

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

ZAKLJUČNA STROKOVNA NALOGA VISOKE POSLOVNE ŠOLE
INOVATIVNO PODJETNIŠTVO V PODJETJU INTERA

Ljubljana, december 2016

LARA MIKLIČ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Lara Miklič, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Inovativno podjetništvo v podjetju Intera, pripravljenega v sodelovanju s svetovalcem prof. dr. Boštjanom Antončičem.

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbel/-a, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke): _____

KAZALO

UVOD	1
1 INOVATIVNOST	1
1.1 Invencija, inovativnost in inovacijska kreativnost	1
1.2 Značilnost inovacij	2
1.3 Ustvarjalnost inovativnih podjetij	3
1.4 Tveganja pri inoviranju.....	3
1.5 Strategije inoviranja.....	4
1.6 Zaščita inovacije.....	4
1.7 Inovacijske naloge	5
2 POMEN INOVATIVNOSTI NA USPEŠNOST POSLOVANJA.....	5
2.1 Inovativnost v času gospodarske krize	6
2.2 Vpliv inovativnosti na konkurenčnost podjetij	6
2.3 Podpora inovativnim podjetjem	6
2.4 Spremljanje uspešnosti poslovanja.....	7
3 CRM	7
3.1 CRM strategija	8
3.2 Prednosti CRM sistema	8
3.3 Dejavniki uspeha	8
3.4 CRM aplikacije	8
3.5 CRM rešitve	9
4 INTERA D.O.O.....	9
4.1 Podatki o podjetju	10
4.2 Analiza podjetja	10
4.3 Gospodarska kriza	12
4.4 Računalništvo v oblaku	12
4.5 Širitev podjetja	13
4.6 Konkurenti	13
5 INTRIX.....	14
5.1 Intrix CRM.....	15
5.2 Intrix project.....	16
5.3 Mobilni Intrix.....	16
6 INTERA D.O.O. DANES.....	17
6.1 Pomoč uporabnikom.....	17
6.2 Poslovni rezultati.....	18
6.3 Osvojene nagrade	19
SKLEP.....	20

LITERATURA IN VIRI	22
---------------------------------	-----------

PRILOGE

KAZALO TABEL

Tabela 1: Podatki o podjetju Intera d.o.o.....	10
Tabela 2: Swot analiza podjetja Intera	11

KAZALO SLIK

Slika 1: Invencija, inovacija, inovacijska kreativnost	2
Slika 2: Logotip podjetja Intera.....	10
Slika 3: Primerjava podjetij	14
Slika 4: Logotip Intrix	15
Slika 5: Intrix CRM	16
Slika 6: Sredstva, kapital, dobiček in EBITDA podjetja Intera	18
Slika 7: Poslovni rezultati podjetja Intera v letu 2015	19
Slika 8: Boniteta odličnosti.....	19

UVOD

Inovativnost velja za element konkurenčne prednosti za podjetje, ki ima velik vpliv na uspešnost poslovanja podjetja. Danes podjetja postajajo vedno bolj inovativna, saj se zavedajo, da inovativnost predstavlja veliko konkurenčno prednost za podjetje. Je pa za uspeh potrebno upoštevati tudi tveganja, ki lahko pripeljejo do izgub in tudi do popolnega propada podjetja. Pravilno izbrana strategija inoviranja pa je v veliko pomoč pri zmanjšanju tveganj.

Namen moje zaključne naloge je na primeru slovenskega inovativnega podjetja preveriti pomen inovativnosti za uspešnost poslovanja in predstaviti tudi druge dejavnike uspeha podjetja. Kot primer sem izbrala uspešno ptujsko podjetje Intera d.o.o.

Predstavila pa bom tudi pomen upravljanja odnosov s strankami (ang. Customer Relationship Management, v nadaljevanju CRM) za uspešnost poslovanja saj je podjetje Intera vodilno slovensko podjetje na področju CRM in vodenja projektov. CRM kratica predstavlja management odnosov z odjemalci, je sistem za upravljanje odnosov s strankami. Prinaša vse potrebne informacije o obstoječih in potencialnih strankah. Če podjetje pri poslovanju uporablja strategijo CRM pomeni, da veliko pozornost namenja strankam in da je njihov glavni cilj uresničiti želje in pričakovanja strank ter tako ustvariti dolgoročne odnose s strankami.

Cilj zaključne naloge pa je predstaviti uspeh inovativnega podjetja Intera. Za to podjetje sem se odločila, ker je eno najbolj inovativnih slovenskih podjetij in beleži dobre poslovne rezultate. So eden od začetnikov računalništva v oblaku, ki omogoča spletno uporabo aplikacij. Razvili so inovativno spletno aplikacijo Intrix CRM.

Predstavila bom njihove produkte in dejavnosti, ki so jim pomagale doseči zastavljene cilje. Na podlagi intervjuja z direktorjem podjetja Intera, Petrom Ladičem bom izvedla tudi Swot analizo njihovega podjetja.

1 INOVATIVNOST

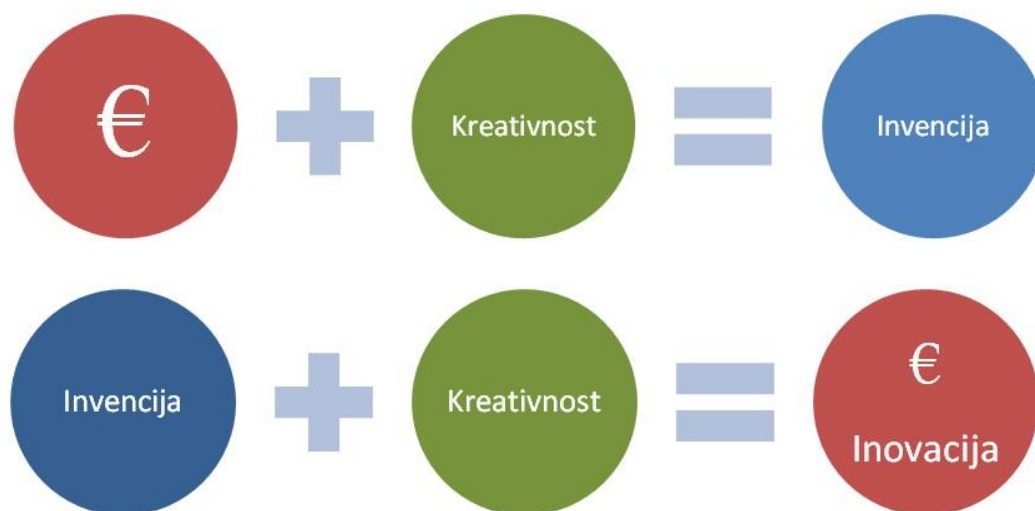
1.1 Invencija, inovativnost in inovacijska kreativnost

Invencija inovativnost in inovacijska kreativnost so ključne definicije pri razumevanju inovacijskih procesov (Bevc, 2011, str. 7):

- Invencija se nanaša na odkritje nečesa novega, lahko pa gre samo na nov način uvede že znane rešitve v uporabo ali pa ustvari neko novo potrebo na trgu. Z obvladovanjem inovacijskih procesov želimo, da invencija postane investicija oz. da dobi neko vrednost na trgu.
- Inovacija izhaja iz latinske besede »*innovare*, ki pomeni obnoviti ali spremeniti. Je tisto, kar prinaša nove prihodke podjetju in mu veča konkurenčno prednost. Komercializacija invencij preko uvajanja inovacij je strateški in operativni cilj podjetja.
- Inovacijska kreativnost: Inovacije običajno vključujejo tudi kreativnost. Kreativnost posameznika ali skupine je začetna točka inovacijskega procesa.

Slika 1 prikazuje povezavo med invencijo, inovacijo in inovacijsko kreativnostjo.

Slika 1: Invencija, inovacija, inovacijska kreativnost



Vir: D. Bevc, Invencije, inovativnost in inovacijska kreativnost, 2012.

1.2 Značilnost inovacij

Inovacija je vsaka uporabna novost, katere koristnost se je potrdila na trgu. Značilnosti inovacij so (Berginc & Krč, 2001, str. 182):

- večja uporabnost,
- zmanjšanje stroškov,
- skrajšanje postopkov,
- izboljšanje kakovosti,
- nova uporabnost,
- plemenitenje vrednosti,
- nove percepcije.

V zadnjih letih je inovativnost vedno bolj pomembna sploh v poslovnem svetu. (Likar, 2003 str. 7) je poslovne inovacije označil kot: »novosti v vseh segmentih delovanja podjetja. Vse kar podjetju prinaša kratkoročno in dolgoročno boljše poslovne rezultate.«

Podjetje, ki ne inovira izgublja na konkurenčnosti. Vodstvo je potem prisiljeno za obstoječe proizvode ubrati nove marketinške strategije, kar pa lahko prinese uspeh le na kratek rok.

Za uspeh na trgu je potrebno ponuditi nekaj posebnega, drugačnega, izstopajočega. Uspešen podjetnik je usmerjen k inovativnosti ter prevzemanju tveganja. Inovacije poleg ugodne cene in nakupnih pogojev pritegnejo kupce.

Za razvoj inovacije je najprej potrebna dobra, inovativna ideja. Inovativni proizvod je tudi že malo izboljššan proizvod, način proizvodnje ali obstoječi proizvod predstavljen na novemu trgu. Obstajajo štirje osnovni tipi inovacij (Berginc & Krč, 2001, str.169):

- izdelčna inovacija: nov izdelek ali storitev ali izboljšanje starega izdelka ali storitve.
- procesna inovacija: izboljšanje procesov znotraj organizacije. Osredotoča se na povečanje učinkovitosti.
- marketinška inovacija: povezana z trženjskim spletom (promocijo, cenami, distribucijo) in z drugimi funkcijami izdelka (embalaža, oglaševanje).
- managerska inovacija: izboljša način vodenja podjetja.

