



Pogosta vprašanja

Vprašanja glede poslovnega modela

1 Kaj so glavne storitve/izdelki Datalaba?

Naš glavni izdelek oziroma rešitev je **poslovni informacijski sistem PANTHEON**, ki omogoča majhnim in srednje velikim podjetjem celovito spremljanje poslovnih procesov. S tesnim povezovanjem vseh poslovnih funkcij PANTHEON podjetjem omogoča povečanje storilnosti, optimizacijo poslovnih virov in znižanje stroškov poslovanja.

Z uporabo poslovnega informacijskega sistema PANTHEON in ostalih Datalabovih poslovnih programov **organizacije pridobijo rešitve za izboljšanje poslovanja**. Z Datalabovimi poslovnimi rešitvami organizacije poslujejo v skladu z zakonodajo in poslovnimi standardi ter zmanjšajo poslovna tveganja. PANTHEON je na voljo v številnih izpeljankah in se tako tesno prilagaja potrebam uporabnikov. S pomočjo PANTHEON-a si lahko podjetja olajšajo številne procese in naloge od pisanja računov in potnih nalogov pa vse do planiranja proizvodnje, izračuna plač in analitične podpore odločanju.

2 Kdo so glavne stranke Datalaba?

Naše rešitve so namenjene majhnim in srednje velikim podjetjem na področju JV Evrope. V začetku leta 2011 je naše rešitve uporabljalo več kot 4600 podjetij, oziroma 22.000 uporabnikov, danes pa število uporabnikov le še narašča.



Zaupam
že preko
55.000
uporabnikov

3 Kakšna je poslovna strategija Datalaba?

Usmerjeni smo v razvoj poslovnih rešitev, ki so odprte, prilagodljive in zmogljive. Želimo da naše rešitve delujejo v vseh informacijskih okoljih in uporabnikom omogočajo prosto izbiro tehnologije glede na svoje poslovne strategije.

V Datalabu smo zavezani stalnim izboljšavam in inovacijam. Verjamemo v sposobnost in delavnost naših sodelavcev in partnerjev. Gojimo kulturo skupinskega dela, ki zaposlenim ob uporabi najmodernejše tehnološke podpore ter dodatnih znanj odpira poti za optimalno izkoriščanje in rast svojih potencialov.

Razvijamo poslovni informacijski sistem, ki je zgrajen modularno in dopušča enostavne razširitve z dodatnimi rešitvami naših razvojnih partnerjev. Uporabnikom zagotavljamo napredne funkcionalnosti, ki jim omogočajo prilagajanje informacijske podpore poslovanju in učinkovito dodajanje novih poslovnih storitev.

4 Kakšen tržni delež ima Datalab na svojih ključnih trgih in kakšnega načrtujete v prihodnje?

Trg poslovnih informacijskih sistemov v majhnih in srednje velikih podjetjih je na naših ciljnih trgih na strani ponudbe izjemno fragmentiran. Na različnih trgih deluje veliko majhnih ponudnikov, od katerih nobeden nima prevladujočega tržnega deleža. Naš tržni delež na slovenskem trgu poslovnih informacijskih sistemov je v letu 2010 znašal skoraj 9 odstotkov. **Na dolgi rok želimo doseči vsaj 7-odstotni tržni delež med vsemi majhnimi in srednjimi podjetji na naših ciljnih trgih.**

5 Potencial rasti: koliko podjetij je v Datalabovi ciljni skupini?

Naša ciljna skupina obsega majhna in srednje velika podjetja v jugovzhodni in vzhodni Evropi. Trenutno smo prisotni na trgih

Slovenije, Hrvaške, Srbije, Bosne, Makedonije in Črne Gore, Bolgarije, Kosova in Albanije, kjer posluje preko 970.000 podjetij iz naše ciljne skupine. Verjamemo, da lahko v naslednjih petih letih dosežemo vsaj 7% tržni delež na vsakem trgu, pri čemer ocenjujemo, da bodo v tem primeru prihodki ekosistema preseгли 70 milijonov evrov, prihodki skupine Datalab pa 23 mio evrov.

6 Ali obstaja verjetnost, da bo podjetje v prihodnje primorano znižati cene svojih rešitev? Oziroma ali obstaja verjetnost, da bo Datalab v bližnji prihodnosti zaradi konkurence izgubljal tržni delež?

Glavni konkurenti Datalaba na ciljnih trgih so:

- Microsoft (Dynamics NAV),
- SAP (All-in-one),
- Oracle,
- Manjši lokalni konkurenti (pribl. 220 v Sloveniji in 2500 v regiji).

