se porez plaćen u inozemstvu uračunava na propisani način u tuzemni porez na dohodak. Obveza poreza na dohodak utvrđuje se poreznim rješenjem koji po obliku i sadržaju mora odgovarati propisu članka 88. Općeg poreznog zakona. Iznimno se može donijeti privremeno porezno rješenje, sukladno članku 89. Općeg poreznog zakona, ako se rješenje o utvrđivanju poreza donosi na temelju podataka iskazanih u poreznoj prijavi poreznog obveznika, a porezno tijelo nije prethodno provelo postupak provjere činjenica bitnih za donošenje toga rješenja. Opći porezni zakon, u članku 63. stavku 1., općenito propisuje da se porezna prijava podnosi na obrascu, te da se oblik i sadržaj obrasca porezne prijave utvrđuje posebnim zakonom ili provedbenim propisom donesenim na temelju zakona. Tako se godišnja porezna prijava poreza na dohodak podnosi se na Obrascu DOH, čiji je sadržaj propisan člankom 88. Pravilnika o porezu na dohodak, a koji je obrazac ujedno i sastavni dio istog Pravilnika. Navedeni obrazac može se preuzeti na internetskim stranicama Porezne uprave

REPUBLIKA HRVATSKA
MINISTARSTVO FINANCIJA, POREZNA UPRAVA
PODRUČNI URED _____
ISPOSTAVA _____

PRIJAVA POREZA NA DOHODAK ZA _____ GODINU

1. OPĆI PODACI

1.1. IME I PREZIME / IME RODITELJA:
1.2. ADRESA (mjesto, ulica i kućni broj):
1.3. OIB: Telefon:
1.4. UMIROVLJENIK (zaokružiti) ☐ DA / ☐ NE Razdoblje: Od Do
1.5. Potpomognuta područja i područje Grada Vukovara (zaokružiti područje) ☐ P1 ☐ P2*
1.6. PROMJENA PREBIVALIŠTA/UOBIČAJENOG BORAVIŠTA TIJEKOM GODINE

R. br.	Razdoblje		Država	Mjesto	Ulica i kućni broj	Potpom. područja i Grad Vukovar
1.	od	do				
2.	od	do				
3.	od	do				

1.7. INVALID I HRVATSKI RATNI VOJNI INVALID IZ DOMOVINSKOG RATA (HRVI)

R. br.	Razdoblje invalidnosti		HRVI DA / NE	oznaka invalidnosti* (zaokružiti)		postotak invalidnosti (upunjava HRVI)
1.	od	do		☐ I	☐ I*	
2.	od	do		☐ I	☐ I*	

1.8. BROJ RAČUNA:
OTVOREN U (NAZIV I SJEDIŠTE):
1.9. PODACI O OPUNOMOĆENIKU / POREZNOM SAVJETNIKU
1.9.1. NAZIV / IME I PREZIME:
1.9.2. ADRESA SJEDIŠTA / PREBIVALIŠTA / BORAVIŠTA:
1.9.3. OIB:

2. PODACI O UZDRŽAVANIM ČLANOVIMA UŽE OBITELJI

R. br.	IME I PREZIME/SRODSTVO	OIB	POTPOMOGNUTA PODRUČJA I GRAD VUKOVAR (P1 i P2)	INVALID (I ili I*)	RAZDOBLJE KORIŠTENJA OD / DO	OSOBNI ODBITAK DIJELI SE S OSOBOM	
						OIB	POSTOTAK OSOBNOG ODBITKA
1.							
2.							
3.							
4.							
5.							
6.							
7.							

3. PODACI O UVEĆANJU OSOBNOG ODBITKA ZA	IZNOS
3.1. PLAĆENE DOPRINOSE ZA ZDRAVSTVENO OSIGURANJE U TUZEMSTVU	
3.2. DANA DAROVANJA	
3.3. UKUPNO (3.1. +3. 2.)	

* **Potpomognuta područja i područje Grada Vukovara**: P1 područja jedinica lokalne samouprave razvrstanih u I. skupini po stupnju razvijenosti prema posebnom propisu o regionalnom razvoju Republike Hrvatske i područja Grada Vukovara utvrđenog prema posebnom propisu o obnovi i razvoju Grada Vukovara, P2 područja jedinica lokalne samouprave razvrstanih u II. skupini po stupnju razvijenosti prema posebnom propisu o regionalnom razvoju Republike Hrvatske
* **oznaka invalidnosti**: I* - 100% invalidnost ili pravo na tuđu pomoć i njega zbog invalidnosti.

i to na sljedeći način: www.porezna-uprava.hr àObrasci àPOREZ NA DOHODAK à DOH

Obvezno podnošenje godišnje porezne prijave

Člankom 39. Zakona o porezu na dohodak propisani su slučajevi u kojima porezni obveznik obvezno podnosi godišnju poreznu prijavu, pa tako sukladno navedenom članku godišnju poreznu prijavu obvezno podnosi porezni obveznik ako u poreznom razdoblju ostvari:
1. dohodak od nesamostalnog rada iz članka 14. ovoga Zakona kod dva ili više poslodavca istodobno u tijeku istog mjeseca poreznog razdoblja i/ili,

2. dohodak od samostalne djelatnosti iz članka 18. ovoga Zakona i djelatnosti po osnovi kojih se dohodak utvrđuje i oporezuje kao dohodak od samostalne djelatnosti prema člancima 19.-24. ovoga Zakona.

Također godišnju poreznu prijavu obvezno podnosi rezident ako dohodak iz stavka 1. ovoga članka ostvari izravno iz inozemstva i/ili ako dohodak iz članka 5. ovoga Zakona ostvari izravno iz inozemstva pri čemu predujmovi poreza na dohodak od tog dohotka nisu u tuzemstvu plaćeni i/ili su u tuzemstvu plaćeni u iznosu manjem od iznosa koji bi se obračunao prema odredbama ovoga Zakona, osim ako u skladu s ugovorom o izbjegavanju dvostrukog oporezivanja Republika Hrvatska izuzima taj dohodak od oporezivanja.

Godišnju poreznu prijavu obvezno podnosi i porezni obveznik ako je Porezna uprava zatražila da naknadno plati porez na dohodak.

Porezni obveznik obvezan je podnijeti godišnju poreznu prijavu ako poslodavac, isplatitelj primitka ili sam porezni obveznik nije obračunao, obustavio i uplatio predujam poreza na dohodak i prirez porezu na dohodak.

U godišnjoj poreznoj prijavi, koja se podnosi sukladno članku 39. Zakona o porezu na dohodak, porezni obveznik obvezan je iskazati dohodak za koji je obvezan podnijeti godišnju poreznu prijavu i dohodak od nesamostalnog rada iz članka 14. ovoga Zakona, osim dohotka koji Republika Hrvatska u skladu s ugovorom o izbjegavanju dvostrukog oporezivanja izuzima od oporezivanja. Ako uz dohodak za koji je obvezan podnijeti godišnju poreznu prijavu i dohodak od nesamostalnog rada porezni obveznik iskaže i dohodak iz ostalih izvora iz članka 5. ovoga Zakona, obvezan je iskazati ukupno ostvareni dohodak u poreznom razdoblju.

Obveznicima poreza na dohodak koji su obvezni podnijeti godišnju poreznu prijavu, a istu ne podnesu ili ako su podaci iz godišnje porezne prijave netočni ili nepotpuni, porez na dohodak utvrđuje se procjenom.

Dobrovoljno podnošenje godišnje porezne prijave

Člankom 40. Zakona o porezu na dohodak propisano je da godišnju poreznu prijavu nije obvezan podnijeti porezni obveznik ako u poreznom razdoblju ostvari:
1. dohodak od nesamostalnog rada iz članka 14. ovoga Zakona samo kod jednog tuzemnog poslodavca ili više tuzemnih poslodavaca, odnosno isplatitelja primitka, ali ne istodobno, i/ili
2. dohodak od imovine i imovinskih prava iz članka 27. ovoga Zakona i/ili,
3. dohodak od kapitala iz članka 30. ovoga Zakona i/ili,
4. dohodak od osiguranja iz članka 31. ovoga Zakona i/ili,
5. drugi dohodak iz članka 32. ovoga Zakona,

a pod uvjetom da nije obvezan podnijeti godišnju poreznu prijavu prema članku 39. ovoga Zakona.

U slučaju kada porezni obveznik nije obvezan podnijeti godišnju poreznu prijavu, on može podnijeti godišnju poreznu prijavu radi:

1. ostvarivanja prava na neiskorišteni osobni odbitak iz članka 36. i članka 54. ovoga Zakona,
2. prava na ravnomjerno godišnje oporezivanje odnosno godišnje izravnanje porezne osnovice,
3. drugih prava propisanih zakonima.

Tada je obvezan u godišnjoj poreznoj prijavi iskazati ukupno ostvareni dohodak u poreznom razdoblju, a prema članku 5. ovoga Zakona.

Nedopustivost podnošenja godišnje porezne prijave

Sukladno članku 41. Zakona o porezu na dohodak godišnju poreznu prijavu ne može podnijeti porezni obveznik:

1. za drugi dohodak po osnovi povrata doprinosa prema članku 33. ovoga Zakona,
2. za dohodak koji se u poreznom razdoblju oporezuje u paušalnom iznosu prema članku 44. ovoga Zakona,
3. za drugi dohodak po osnovi razlike vrijednosti imovine i visine sredstava kojima je stečena prema članku 33.a ovoga Zakona.

Bitno je naglasiti da odredbe članka 63. stavaka 2.-4. Općeg poreznog zakona propisuju da podaci u poreznoj prijavi moraju biti točni i istiniti, nadalje da se poreznoj prijavi mora priložiti dokumentacija u skladu s poreznim propisima, te da onaj tko raspolaže dokumentacijom iz stavka 3. ovoga članka, dužan ju je izdati poreznom obvezniku na njegov zahtjev.