1.3 Ustvarjalnost inovativnih podjetij

Ustvarjalnost je izhodiščna točka za vse vrste inovacij. Ustvarjalnost kot sposobnost odkrivanja novih idej predstavlja temelj za inovativnost. Inovativnost lahko povečamo s proučevanjem tehnik in procesov ter s povečevanjem posameznikove in skupinske ustvarjalnosti. Če se to zgodi v pravi organizacijski kulturi je rezultat inovacija.

Inovativna podjetja zaposlujejo veliko ustvarjalnih in sposobnih posameznikov, ki nadzorujejo vse faze razvoja izdelkov in pomagajo uvesti nov izdelek na trg. Zelo pomembno je, da se spodbuja inovativnost zaposlenih, tako da lahko vsak zaposleni odda svoj inovativni predlog, in se najboljše inovacije nagrajujejo. Tako so zaposleni še dodatno motivirani za razmišljanje o inovacijah.

Uspešno podjetje mora biti obenem ustvarjalno in inovativno. Znati mora izkoristiti prednosti ustvarjalnih ljudi in jih spodbujati k iskanju, preizkušanju in uveljavljanju novih, inovativnih zamisli. Tako ima podjetje zagotovljeno konkurenčno prednost.

1.4 Tveganja pri inoviranju

Inovacije pa ne prinašajo le koristi, tega se je treba zavedati. Tveganja lahko privedejo do izgub in manjše konkurenčne prednosti. Brez tveganja pa ni dobička. Skrivnost uspeha je v pravi meri tveganja. Tveganja so obvladljiva, če jih direktor pozna in ve, kako se obnašajo. Podjetje mora najprej tveganja zaznati, jih pravilno ovrednotiti in oceniti vpliv posameznih dejavnikov tveganja na poslovanje, nato pa se odloči s katerimi tveganji bo poslovalo, katerim se mora izogibati in pred katerimi tveganji se je smiselno zavarovati (Peterlin, 2013, str. 52).

Inovativno podjetje se mora s tveganji sprijazniti in jih upoštevati. Ta tveganja (Pompe, 2011, str. 169) so:

- inovacija ne ustvari konkurenčne prednosti, zato jo je treba po določenem času zavreči.
- inovacijo kopira ekonomsko močnejše podjetje zato je konkurenčna prednosti inovatorja izgubljena.
- sledilec je lahko bolj sposoben pri uvajanju na trgu zato inovator izgubi konkurenčno prednosti.
- inovator lahko precenjuje potencial inovacije in zmožnosti podjetja pri uvajanju inovacije na trgu, posledica so izgube in manjši ugled na trgu.
- trg ni pripravljen plačati cene, ki bi upravičevala proizvodnjo.

- inovator zapusti podjetje v fazi, ko bi se inovacija morala realizirati, vložena sredstva so izgubljena.
- prihaja do zamud, posledica so veliki stroški.
- prodaja je veliko manjša, kot je bilo pričakovano.

Tveganja pri inoviranju lahko v malem podjetju vodijo tudi do popolnega propada podjetja. Problem je največkrat na pomanjkanju finančnih virov saj sama inovacija še ne prinaša donosnosti potrebna je še njena uspešna uveljavitev na trgu. Mala inovativna podjetja so se zato pogosto prisiljena povezovati z večjimi podjetji. Tveganja pa lahko zmanjšamo z vnaprejšnjo raziskavo trga, s pomočjo katere ugotovimo kaj trg potrebuje.

1.5 Strategije inoviranja

Uporaba prave strategije inoviranja poveča možnost za uspešen razvoj inovacij. Za uspešen razvoj inovacije mora biti strategija vedno skladna z globalno strategijo podjetja, potrebami trga in možnostmi podjetja na vseh področjih.

Poznamo štiri oblike uspešnih strategij inoviranja, ki podjetju zagotavljajo uspeh (Berginc & Krč, 2001, str. 164):

- 1. strategija: usmerjena v prepoznavanje dolgoročnih ciljev podjetja,
- 2. strategija: usmerjena na podrobno preučevanje potrebnega znanja za preučevanje okolja (trga),
- 3. strategija: osnovana na preučitvi prednosti in razpoložljivost virov znotraj organizacije,
- 4. strategija: namenjena pospeševanju ustvarjalno-inovativne kulture podjetja.

1.6 Zaščita inovacije

Inovator mora vsako inovacijo zaščititi pred prehitrim posnemanjem konkurence. Inovacijo zaščitimo pri ustreznem organu, v Sloveniji je to Urad za intelektualno lastnino. Največja nevarnost je lov, ki ga bo začela konkurenca ko bo inovacija že uspešna. Tu ne pomaga nobena formalna zaščita, pač pa celovit in tržno usmerjen pristop k komercializaciji znanja. Inovator mora vložiti prijavo za pridobitev patenta, tako zaščiti intelektualno lastnino še preden pride inovacija na trg (Moj spletni priročnik, kako zaščititi inovacijo, 2011).

Načini zavarovanja (Pompe, 2011, str. 201):

- patent,
- model in vzorec,
- blagovna in storitvena znamka,
- označba porekla blaga,
- prednostna in sejemska pravica.

Inovator mora dobro premisliti kateri način zavarovanja bo izbral, saj ima vsak način svoje prednosti in slabosti.

1.7 Inovacijske naloge

Ločimo 5 sklopom inovacijskih nalog (Bevc, 2011, str. 11):

- izboljšanje obstoječih proizvodov in procesov,
- razvoj novega izdelka ali procesa,
- obvladovanje tveganj na novih ali obstoječih sistemih,
- analize trga in tehnologij,
- načrtovanje strategij obvladovanja intelektualne lastnine

Namen izboljševanja obstoječih proizvodov in procesov je izboljšati trenutni način zadovoljevanja potreb, da bo izboljšan proizvod uporaben novi skupini kupcev ali pa da bo zadovoljeval nove zahteve.

Zelo pomembno za uspešno poslovanje podjetja je tudi obvladovanje tveganj. Podjetju je v veliko pomoč pri nadzoru tveganj analiza tveganj in priprava načrtov zmanjševanja tveganj in nepredvidenih dogodkov.

Namen analize trga in tehnologij je identifikacija in pregled potreb, priložnosti in nevarnosti. Podjetju omogoča prepoznavanje tehnoloških trendov, olajša načrtovanje trendov, razvoja tehnologij, in proizvodov ter nudi možnost prepoznavanja in analiziranja poslovnih partnerjev in konkurentov.

Obvladovanje intelektualne lastnine mora postati ena od ključnih dejavnosti podjetja. Gre za eno ključnih kompetenc podjetja, ki želi biti trajno prisotno na tržišču s konkurenčnimi proizvodi. Omogoča pridobivanje in zaščito sposobnosti zadovoljevanja potreb na trgu

2 POMEN INOVATIVNOSTI NA USPEŠNOST POSLOVANJA

Inovativnost podjetja močno vpliva močno vpliva na uspešnost poslovanja. Inovativni projekti pomagajo podjetju povečevati produktivnost in prinašajo podjetju višjo dodano vrednost na zaposlenega, kar pa se kaže v boljšem celotnem poslovanju in višjih plačah. Podjetja z nizko stopnjo inovativnosti zelo redko uspešno poslujejo. Inovativna podjetja pa predstavljajo veliko priložnost za rast gospodarstva. Države z nizko stopnjo inovativnosti imajo pogosto tudi nizek bruto domači proizvod.

So pa v gospodarstvu za inovativno podjetja prisotne tudi ovire (Inovativno gospodarstvo, b.l.):

- dostop do zunanjih virov financiranja: dostop do virov za razvoj proizvodov,
- dostop do visokokvalificiranega kadra,
- dostop do informacij o trgih,
- zakonodajni sistemi: patentiranje in standardizacija.

2.1 Inovativnost v času gospodarske krize

Gospodarska kriza ni imela večjega vpliva na inovativnost podjetij. Inovacije, ki odločilno diferencirajo najbolj uspešna podjetja od manj uspešnih pa imajo velik vpliv na gospodarstvo. Vedno bolj se poudarja, da so inovacije edine, ki bodo rešile gospodarstvo in podjetja pred krizo. Kriza je vplivala predvsem na povečano iskanje nepovratnih sredstev za izvedbo inovacijskih projektov. Največji vpliv so čutila podjetja iz predelovalnih dejavnosti.

2.2 Vpliv inovativnosti na konkurenčnost podjetij

Inovativnost predstavlja veliko konkurenčno prednost za podjetje saj inovativni izdelki vzbudijo zanimanje kupcev. Le inovativno podjetje lahko na dolgi rok ohranja prednost pred konkurenti. Omogoča podjetju tudi lažje in hitrejšo prilagajanje spremembam.

Dober odnos med kupcem in dobaviteljem se pokaže na rezultatih pri snovanju inovativnih idej. Inovativnost v današnji organizaciji postaja vse bolj pomembna dejavnost, saj je na nek način prvi stik z zunanjim okoljem in konkurenco. Kupec in dobavitelj lahko inovativno sodelujeta ter tako prispevata velik delež pri ustvarjanju konkurenčne prednosti podjetja. Velik poudarek je na partnerstvu, njunem odnosu, delitvi koristi in inovacijskem dobičku. V tem razmerju je potrebno jasno opredeliti lastništvo inovativne dejavnosti, graditi medsebojno zaupanje, komunikacijo, razdeliti tveganje in pridobitve, razvijati skupne strategije. Uspešen dobavitelj, mora svoj izdelek ponuditi na tak način, da izpolni vsaj eno od kupčevih želja in je pri tem drugačen, inovativen (Lenarčič & Brčar, 2012, str. 95-105).