Ocenjujemo, da so cene naših rešitev konkurenčne, saj trenutno ne čutimo posebnih pritiskov ne s strani uporabnikov kot tudi ne s strani konkurence. Tako pri prodaji naših rešitev praktično ne dajemo nikakršnih popustov strankam. Namesto nižanja cene produkta raje ponujamo fleksibilne načine financiranja ali nabave. Verjamemo, da bosta visoka raven naših storitev ter visoka stopnja prilagodljivosti potrebam strank, tudi v prihodnje omogočali rast tržnega deleža ob sedanjem ali višjem nivoju cen naših rešitev.

7 Odnos s prodajnim kanalom: Kakšen delež prihodkov bo v prihodnje namenjen prodajnemu kanalu?

Delež prihodkov namenjen za stroške prodaje ostaja na sedanjih nivojih. Tudi delež storitev prodajnega kanala bo ostal na enaki ravni kot sedaj.

Poslovni model Datalaba temelji na hitri rasti števila uporabnikov in s tem tudi prihodkov. Pri tem pa je ključen kakovosten prodajni kanal. Zaradi tega želimo vzdrževati zelo dober odnos do naših partnerjev, ki prodajajo naše storitve.

8 Ali je pri določeni velikosti podjetja načrtovano ponovno umeščanje prodaje znotraj podjetja?

V našem podjetju redno spremljamo celoten poslovni proces in iščemo možne izboljšave. V odvisnosti od hitrosti uresničevanja naših načrtov so možni različni scenariji. Tako razmišljamo o povečanju aktivnosti na področju pridobivanja novih uporabnikov.

Verjamemo, da lahko v naslednjih petih letih dosežemo vsaj 7% tržni delež na vsakem trgu.

9 Za kaj bodo namenjena sredstva iz dokapitalizacije v letu 2010 in morebitne dokapitalizacije v prihodnosti?

Sredstva iz dokapitalizacije bomo namenili pospešitvi razvoja naših storitev, trženja in prodaje ter združitvenim in prevzemnim (M&A) aktivnostim. Poleg tega bodo sredstva namenjena tudi izpolnjevanju naših strateških načrtov na področju obstoječih in novih trgov.

10 Ali bo uvrstitev delnic na borzo povečala stroške podjetja?

Podobno kot pri drugih projektih je bil eden pomembnejših ciljev pri načrtovanju uvrstitve delnic Datalaba na borzo tudi smotrna poraba naših resursov. Nekatera poslovna področja, povezana z delovanjem javne delniške družbe, smo zaradi boljšega izkoristka lastnih resursov prepustili zunanjim partnerjem (denimo odnose z vlagatelji).

Zaradi različnih zakonskih zahtev se bodo po uvrstitvi delnic na borzo povečali stroški revizije, saj je potrebna konsolidirana revizija vključno s hčerinskimi podjetji; plačevati pa bomo morali tudi vzdrževanje kotacije na borzi in registra pri KDD. Ocenjujemo, da se bodo stroški podjetja tako povečali za okoli 50.000 evrov letno.

Sami stroški notranjega poslovanja se ne bodo občutno povečali, saj smo že do sedaj poslovali zelo transparentno ter pripravljali letna poročila, mesečna poročila nadzornemu svetu in podobno.

Poslovni program za vse tipe podjetij



PANTHEON®
Small Business

Poslovni program, prilagojen za preprosto vodenje malih podjetij



PANTHEON®
Enterprise

Odličen pri prilagajanju vašim poslovnim potrebam, popolnoma stabilen tudi na dolgi rok



PANTHEON®
Accounting

Stabilnost, zanesljivost in zakonska skladnost za računovodske servise



PANTHEON®
Farming

Močno programsko orodje, namenjeno celoviti podpori poslovanja na kmetiji

11 Kako hitro lahko podjetje povečuje število in prihodke iz novih strank?

Že nekaj časa na trgu opažamo veliko povpraševanja po naših produktih, ki ga obstoječa prodajna mreža le stežka zadovolji. Pri tem namreč ne gre za prodajo rešitev v ožjem pomenu besede, ampak je potrebno naše programske rešitve prilagoditi posameznemu podjetju ter uporabnike izšolati za uporabo.

Tako ocenjujemo, da je implementacija naših rešitev pri novih uporabnikih ozko grlo hitreje nadaljnje rasti prodaje. Ozka grla odpravljamo z izboljševanjem naših rešitev na način, ki zmanjšuje potrebo po vzdrževanju programov, šolanju uporabnikov in podobno. Poleg tega pa prodajno mrežo stalno širimo in s tem povečujemo kapacitete za prodajo naših rešitev.