Člankom 58. stavkom 1. Zakona o porezu na dohodak propisano je da su porezni obveznici koji počinju obavljati samostalnu djelatnost iz članka 18. ovoga Za-

PRO KOLEKT

Kako naplatiti dospjela potraživanja?

U modernome poslovnom svijetu, u vrijeme recesije i ekonomske krize, nenaplaćena potraživanja postala su jedan od najvećih problema s kojima se poduzeća susreću. PRO KOLEKT je jedna od vodećih hrvatskih agencija koja ima uspješan odgovor na izazove modernog poslovanja. Našu stručnost, kompetenciju i kvalitetu prepoznale su vodeće tvrtke s područja osiguranja, bankarstva, naftne industrije i trgovine, kako iz Hrvatske tako i iz inozemstva. S naplatom potraživanja također je usko povezana i procjena boniteta pravnih osoba. Pribavljanje informacija o neplatišama barem je toliko važno kao i naša osnovna djelatnost – naplata potraživanja. Pravovremena informacija o poslovnom subjektu koji izbjegava plaćanje svojih obaveza može spriječiti veću štetu, stoga je za spriječavanje iste najbolja preventiva redovna procjena boniteta tvrtki s kojima poslujete.

Obratite nam se s povjerenjem,
Vaš PRO KOLEKT

+385 1 61 77 008 www.prokolekt.com

kona, porezni obveznici koji počinju davati u najam i zakup pokretnine, stvari i nekretnine i porezni obveznici koji počinju ostvarivati dohodak izravno iz inozemstva dužni Poreznoj upravi prijaviti početak obavljanja djelatnosti, iznajmljivanja i ostvarivanja dohotka, u roku od 8 dana od dana početka obavljanja djelatnosti, odnosno od dana početka ostvarivanja dohotka.

Također je odredbama članka 58. stavka 1. Općeg poreznog zakona propisano da je porezni obveznik dužan prijaviti sve činjenice bitne za utvrđivanje njegove porezne obveze, a naročito osnutak, premještaj i prestanak trgovačkog društva, radionice ili stalne poslovne jedinice ili početak obavljanja gospodarske djelatnosti, odnosno promjenu prebivališta ili uobičajenog boravišta, i druge činjenice čije je prijavljivanje propisano posebnim zakonom. Nadalje, člankom 59. istog Zakona propisano je da je porezni obveznik dužan tijekom poreznog postupka sudjelovati u utvrđivanju činjeničnog stanja na način da potpuno i istinito iznosi činjenice bitne za oporezivanje te da za svoje tvrdnje ponudi dokaze.

Prije donošenja poreznog akta kojim se utvrđuju prava i obveze poreznog obveznika u konkretnom slučaju obveza poreza na dohodak, a kako je propisano člankom 7. Općeg poreznog zakona, porezno tijelo mora poreznom obvezniku omogućiti očitovanje o činjenicama i okolnostima koje su bitne za donošenje poreznog akta, u kojoj odredbi se ogleda pravo poreznog obveznika na očitovanje odnosno načelo sudjelovanja stranke u postupku.

Porezni obveznik dužan je, prema propisu članka 60. Općeg poreznog zakona, sudjelovati u postupku utvrđivanja činjeničnog stanja, u odnosu na njegovu oporezivu djelatnost i imovinu u inozemstvu, pružanjem potrebnih dokaza, uz korištenje svih pravnih i stvarnih mogućnosti koje mu stoje na raspolaganju i razjašnjavanjem svih nejasnih pitanja.

Također porezno tijelo može pozvati poreznog obveznika u službene prostorije radi pojašnjenja sadržaja porezne prijave koju je podnio ili koju je bio dužan podnijeti što propisuje članak 68. Općeg poreznog zakona s tim da neodazivanje pozivu povlači za sobom prekršajnu sankciju.

Člankom 69. stavka 1. Općeg poreznog zakona (u nastavku teksta: OPZ) propisano je da su porezni obveznik i druge osobe koje raspolažu podacima bitnima za oporezivanje ili vode vlasničke pozicije vrijednosnih papira, te upisnike o imovini i pravima poreznih obveznika dužni, na zahtjev poreznog tijela, dostaviti podatke potrebne za utvrđivanje porezne obveze, provedbu ovrhe i mjera osiguranja. Nadalje, temeljem stavka 4. istog članka OPZ-a porezno tijelo može zatražiti usmeno davanje obavijesti iz stavka 1. i 3. ovoga članaka i o tome sastaviti zabilješku, dok stavak 7. članka 69. OPZ-a propisuje da je na traženje poreznog tijela, osoba iz stavka 1. ovoga članka dužna dati obavijest u pisanom obliku u roku od osam dana od primitka zahtjeva za davanje obavijesti. U postupku utvrđivanja obveze poreza na dohodak, kao i drugih poreznih obveza, porezno tijelo može tražiti predočenje poslovnih knjiga, evidencija, poslovne dokumentacije i drugih isprava od poreznog obveznika i drugih osoba kod kojih se one nalaze kako i propisuje članak 71. stavak 1. Općeg poreznog zakona. Imajući u vidu da je porezni nadzor dio porezno-pravnog odnosa u kojem porezno tijelo provodi postupak radi provjere i utvrđivanja činjenica bitnih za oporezivanje poreznih obveznika i drugih osoba moguće je provoditi porezni nadzor poreza na dohodak u kojem postupku je porezni obveznik dužan sudjelovati u utvrđivanju činjeničnog stanja bitnog za oporezivanje na način da daje obavijesti, predočava evidencije, poslovne knjige, poslovnu dokumentaciju i druge isprave ili imenuje osobu koja će to raditi u njegovo ime, o čemu je dužan obavijestiti porezno tijelo, a što jasno propisuje članak 109. stavak 1. Općeg poreznog zakona. Stavcima 2. i 3. istog članka OPZ-a propisano je da ako obavijesti poreznog obveznika ili imenovane osobe nisu dovoljne, ovlaštena osoba za porezni nadzor može zatražiti od poreznog obveznika da imenuje i druge osobe za davanje obavijesti. Ovlaštena osoba za porezni nadzor može zatražiti obavijesti od drugih zaposlenika poreznog obveznika ili od trećih osoba s tim da su sve navedene osobe (iz stavka 2.) koje daju obavijesti u postupku poreznog nadzora dužne dati obavijesti ovlaštenoj osobi za porezni nadzor, bez pisanog zahtjeva.

Marjan Filković

Iskazivanje netočnih podataka u godišnjoj poreznoj prijavi

Kazna do **100** x

Obrtnik i fizička osoba koja obavlja drugu samostalnu djelatnost čini prekršaj ako u godišnjoj poreznoj prijavi iskaže netočne ili neistinite podatke.

Ako postupi protivno navedenom, propisana je novčana kazna:

- *za obrtnika od 1.000,00 do 100.000,00 kuna.*

Kazna propisana: čl. 207. st. 1. toč. 8., st. 2. Općeg poreznog zakona.

OZNAKE IZVRSNOSTI KOJIMA KUPCI VJERUJU.

DODIJELJENE TEMELJEM ISKUSTVA I MIŠLJENJA SAMIH POTROŠAČA

ICERTIAS
ZURICH
SWITZERLAND

Obvezni postupci osoba uključenih u vađenje i uklanjanje podrtina i potonulih stvari

Marlon Macanović

Članak 840.a Pomorskog zakonika definira pojmove podrtina i potonula stvar, a u članku 840. (podčlanci: ć –i) propisane su obveze prilikom vađenja podrtina i potonulih stvari, a u članku 840. (podčl.: j-z) opisuje se obvezno uklanjanje podrtina i potonulih stvari.

Pomorstvo RH i zakonodavni okvir vađenja i uklanjanja podrtina i potonulih stvari

Pomorstvo predstavlja, uz ostale sastavnice, jedan od bitnih temelja strateškog razvoja domaćeg gospodarstva. Napose, i smjernice Europske unije tretiraju Republiku Hrvatsku kao pomorsku zemlju. U skladu s ovim nastojanjima, sva državna tijela i ustanove koja imaju u svojoj nadležnosti održavanje prohodnosti plovnih puteva našeg dijela Jadranskog mora, ulažu značajna materijalna sredstva i velike napore svojih djelatnika s ciljem podizanja razine sigurnosti plovidbe, te primjerene zaštite okoliša i njegovih prirodnih bogatstava.

Prema čl.840a. st. 1. Pomorskog zakonika **podrtina** nastala nakon pomorske nesreće, jest:

a) potonuli ili nasukani plovni ili plutajući objekt, ili

b) bilo koji dio potonulog ili nasukanog plovnog ili plutajućeg objekta, uključujući svaki predmet koji se nalazi ili se nalazio na tom objektu, ili

c) svaki predmet koji je nestao u moru s plovnog ili plutajućeg objekta i koji je nasukan, potonuo ili ostavljen da pluta, ili

d) plovni ili plutajući objekt koji će uskoro potonuti ili se nasukati, ili se to opravdano može očekivati, ako još nisu poduzete učinkovite mjere radi pomoći tom objektu ili drugoj ugroženoj imovini.

e) pojam podrtina ne odnosi se na plutajuće platforme koje su u vrijeme pomorske nesreće bile postavljene za istraživanje ili eksploataciju podmorja.

Sukladno čl.840a. st.2. Zakonika **potonula stvar** je:*" bilo koja stvar, osim podrtine, koja je potonula ili se nasukala u moru, ili koja će uskoro potonuti ili se nasukati ili se to opravdano može očekivati, ako još nisu poduzete učinkovite mjere radi spašavanja te stvari"*.

Spomenute odredbe primjenjuju se prilikom vađenja podrtina i potonulih stvari koje se nalaze u teritorijalnom moru i unutarnjim morskim vodama Republike Hrvatske te na uklanjanje podrtina i potonulih stvari koje se nalaze u teritorijalnom moru, unutarnjim morskim vodama te na području zaštićenog ekološko-ribolovnog i epikontinentalnog pojasa RH.