2.3 Podpora inovativnim podjetjem

Države se vedno bolj zavedajo, da je inovativnost ključnega pomena za konkurenčno prednost države v svetovnem gospodarstvu in gospodarski napredek.

Ena glavnih nalog Sektorja za spodbujanje podjetništva, inovativnosti in tehnološkega razvoja v okviru Javne agencije Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva, inovativnosti, razvoja, investicij in turizma je krepitev inovativnega podjetništva, kar je ključni vzvod za rast produktivnosti in zaposlenosti ter s tem dvig konkurenčnosti slovenskega gospodarstva (Podjetništvo, inovativnost in tehnološki razvoj, 2016).

Na ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo poudarjajo, da so zagonska podjetja (start up podjetja) ključnega pomena za rast gospodarstva in zagotavljanje novih delovnih mest. Slovenski podjetniški sklad (v nadaljevanju SPS) je letos za podporo zagonskim podjetjem namenil skoraj 5 milijonov evrov. Posamezno mlado inovativno podjetje lahko v 4 letih pridobi kar 329.000 evrov ugodnih finančnih spodbud. Direktorica Direktorata za podjetništvo, konkurenčnost in tehnologijo na ministrstvu dr. Sabina Koleša je napovedala, da jim bodo tudi letos zagotovili sredstva v obliki neposrednih finančnih spodbud prek SPS in s podporo v obliki mentoriranja saj v svoji zagonski fazi potrebujejo različne oblike pomoči, od finančnih spodbud do različnih vrst svetovanj (Sagaj, 2016).

2.4 Spremljanje uspešnosti poslovanja

Spremljanje uspešnosti podjetja, ekipe, posameznika je zelo pomembno, tako vemo kdo je najboljši, dober in komu še manjka kompetenc. Vsako podjetje bi moralo uspešnost poslovanja redno spremljati.

Kazalniki uspešnosti so dodana vrednost k vsakemu poslu. So najpogosteje uporabljena metoda za merjenje uspešnosti poslovanja hkrati pa tudi najslabše razumljena. Gre za zelo podcenjeno metodo. Vloga kazalnikov uspešnosti je zelo pomembna in so velikokrat edino merilo uspešnosti poslovanja. Večji kot je kazalnik uspešnosti bolj uspešno je poslovanje podjetja.

Načeloma podjetja ne potrebujejo veliko kazalnikov, pomembno je, da so kazalniki skrbno izbrani, da merijo bistvo in poskrbijo za vsebino z ukrepi ob nedoseganju zelenih rezultatov.

Kazalniki uspešnosti (Ajpes, b.l.):

- celotna gospodarnost,
- gospodarnost poslovanja,
- čista dobičkovnost skupnih prihodkov,
- dobičkovnost poslovnih prihodkov,
- čista dobičkovnost poslovnih prihodkov,

Kazalnik celotne gospodarnosti odraža razkorak med doseženimi prihodki in prikazanimi odhodki.

Kazalnik gospodarnosti poslovanja odraža razmerje med ustvarjenimi prihodki in povzročenimi odhodki iz poslovanja.

Kazalnik čiste dobičkovnosti skupnih prihodkov prikazuje, koliko čistega dobička oziroma čiste izgube je bilo dosežene v prihodkih gospodarske družbe.

Kazalnik dobičkovnosti poslovnih prihodkov kaže, kolikšen izid iz poslovanja gospodarska družba izkazuje na euro poslovnih prihodkov.

Kazalnik čiste dobičkovnosti poslovnih prihodkov kaže dosežen čisti poslovni izid gospodarske družbe na euro doseženih poslovnih prihodkov.

3 CRM

CRM je sistem za upravljanje odnosov s strankami. Prinaša popoln pregled obstoječih in potencialnih strank. Za vsako stranko nudi vse potrebne informacije. Nudi podatke o strankah, posledično pa skozi prodajne priložnosti, naročila, reklamacije tudi uspešnost poslovanja. Omogoča lažje spremljanje aktivnosti strank, prilagajanje svojih pristopov in lažje načrtovanje aktivnosti pri izvedbenih procesih.

3.1 CRM strategija

CRM strategija je poslovna strategija, ki temelji predvsem na celovitem in načrtnem spoznavanju stranke. Spreminja aktivnosti v zvezi s strankami, sestavljena je iz treh skupin dejavnosti in treh vrst informacijskih rešitev (Groznič, Trkman, & Lindič, 2014, str. 25):

- analitičnega CRM: vsebuje programske rešitve za management poslovne učinkovitosti,
- operativnega CRM: podpira operativno raven (trženjske in storitvene dejavnosti),
- sodelovalnega CRM: omogoča kombinacijo novih in tradicionalnih tehnologij za sodelovanje s strankami, uslužbenci in poslovnimi partnerji.

3.2 Prednosti CRM sistema

Uporaba CRM sistema nudi prednosti tako za stranke kot za podjetje. Stranke dobijo prilagojene izdelke, ki izpolnijo njihova pričakovanja in možnost osebne obravnave. Prednosti za podjetje (Groznič et al., 2014, str. 24) so:

- dvig uspešnosti in učinkovitosti poslovanja,
- sposobnost identificiranja donosnosti kupcev,
- grajenje trdnega odnosa s kupci,
- izgradnja baze znanja o strankah.

3.3 Dejavniki uspeha

Dejavniki uspeha so (Groznič et al., 2014, str. 25):

- jasna opredelitev in široka podpora v stranko usmerjeni poslovni strategiji,
- postavitve merljivih poslovnih ciljev,
- jasno razumevanje zahtev strank podjetja,
- primerna organizacijska struktura in kultura,
- CRM-ju prijazna informacijska kultura,
- povezano delovanje množice tržnih poti,
- zavedanje velikega pomena zaposlenih in njihove motiviranosti,
- podpora in sodelovanje vodstva organizacije,
- strokovni način uvajanja rešitev CRM
- razumevanje, da je CRM neprekinjen proces uvajanja sprememb.

3.4 CRM aplikacije

Podjetja se vse bolj zavedajo pomena CRM za uspešno poslovanje. Je pa zelo pomembno, da je sistem prilagojen podjetju zato se vedno več podjetji se odloča razviti svoje CRM aplikacije. Vse imajo isto osnovo to je CRM sistem, vseeno pa se vse aplikacije razlikujejo. Marko Bauman, svetovalec za vzpostavitev prodajnih procesov ter rešitev CRM, v podjetju Intera je njihovi na spletni strani napisal: »Niti dve podjetji v isti branži

nimata povsem enakih procesov iz česar sledi, da naj ne bi imela povsem enake strukture CRM-ja.« (Bauman, 2011).

Podjetje Intera je največji slovenski ponudnik CRM rešitev. Razvili so svojo CRM aplikacijo, to je aplikacija Intrix CRM z možnostjo uporabe preko spleta. To aplikacijo bom bolj podrobno predstavila v nadaljevanju.

3.5 CRM rešitve

CRM rešitve predstavljajo aktivnosti CRM aplikacije, ki izboljšajo odnose podjetje s strankami in tako pomagajo podjetju pridobiti stalne, zadovoljne stranke.

Najpogostejše aktivnosti CRM (CRM-Upravljanje odnosov s strankami, 2016) so:

- iskanje novih strank,
- izgrajevanje baz podatkov o strankah,
- spremljanje dobičkonosnosti posameznih strank,
- spremljanje zadovoljstva strank,
- merjenje kakovosti odnosov s strankami.

4 INTERA D.O.O.

Podjetje Intera je bilo ustanovljeno leta 2002. Podjetje se že od začetka usmerja v razvijanje inovativnih spletnih rešitev, razvojem poslovnih spletnih aplikacij. Je vodilno slovensko podjetje na področju CRM in vodenja projektov. Ekipa strokovnjakov je ves čas na lovu za najboljšimi rešitvami s področja upravljanja odnosov s strankami in vodenja projektov. Podjetje se ukvarja z razvojem lastne aplikacije Intrix.

Ključna produkta (Intera, b.l.d.):

- program za upravljanje odnosov s strankami - Intrix CRM,
- program za vodenje projektov - Intrix Project.

Podjetje sledi sodobnim smernicam, prilagaja se zahtevam in potrebam uporabnikov, uporabnikom ponuja najboljše vnaprej pripravljene rešitve oziroma obstoječe rešitve prilagojene željam naročnika. Podjetjem in njenim uporabnikom ponuja prijazno in prilagodljivo delovno okolje. Glavne storitve podjetja so (Intera, b.l.e.):

- analiza prodajnih in poslovnih procesov uporabnikov,
- načrtovanje in priprava strategije za uvedbo CRM rešitve,
- implementacija in nadgradnje CRM rešitve,
- migracija obstoječih podatkov v CRM rešitev,
- izobraževanje uporabnikov.

Veliko vlogo namenjajo tudi vzdušju v podjetju. Zaposleni se redno udeležujejo raznih izobraževanj, veliko pa se družijo tudi izven delovnega časa. Uspeh podjetja je rezultat kreativnosti, razvoja lastnih programskih rešitev, rednega izobraževanja in inovacij.

4.1 Podatki o podjetju

Tabela 1: Podatki o podjetju Intera d.o.o.