12 Ali lahko Datalab ponudi še kakšne storitve obstoječim strankam? Kakšen je potencialni vpliv teh storitev na prihodek družbe?

V našem podjetju stalno razmišljamo, kako ponuditi strankam nove rešitve s področij, ki presegajo našo osnovno dejavnost. Pri tem želimo kar najbolje izkoristiti potencial v znanju ki ga imamo v podjetju. Vendar pa z novimi rešitvami ne želimo ogroziti partnerstva s podjetji v našem prodajnem kanalu, tako da strankam ne ponujamo storitev, ki jih razvijajo naše partnerske družbe (CRM aplikacije, spletne trgovine in podobno). Trenutni razvoj dodatne ponudbe gre tako predvsem v smeri storitev, povezanih s programsko opremo. Leta 2007 smo zagnali Datalab Akademijo, jo uspešno vpeljali in že prinaša prve rezultate ter postaja področje z najhitrejšo rastjo. Razmišljamo pa tudi o posredovanju podatkov in nekaterih podobnih storitvah, ki bi predstavljale zanimivo rešitev za naše stranke.

13 Koliko uporabnikov/podjetij morate pridobiti na novem trgu, da pokrijete stroške prihoda na posamezen trg?

Na novem trgu potrebujemo približno 600 podjetij, oziroma približno 2.000 uporabnikov. Za vstop na nov trg se odločimo, če vidimo realno možnost, da bomo te številke dosegli v dveh letih.

Seveda pa na točko preloma vplivajo posebnosti posameznih trgov, ki zahtevajo večje ali manjše prilagoditve naših rešitev.

14 Koliko znašajo stroški razvoja PANTHEON-a? Kako pogosto načrtujete nove verzije?

Do sedaj smo v razvoj PANTHEON-a vložili okoli sedem milijonov evrov. Večina denarja je namenjenega za plače zaposlenih, ki delajo na razvoju aplikacije in so ključni dejavnik našega uspeha. V naslednjem letu bomo v razvoj vložili približno dva milijona evrov.

V času sprememb v računovodskih standardih ali zakonske regulative naredimo novo verzijo programa praktično vsak mesec. V »mirnejših« časih pa je nova verzija na voljo kvartalno. Pri tem na mesec naredimo v povprečju okoli 150 različnih izboljšav v programu.

Večje spremembe v programu (nove generacije) lansiramo na približno štiri leta, pri čemer na polovici tega obdobja naredimo vmesne generacije programa. Razvoj nove generacije programa povzroči za okoli 3 milijone evrov stroškov. Pri tem pa pričakujemo, da bodo ti stroški v prihodnje rasli, saj s svojimi rešitvami pokrivamo vse več trgov; vsak od njih pa zahteva določene prilagoditve.

15 Pricing power podjetja – koliko so stranke na ciljnih trgih pripravljene plačati za PANTHEON in kolikšen del tega mora Datalab nameniti prodajni mreži?

Glede na naše izkušnje s ciljnih trgov so stranke za naše rešitve pripravljene plačati približno vrednost bruto plače tajnice. Seveda pa med podjetji obstajajo precejšnje razlike, predvsem v odvisnosti od njihovih potreb in velikosti. Cene naših rešitev so prilagojene na različne trge, pri čemer so cene na manj razvitih trgih nižje in se višajo z razvojem teh trgov.

Partnerska podjetja iz prodajnega kanala prejmejo prodajne rabate v odvisnosti od uspešnosti pri prodaji oziroma od statusa partnerja. Pri prodaji licenc ti znašajo do 40 odstotkov od vrednosti prodaje, medtem ko znaša rabat pri osveževanju do 35 odstotkov.



PANTHEON®
Retail

Blagajniške rešitve za lažje delo v maloprodaji



PANTHEON®
Manufacture

Nadzor in upravljanje vseh proizvodnih procesov od načrta do izdelka



PANTHEON®
Vet

Programska rešitve za veterinarje in klinike za male živali



PANTHEON®
Public Service

Program, ki upošteva posebna določila za pravne osebe javnega prava

Vprašanja glede poslovnih rezultatov iz letnega poročila

1 Zakaj je delež terjatev v sredstvih podjetja visok?

Naši plačilni roki so primerljivi s konkurenco, saj omogočajo partnerjem enomesečni zamik plačila. S plačilno disciplino nimamo večjih težav. Za visok delež terjatev v sredstvih v letu 2006 tako obstajata dva razloga: visoka koncentracija prodaje v zadnjih dveh mesecih leta, ko smo ustvarili skoraj tretjino vseh prihodkov. Datalab s svojimi relativno majhnimi sredstvi (nismo denimo lastniki nepremičnin) ustvarja visok prihodek. Posledično imajo ostale kategorije v sredstvih višji delež kot pri nekaterih drugih podjetjih (torej med drugim tudi terjatve).