Obvezni postupci osoba uključenih u vađenje i uklanjanje podrtina i potonulih stvari

Vlasnik je u obvezi izvadi-

ti ili ukloniti podrtinu, odnosno potonulu stvar o vlastitom trošku. Ukoliko vlasnik ne izvadi ili ne ukloni podrtinu, odnosno potonulu stvar, on odgovara za štetu koja trećima nastane u vezi s podrtinom odnosno potonulom stvari.

Vlasnik se oslobađa odgovornosti u sljedećim slučajevima: ako dokaže da šteta potječe od nekog nepredvidljivog uzroka koji se nalazio izvan stvari, a koji se nije mogao spriječiti, izbjeći ili otkloniti; ili ako dokaže da je šteta u cijelosti prouzročena radnjom ili propustom treće osobe učinjenim u namjeri da se prouzroči šteta; ili ako dokaže da je šteta u cijelosti prouzročena štetnom radnjom nadležnog javnog tijela. Vlasnik se u cijelosti ili djelomično oslobađa odgovornosti, ako dokaže da je šteta u cijelosti ili djelomično prouzročena radnjom ili propustom oštećenika učinjenim u namjeri da se prouzroči šteta ili iz nepažnje.

Podrtina ili potonula stvar koja ne bude izvađena u roku od dvije godine od dana kad je potonula ili se nasukala postaje vlasništvo Republike Hrvatske. Ako podrtina ili potonula stvar u naravi predstavlja novac, dragocjenost, arhivsku građu od općega kulturnoga interesa i drugu stvar od vrijednosti kojoj se više ne može utvrditi vlasnik, ona je vlasništvo RH.

Svaka osoba koja stekne izravno saznanje o postojanju podrtine ili potonule stvari na nekom određenom mjestu dužna je o tome obavijestiti nadležnu lučku kapetaniju, a zabranjeno je podrtinu i potonulu stvar neovlašteno dirati, pomicati, premještati, ili na bilo koji drugi način mijenjati njeno postojeće stanje.

Lučka kapetanija dužna je o nalazu podrtine ili potonule stvari odmah obavijestiti nadležno državno tijelo za zaštitu spomenika kulture, odnosno arhiv, koji su ovlašteni te predmete uzeti u posjed i čuvanje, ako posebnim zakonom nije što drugo određeno. Nadležna kapetanija može podrtinu, odnosno potonulu stvar koja je postala vlasništvo RH izvaditi i Ministarstvo je može prodati na javnoj dražbi pa iz iznosa postignutog prodajom namiriti sve razumne troškove i pristojbe u vezi s vađenjem, oglašavanjem, čuvanjem i prodajom. Mogući višak toga iznosa koji ostane nakon odbitka troškova i pristojbi ostaje u korist državnog proračuna.

Vađenje podrtina i potonulih stvari

Podrtinu i potonulu stvar smije vaditi ovlaštena osoba, osim kada nadležna lučka kapetanija utvrdi da podrtina predstavlja opasnost. U tom slučaju rješenjem će narediti vlasniku da ukloni podrtinu. Vlasnik ili druga ovlaštena osoba moraju nadležnoj lučkoj kapetaniji pružiti dokaz o osiguranju ili drugom financijskom jamstvu ili mogu sklopiti ugovor s izvođačem radova da u njihovo ime ukloni podrtinu. Prije nego takvo uklanjanje započne, lučka kapetanija može odrediti uvjete uklanjanja u mjeri u kojoj je potrebno osigurati da se uklanjanje provodi na način koji je siguran i kojim se štiti morski okoliš. Nadležna kapetanija rješenjem određuje razuman rok u kojem je vlasnik dužan ukloniti podrtinu i uvjete uklanjanja, a ako ju vlasnik ne ukloni u tom roku, lučka kapetanija može ukloniti podrtinu na najefikasniji i najbrži mogući način vodeći računa o sigurnosti i zaštiti morskog okoliša.

Ako je ovlaštena osoba nepoznata ili je poznata, ali se utvrdi da ona ne namjerava vaditi potonulu stvar ili podrtinu, ili kad bez opravdanog razloga prekine ili napusti započeto vađenje, vađenje potonule stvari ili podrtine smiju poduzeti **nadležna lučka kapetanija** i **pošteni nalaznik**. Smatra se da ovlaštena osoba ne namjerava poduzeti vađenje potonule stvari ako u roku od trideset dana od dana potonuća odnosno nasukanja ne pokrene postupak za davanje odobrenja za vađenje ili ako u roku od 30 dana od dobivanja odobrenja ne započne vađenje. Također se smatra se da je ovlaštena osoba bez opravdanog razloga prekinula ili napustila započeto vađenje ako u roku od pet dana ne nastavi radove na vađenju potonule stvari koje je prekinula ili napustila bez da je o tome obavijestila nadležnu lučku kapetaniju.Pošteni nalaznik koji je započeo vađenje podrtine ili potonule stvari na temelju odobrenja lučke kapetanije ne smije bez opravdanog razloga prekinuti ili napustiti radove ako bi njihovo prekidanje ili napuštanje moglo prouzročiti štetu. Ako je zahtjev kojim se traži odobrenje za vađenje podnijelo više poštenih nalaznika, kapetanija će donijeti rješenje kojim odobrava vađenje onom nalazniku koji je prvi podnio zahtjev za vađenje i ispunjava propisane uvjete.

Rješenje o uklanjanju podrtine

Kazna do **300** x

Ako podrtinu i potonulu stvar neovlašteno dira, pomiče, premješta, ili na bilo koji drugi način mijenja njezino postojeće stanje kazniti će se:
- **pravna osoba** novčanom kaznom od 25.000,00 do 300.000,00 kuna;
- **fizička osoba i odgovorna osoba u pravnoj osobi** novčanom kaznom od 25.000,00 do 100.000,00 kuna.

Kazna propisana: 1017.a Pomorskog zakonika

Obvezno uklanjanje podrtina i potonulih stvari

Zapovjednik pomorskog objekta i **ovlaštena osoba** dužni su bez odgađanja izvijestiti najbližu lučku kapetaniju kada je pomorski objekt sudjelovao u pomorskoj nesreći u kojoj je nastala podrtina.

U mjeri u kojoj je jedan od njih, zapovjednik ili ovlaštena osoba, ispunio obvezu izvještavanja prema ovome članku, drugi je oslobođen te obveze.

Ova izvješća moraju sadržavati ime i glavno poslovno sjedište vlasnika i ostale relevantne podatke potrebne da bi lučka kapetanija mogla utvrditi predstavlja li podrtina opasnost, a ti podaci uključuju: točan položaj podrtine; vrstu, veličinu i građu podrtine; prirodu štete i stanje podrtine; prirodu i količinu tereta, posebice opasnih i štetnih tvari; i količinu i vrstu ulja na pomorskom objektu, uključujući pogonsko ulje i ulje za pod

Rješenje o uklanjanju podrtine

Kazna do **300** x

Ako ne postupe po rješenju o uklanjanju podrtine izdanom od nadležne lučke kapetanije kazniti će se:
- **obrtnik vlasnik pomorskog objekta ili podrtine** novčanom kaznom od 25.000,00 do 100.000,00 kuna;
- **pravna osoba** novčanom kaznom od 25.000,00 do 300.000,00 kuna;
- **zapovjednik pomorskog objekta ili fizička osoba vlasnik pomorskog objekta i odgovorna osoba u pravnoj osobi** novčanom kaznom od 10.000,00 do 25.000,00 kuna.

Kazna propisana: 1017. Pomorskog zakonika

Zlouporaba u postupku javne nabave

Javna nabava je postupak koji prethodi sklapanju ugovora između naručitelja koji je u ovom slučaju javni sektor i ponuditelja koji je privatni sektor, a obuhvaća skup propisa i pravila kojima se određuju postupci koje naručitelj mora izvršiti prilikom kupnje roba i usluga s obzirom na to da tijela s javnim ovlastima ne stječu samostalno financijska sredstva. Svrha postupka javne nabave je osigurati gospodarsko opravdano trošenje i nadzor proračunskih sredstava. Kazneno djelo zlouporabe u postupku javne nabave (članak 254. Kaznenog zakona – Narodne novine, broj 125/2011 i 144/2012) svrstan je u odredbe kojima se uređuju kaznena djela protiv gospodarstva,a svrha koja se želi njome ispuniti je suzbijanje dogovora između natjecatelja koji sudjeluju u javnoj nabavi.

Temeljni oblik kaznenog djela zlouporabe u postupku javne nabave

Gospodarski subjekt je definiran člankom 2. Zakona o javnoj nabavi, kojim je propisano da je *gospodarski subjekt fizička ili pravna osoba ili zajednica tih osoba koji na tržištu nudi izvođenje radova i/ili posla, isporuku robe ili pružanje usluga.* Počinitelj kaznenog djela zlouporabe u postupku javne nabave je gospodarski subjekt, znači ponuditelji koji dolaze iz privatnog sektora. Opis kaznenog djela se ostvaruje dogovorom počinitelja, odnosno njihovom zlouporabom postupka javne nabave u kojem ne sudjeluje naručitelj. Mogli bismo reći da je to situacija u kojoj ponuditelji žele međusobnim dogovorom povisti cijenu roba ili usluga radi kojega je naručitelj raspisao javnu nabavu, a samim time oštetiti proračunska sredstva, odnosno izigrati samu svrhu javne nabave, a to je gospodarski opravdano trošenje financijskih sredstava državnih tijela i tijela s javnim ovlastima. Treba naglasiti da sam naručitelj (javni sektor) ne sudjeluje u zlouporabi javne nabave. Situacija u kojoj se radi o dogovoru između gospodarskog subjekta i naručitelja, u kojoj je naručitelj službena osoba dolazi do ostvarenja kaznenog djela nezakonitog pogodovanja (članak 292.Kaznenog zakona), a gospodarski subjekt je tada sudionik, poticatelj ili pomagatelj u tom kazneno djelu. Međutim ako naručitelj nije službena osoba, dolazi do kaznenog djela zlouporabe povjerenja u gospodarsko poslovanje (članak 246. Kaznenog zakona), a tada je gospodarski subjekt sudionik u tom kaznenom djelu.