Dolg naziv	INTERA družba za informacijsko tehnologijo d.o.o
Kratko ime	INTERA d.o.o.
Naslov	Osojnikova cesta 3
Občina	Ptuj
Upravna enota	Ptuj
Pravno organizacijska oblika	družba z omejeno odgovornostjo d.o.o.
Število zaposlenih	10 do 19 zaposlenih
Registrski organ	Ptuj
Dejavnost TS media	Biro oprema in servis, marketing in oglaševanje, obdelava podatkov, podjetniške in poslovne storitve, računalništvo in informatika
Dejavnost SKD	računalniško programiranje
Datum vpisa	18.7.2002
Poreklo kapitala	domači kapital
Vrsta lastnine	zasebna lastnina
Ustanovitelja	Gabrovec Davorin 75%, Ladič Peter 25%
Zastopnika	Gabrovec Davorin (direktor), Ladič Peter (direktor) (Intera, 2002a).

Logotip označuje podjetje ali izdelek. Namen logotipa za podjetje je predvsem lažja prepoznavnost podjetja. Slika2 predstavlja logotip podjetja Intera.

Slika 2: Logotip podjetja Intera



Vir: P. Blažič, Intera, d.o.o., 2016.

4.2 Analiza podjetja

Swot analiza je podjetju v pomoč pri načrtovanju nadaljnjega poslovanja. S swot analizo podjetje analizira svoje:

- prednosti,
- slabosti,
- priložnosti,
- nevarnosti.

V podjetju Intera se dobro zavedajo svojih prednosti in tudi slabosti trudijo se čim bolj izkoriščati priložnosti in se izogibati nevarnostim. Swot analiza podjetja Intera je prikazana v tabeli 1.

Tabela 2: Swot analiza podjetja Intera

PREDNOSTI	SLABOSTI
prilagodljivost cenovna dostopnost fleksibilnost uporaba sodobne tehnologije Večjezična uporaba	tuji jeziki
PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
širitev na globalni trg prilagodljivost razvijanje novih produktov/aplikacij izpopolnjevanje obstoječih aplikacij	tuji jeziki nova konkurenca

Prednosti podjetja Intera, da uporabnikom nudijo cenovno dostopne aplikacije z možnostjo prilagoditve in veliko fleksibilnost aplikacije saj jo uporabniki lahko uporabljajo kjerkoli in kadarkoli. Edini pogoj je dostop do spleta. Aplikacije so prevedene že v več tujih jezikov za lažjo uporabo tujih uporabnikov, kar tudi predstavlja eno od njihovih prednosti:

- angleščino,
- nemščino,
- hrvaščino,
- bosanščino,
- srbščino,
- kitajščino.

V prihodnje načrtujejo širitev na globalni trg, zato ostali jeziki predstavljajo slabost in tudi nevarnost podjetja. Podjetje se mora z vstopom na globalni trg pripraviti tudi na uporabnike, ki znajo uporabljati samo aplikacije v uradnem jeziku svoje države. V Interi so mislili tudi na to težavo saj je njihove aplikacije možno prevesti v katerikoli jezik.

Priložnosti podjetja Intera so predvsem širitev na globalni trg, kar imajo tudi v načrtu. V tujini je že kar nekaj povpraševanj podjetji po Intrix aplikacijah. Aplikacije Intrix so že prevedli v vse večje tuje jezike in se tako pripravili za vstop na tuj trg. Dodana prilagajanja aplikacij potrebam na globalnem trgu, razvijanje novih produktov oziroma novih aplikacij ter dopolnitve obstoječih pa so še ostale priložnosti podjetja.

Nevarnost za podjetje Intera na globalnem trgu pa predstavljajo predvsem težave, ki se lahko pojavijo pri prevodu aplikacij in težje komuniciranje z uporabniki zaradi tujega jezika. Nevarnost pa predstavlja tudi nova konkurenca na trgu vendar podjetje Intera s svojimi inovativnimi produkti in spremljanju dogajanja na trgu namerava ohranjati prednost pred konkurenco (P. Ladič, osebna komunikacija, 22.8.2016)

4.3 Gospodarska kriza

Gospodarska kriza je podjetje Intera spodbudila, da so spremenili poslovni model in cenovno politiko. Ponudbo so oblikovali v pakete, obseg paketa pa povezali s ceno. Poenostavili so modele, okrepili podporo uporabnikom in se lotili notranjih izboljšav.

Peter Ladič je povedal, da so v recesiji videli priložnost za hitrejšo pridobivanje novih strank. Prodajne strategije niso spreminjali, niti niso širili prodajne ekipe. Spletna orodja Intrix so zasnovana tako, da jih je mogoče enostavno implementirati, zato so po Ladičevemu mnenju pravi odgovor na recesijo saj podjetja z njimi nič ne tvegajo. V krizi je bolj kot prej prišlo do izraza to, da je zaposlenim koristno omogočiti orodje kot je Intrix, saj z njim v krajšem času dosežejo večjo prodajo (Šubic, 2009b).

V podjetju Intera so prodajno osebje in trženjske aktivnosti leta 2009 preusmerili k malim in srednje velikim podjetjem, prodajni model pa prilagodili razmeram na trgu. To pomeni, da so se posvetili dajanju programske opreme v najem, kar je njihovim naročnikom prineslo ugodnejše pogoje, manj tveganja in manjši začetni vložek. Cilj reorganizacije je bila prilagoditev na spremenjene razmere na trgu, saj v tem času ni bilo realno računati na prihodke od večjih projektov. Mala in srednje velika podjetja so toliko najemala Interno spletno orodje Intrix za CRM in projektno vodenje, da so že ob polletju imeli več povpraševanja kot v celotnem prejšnjem letu (Šubic, 2009c).

4.4 Računalništvo v oblaku

Računalništvo v oblaku omogoča, da so aplikacije na voljo uporabnikom tudi preko spleta. Za dostop je potrebna samo registracija pri ponudniku storitev. Uporabnik potem lahko koristi dostop kjerkoli in kadarkoli. Ena od prednosti pa so tudi nižji stroški uporabnikov saj uporabnik plača samo za dejansko uporabo. Tudi kriza v gospodarstvu je bila razlog, da podjetja računalništvu v oblaku namenjajo vse več pozornosti saj morajo podjetja v času krize biti še bolj pozorna na vse izdatke podjetja.

Podjetje Intera je s spletno aplikacijo Intrix CRM postal eden prvih ponudnikov računalništva v oblaku. Direktor Peter Ladič je v oddaji Prava ideja 28.3.2013 povedal: «Uporabniki ne potrebujejo nobenih inštalacij na svoj računalnik ampak do nekih podatkov lahko dostopajo preko spleta, preko telefona. Ne rabijo naročnine, vse kar je najamejo program. Uporabo si lahko privoščijo tudi manjša podjetja. Ogromno časa in energije vlagamo v varnost podatkov, ker to je na prvem mestu. Do podatkov lahko dostopajo samo tisti, ki imajo pravico do tega.» (Cetinski Malnar, 2013)

4.5 Širitev podjetja

Že kmalu po ustanovitvi so razvili novo podjetje Refresh za spletne strani, potem pa še start-up podjetje Intelius. Razloge za to odločitev je direktor Peter Ladič razložil v oddaji Prava ideja 28.3.2013: »Preden smo začeli razvijati Intrix se je Intera ukvarjala s spletnim oglaševanjem, z izdelavo spletnih strani. Ko smo začeli razvijati Intrix in imeli že nekaj odmevnih projektov smo se enostavno morali odločiti v katero smer gremo. Takrat smo rekli, da bo Intera razvijala samo Intrix (CRM in projektno vodenje) ostale zadeve pa damo na novo podjetje-podjetje Refresh. Kasneje se je pojavila nova ideja, nov produkt. Odločili smo se, da ostanemo v Intrix. Parner Davorin pa se je odločil za odprtje novega podjetja Intelius. Tukaj se je razvil nov produkt, ki je popolnoma neodvisen od našega podjetja veliko pa sodelujemo med sabo.« (Cetinski Malnar, 2013)

4.6 Konkurenti

Konkurenca je ključnega pomena za tržno gospodarstvo saj omogoča tehnološke inovacije in napredke, potrošnikom pa omogoča cenejše in kvalitetnejše blago. Pri veliki konkurenci pa je za podjetje zelo pomembno doseči konkurenčno prednost. Glavna oblika konkurenčne prednosti sta nižja cena in diferenciacija proizvoda glede na konkurente.

Konkurenca pa je lahko tudi v pomoč podjetju saj lahko vsako podjetje s pomočjo svojih konkurentov izboljša svoje izdelke in storitve. Za uspeh je potrebno spremljanje in analiziranje konkurence. Spremljanje konkurence lahko pomaga izboljšati izdelke oziroma storitve podjetja.

