

Odkupil že skoraj pozabljeno slovensko blagovno znamko

Dvaintridesetletni Matic Šubic iz Zgornjih Pirnič je pred časom uresničil svojo dolgoletno željo po lastnem podjetju. Čeprav sprva ni pričakoval, da bo to povezano s podjetjem oziroma blagovno znamko Ehrana, kjer je začel svojo kariero, je ravno ta postala njegova poslovna pot.

MAŠA LIKOSAR

Zgornje Pirniče – Matic Šubic je karierno pot začel kot prodajnik v podjetju Ehrana, v nekaj letih pa napredoval do vodje prodaje. V tem času se je veliko naučil, predvsem pa pridobil dragocene izkušnje. Podjetje Ehrana je pred tremi leti prevzelo špansko podjetje Glovo, kjer se je Šubic dodatno izkazal in postal vodja komercialne. A Glovo je maja letos zaradi večtrilijonskih izgub letno prenehal poslovati v Sloveniji. »Tose je zgodilo le nekaj tednov pred mojo poroko. Izgubiti službo tik pred tako pomembno življenjsko prelomnico je bila izjemno neprijetna izkušnja,« se spominja Šubic, ki je praktično čez noč sprejel odločitev, da odkupi blagovno znamko Ehrana.

»Potreben je pogum, da odkupiš in ponovno obudiš znamko, ki več let ni bila aktivna. Kljub temu sem želel prav Ehrano, namesto da bi ustvaril novo platformo z drugim imenom, saj je na trg lažje vrniti storitev, ki je bila nekoč že uveljavljena. Naša naloga je bila tako le obvestiti ljudi, da je Ehrana nazaj,« je povedal Šubic. K temu koraku so ga spodbudili predvsem gostinci, podprli so ga družina, prijatelji in tedaj še bodoča žena. »Gostinci so poleg uporabnikov ključni element v tovrstnem poslu. Njihova podoba je bila zame potrditev, da obstaja priložnost za razvoj, s podporo najbližjih pa sem lažje sprejel tako hitro odločitev. Preprosto sem tvegati in verjel v uspeh,« je poudaril.

Prilagodil poslovni model

Da bi pridobil blagovno znamko Ehrana, se je moral Šubic najprej dogovoriti z Glovom za odkup, pri čemer so mu bili zelo naklonjeni in v veliko pomoč. »Poleg podpisane pogodbe in plačila kupnine je bilo treba blagovno znamko vpisati na Uradu za intelektualno lastnino,« je pojasnil in poudaril, da je mesec dni po zaprtju Glova Ehrana že zaživela. Odkup je financiral z lastnimi prihranki, brez zunanjih investitorjev, pri čemer pričakuje, da se mu bo vložek na dolgi rok povnil. »Takšni odkupi sicer niso poceni, a ker sem bil v preteklosti varčen,



Matic Šubic iz Zgornjih Pirnič je novi lastnik blagovne znamke Ehrana. / Foto: arhiv podjetja

sem si to lahko privoščil. Poleg tega sem še relativno mlad, zato je lažje začeti znova in nekaj zgraditi. Predvsem pa sem si želel, da bi celotna skupnost imela koristi od tega. Uporabniki dostopne cene, gostinci pa lokalnega zaveznika z ugodnimi pogoji,« je pojasnil.

»Potreben je pogum, da odkupiš in ponovno obudiš blagovno znamko, ki več let ni bila aktivna.«

Šubic je prilagodil poslovni model, njegovo podjetje namreč trenutno deluje kot posrednik za spletna naročila, brez dostavne storitve, ki jo zagotavljajo gostinci sami. »Ker smo le posredniki, imamo manj stroškov, gostinci pa večji nadzor nad naročili in tako ohranjajo stik s strankami. Hkrati za rentabilnost ne potrebujemo velikega števila dnevnih naročil,« je dejal Šubic, ki verjame, da bo podjetje pred koncem leta finančno pozitivno.

Prisotni na Gorenjskem

Mesec in pol po ponovnem zagonu blagovne znamke so vzpostavili sodelovanje že z več kot 95 restavracijami v 18 slovenskih mestih, med njimi so tudi restavracije v Kranju, Kamniku, Domžalah in Medvodah, na kar je Šubic kot Pirničan še posebno ponosen. Pred kratkim se jim je pridružil še Bled, kjer bodo septembra dodali še več restavracij, dogovarjajo se tudi z restavracijami na Jesenicah.