Kvalificirani oblik kaznenog djela zlouporabe u postupku javne nabave

Stavak 2. članak 254. opisuje teži oblik kaznenog djela zlouporabe u postupku javne nabave, do kojega dolazi kada je kaznenim djelom pribavljena znatna imovinska korist ili prouzročena znatna šteta, u tom slučaju će se počinitelj kazniti kaznom zatvora od jedne do deset godina zatvora.

Zakonodavac nije definirao zakonskom odredbom što je to znatna imovinska korist odnosno znatna šteta, te je time odgovor na to pitanje prepušteno sudskoj praksi. Vrhovni sud je na svojoj sjednici dao pravno shvaćanje kojim objašnjava što je to znatna imovinska korist odnosno znatna šteta.

Zbog jedinstvene primjene neodređenih vrijednosti obilježja na pojedina kaznena djela od strane svih sudova, Kazneni odjel VSRH na sjednici održanoj 27.12.2012. (br. Su-IV k-4/2012-57) donio je pravno shvaćanje da zakonsko obilježje „znatna imovinska korist", odnosno „znatna šteta", kod kaznenog djela zlouporabe u postupku javne nabave iz članka 254. Kaznenog zakona, postoji kad vrijednosti imovinske koristi, odnosno štete prelazi 60.000,00 kuna.

Zlouporaba u postupku javne nabave u slučaju djelotvornog kajanja

Članak 254. stavak 3. Kaznenog zakona propisuje da se počinitelj koji dobrovoljno spriječi da naručitelj prihvati ponudu koja ima svrhu zlouporabe postupka javne nabave može osloboditi kazne. Time je dana mogućnost fakultativnog oslobođenja od kazne ako se radi o davanju mita na zahtjev osobe, a počinitelj prijavi djelo prije otkrivanja ili prije saznanja da je djelo otkriveno. Svrha ove odredbe je poticanje na prijavljivanje djela i počinitelja. Sud može počinitelja osloboditi kazne ali i ne mora, to će ovisiti o procjeni određenih okolnosti djela i ličnosti počinitelja. Kumulativno se moraju ostvariti dvije stvari, davanje mita i njegova prijava ali prije njegova otkrivanja odnosno prije saznanja da je djelo otkriveno. Znači, mito treba biti dano na zahtjev, a potrebno je i da počinitelj prijavi kazneno djelo prije njegova otkrivanja ili barem prije saznanja da je djelo otkriveno.

Tihana Ptičar

Zlouporaba u postupku javne nabave

Kazna zatvora do **10 godina**

Tko u postupku javne nabave stavi ponudu utemeljenu na zabranjenom dogovoru između gospodarskih subjekata koji ima za cilj da naručitelj prihvati određenu ponudu, kaznit će se kaznom zatvora od šest mjeseci do pet godina. Ako je navedenim kaznenim djelom pribavljena znatna imovinska korist ili je prouzročena znatna šteta, počinitelj će se kazniti kaznom zatvora od jedne do deset godina.

Kazna propisana: čl. 254. st.1. i 2. Kaznenog zakona.

SUPERPRODAVAČ

Sudjelujte u natječaju za nagradu B2B SUPERPRODAVAČ GODINE

B2B SUPERPRODAVAČ 2015.

Časopis **Poslovni savjetnik** bira i dodjeljuje nagrade najboljim hrvatskim B2B prodavačima - **B2B SUPERPRODAVAČ 2015.**

Nikada kao sada nije bilo toliko važno zadržati postojeće klijente i produbiti poslovni odnos s njima, ali isto tako i privući nove klijente koji će Vas prepoznati kao kvalitetno rješenje. S druge strane prodaja je vještina, prodaja nije nešto s čim se morate roditi niti je super prodavač genetski predodređen.

S tom misli i potrebom za što boljim prodajnim vještinama, rezultatima te metodama privlačenja novih klijenata, odlučili smo nagraditi najbolje hrvatske B2B prodavače te s javnošću podijeliti njihova iskustva, rezultate i metode prodaje, predstaviti ih osobno kao i tvrtke u kojima rade.

Časopis **Poslovni savjetnik** zajedno s tvrtkom **Heraklea**, provest će *mystery calling* - tajni kupci će zvati tvrtke, slati elektronske poruke prodavačima te ih pitati razna pitanja i tražiti određene informacije vezane uz njihove proizvode i usluge bez obzira na vrstu djelatnosti. Cilj je svega utvrditi koliko su B2B prodavači ljubazni, proaktivni, stučni, vješti i snalažljivi, imaju li potencijala za unapređenje svojih sposobnosti, te na kojim područjima.

Na temelju prikupljenih nominacija i provedenog istraživanja izabrat će se i dodijeliti godišnja nagrada **B2B SUPERPRODAVAČ** za 2015. godinu koji/a će biti proglašen/a na **konferenciji SUPERPRODAVAČ 26.11.2015.** godine u Zagrebu u sklopu **SUPERPRODAVAČ PARTY-ja u Vertigo baru.**

Nagrade će se dodijeliti u tri jednako vrijedne kategorije - **B2B SUPERPRODAVAČ za male tvrtke, srednje tvrtke te za velike tvrtke.** Na natjecanje se možete prijaviti osobno, ili vas mogu nominirati vaše kolege putem ovog nominacijskog listića**, najkasnije do 1.9.2015. godine.**

SPONZOR

SID - PRVA KREDITNA ZAVAROVALNICA d.d.

MEDIJSKI POKROVITELJI

Edukacija.hr · IN STORE · JaTRGOVAC · posao.hr Dobra veza za posao. · privredni vjesnik · PROFITIRAJ.HR · eIstra.info · ICT Business · eKvarner.info · Suvremena.hr · Udruga · online zagreb.hr

ORGANIZATOR

poslovni savjetnik

PARTNER

heraklea

PRIJAVNICA

B2B SUPERPRODAVAČ GODINE

Organizator: poslovni savjetnik

Partner projekta: heraklea

Ime i prezime nominirane osobe: _____

Funkcija/poslovna pozicija: _____

Tvrtka u kojoj radi: _____

Adresa tvrtke: _____

Tel./Fax: _____ e-mail: _____

☐ Da, želim sudjelovati u natječaju B2B Superprodavač godine

Potpis:

Nominirati se može osobno ili vas nominirati može bilo tko od vaših kolega/prijatelja najkasnije do 1.9. 2015.

Ispunjeni listić molimo dostaviti na fax. 01/48 36 099 ili na e mail: info@poslovni-savjetnik.com Više informacija možete dobiti na broju telefona 01/4921-742

Upravno-kaznene mjere u svrhu zaštite tržišnog natjecanja

Pravo tržišnog natjecanja je dio zakonodavstva koje se bavi zaštitom tržišnog natjecanja, zaštitom konkurentnosti, od različitih oblika nekonkurentnog djelovanja poduzetnika, njegovi najvažniji instituti su zaštita od sklapanja zabranjenih sporazuma poduzetnika, odnosno sprječavanje stvaranja kartela i njihovog djelovanja, sprječavanje zlouporabe vladajućeg položaja poduzetnika na tržištu, te koncentracija poduzetnika. Prema pravnoj stečevini Europske unije pravo tržišnog natjecanja čine i pravila i propisi o državnim potporama. Možemo reći da se propisima o zaštiti tržišnog natjecanja štiti i poduzetnik i potrošač, omogućava se slobodan pristup tržištu pod jednakim uvjetima što većem broju poduzetnika, a samim time štiti se potrošač koji time dobiva veći izbor između cijene i kvalitete ponuđenih dobara i usluga.

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja

Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja (AZTN) je upravno tijelo, pravna osoba s javnim ovlastima koja samostalno i neovisno obavlja poslove koji su utvrđeni Zakonom o zaštiti tržišnog natjecanja (Narodne novine, broj 79/2009 i 80/2013 – u daljnjem tekstu: ZZTN). Agencija radi na otkrivanju i sprječavanju zabranjenih sporazuma, utvrđivanju zlouporabe vladajućeg položaja poduzetnika, ocjene dopuštenosti koncentracije poduzetnika, nadzor nad državnim potporama. Nadležna je i za zaštitu tržišnog natjecanja u bankarskom sektoru. Ulaskom u Europsku uniju Agencija izravno primjenjuje pravo Europske unije, čl. 101. (zabranjeni sporazumi) i čl. 102. (zlouporaba vladajućeg položaja) Ugovora o funkcioniranju Europske unije (UFEU). Radom Agencije upravlja Vijeće za zaštitu tržišnog natjecanja, koji se sastoji od pet članova, a imenuje ih i razrješava Hrvatski sabor na prijedlog Vlade RH. Agencija vodi upravne postupke, koje pokreće po službenoj dužnosti, izuzetak je u slučaju ocjene koncentracije poduzetnika koji se u pravilu pokreće na temelju prijave sudionika koncentracije. Ako Agencija u postupku utvrdi povredu ZZTN-a ili povredu članaka 101. i 102. UFEU odrediti će upravno-kaznene mjere, pri tome primjenjuje Uredbu o kriterijima za izricanje upravno-kaznene mjere (Narodne novine, broj 129/2010 i 23/2015).