Ni pa dovolj samo enkratna analiza konkurence. Za izboljšanje poslovanja je potrebno nenehno spremljati konkurenco in se truditi biti boljši. V pomoč so lahko odgovori na naslednja vprašanja (Grahek, 2015):

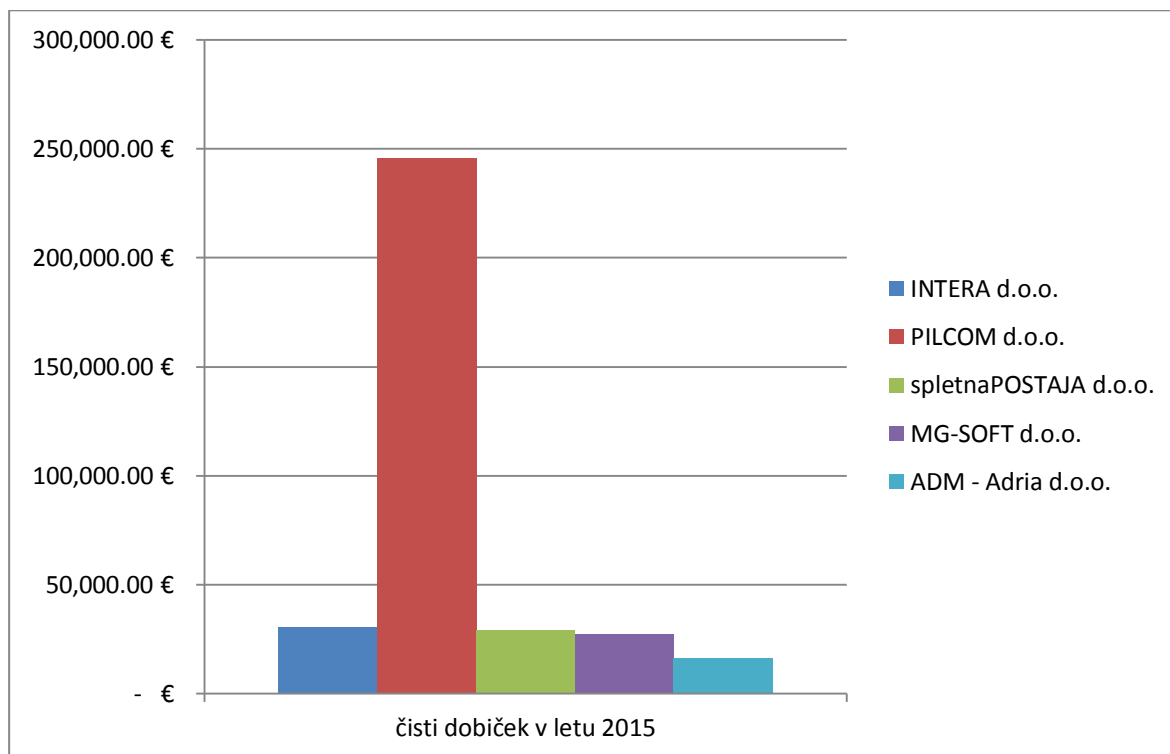
- Katere lastnosti produkta so enake produktu konkurence?
- Katere so posebnosti produkta?
- Kako konkurenti tržijo svoje produkte?
- Kakšne so cene produktov pri konkurenci?
- Kakšna je spletna stran konkurentov?

Aplikacijo CRM ponuja že kar nekaj svetovnih podjetij. Glavni konkurenti podjetja Intera (Intera, 2002c) so:

- Pilcom d.o.o.,
- Spletna postaja d.o.o.,
- MG SOFT d.o.o.,
- ADM-Adria d.o.o.

Slika 3 prikazuje primerjavo čistega dobička podjetja Intera v letu 2015 s glavnimi konkurenti.

Slika 3: Primerjava podjetij



Vir: Povzeto in prirejeno po O podjetju Intera d.o.o. (b.l)

Konkurenčne prednosti Intere v primerjavi z ostalimi podjetji so:

- Cenovna dostopnost tudi za manjša podjetja: Uporabnikom ni potrebno kupiti nobenega programa saj gre za spletno uporabo tako, da lahko koristijo prednosti aplikaciji z nižjimi stroški uporabe.
- Možnost prilagoditve aplikacij: uporabniku nudijo možnost prilagoditve aplikacij, da lahko z uporabo aplikacije čim bolj izkoristi vse prednosti.
- Nudijo podporo uporabnikom: uporabnikom nudijo podporo in nasvete pri uporabi. uporabniki lahko se lahko udeležijo tudi brezplačnih seminarjev na katerih so predstavljene vse prednosti aplikacij in njihova pravilna uporaba.
- Uporaba sodobne informacijske tehnologije: pri razvijanju produktov uporabljajo sodobno informacijsko tehnologijo (intervju z direktorjem).

5 INTRIX

Aplikacije Intrix predstavljajo orodja, ki poslovnim uporabnikom olajšujejo poslovanje in jim pomagajo pri prodaji izdelkov oziroma storitev. Aplikacije so primerne za vse velikosti podjetij in prilagodljive potrebam uporabnikov. Uporabnikom je na voljo tudi 30 dnevna brezplačna uporaba. Vse aplikacije Intrix imajo enak, zdaj že zelo prepoznaven logotip prikazan v sliki 4.

Slika 4: Logotip Intrix



Vir: CRM sistem po vaši meri, b.l.

Aplikaciji Intrix CRM in Intrix Project sta nastali s pomočjo Intrix platforme. Intrix platforma je spletno orodje za izgradnjo poslovnih spletnih aplikacij. Uporabnikom omogoča izdelavo spletnih aplikacij v kratkem času in z veliko mero prilagodljivosti proizvodnim procesom v podjetju.

Izvršni direktor Intere Peter Ladič je povedal, da njihovi spletni orodji za upravljanje odnosov s kupci Intrix CRM in projektno vodenje Intrix project lahko prilagodijo posebnim porabam in velikosti naročnika. Oddajajo ju v najem, kar naročnikom omogoča hitro implementacijo in optimalni nadzor stroškov. Največ povpraševanja je po orodju za CRM kar Ladič pripisuje recesiji, ko je potreben vsak stik v prodaji in ko je treba tudi z informacijsko podporo optimizirati stroške in poslovne procese. Ladič je tudi razkril, da bi se v Interini ekipi radi razširili v severozahodno Evropo. Želijo pa si tudi, da bi čim prej našli vlagatelja, ki bi jih podprl pri internacionalizaciji poslovanja (Šubic, 2009a).

5.1 Intrix CRM

Glavni izdelek podjetja Intera je spletna CRM aplikacija za upravljanje odnosov s strankami. Glavna prednost aplikacije Intrix CRM pred drugimi CRM aplikacijami drugih podjetij je njegova prilagodljivost in fleksibilnost. Aplikacijo uporablja že več kot 5.000 ljudi iz 440 podjetij v Sloveniji in drugod po svetu. Primerna je za vse velikosti podjetij. Z njeno uporabo lahko (Kako lahko z Intrix CRM prodajate pametneje, b.l.):

- uredite svoje baze strank: nudi natančen pregled vseh kontaktnih oseb,
- izkoristite prodajne priložnosti: poveča se število uspešno opravljenih poslov,
- prilagodite sistem svojim procesom: vsak uporabnik si lahko aplikacijo prilagodi,
- sprejemate prave odločitve: pripravljena poročila olajšajo sprejemanje odločitev.

Ocene prvih uporabnikov (Uspešne zgodbe naročnikov in kaj pravijo o nas, b.l.):

- Goran Vučinič, direktor Iskra zaščite: s pomočjo aplikacije Intrix tržniki veliko lažje spremljajo aktivnosti svojih strank in temu prilagodijo specifične pristope. To daje podjetju boljšo sliko trga ter povečuje njihovo učinkovitost.
- Aleksandra Podgornik, direktorica Štajerske gospodarske zbornice: uporaba Intrixa jim omogoča lažje delo in časovne prihranke saj so poenostavili pregled nad različnimi delovnimi področji.
- Miha Senčar, direktor komerciale Tenzor d.o.o.: aplikacija Intrix CRM jim je pomagala na vseh ravneh poslovanja. Služi jim za lažje planiranje aktivnosti in pri izboljšanju učinkovitosti.

Aplikacija Intrix CRM malim in srednje velikim podjetjem olajšuje poslovanje. Aplikacija je prikazana v Sliki 5.

Slika 5: Intrix CRM

Vir: U. Žohar, CRM – Kako in kdaj uvesti v podjetju IT rešitev?, 2010

5.2 Intrix project

Intrix project spletni program za vodenje projektov. Intrix Projecta za uporabo ni potrebno kupiti, možen je tudi najem in tako je edini strošek mesečna najemnina. Majhni stroški so ena od prednosti uporabe programa, druga prednost pa je tudi kratek čas potreben za tehnično vpeljavo in izobraževanje. Uporabnik pa lahko izkoristi veliko pomoč pri vodenju projektov. Z uporabo Intrix Projecta lahko (Učinkovito projektno vodenje z Intrix Project, 2008):

- preprosto in učinkovito načrtujete,
- spremljate in arhivirate projekte,
- imate jasen pogled vseh podatkov in aktivnosti na enem mestu,
- enostavno načrtujete in razporejate naloge.

5.3 Mobilni Intrix

Mobilna aplikacija Intrix je bila razvita v začetku letošnjega leta, razvijali so jo pol leta na platformah za iOS in Android, kasneje pa so jo še spremenili glede na odzive strank.

Uporabniku nudi možnost, da kjerkoli in kadarkoli pride do potrebnih podatkov. Poljubno lahko dodaja podatke in si aplikacijo v celoti prilagodi svojim željam in potrebam.

V podjetju Intera so se odločili za izpopolnitev mobilne aplikacije in prenovu spletne aplikacije. Zadnjega pol leta so razvijali aplikacijo Intrix na platformah za iOS in Android. Različico za Android so objavili februarja, konec aprila pa še za iOS. Peter Ladič je povedal, da bo uporabnik mobilnega Intrixa za iOS in Android lahko podatke poljubno dodajal, spreminjal in si mobilno aplikacijo v celoti prilagodil svojim procesom in željam. Čez pol leta pa bodo mobilni Intrix po potrebi še spremenili glede na odzive strank. Letos bodo prenovili tudi spletno aplikacijo. Dodali bodo nov uporabniški vmesnik in dodatne funkcionalnosti kot je povezovanje z družabnimi omrežji. Peter Ladič še dodaja, da bo prenovljen Intrix bolj prilagodljiv željam uporabnikov in bolj povezljiv z drugimi sistemi, ki jih podjetja že uporabljajo (Šubic, 2016).