»Več gostincev se je na novo odločilo za dostavno ponudbo, odkar se je Ehrana vrnila. Dodatni val restavracij pričakujemo jeseni, ko se vračajo tudi študenti,« je dodal. Študenti sicer med njihovimi najštevilnejšimi uporabniki, saj zanje ponujajo študentske bone, ki jih lahko uporabijo v 15 restavracijah v petih mestih, vključno s Kranjem in Domžalami.

Poleg Šubica je v podjetju še več mladih posameznikov, ki so bili vrsto let dejavni na trgu dostave hrane. V sodelovanju z gostinci platformo za naročanje hrane ves čas prilagajajo in nadgrajujejo. Njihovi nadaljnji koraki bodo odvisni od rasti podjetja, finančnih zmožnosti ter razmer in zahtev trga. »V prihodnosti bomo morda v večjih mestih ponudili storitev dostave za restavracije, ki svoje nimajo, vendar so to trenutno le načrti, ki jih morda ne bomo realizirali. Eden izmed naših prihodnjih ciljev je tudi zagotavljanje ekološke embalaže za gostince,« je spregovoril o načrtih. O ciljih, za katere verjame, da jih bodo dosegli že letos, pa je povedal: »Do konca leta pričakujemo sto tisoč registriranih uporabnikov, več kot tisoč naročil dnevno in več kot 130 v storitev vključenih restavracij, ki omogočajo dostavo tudi v oddaljene kraje na podeželju.«

Kaj Slovenci naročajo

Začetki dostavnih storitev pri nas segajo več kot desetletje nazaj. Tedaj je bilo, kot je povedal Šubic, gostince in tudi uporabnike težko prepričati, naj spremenijo svoje

navade oziroma miselnost in začnejo sprejemati oz. oddajati naročila prek spleta ali posrednika, namesto na klasičen način po telefonu. »Ena od prednosti je, da se gostinci zdaj ne ukvarjajo več s klici in organizacijo naročil. Spletno naročanje je namreč postalo pogostejše kot naročanje po telefonu.«

Dostavne storitve so se razmahale med epidemijo covid-19, ki je proces le pospešila, a trendi po Šubičevih besedah kažejo, da bo naročanje hrane še naprej naraščalo. »Kar zadeva razvitost trga dostave, je Evropa nasploh za Azijo, kjer posamezniki naročajo bistveno več kot pri nas. Če denimo v Sloveniji posameznik naroči trikrat na mesec, v določenih azijskih državah ljudje hrano naročajo vsak dan. Nekatere azijske družine celo gradijo hiše brez kuhinje, saj izključno naročajo hrano, kar je v vse hitrejšem tempu življenja razumljivo, saj običajno nimamo časa za pripravo obroka,« je navedel Šubic, ki opaža, da Slovenci najpogosteje naročajo pico, ki je dolgo kraljevala na vrhu priljubljenosti, vendar jo zdaj dohitava burgerji in azijska hrana. Vedno bolj priljubljeni postajajo tudi solatni krožniki.

Ob robu je še dodal, da je naročanje na spletni strani ali z uporabo aplikacije preprosto in dostopno tudi starejšim uporabnikom, čeprav so mladi še vedno bolj dovzetni za spletne storitve. »Glavna populacija, ki naroča, je stara med 18 in 45 let, vendar tudi starejši vse bolj uporabljajo spletno naročanje.«

Št. 69

DOBRO JE VEDETI

Večina štipendij oproščena plačila dohodnine

CVETO ZAPLOTNIK

Štipendije, ki jih prejema učenci, dijaki in študentje za kritje stroškov izobraževanja, štejejo po zakonu o dohodnini med druge dohodke. Kot pojasnjujejo na finančni upravi, so štipendije, izplačane iz državnega proračuna, kot so državne štipendije, štipendije za deficitarne poklice in Zoisove štipendije, oproščene plačila dohodnine. Kadrovske štipendije so za študij v Sloveniji oproščene plačila dohodnine do višine minimalne plače, povečanega za 60 odstotkov. Če je kadrovska štipendija višja, se znesek, ki presega to mejo, všteta v davčno osnovo in se obdavči kot vsak drug dohodek, pri tem pa se akontacija dohodnine praviloma izračuna in plača po stopnji 25 odstotka od davčne osnove.