Nadležnost Europske komisije u postupcima protiv hrvatskih poduzetnika

Hrvatska kao država članica Europske unije ima obvezu provoditi odredbe Ugovora o funkcioniranju Europske unije. Prema navedenom ugovoru Europska komisija dobila je ovlast za vođenje postupaka protiv hrvatskih poduzetnika koji krše odredbe čl. 101. i 102. UFEU. Komisija odlučuje u predmetima tzv. *„europske dimenzije"*, kada je tržišno natjecanje ugroženo u tri ili više država članica. Svaka država članica ima nadležno tijelo ovlašteno da provodi zakon o tržišnom natjecanju EU, da surađuje s drugim državama članicama, i Europskom komisijom. Agencija je hrvatsko nadležno tijelo za suradnju s Europskom komisijom i nadležnim tijelima za zaštitu tržišnog natjecanja država članica Europske unije, sama suradnja obuhvaća razmjenu informacija o postupcima koji se vode, provedbu zajedničkih nenajavljenih pretraga ili pružanje pomoći u provođenju pretraga, kao i provedba pretrage u ime i za račun Europske komisije ili nekog tijela države članice. U postupcima koje Agencija vodi zbog povrede članaka 101. i 102. UFEU prije donošenja konačne odluke dužna je obavijestiti Komisiju, u slučaju da je Komisija pokrenula postupak u istom predmetu, Agencija je dužna postupak obustaviti. Odluke Komisije obvezuju tvrtke i nacionalne vlasti koje krše pravila, na odluku se može uložiti žalba Općem sudu EU-a, i dalje kao višoj instanci Sudu EU-a.

Europska mreža za tržišno natjecanje (European Competition Network) je sustav pomoću kojega Europska komisija i nadležna tijela država članica razmjenjuju informacije, ono olakšava utvrđivanje nadležnosti, osigurava dosljednu primjenu pravila tržišnog natjecanja EU, itd.

Upravno-kaznene mjere - pojam i cilj

Upravno-kaznena mjera je mjera koju Agencija izriče poduzetniku ako je utvrdila da je povrijedio odredbe ZZTN-a i/ili kada utvrdi povrede odredbi čl.101. i 102. UFEU. Cilj upravno-kaznenih mjera je kažnjavanje počinitelja, otklanjanje štetnih posljedica, odvraćanje drugih poduzetnika od kršenja zakonskih propisa i osiguranje učinkovitog tržišnog natjecanja. Visina upravno-kaznene mjere može iznositi od 1% do 10% vrijednosti ukupnog godiš-

njeg prihoda poduzetnika.

Vrste povrede ZZTN-a

ZZTN-a razlikuje teške i lake povrede propisa o tržišnom natjecanju te ostale povrede propisa o tržišnom natjecanju.

Za tešku povredu propisa o tržišnom natjecanju kaznit će se upravno-kaznenom mjerom u iznosu do najviše 10% vrijednosti ukupnog prihoda koji je poduzetnik ostvario u posljednjoj godini za koju postoje zaključena godišnja financijska izvješća. Teške povrede su sklapanje zabranjenih sporazuma, zlouporaba vladajućeg položaja, sudjelovanje u provedbi zabranjene koncentracije poduzetnika, ako poduzetnik ne postupi po rješenju Agencije kojim se određuju mjere za uspostavu tržišnog natjecanja ili određuju privremene mjere.

Za lakšu povredu propisa o tržišnom natjecanju propisana je upravno-kaznena mjera u visini do najviše 1% vrijednosti ukupnog prihoda poduzetnika. Lakše povrede su ako poduzetnik (stranka u postupku) Agenciji ne podnese obveznu prijavu namjere koncentracije; podnese netočne ili neistinite podatke u postupku ocjene koncentracije; ne postupi po zahtjevu Agencije; ometa izvršenje naloga Visokog upravnog suda RH.

Za ostale povrede propisa o tržišnom natjecanju propisana je upravno-kaznena mjera u iznosu od 10.000,00 do 100.000,00 kuna za poduzetnika koji nema položaj stranke u postupku, a ne postupa po zahtjevu Agencije.

Metodologija izricanja upravno-kaznene mjere

Agencija kod izricanja upravno-kaznene mjere primjenjuje dvostupanjsku metodologiju izračuna upravno-kaznene mjere za svakog poduzetnika za kojeg utvrdi da je povrijedio odredbe ZZTN-a. Prvim stupnjem se smatra izračun Agencije *osnovnog iznosa* upravno-kaznene mjere. Taj osnovni iznos upravno-kaznene mjere Agencija umanjuje ili povećava, ovisno o utvrđenim olakotnim ili otegotnim okolnostima u postupku. To umanjenje/povećanje osnovnog iznosa smatra se drugim stupnjem izračuna upravno-kaznene mjere.

Osnovni iznos upravno-kaznene mjere je udio u prihodu poduzetnika koji ovisi o vrsti odnosno težini povrede zakona, a koji se množi s brojem godina trajanja povrede. U pravilu, postotak od prihoda koji se uzima u izračun osnovnog iznosa upravno-kaznene mjere Agencija utvrđuje u visini do najviše 30% prihoda poduzetnika. Agencija u svakom pojedinom slučaju utvrđuje težinu povrede zakona, te utvrđuje treba li postotak od prihoda biti određen u gornjem ili donjem dijelu raspona. Pri tome Agencija uzima u obzir niz čimbenika, npr. vrstu povrede zakona, tržišni udjel poduzetnika-sudionika, je li povreda u praksi izvršena ili je samo ostavljena mogućnost za izvršenje povrede. Karteli se smatraju najtežom povredom, odnosno oblikom ograničavanja tržišnog natjecanja, te će Agencija udio od prihoda poduzetnika odrediti u gornjem dijelu raspona.

Tako utvrđeni osnovni iznos upravno-kaznene mjere Agencija može smanjiti ako utvrdi postojanje olakotnih okolnosti, a može i povećati ukoliko utvrdi postojanje otegotnih okolnosti. Olakotne okolnosti su dokaz o prekidu protupravnog postupanja; dokaz da je povreda ZZTN-a posljedica nehaja; dokaz da poduzetnik nije izvršavao kartelni sporazum; suradnja poduzetnika u opsegu koji prelazi obvezu dostave podataka Agenciji; suradnja poduzetnika na način i u opsegu koji prelazi obvezu za primjenu oslobođenja ili umanjenje upravno-kaznene mjere. Otegotne okolnosti su nastavak protupravnog postupanja; ponavljanje sličnog protupravnog postupanja; odbijanje suradnje s Agencijom tijekom postupka; ometanje Agencije u radu tijekom postupka; uloga inicijatora ili poticatelja na povredu ZZTN-a; radnje i aktivnosti poduzete u cilju osiguranja sudjelovanja drugih poduzetnika u povredi.

Ostale okolnosti koje Agencija uzima u obzir pri izricanju upravno-kaznene mjere

Preventivni učinak - Agencija može povećati iznos upravno-kaznene mjere onom poduzetniku koji ima značajnu tržišnu snagu na najmanje dva ili više tržišta.

Zakonski maksimum upravno-kaznene mjere - najviši iznos upravno-kaznene mjere ne može niti u kojem slučaju premašiti iznos od 10% vrijednosti ukupnog prihoda koji je poduzetnik ostvario od svih svojih djelatnosti za koje je registriran u posljednjoj godini za koju postoje zaključena godišnja financijska izvješća.

Iznimno umanjenje upravno-kaznene mjere zbog teškog financijskog stanja poduzetnika - na zahtjev poduzetnika koji se nalazi u teškoj financijskoj situaciji i nije u mogućnosti platiti upravno-kaznenu mjeru Agencija ju može dodatno umanjiti. Sama činjenica da je poduzetnik u teškoj financijskoj situaciji nije razlog za umanjenje izrečene kazne. Poduzetnik uz zahtjev treba dostaviti objektivne dokaze kojima potvrđuje da bi izricanje upravno-kaznene mjere u propisanoj visini ugrozilo njegovu ekonomsku održivost i dovelo do potpunog gubitka njegove imovine.

Simbolična upravno-kaznena mjera - Agencija simboličnu mjeru poduzetniku u teškoj financijskoj situaciji, kada narušavanje tržišnog natjecanja nije bilo značajno, odnosno kada nije imalo negativan učinak na tržište. Tada je obvezna posebno obrazložiti razloge za izricanje simbolične upravno-kaznene mjere.

Pravni lijek

Protiv rješenja Agencije nije dopuštena žalba, ali se u roku od 30 dana od dana dostave rješenja može tužbom pokrenuti upravni spor pred Visokim upravnim sudom RH, koji o tužbi odlučuje u Vijeću sastavljenom od troje sudaca, i to zbog povrede propisa materijalnog prava o tržišnom natjecanju, bitne povrede odredbi o postupku, pogrešno ili nepotpuno utvrđenog činjeničnog stanja, i pogrešne odluke o upravno-kaznenoj mjeri i drugim pitanjima o kojima odlučuje Agencija. Tužbu protiv rješenja Agencije kojim se utvrđuje povreda ZZTN-a ili čl.101. i 102. UFEU i izriču upravno-kaznene mjere može podnijeti nezadovoljna stranka u postupku. Tužbu protiv rješenja Agencije kojim se utvrđuje da nije narušeno tržišno natjecanje i rješenja kojima se obustavlja sudski postupak, može podnijeti i podnositelj inicijative, odnosno osoba kojoj su rješenjem Agencije utvrđena ista prava kao i podnositelju inicijative.

Trgovački sud

Temeljem Uredbe Vijeća (EZ) br. 1/2003 trgovački sudovi su nadležni za primjenu čl. 101. i 102. UFEU, te su dužni bez odgode obavijestiti Agenciju o svim sudskim postupcima koje vode na temelju tih članaka. Podnositelji inicijative imaju izbor, mogu inicijativu za pokretanje postupka podnijeti Agenciji ili mogu pokrenuti privatnu tužbu pred trgovačkim sudom.

Trgovački sudovi odlučuju i o naknadi štete zbog povrede ZZTN-a ili odredbi čl.101. i 102. UFEU, poduzetnici koji su povrijedili navedene odredbe odgovorni su za naknadu štete nastalu tim povredama.