6 INTERA D.O.O. DANES

Danes je Intera vodilno podjetje na področju CRM in vodenja projektov. Med njihove ključne vrednote štejejo (Intera, b.l.c):

- zavezanost najsodobnejšim tehnologijam,
- strokovnost,
- pozitivno naravnost.

Intera je letos praznovala 14 let delovanja. Skupaj s podjetjema Refresh in Intelius so postali vodilni razvijalec in ponudnik spletnih aplikacij. Intera je poznana tudi kot dober delodajalec. Zaposleni se udeležujejo različnih izobraževanj in seminarjev, radi pa se družijo tudi izven delovnega časa. Trudijo se usklajevati službene in družinske obveznosti, Intera je med prvimi v Sloveniji pridobila certifikat Družini prijazno podjetje.

Dobro četrtno vseh prihodkov namenjajo za raziskavo in razvoj. Zanimajo jih predvsem raziskave s področja visokotehnoloških informacijskih rešitev. Pri delu se poslužujejo inovativnega pristopa saj se zavedajo, da brez inovativnosti ni želene prihodnosti. V prihodnje načrtujejo širitev na globalni trg, razvijanje novih aplikacij in izboljšave obstoječih.

V Interi velik poudarek namenjajo vzdušju v ekipi saj menijo, da je dobro vzdušje ključ do uspeha. Verjamejo v razvoj in samoiniciativnost vseh zaposlenih. Da bi lažje usklajevali službene in družinske obveznosti so med prvimi v Sloveniji pridobili certifikat družini prijazno podjetje. Že pogled v pisarne, opremljene z namiznim nogometom in veliko košaro sadja pa pove, da so med njimi stekane tudi prijateljske vezi. Vse dobljene nagrade in priznanja jim pomenijo potrditev dobrega dela in za utrditev zaupanja poslovnih partnerjev (Milošić, 2015).

6.1 Pomoč uporabnikom

V pomoč uporabnikom pri uporabi CRM nudijo izobraževanja uporabnikov preko brezplačnih spletnih seminarjev, lahko se udeležijo tudi Male šole o CRM, v začetku letošnjega leta pa je Intera skupaj z podjetjem Databox, ki je še eno uspešno Ptujsko

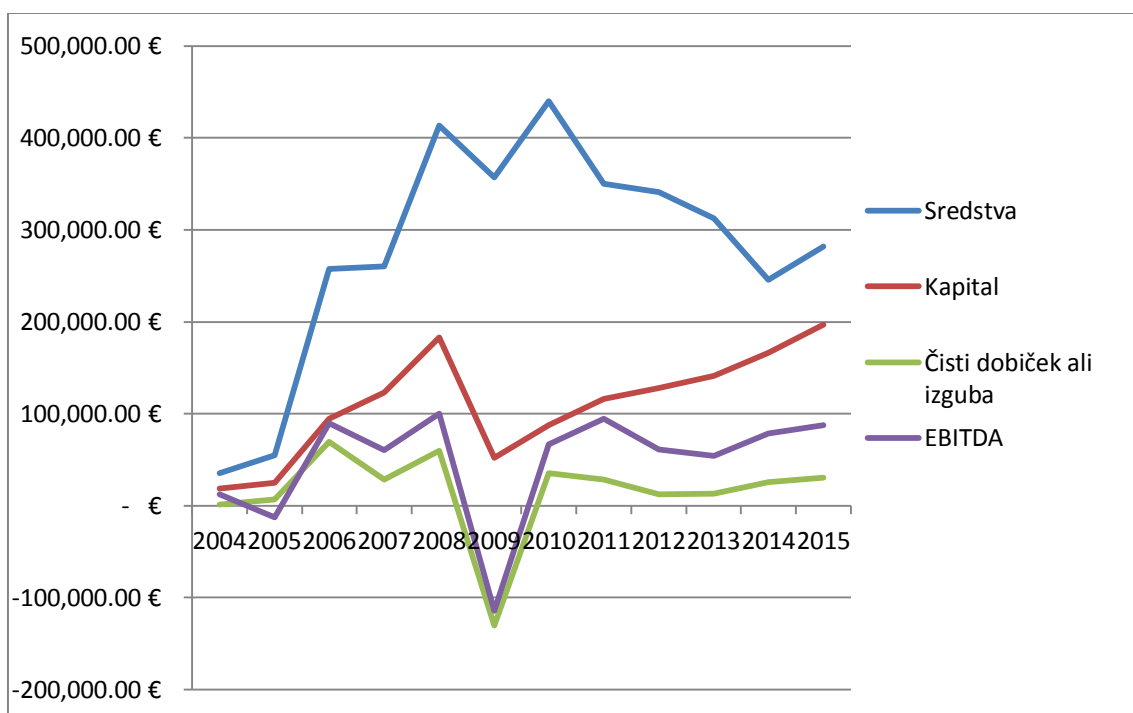
podjetje odprla podjetniški inkubator z imenom Kreativnica. Namen Kreativnice brezplačna pomoč zagonskim start up podjetjem pri vstopanju na trg.

Direktor Databoxa Davorin Gabrovec je povedal, da tako Intera kot Databox skušajo pomagati z nasveti, priporočilom ali s kakšnim odprtjem vrat. Direktor Intere pa je dodal, da želijo s svojimi izkušnjami in znanjem pomagati novim ptujskim podjetjem. Vsako start up podjetje lahko brezplačno v Kreativnici deluje pol leta (Kreativnica za podjetnike na Ptuj, 2016).

6.2 Poslovni rezultati

Podjetje Intera beleži zelo dobre poslovne rezultate. Uspešnost poslovanja podjetja Intera je vidna v sliki 6, ki prikazuje gibanje sredstev, kapitala, čistega dobička in dobička pred obrestmi, davki, odpisi in amortizacijo (v nadaljevanju EBITDA) podjetja Intera od leta 2004 do 2015.

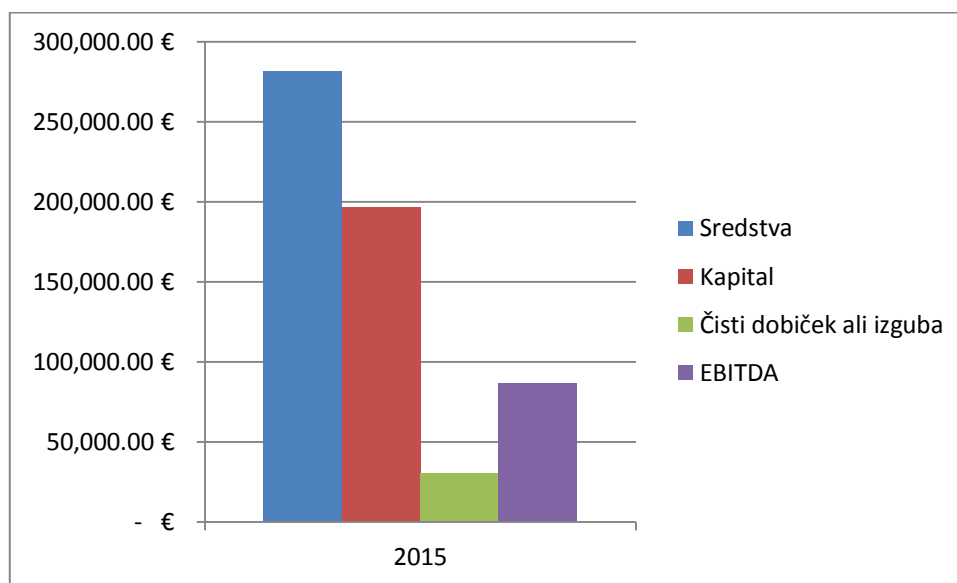
Slika 6: Sredstva, kapital, dobiček in EBITDA podjetja Intera



Vir: Povzeto in prirejeno po O podjetju Intera d.o.o. (b.l).

Poslovni rezultati podjetja v letu 2015 so podani v prilogah (Priloga 1: bilanca stanja 2015, Priloga 2: izkaz poslovnega izida 2015). Index prikazuje odstotno spremembo glede na leto 2014. Slika 7 prikazuje uspehe podjetja Intera v letu 2015.

Slika 7: Poslovni rezultati podjetja Intera v letu 2015



Vir: Povzeto in prirejeno po O podjetju Intera d.o.o. (b.l)

V letu 2016 spada podjetje Intera med 4% najboljših podjetij v Sloveniji. Uvršča se v najvišji razred in ji pripada evropsko priznana oznaka bonitetne odličnosti AAA. , oznaka je prikazana v sliki 8. Certifikat bonitetne odličnosti pomeni predvsem potrditev dobrega dela in še dodatno utrjuje zaupanje poslovnih partnerjev

Slika 8: Boniteta odličnosti



Vir: N. Milošič, certifikat bonitetne odličnosti AAA 2016.

Uspehi podjetja so rezultat (Intera, b.l.b):

- kreativnega delovnega procesa,
- razvoja lastnih programskih rešitev,
- rednega izobraževanja,
- inovacij.