Štipendije za raziskovalce na (podoktorskem) študiju oziroma usposabljanju so obdavčene kot vsak drug dohodek, od katerega se plača akontacija dohodnine po 25-odstotni stopnji; všteta pa setudi v davčno osnovo za

odmero dohodnine. Če študentji izplačuje tuja pravna oseba, mora prejemnik štipendije sam v petnajstih dneh od dneva prejema dohodka oddati napoved za odmero dohodnine od drugih dohodkov. Napoved mora oddati na predpisanem obrazcu, oddaja lahko osebno ali po navadni pošti na katerikoli finančni urad ali po elektronski poti v sistemu eDavki.

Posebnost so štipendisti Fulbrightovega programa. V skladu s memorandumom, ki sta ga podpisali vladi Slovenije in ZDA, se prejemnikom davčna osnova lahko zmanjša za povračilo stroškov, vendar le, če stroške izkažejo in uveljavijo pri davčnem organu.

In kako je z obdavčitvijo ostalih dohodkov, povezanih z izobraževanjem? Dohodnina se ne plačuje od prejemkov za regresiranje ali subvencioniranje študentske prehrane ter mesečnih vozovnic za prevoz učencev, dijakov in študentov, ki se šolajo izven kraja bivanja, in drugih podobnih pomoči, ki se financirajo iz državnega ali običajinskega proračuna.

Julija povečanje števila brezposelnih

Ljubljana – Julija se je na Zavodu RS za zaposlovanje predvsem zaradi iztekov zaposlitev za določen čas na novo prijavilo več brezposelnih. Brezposelnost se je zato glede na predhodni mesec povečala v vseh območnih službah. Ob koncu julija je bilo po podatkih zavoda registriranih 44.384 brezposelnih, kar je 1.015 oseb ali 2,3 odstotka več kot junija in 6,1 odstotka manj kot v lanskem juliju. V območni službi Kranj je bil julija porast brezposelnosti 4,7-odstoten glede na predhodni mesec, prav tako medletna brezposelnost ostaja večja le v območni službi Kranj, in sicer za 1,5 odstotka. Julija se je v evidenco brezposelnih na novo prijavilo 5220 oseb, kar je 43,5 odstotka več kot junija in 4,7 odstotka več kot julija 2023. Zaposlilo se je 2.312 brezposelnih, 14,9 odstotka manj kot junija in 8,4 odstotka več kot v istem mesecu lani. V povprečju je bilo v prvih sedmih mesecih brezposelnih 46.466 oseb na mesec, kar je v primerjavi s povprečjem istega obdobja lanskega leta 6,6 odstotka manj. Število prostih delovnih mest, ki so jih delodajalci sporočili zavodu, se je julija povečalo, v prvih sedmih mesecih pa je bilo prostih delovnih mest 6 odstotkov manj kot v istem obdobju lani. Po zadnjih podatkih Statističnega urada, ki so na voljo za maj 2024, je bilo v državi 946.675 delovno aktivnih prebivalcev.

V Slovenijo lani uvozili najmanj koles po letu 2001

Ljubljana – V Slovenijo smo po podatkih Statističnega urada lani uvozili približno 62.300 koles, kar je najmanj po letu 2001. Uvoz je bil največji leta 2004, skoraj 143.000 koles. Lani smo jih največ uvozili iz Italije (24 odstotkov), sledile so Avstrija, Belgija in Nizozemska. V zadnjih letih se je močno povečal uvoz električnih koles. V letu 2017 smo jih uvozili nekaj manj kot 1500, lani pa že 16.000, od tega največ (20 odstotkov) iz Nizozemske, sledile so Belgija, Nemčija in Hrvaška. Ker so električna kolesa praviloma dražja, se je lani po navedbah Statističnega urada skupna vrednost njihovega uvoza (27,3 milijona evrov) že zelo približala vrednosti uvoza klasičnih koles (28,2 milijona evrov). Junija letos so bile cene koles v Sloveniji v povprečju za 1,2 odstotka višje kot pred letom dni, v primerjavi s povprečjem leta 2015 pa za 18,9 odstotka. Kolo za odrasle je lani v povprečju stalo 304 evre.