Tihana Ptičar

poslovni® savjetnik

AKADEMIJA

MINI AKADEMIJA ZA VODITELJE/ICE UREDA, TAJNIKE/ICE, ADMINISTRATIVNE DJELATNIKE I SVE OSOBE KOJE ŽELE UNAPRIJEDITI SVOJ POSLOVNI I PRIVATNI ŽIVOT

ČETVRTU GODINU ZA REDOM! 24 ŠKOLSKA SATA INTERAKTIVNIH RADIONICA UZ 11 VRHUNSKIH PREDAVAČA U CENTRU ZAGREBA

Svakom sudioniku poklon paket kozmetike u vrijednosti 500 kn!

DATUM: **od 20. do 23.10.2015.** VRIJEME: **od 10 do 16 sati**
MJESTO: **Zagreb, Vlaška 94**

Bez obzira na kojoj poziciji se vi nalazili, ne podcjenjujte moć koju ima tajnik/ica. Nikad ne znate koga oni/one znaju!

Tajnica ili tajnik, voditelj/ica ureda ili administator/ica, bez obzira koju osoba poslovnu titulu nosi, produžena je ruka menadžera/ice. Ona ili on je krvotok svake tvrtke jer bez kolanja informacija nije moguće odvijanje poslovanja, a posebno onog dijela posla koji obuhvaća znanje iz više područja.

U sklopu mini Akademije, a u organizaciji Poslovnog savjetnika, četvrtu godinu za redom, kroz 24 školska sata interaktivnih radionica, uz 11 vrhunskih predavača omogućit ćemo vam da usvojite ili se podsjetite znanja iz čitavog niza područja poslovanja neophodnih za uspješno obavljanje posla.

Program je namijenjen tajnicima/tajnicama, voditeljima uredima, administratorima ali i svim osobama koji se žele razvijati i usavršavati u poslovnom i privatnom dijelu svog života.

Broj mjesta sudionika mini Akademije je ograničen na maksimalno 35 sudionika jer ćemo raditi interaktivno, stoga požurite s vašim prijavama!

Cijena jedne kotizacije za četverodnevni program: 1.990,00 kn + pdv 25%

U cijenu kotizacije uračunata su predavanja prema programu te radni materijali (blok i kemijska olovka). Predavači su vrhunski stručnjaci iz prakse. Svaki polaznik dobit će i diplomu (potvrdu) o sudjelovanju na konferenciji te poklon paket.

Više informacija možete dobiti na brojevima telefona 01/49 21 742 i 01/49 21 737 ili na www.poslovni-savjetnik.com.

PROGRAM

1. dan

UTORAK, 20.10.2015.

9.30 - 10.00 **Registracija i podjela radnih materijala**

10.00 - 11.30 **Dunja Vuković: Kako vratiti vrijeme za pauzu natrag u vlastiti radni dan**

11.30 - 12.00 **Pauza**

12.00 - 13.30 **Vladimir Leutar: Učinkovito slušanje i komunikacija**

13.30 - 14.30 **Pauza**

14.30 - 16.00 **Gordana Kastrapeli: Kako uskladiti privatno i poslovno**

Kratki opis predavanja:
U današnje doba brzog života, stalnih promjena i preplavljenosti informacijama, upravo vrijeme postaje glavni resurs i pratitelj uspjeha. Uz kvalitetno upravljanje vremenom svoje zadatke možete obavljati bolje, učinkovitije i detaljnije, što dovodi i do vašeg zadovoljstva urađenim poslom. „To do" liste koje postaju sve dulje, zahtjevi kolega koji postaju sve kompleksniji kao i sve veći zahtjevi za kvalitetom posla stvaraju percepciju da vremena jednostavno – nema. Kako vrijeme „stvoriti", odnosno kako učinkovito upravljati vremenom, postavljati prioritete te se organizirati tako da postignete sve ono što u svom radnom danu želite i što se od vas očekuje, saznajte na ovoj praktičnoj radionici. Govorit ćemo i o učinkovitom slušanju te o tome kako uskladiti privatni i poslovni život.

2. dan

SRIJEDA, 21.10.2015.

10.00 - 11.30 **Kamilo Antolović: Govor tijela i interpersonalna komunikacija**

11.30 - 12.00 **Pauza**

12.00 - 13.30 **Vladimir Leutar: Nove tehnologije u komunikaciji**

13.30 - 14.30 **Pauza**

14.30 - 16.00 **Marko Alerić: Razlike između novog i starijih pravopisa**

Kratki opis predavanja:
Kroz niz primjera izložit ćemo alate za uspješniju komunikaciju, kako u javnim nastupima tako i inter personalno. Posebno se naglašava važnost neverbalnog govora tj. govora tijela te poruka koje odašiljemo sugovorniku i auditoriju putem neverbalnih signala. Bit ćete upoznati s novim tehnologijama u komunikaciji te s ulogom pravopisa u oblikovanju razumljive, pravilne i jasne pisane poruke. Bit će opisan i protumačen pojam pravopisne kompetencije. Novi Hrvatski pravopis Instituta za hrvatski jezik i jezikoslovlje bit će uspoređen s dosadašnjim pravopisima.Pritom će biti istaknute koncepcijske i sadržajne razlike i objašnjena konkretna pravopisna pravila. Upozorit ćemo vas na najčešće pogreške u primjeni pravopisne norme u poslovnoj pisanoj komunikaciji te ćete na temelju pripremljenih primjera moći uvježbavati primjenu pravopisnih pravila, uočavati i ispravljati pogreške i utvrđivati stečene spoznaje.

3. dan

ČETVRTAK, 22.10.2015.

10.00 - 11.30 **Davor Bilman: Zašto (ne) nosimo visoke pete- osobnost i način komunikacije**

11.30 - 12.00 **Pauza**

12.00 - 13.30 **Asja Lajtman: Kako prepoznati kulturološke razlike i učinkovito komunicirati sa sugovornicima iz drugih kultura**

13.30 - 14.30 **Pauza**

14.30 - 16.00 **Irena Jurjević: Stress i time management**

Kratki opis predavanja:
Tijekom trećeg dana mini akademije govorit ćemo o tipovima ljudske osobnosti te prednostima za poboljšanje pojedinog tipa, o vezama osobnosti i načina na koji se odijevamo privatno i poslovno, te kako brzo prepoznati osobu i prilagoditi svoj stil komunikacije sugovorniku. Stres ne dolazi izvana već je rezultat našeg tumačenja događaja u okolini. Naučit ćete kako promijeniti percepciju stvarnosti (iz katastofične u realističnu), što rezultira većom količinom smirenosti potrebne za učinkovit rad. Vježbu ćete izvoditi na matrici „hitno/bitno", organizacijskom alatu za postavljanje prioriteta. U ovom danu govorit ćemo o načinu rada i komunikacije s drugim kulturama.

4. dan

PETAK, 23.10.2015.

10.00 - 11.00 **Make up radionica-kako se pravilno našminkati za razne prigode**

11.00 - 11.45 **Dodjela diploma uz Officefit by Mario Valentić**

11.45 - 13.30 **Darko Sambol: Kako nam emocionalna inteligencija pomaže u poslu**

13.30 - 14.30 **Pauza**

14.30 - 16.00 **Silvija Zec Sambol: Holističko zdravlje žena-budite fit i sretne**

Kratki opis predavanja:
Posljednjeg dana mini akademije dovodimo dva specijalna gosta. Za vas ćemo organizirati malu školu šminkanja te vam pokazati kako se u pola sata brzo i kvalitetno našminkati za razne prigode, a poznati fitness trener i promotor zdravog načina života Mario Valentić pokazat će vam kako u dvadesetak minuta opustiti napete mišiće uzrokovane dugotrajnim sjedenjem. Danas ćemo vam dodijeliti i diplome uz malu zakusku za vrijeme pauze. Govorit ćemo o razlikama između opće (IQ) i emocionalne inteligencije (EQ) uz primjere i testove. Dat ćemo primjere kako najbolje koristiti EQ u poslu. Dio današnjeg dana bit će posvećen vašem zdravlju pa ćemo govoriti o intoleranciji na hranu, hormonskoj ravnoteži, vremenu za sebe. Organizator zadržava pravo promjene programa konferencije. U slučaju otkazivanja sudjelovanja od strane sudionika u roku od dva ili manje dana prije održavanja konferencije, uplaćeni novac se ne vraća.

*Organizator zadržava pravo promjene programa konferencije. U slučaju otkazivanja sudjelovanja od strane sudionika u roku od dva ili manje dana prije održavanja konferencije, uplaćeni novac se ne vraća.

PREDAVAČI

Dunja Vuković

Vladimir Leutar

Gordana Kastrapeli

Kamilo Antonović

Marko Alerić

Davor Bilman

Asja Lajtman

Irena Jurjević

Mario Valentić

Darko Sambol

Silvija Zec Sambol

poslovni® savjetnik
AKADEMIJA

PRIJAVNICA

MINI AKADEMIJA ZA VODITELJE/ICE UREDA, TAJNIKE/ICE I ADMINISTRATIVNE DJELATNIKE

Zagreb, od 20. do 23.10.2015.,
Vlaška 94

ORGANIZATOR MINI AKADEMIJE: poslovni® savjetnik

Ime i prezime polaznika: _____

Tvrtka/Udruga/Institucija: _____

Adresa: _____

Mjesto i poštanski broj: _____

E-mail: _____

Faks: _____

OIB tvrtke: _____

Žig i potpis:

Molimo ispunjenu prijavnicu pošaljite na faks 01/49 21 743 ili na e mail: info@poslovni-savjetnik.com

Obveza uređenja fasada na novim zgradama

Zakonom o gradnji (Narodne novine 153/2003) u pravni poredak Republike Hrvatske prenosi se Direktiva 2010/31/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 19. svibnja 2010. o energetskoj učinkovitosti zgrada (preinaka) (SL L 153, 18.6.2010.), a osim zahtjeva energetske učinkovitosti, uvodi se i obaveza uređenja vanjskog izgleda zgrade (fasade) i uređenje građevne čestice vlasnicima novih zgrada. Zakon o građevinskoj inspekciji dio poslova nadzora građevinske inspekcije prebacuje na komunalne redare, uključujući i naplatu kazni za zgrade bez fasade i s neuređenim okolišem.