6.3 Osvojene nagrade

Odličnost njihovega poslovanja potrjujejo številne nagrade ter priznanja za inovativnost (Intera, 2011):

- Zlata nit 2013: 5 krat zapored med naj zaposlovalci.
- EuroCloud Slovenia 2011 najboljša storitev v oblaku: nagrada je pripadla programu Intrix CRM.
- Red Herring 100 Europe Winner: Na konferenci Red Herring v Berlinu je bila Intera proglašena med zmagovalce Red Herring 100 Europe za leto 2009. To nagrado vsako leto podelijo stotim najboljšim zasebnim tehnološkim podjetjem z območja Evrope, srednjega vzhoda in Afrike.
- med tremi najboljšimi inovacijami: z inovacijo INTRIX je bila izbrana med 3 najboljše inovacije.
- v finalu European Venture Summit: kot edini slovenski predstavnik so bili izbrani na finalno prireditev European Venture Summit v Düsseldorfu, kjer so pred številnimi investitorji predstavljali platformo Intrix in načrt širitve na tuje trge.
- zlato priznanje Gospodarske zbornice Slovenije za inovacijo Intrix Project.
- med zmagovalci izbora Najpodjetniška ideja: Intera je bila izbrana med tri zmagovalce. Komisijo je prepričal Interin inovativni poslovni model, širok krog uporabnikov in visoka dodana vrednost za naročnike.
- Hevreka 2006: Intrix Platforma je bila uvrščena v ožji izbor Slovenskem forumu inovacij.

Intera se je kot edino slovensko podjetje uvrstilo tudi na evropsko srečanje najperspektivnejših podjetij European Venture Summit (v nadaljevanju EVS) 1. In 2. Decembra 2008 v nemškem Düsseldorfu. Prireditev je eden večjih evropskih poslovnih dogodkov kjer se visokotehnološka podjetja iz vse Evrope predstavijo morebitnim partnerjem in vlagateljem. Intera je na dogodku predstavila proizvod Intrix platforma. Direktor Davorin Gabrovec je povedal, da je za Interu uvrstitev na EVS pomembna predvsem kot dokaz, da spadajo v vrh najbolj potencialnih evropskih podjetij, hkrati pa priložnost za pridobivanje povratnih informacij o strateških usmeritvah podjetja (D. Vi, 2009).

SKLEP

S pisanjem te zaključne naloge sem ugotovila, da lahko inovativnost veliko pripomore k uspešnem poslovanju podjetja saj podjetje, ki ne inovira izgublja na konkurenčnosti. Je pa potrebno upoštevati tudi več vrst tveganj, ki lahko privedejo do težav. Zelo pomembna je zaščita inovacije, tako se podjetje zaščiti pred posnemanjem konkurence.

Ugotovila sem tudi, da je za uspeh podjetja zelo pomembno tudi spremljanje in ohranjanje dobrih odnosov s strankami in v podjetju. Podjetju pri grajenju trdnega odnosa s strankami lahko v veliko pomoč uporaba spletne aplikacije Intrix CRM, ki podjetju nudi vse potrebne informacije o strankah. Podjetje tako lažje izpolni želje in pričakovanja strank in tako doseže tudi boljše poslovne rezultate.

Podjetja Intera d.o.o. me je navdušilo s svojimi uspehi in načinom delovanja v podjetju. V 12. letih poslovanja so dosegli neverjetne poslovne uspehe. Zanimanja za njihove aplikacije so tudi že na tujem trgu.

Veliko pozornosti namenjajo razvoju spletnih aplikacij, njihovi uvedbi v podjetja in tudi podpori uporabnikom, ki je tudi ena njihovih glavnih storitev saj jim želijo pomagati pri poslovanju. S spletnimi seminarji nudijo celo brezplačno pomoč uporabnikom saj so mnenja, da dobri odnosi v podjetju in s strankami vplivajo na boljše poslovanje podjetja. Z dobrimi poslovnimi rezultati in osvojenimi nagradami dokazali, da so na pravi poti.

LITERATURA IN VIRI

1. Ajpes. (b.l.). *Pojasnila za gospodarske družbe*. Najdeno 10. oktobra 2016 na spletnem naslovu http://www.ajpes.si/fipo/pojasnila_zg_d.asp
2. Ajpes (2015). *Podatkovna baza letnih poročil 2015*. Najdeno 10. oktobra 2016 na spletnem naslovu <http://www.ajpes.si/jolp>
3. Analiza podjetja Intera d.o.o. (b.l.) V *bizi.si*. Najdeno 3. julija 2016 na spletni strani <http://www.bizi.si/INTERA-D-O-O>
4. Bevc, D. (2011). *Upravljanje ustvarjalnosti in inovacij v malih in srednje velikih podjetjih*. Nova Gorica: Primorska Ltd.
5. Bevc, D. (2012). *Invencije inovativnost in inovacijska kreativnost*. Najdeno 10. Oktobra 2016 na spletnem naslovu <http://www.energossvetovanje.si/index.php?module=clanki&op=pokazi&clankiID=190>
6. Berginc, J., & Krč, M. (2001). *Ustvarjalnost in inovativnost v podjetništvu*. Portorož: Visoka strokovna šola za podjetništvo.
7. Blažič, P. (2016). Intera d.o.o. Najdeno 10. oktobra 2016 na spletnem naslovu <http://www.slovenianbusinessclub.si/ustanovitelji-kluba/intera-d-o-o-peter-ladic>
8. Cetinski Malnar, E. (urednica). (2013, 28. marec). *Prava ideja* [televizijska oddaja]. Ljubljana: RTV Slovenija.
9. Bauman, M. (2011, 6. januar). CRM sistem naj bo prilagojen vašemu podjetju. Najdeno 22. junija 2016 na spletnem naslovu <https://www.intrix.si/blog/crm/crm-naj-bo-prilagojen-vasemu-podjetju>
10. *CRM sistem po vaši meri*. Najdeno 3. julija 2016 na spletnem naslovu <https://www.intrix.si>
11. *CRM-Upravljanje odnosov s strankami*. Najdeno 10. oktobra 2016 na spletnem naslovu <http://www.nasvet.com/crm>
12. Glavni konkurenti podjetja Intera d.o.o. (b.l.) V *bizi.si*. Najdeno 15. julija na spletni strani <http://www.bizi.si/INTERA-D-O-O>
13. Golobič G. (b.l.). Resolucija o Raziskovalni in inovacijski strategiji Slovenije 2011-2020. Najdeno 20. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.drznaslovenija.mvzt.gov.si/ch02s05.html>
14. Grahek, A. (2015). *Izboljšajte svoj posel s pomočjo konkurence!* Najdeno 25. oktobra 2016 na spletnem naslovu <http://data.si/blog/2015/01/28/izboljsajte-svoj-posel-s-pomocjo-konkurence>
15. Groznik, A., Trkman, P., & Lindič, J. (2014). *Elektronsko poslovanje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
16. Intera d.o.o. (b.l.a). *Logotip*. Najdeno 22. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.slovenianbusinessclub.si/ustanovitelji-kluba/intera-d-o-o-peter-ladic>
17. Intera d.o.o. (b.l.b). *Uspeh podjetja je rezultat*. Najdeno 18. julija 2016 na spletnem naslovu <http://www.slovenianbusinessclub.si/ustanovitelji-kluba/intera-d-o-o-peter-ladic>
18. Intera d.o.o. (b.l.c.). *Ključne vrednote*. Najdeno 18. julija 2016 na spletnem naslovu <http://www.slovenianbusinessclub.si/ustanovitelji-kluba/intera-d-o-o-peter-ladic/>
19. Intera d.o.o. (b.l.d). *Nagrade*. Najdeno 15. julija 2016 na spletnem naslovu <http://www.internetweek.si/intera-sl>
20. Intera d.o.o. (b.l.e). *Svetovanje in implementacija CRM rešitev*. Najdeno 20. junija 2016 na spletnem naslovu <https://www.intrix.si/storitve>
21. Intera d.o.o. (2011). *Ključna produkta*. Najdeno 22. junija 2016 na spletnem naslovu <https://sl.wikipedia.org/wiki/Intera>