Rok za dovršenje zgrade

Zgrada, ovisno o skupini u koju je razvrstana, mora u pogledu vanjskog izgleda i uređenja građevne čestice biti dovršena u slijedećem roku, računajući od dana prijave početka građenja:

1. zgrada 1. skupine u roku od deset godina
2. zgrada 2. i 3. skupine u roku od sedam godina
3. zgrada 4. skupine u roku od pet godina
4. zgrada 5. skupine u roku od tri godine.

Zakon o gradnji u članku 4. razvrstava građevine u slijedeće skupine:

Razvrstavanje građevina
Članak 4.

(1) Građevine se s obzirom na zahtjevnost postupaka u vezi s gradnjom prema ovome Zakonu razvrstavaju u pet skupina, od zahtjevnijih prema manje zahtjevnima, kako slijedi:

1. skupina – građevine planirane Državnim planom prostornog razvoja

2. skupina – građevine za koje se prema posebnim propisima posebni uvjeti utvrđuju u postupku procjene utjecaja na okoliš i u postupku ocjene prihvatljivosti zahvata za ekološku mrežu

3. skupina – građevine za koje se utvrđuju posebni uvjeti

4. skupina – građevine za koje se utvrđuju uvjeti priključenja, a ne utvrđuju se drugi posebni uvjeti

5. skupina – građevine koje nisu razvrstane u 1., 2., 3. ili 4. skupinu.

(2) U slučaju ispunjavanja više uvjeta iz stavka 1. ovoga članka ili sumnje, pri utvrđivanju skupine za određenu građevinu primjenjuje se zahtjevnija skupina.

Navedene odredbe i rokovi ne odnose se na vlasnike starih kuća bez fasada, odnosno na postupke započete po odredbama Zakona o prostornom uređenju i gradnji (Narodne novine, broj 76/2007 do 55/2012) do stupanja na snagu ovoga Zakona.

Nadzor komunalnih redara

Poslove inspekcijskog nadzora obavlja građevinski inspektor u ministarstvu nadležnom za poslove graditeljstva i prostornoga uređenja, a nadzor građenja i provedbe zahvata u prostoru koji nisu građenje upravno tijelo jedinice lokalne samouprave nadležno za poslove komunalnog gospodarstva, odnosno jedinstveni upravni odjel na čijem se području gradi, odnosno provodi zahvat u prostoru.

Upravno tijelo obavlja poslove nadzora u vezi s:

1. uklanjanjem ruševina zgrada
2. otklanjanjem oštećenja pročelja i pokrova postojeće zgrade koji nisu nosiva konstrukcija
3. provedbom zahvata u prostoru koji nisu građenje, osim rudarskih radova
4. dovršenjem zgrade u pogledu vanjskog izgleda i uređenja građevne čestice u skladu s građevinskom dozvolom
5. provedbom odluke o privremenoj zabrani izvođenja radova koju predstavničko tijelo jedinice lokalne samouprave donosi na temelju posebnog zakona kojim se uređuje gradnja
6. izlaganjem energetskog certifikata.

U provedbi nadzora komunalni redar obvezan je po službenoj dužnosti pokrenuti upravni postupak i rješenjem narediti investitoru, odnosno vlasniku dovršenje zgrade u pogledu vanjskog izgleda i uređenja građevne čestice ako ista nije dovršena u roku propisanom zakonom. Ukoliko se investitor, odnosno vlasnik ogluši na rješenje komunalnog redara, na izvršenje ga se prisiljava novčanim kaznama koje su prihod proračuna jedinice lokalne samouprave.

O žalbi izjavljenoj protiv rješenja komunalnog redara odlučuje upravno tijelo jedinice područne (regionalne) samouprave nadležno za drugostupanjske poslove komunalnog gospodarstva, odnosno Ministarstvo ako je žalba izjavljena protiv rješenja komunalnog redara Grada Zagreba. Žalba izjavljena protiv rješenja komunalnog redara ne odgađa njegovo izvršenje ako Zakonom o građevinskoj inspekciji (Narodne novine, broj 153/2013) nije propisano drukčije.

Jelena Žigić

JESTE LI ZNALI DA...

NOVI KOLEKTIVNI UGOVOR ZA UGOSTITELJSTVO – OBVEZA PRIMJENE

… u Narodnim novinama broj 44/2015 objavljen novi kolektivni ugovor za djelatnost ugostiteljstva. Njegova primjena je obvezna za njegove potpisnike. Međutim taj kolektivni ugovor moraju primjenjivati i svi poslodavci u djelatnostima pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane, područje I, odjeljci 55 i 56 Nacionalne klasifikacije djelatnosti 2007. – NKD 2007. To proizlazi iz odluke Ministra rada i mirovinskog sustava koja je objavljena u Narodnim novinama broj 55/2015.

NOVE EVIDENCIJE O RADNOM VREMENU RADNIKA

… je od 28. ožujka 2015. propisana nova evidencija o radnom vremenu radnika. Sadržaj nove evidencije o radnom vremenu radnika propisan je *Pravilnikom o sadržaju i načinu vođenja evidencije o radnicima* koji je objavljen u Narodnim novinama broj 32/2015.

J.D.O.O., DRUŠTAVA U STEČAJU I LIKVIDACIJI OSLOBOĐENI SU PLAĆANJA ČLANARINE HGK

… je na 11. sjednici Skupštine Hrvatske gospodarske komore, održanoj 11. lipnja 2015., donesena izmjena Odluke o financiranju Hrvatske gospodarske komore, kojom se od 1.7. pa do kraja 2015. godine oslobađaju plaćanja članarina jednostavna društva s ograničenom odgovornošću (j. d. o. o.) te trgovačka društva nad kojima je pokrenut postupak likvidacije ili stečaja.

OTKAZNI ROK KADA RADNIK DAJE OTKAZ

… ako radnik otkazuje ugovor o radu, otkazni rok ne može biti duži od mjesec dana, ako on za to ima osobito važan razlog (npr. odlazak u novu tvrtku na novo radno mjesto). Navedeno proizlazi iz čl. 122. st. 7. Zakona o radu.

PLAĆANJE U GOTOVINI

… trgovačko društvu i obrtnik mogu plaćati u gotovini drugom trgovačkom društvu za nabavu proizvoda i usluga do iznosa od 5.000,00 kuna po jednom računu. To proizlazi iz Zakona o fiskalizaciji u prometu gotovinom. Trgovačko društvo i obrtnik ne mogu plaćati drugom obrtniku u gotovini jer je tako propisano Zakonom o porezu na dohodak.

TKO NE TREBA IZDAVATI GOTOVINSKE RAČUNE

… se gotovinski računi ne moraju ispostavljati ako se promet ostvaruje od priređivanja lutrijskih igara, igara klađenja, igara u casinima te na automatima za igre na sreću i zabavu, ako se pretežni dio vrijednosti prometa odnosi na maloprodaju dnevnog tiska, duhana i duhanskih prerađevina, maraka i drugih poštanskih vrijednosnica, ako se prodaja obavlja putem automata, ako se vlastiti poljoprivredni proizvodi proizvedeni na vlastitom obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu izravno prodaju krajnjem potrošaču u proizvodnim objektima seljačkih ili obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, ako se prodaja vlastitih poljoprivrednih proizvoda obavlja na tržnicama i otvorenim prostorima.

GODIŠNJI ODMOR ZA RADNICU KOJA JE BILA NA RODILJNOM DOPUSTU

PITANJE: *Naša radnica (zaposlena kod nas već više godina) bila je na rodiljnom dopustu, te se vraća na posao početkom mjeseca srpnja ove godine. Na rodiljni dopust otišla je u prvoj polovici 2014. godine, te za tu godinu nije koristila godišnji odmor. Moramo li navedenoj radnici omogućiti da iskoristi godišnji odmor iz 2014. godine?*

Pita: O.S.

ODGOVOR: Vaša radnica u 2014. godini radila je dio godine, a dio godine bila je na rodiljnom dopustu. Za tu godinu nije još koristila godišnji odmor. Stoga, vaša radnica za 2014. godinu ima pravo na puni godišnji odmor. Taj godišnji odmor morate joj omogućiti da ga iskoristi najkasnije do 31. prosinca 2015. Navedeno proizlazi iz članka 84. stavka 5. Zakona o radu.

ROBA S GREŠKOM

PITANJE: *Željeli bi prodati u našoj prodavaonici određeni robu s greškom. Što moramo učiniti kako bi takva prodaja bila u skladu s zakonskim propisima?*

Pita: U.Ć.

ODGOVOR: Ako trgovac prodaje robu koji ima grešku, mora jasno, vidljivo i čitljivo označiti na robi ili na prodajnom mjestu da je riječ o prodaji robe s greškom te upoznati potrošača u čemu se sastoji greška na proizvodu. Navedeno proizlazi iz članka 22. Zakona o zaštiti potrošača.

PDV KOD POVRATA ROBE OD STRANE POTROŠAČA

PITANJE: *Prodali smo robu u našoj prodavaonici kupcu (građaninu). Nakon određenog vremena kupac je donio račun i robu koja je oštećena te je tražio da mu vratimo novac (a on će nama vratiti robu koja je oštećena). Možemo li stornirati PDV koji smo obračunali na robu koju nam je kupac vratio kao oštećenu?*

Pita: Š.C.

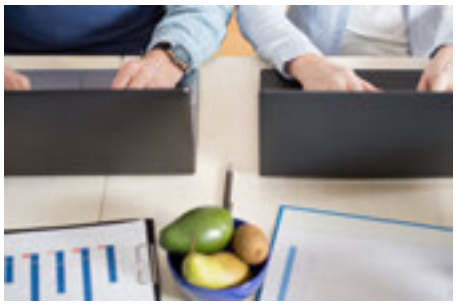
ODGOVOR: Kada se kupcu krajnjem potrošaču (građaninu) daje naknadni popust za prije obavljeni isporuku, PDV se može stornirati ako prodavatelj ima dokaz o povratu dijela prodajne cijene. Dakle, kada izvršite povrat novca moći će te i stornirati odgovarajući dio PDV-a. Navedeno proizlazi iz članka 43. stavka 5. Pravilnika o porezu na dodanu vrijednost.

UGOVOR O DJELU S VLASTITIM RADNIKOM

PITANJE: *Naš radnik zaposlen je u računovodstvu naše firme. Taj radnik u slobodno vrijeme (izvan radnog vremena) prodaje naše proizvode akviziterski. Za navedeni akviziterski posao sklopili smo ugovor o djelu i radniku se plaća proviziju u određenom postotku od ostvarene prodaje. Kako se oporezuje isplata takve akviziterske naknade, kao plaća ili honorar?*

Pita: Z.R.

ODGOVOR: Prema Pravilniku o porezu na dohodak (članak 11. stavak 3), ako se radniku isplaćuje određena naknada prema ugovoru koji nije ugovor o radu, ali se odnosi na određeni obavljeni rad, takva isplata oporezuje se kao plaća. U vašem konkretnom slučaju, isplata akviziterske naknade radniku koju ostvaruje po osnovu rada izvan radnog vremena, obračunava se kao plaća (dakle, nije honorar).



GABLEC ZA RADNIKE

PITANJE: Može li društvo uplatiti gablec za svoje radnike i kako se on oporezuje?

Pita: E.D.

ODGOVOR: Zakon o radu ne propisuje obvezu poslodavcu da radniku mora osigurati prehranu (gablec). To pravo eventualno može biti navedeno u ugovoru o radu (ili nekom drugom izvoru radnog prava). U našoj poslovnoj praksi velik broj poslodavaca ne osigurava svojim radnicima gablec, već oni sami snose njegov trošak. Naravno, ako poslodavac želi može donijeti odluku da će radnicima o svom trošku osigurati gablec. U tom slučaju prehrana radnika oporezuje se kao plaća, tj. na iznos gableca obračunavanju se propisani doprinosi i porez na dohodak.

Iznimno, ne oporezuje se gablec kojeg radnik konzumira prilikom ugošćavanja predstavnika poslovnih partnera. U tom slučaju potrebno je na računu navesti naziv poslovnog partnera čiji su predstavnici ugošćeni.

Napominjemo da prema članku 5. Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti, za pripremanje i usluživanje gableca svojim radnicima u vlastitom poslovnom prostoru, društvo ne treba tražiti minimalne tehničke uvjete od nadležnog ureda.

PREGLED KAZNI

Isplata plaće radniku

Kazna do **50** x

Plaća radniku isplaćuje se na njegov tekući račun. Plaća se ne smije isplatiti u gotovini.

Ako se postupi protivno navedenom, propisana je novčana kazna:

- *za društvo od 2.000,00 do 50.000,00 kuna;*
- *za odgovornu osobu od 2.000,00 do 20.000,00 kuna;*
- *za obrtnika od 2.000,00 do 50.000,00 kuna.*

Kazna propisana: čl. 67. st. 1. toč. 4. i st. 2. Zakona o porezu na dohodak.

Isplata honorara

Kazna do **50** x

Isplata honorara (ugovor o djelu, autorska naknada i dr.) mora se izvršiti vanjskom suradniku na njegov žiro račun. Nije dopuštena isplata honorara na tekući račun ili u gotovini.
Ako se postupi protivno navedenom, propisana je novčana kazna:

- *za društvo od 2.000,00 do 50.000,00 kuna;*
- *za odgovornu osobu od 2.000,00 do 20.000,00 kuna;*
- *za obrtnika od 2.000,00 do 50.000,00 kuna.*

Kazna propisana: čl. 67. st. 1. toč. 4. i st. 2. Zakona o porezu na dohodak.

Isplata dividendi i dobiti

Kazna do **50** x

Isplata dividendi i dobiti fizičkim osobama mora se izvršiti primatelju na njegov tekući ili žiro račun. Nije dopuštena isplata dividendi i dobiti u gotovini.
Ako se postupi protivno navedenom, propisana je novčana kazna:

- *za društvo od 2.000,00 do 50.000,00 kuna;*
- *za odgovornu osobu od 2.000,00 do 20.000,00 kuna.*

Kazna propisana: čl. 67. st. 1. toč. 4. i st. 2. Zakona o porezu na dohodak.

Ograničenja u naplati u gotovini

Kazna do **700** x

Ne smiju se u RH obavljati naplate u gotovini u iznosu koji prelazi 105.000,00 kuna odnosno u poslovima s nerezidentima u vrijednosti koja prelazi 15.000,00 EUR prilikom: prodaje robe i pružanja usluga, prodaje nekretnina, primanja zajmova, prodaje prenosivih vrijednosnih papira ili udjela.
Ograničenje primanja gotovinskih plaćanja vrijedi i u slučaju ako se plaćanje kod navedenih transakcija obavlja u više međusobno povezanih gotovinskih transakcija koje ukupno prelaze iznos 105.000,00 kuna odnosno koje prelaze vrijednost od 15.000,00 EUR.
Ako se postupi protivno navedenom, propisana je novčana kazna:

- *za društvo od 50.000,00 do 700.000,00 kuna;*
- *za odgovornu osobu od 6.000,00 do 30.000,00 kuna;*
- *za obrtnika od 35.000,00 do 450.000,00 kuna.*

Kazna propisana: čl. 90. st. 1. toč. 20. i st. 2. i 3. Zakona o sprječavanju pranja novca i financiranja terorizma.

Plaćanje u devizama između domaćih osoba

Kazna do **200** x

Dopušteni su plaćanje i naplata između rezidenata (domaćih osoba) u devizama u sljedećim slučajevima:
a) pri kupoprodaji na primarnom tržištu blagajničkih zapisa Hrvatske narodne banke i vrijednosnih papira izdanih od Republike Hrvatske koji glase na stranu valutu;
b) pri kupoprodaji vrijednosnih papira koji kotiraju ili su izdani u drugoj državi, između investitora i ovlaštenog društva te između ovlaštenih društava, osim vrijednosnih papira koji su izdani u drugoj državi, a kotiraju u Republici Hrvatskoj;
c) za isplatu plaća radnicima rezidenata koji su privremeno na radu u drugoj državi (radnici na radilištima u inozemstvu, u predstavništvima, pomorci, konzuli, diplomati i slično);
d) pri kupoprodaji robe i usluga između korisnika slobodne zone te pri kupoprodaji robe i usluge između korisnika slobodne zone i rezidenta izvan zone, ako je riječ o domaćoj robi ili usluzi koja je namijenjena trgovini s nerezidentima i ako roba izlazi iz Republike Hrvatske ili ako je riječ o stranoj robi ili usluzi;
e) pri izvođenju investicijskih radova u drugoj državi, između nositelja posla i drugih sudionika u poslu za iznos naplaćenih radova;
f) pri posredničkim poslovima u međunarodnom prijevozu i turističko-agencijskim uslugama, između posrednika i drugog rezidenta, za uslugu koju je pružio ili primio nerezident;
g) kod tekućih poslova u trgovini s nerezidentima, između posrednika i drugog rezidenta za plaćanje i naplatu robe i usluga, ako roba prelazi državnu granicu Republike Hrvatske;
h) u postupku unutarnje proizvodnje za uslugu dorade, obrade i prerade uključujući i utrošeni materijal, koju je rezident pružio nositelju unutarnje proizvodnje;
i) pri obračunu po platnim karticama za iznos plaćanja ili podizanja gotovine platnom karticom domaćeg izdanja kojom se rezident koristio u drugoj državi, odnosno za iznos naplate ili podizanja gotovine platnom karticom stranog izdanja kojom se nerezident koristio u Republici Hrvatskoj;
j) između podružnice stranog osnivača i drugog rezidenta ako plaćanje i naplata predstavljaju ispunjenje obveze iz ugovora sklopljenog između tog drugog rezidenta i stranog osnivača te podružnice;
k) pri izdavanju i otkupu udjela u investicijskim fondovima osnovanima u Republici Hrvatskoj.
U ostalim slučajevima nije dopušteno plaćanje i naplata u devizama između rezidenata (domaćih osoba).
Ako se postupi protivno navedenom, propisana je novčana kazna:

- *za društvo od 15.000,00 do 200.000,00 kuna;*
- *za odgovornu osobu od 3.000,00 do 20.000,00 kuna;*
- *za obrtnika od 15.000,00 do 200.000,00 kuna.*

Kazna propisana: čl. 63. st. 1. toč. 3. i st. 2. Zakona o deviznom poslovanju.

Plaćanje u gotovini

Kazna do **500** x

Trgovačko društvo ili obrt može drugome trgovačkom društvu platiti u gotovini za nabavu proizvoda i usluga do 5.000,00 kuna po jednom računu.
Ako se postupi protivno navedenom, propisana je novčana kazna:

- *za društvo od 10.000,00 do 500.000,00 kuna;*
- *za odgovornu osobu od 1.000,00 do 50.000,00 kuna:*
- *za obrtnika od 10.000,00 do 500.000,00 kuna.*

Kazna propisana: čl. 34. st. 1. toč. 5. i st. 2. Zakona o fiskalizaciji u prometu gotovinom.

RENAULT
Passion for life

Renault KADJAR

S njim imaš svijet na dlanu.

Dosta je gledanja. Počni živjeti.

Renault Kadjar s pogonom na sva 4 kotača*

*Pogon 4x4 na raspolaganju je s motorom Energy 1.6 dCi 130 na razinama opreme Xmod i Bose Edition. Prosječna potrošnja: 3,8 - 5,8 l/100 km. Emisija CO_2: 99 - 129 g/km.

Renault preporučuje elf

renault.hr