22. *Kako lahko z Intrix CRM prodajate pametneje*. Najdeno 20. julija 2016 na spletnem naslovu <https://www.intrix.si>
23. Kreativnica za podjetnike na Ptuj. (2016, 19. februar). Najdeno 15. julija 2016 na spletnem naslovu <http://4d.rtvsl.si/arhiv/tele-m/174389483>
24. Lenarčič, B., & Brear, F. (2012). Vpliv inovativnosti v odnosu kupec–dobavitelj na konkurenčno prednost. *Revija za univerzalno odličnost*, 1(3), 95–105.
25. Likar, B., & Fatur, P. (2003). *Management inoviranja: gradiva za vaje*. Koper: Fakulteta za management.
26. Milošič, N. (2016, 14. September). Certifikat bonitetne odličnosti AAA 2016. Najdeno 30. Septembra na spletnem naslovu <https://www.intrix.si/blog/novica/certifikat-bonitetne-odlicnosti-aaa-2016>
27. Milošič, N. (2015, 21. december). Ptujška Intera sodi med najboljša podjetja. *Ptujčan*, str. 21.
28. Moj spletni priročnik, kako zaščititi inovacijo. (2011). Najdeno 20. junija 2016 na spletnem naslovu http://www.podjetniskiportal.si/index.php?t=E_publicacije&type=prirocnik&article_id=4056
29. O podjetju Intera d.o.o. (b.l.) V *bizi.si*. Najdeno 22. junija 2016 na spletni strani <http://www.bizi.si/INTERA-D-O-O>
30. Peterlin J., & Tasi A., (2013). *Izzivi vodenja poslov*. Portorož: Smartifin.
31. Podjetniški portal (2009, 5. januar). *Inovativno slovensko podjetje med najboljšimi v Evropi*. Najdeno 18. Julija 2016 na spletnem naslovu <http://www.podjetniskiportal.si/index.php?t=news&id=83>
32. *Podjetništvo, inovativnost in tehnološki razvoj*. (2016). Najdeno 20. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.spiritslovenia.si/spirit-slovenija/podjetnistvo-inovativnost-in-tehnoloski-razvoj>
33. Pompe, A. (2011). *Ustvarjalnost in inovativnost: nujnost sodobnega podjetništva*. Ljubljana: GEA College.
34. Sagaj, M. (2016, 2. april). Znova milijoni za zagonska podjetja. *Večer*, str. 4.
35. Šubic, P. (2009a, 25. maj). Intera s spletnimi orodji Intrix do nižjih stroškov. *Finance*. Najdeno 14. julija 2016 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/247764>
36. Šubic, P. (2009b, 22. september). Za Intero je recesija kot voda na mlin. *Finance*. Najdeno 14. julija 2016 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/258370>
37. Šubic, P. (2009c, 29. december). Intera po reorganizaciji podvojila prodajo. *Finance*, str. 19.
38. Šubic, P. (2016, 11. april). Intera stavi na mobilno orodje za CRM in projektno vodenje. *Finance*. Najdeno 10. julija 2016 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/8843596>
39. *Učinkovito projektno vodenje z Intrix Project*. (2008, 21. marec). Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta. Najdeno 20. julija 2016 na spletnem naslovu <http://inovativen.blogspot.si/2008/03/uinkovito-projektno-vodenje-z-intrix.html>
40. *Uspešne zgodbe naših naročnikov in kaj pravijo o nas*. Najdeno 18. julija 2016 na spletnem naslovu <https://www.intrix.si>
41. Žohar U. (2010) *CRM – Kako in kdaj uvesti v podjetju IT rešitev?* Najdeno 17. julija 2016 na spletnem naslovu <https://www.intrix.si/blog/it-aktualno/kdaj-in-kako-vesti-it-resitev-v-podjetju>

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Bilanca stanja: Intera d.o.o. leto 2015	1
Priloga 2: Izkaz poslovnega izida podjetja Intera d.o.o.za leto 2015	4

PRILOGA 1: Bilanca stanja: Intera d.o.o. leto 2015*Tabela 1: bilanca stanja podjetja Intera d.o.o. za leto 2015*

POSTAVKA	2015 (v EUR)	Index
SREDSTVA	281.963,00	1,15
A. DOLGOROČNA SREDSTVA	144.482,00	0,84
I. Neopredmetena sredstva in dolgoročne aktivne časovne razmejitve	92.157,00	0,66
1. Neopredmetena sredstva	92.157,00	0,66
2. Dolgoročne aktivne časovne razmejitve	0,00	
II. Opredmetena osnovna sredstva	42.756,00	1,80
III. Naložbene nepremičnine	0,00	
IV. Dolgoročne finančne naložbe	9.525,00	1,00
1. Dolgoročne finančne naložbe, razen posojil	0,00	
2. Dolgoročna posojila	9.525,00	1,00
V. Dolgoročne poslovne terjatve	44,00	1,00
VI. Odložene terjatve za davek	0,00	
B. KRATKOROČNA SREDSTVA	136.488,00	1,89
I. Sredstva (skupine za odtujitev) za prodajo	0,00	
II. Zaloge	0,00	
III. Kratkoročne finančne naložbe	20.000,00	

Se nadaljuje

Nadaljevanje:

POSTAVKA	2015 (v EUR)	Index
1. Kratkoročne finančne naložbe, razen posojil	0,00	
2. Kratkoročna posojila	20.000,00	
IV. Kratkoročne poslovne terjatve	81.874,00	1,17
V. Denarna sredstva	34.614,00	16,36
C. KRATKOROČNE AKTIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	993,00	
Zabilančna sredstva	0,00	
OBVEZNOSTI DO VIROV SREDSTEV	281.963,00	1,15
A. KAPITAL	196.857,00	1,18
I. Vpoklicani kapital	10.432,00	1,00
1. Osnovni kapital	10.432,00	1,00
2. Nevpoklicani kapital (kot odbitna postavka)	0,00	
II. Kapitalske rezerve	0,00	
III. Rezerve iz dobička	1.043,00	1,00
IV. Presežek iz prevrednotenja	0,00	
V. Preneseni čisti poslovni izid (preneseni čisti dobiček/izguba)	155.083,00	1,20
VI. Čisti poslovni izid poslovnega leta (čisti dobiček/čista izguba poslovnega leta)	30.299,00	1,19

se nadaljuje

nadaljevanje

POSTAVKA	2015 (v EUR)	Index
B. REZERVACIJE IN DOLGOROČNE PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	0,00	
1. Rezervacije	0,00	
2. Dolgoročne pasivne časovne razmejitve	0,00	
C. DOLGOROČNE OBVEZNOSTI	6.800,00	0,45
I. Dolgoročne finančne obveznosti	6.800,00	0,45
II. Dolgoročne poslovne obveznosti	0,00	
III. Odložene obveznosti za davek	0,00	
Č. KRATKOROČNE OBVEZNOSTI	67.994,00	1,12
I. Obveznosti, vključene v skupine za odtujitev	0,00	
II. Kratkoročne finančne obveznosti	0,00	
III. Kratkoročne poslovne obveznosti	67.994,00	1,25
D. KRATKOROČNE PASIVNE ČASOVNE RAZMEJITVE	10.312,00	3,84
Zabilančne obveznosti	0,00	

Vir: AJPEŠ, Podatkovna baza letnih poročil, 2015

PRILOGA 2: Izkaz poslovnega izida podjetja Intera d.o.o. za leto 2015*Tabela2: izkaz poslovnega izida podjetja Intera d.o.o. za leto 2015*

POSTAVKA	2015 (v EUR)	Index
1. ČISTI PRIHODKI OD PRODAJE	660.952,00	1,21
2. SPREMEMBA VREDNOSTI ZALOG PROIZVODOV IN NEDOKONČANE PROIZVODNJE	0,00	
3. USREDSTVENI LASTNI PROIZVODI IN LASTNE STORITVE	0,00	
4. DRUGI POSLOVNI PRIHODKI (s prevrednotovalnimi poslovnimi prihodki)	3.294,00	1,01
5. Stroški blaga, materiala in storitev	277.247,00	1,22
a) Nabavna vrednost prodanega blaga in materiala ter stroški porabljenega materiala	13.778,00	1,21
b) Stroški storitev	263.469,00	1,22
6. Stroški dela	289.227,00	1,20
a) Stroški plač	222.050,00	1,21
b) Stroški pokojninskih zavarovanj	19.874,00	1,21
c) Stroški drugih socialnih zavarovanj	16.286,00	1,20
č) Drugi stroški dela	31.017,00	1,16
7. Odpisi vrednosti	63.281,00	1,13
a) Amortizacija	58.527,00	1,05

se nadaljuje

nadaljevanje

POSTAVKA	2015 (v EUR)	Index
b) Prevrednotovalni poslovni odhodki pri neopredmetenih sredstvih in opredmetenih osnovnih sredstvih	0,00	
c) Prevrednotovalni poslovni odhodki pri obratnih sredstvih	4.754,00	7,46
8. Drugi poslovni odhodki	5.835,00	1,25
9. Finančni prihodki iz deležev	0,00	
10. Finančni prihodki iz danih posojil	28,00	
11. Finančni prihodki iz poslovnih terjatev	35,00	0,63
12. Finančni odhodki iz oslabitve in odpisov finančnih naložb	0,00	
13. Finančni odhodki iz finančnih obveznosti	768,00	0,18
14. Finančni odhodki iz poslovnih obveznosti	84,00	4,67
15. DRUGI PRIHODKI	4.702,00	0,54
16. DRUGI ODHODKI	2.270,00	1,00
17. DAVEK IZ DOBIČKA	0,00	
18. ODLOŽENI DAVKI	0,00	
19. ČISTI POSLOVNI IZID OBRAČUNSKEGA OBDOBJA (ČISTI DOBIČEK/IZGUBA OBRAČUNSKEGA OBDOBJA)	30.299,00	1,19

se nadaljuje

nadaljevanje

POSTAVKA	2015 (v EUR)	Index
20. POVPREČNO ŠTEVILO ZAPOSLENCEV NA PODLAGI DELOVNIH UR V OBRAČUNSKEM OBDOBJU	12,15,00	1,12
21. PRENESENI ČISTI DOBIČEK/ČISTA IZGUBA	155.083,00	1,20
22. ZMANJŠANJE KAPITALSKIH REZERV	0,00	
23. ZMANJŠANJE REZERV IZ DOBIČKA	0,00	
a) Zmanjšanje zakonskih rezerv	0,00	
b) Zmanjšanje rezerv za lastne delnice in lastne poslovne deleže	0,00	
c) Zmanjšanje statutarnih rezerv	0,00	
č) Zmanjšanje drugih rezerv iz dobička	0,00	
24. POVEČANJE REZERV IZ DOBIČKA	0,00	
a) Povečanje zakonskih rezerv	0,00	
b) Povečanje rezerv za lastne delnice in lastne poslovne deleže	0,00	
c) Povečanje statutarnih rezerv	0,00	
č) Povečanje drugih rezerv iz dobička	0,00	
25. BILANČNI DOBIČEK/IZGUBA	185.382,00	1,20

Vir: AJPES, Podatkovna baza letnih poročil, 2015