2 Zakaj je marža iz poslovanja relativno nizka (pod 10%) v primerjavi s podobnimi podjetji?

Ker se razvijamo in širimo ter so zaradi tega stroški nadpovprečno visoki. Naša panoga zahteva hiter razvoj novih storitev in s tem tudi relativno visoke stroške razvoja. Zaradi tega je marža neposredno odvisna od obsega poslovanja, saj razvoj rešitev za enega uporabnika stane enako kot razvoj rešitev za milijon uporabnikov.

V tej fazi razvoja je tako naš glavni cilj pridobivanje kar največjega števila strank in razširitev poslovanja na nove trge. Po koncu te faze bomo konsolidirali našo prisotnost na obstoječih trgih in še naprej iskali zanimive trge. Takrat bo poleg rasti števila uporabnikov zelo pomembna tudi dobičkonosnost podjetja. Naš poslovni model tako predvideva, da bomo z izkoriščanjem ekonomije obsega dosegli tudi višje (s konkurenco primerljive) marže.

3 Kakšen je vaš odnos do odvisnih družb?

Z odvisnimi družbami tesno sodelujemo predvsem na področju prodaje naših rešitev. Njihovo poslovanje spremljamo preko mesečnih poslovnih izkazov in standardiziranih poročil.

Velik delež dolgoročnih finančnih naložb v celotnih sredstvih nakazuje na pomembnost, ki jo imajo odvisne družbe za nadaljnji razvoj našega podjetja. V poslovnem letu 2008 smo sicer odprodali družbo E-POS Rešitve, ki ni bila del naše osnovne dejavnosti.

V iskanju kar najugodnejših pogojev poslovanja pa v Datalabu izkoriščamo tudi ugodnejše razmere na slovenskem finančnem trgu v primerjavi s finančnimi trgi JV Evrope. Tako smo odvisnim družbam pomagali pri pridobivanju posojil pod ugodnejšimi pogoji, kot bi jih dobile na domačem trgu. Hčerinske družbe posojila odplačujejo v predvidenih rokih, zaradi česar lahko v prihodnje pričakujemo zmanjšanje posojil hčerinskim družbam.

4 Zakaj se je v letu 2006 znižal prihodek iz poslovanja?

Razlog za zmanjšanje poslovnih prihodkov v letu 2006 je posledica prehoda Slovenije na novo valuto evro. Podjetja so se zaradi tega redkeje odločala za nakup novih poslovnih informacijskih sistemov, saj so imela preveč dela s prilagajanjem obstoječih sistemov na nove okoliščine. Položaj se je sedaj že povsem normaliziral in naše podjetje ponovno posluje z načrtovanimi stopnjami rasti.

5 Zakaj niste izpolnili cilja in v letu 2007 delnice uvrstili na Ljubljansko borzo?

Uvrstitev naših delnic na borzo smo načrtovali po izdaji nove različice rešitve PANTHEON 5.5. Zaradi zamud v razvoju naša nova različica v lanskem letu še ni bila pripravljena, tudi prodajni rezultati pa zaradi tega niso bili optimalni. Tako smo sprejeli odločitev, da uvrstitev delnice na borzo prestavimo v leto 2008 in se tako držimo načrta, da kotacija delnice sledi lansiranju različice PANTHEON 5.5.

6 V letnem poročilu za leto 2006 piše, da je bila celotna vrednost aktivnosti povezanih s PANTHEON-om 3,48 mio EUR. Kaj pomeni ta številka, ko pa so bili prihodki družbe v tem obdobju enaki 1,79 mio EUR?

Poleg prihodkov Datalaba iz licenčnin so v to številko všteti tudi prihodki, ki jih za implementacijo rešitve Pantheon pri strankah zagotavljajo naši partnerji in tako seveda niso del prihodkov naše družbe.

7 Kakšna je dejanska poslovna vrednost partnerstva z Oraclom?

Partnerstvo z Oraclom je za naše podjetje strateškega pomena. S pomočjo partnerstva z Oraclom bomo izboljšali storitve za naše stranke, saj bodo z vključitvijo licenciranja podatkovne baze v PANTHEON deležne bistvenih cenovnih prednosti. Poleg tega ugodne rezultate pričakujemo tudi na področju iskanja partnerjev na obstoječih in novih trgih ter tako hitrejše pridobivanje novih strank. Sodelovanje z enim najbolj prepoznavnih podjetij iz IT sektorja na svetu pa bo imelo ugodne učinke tudi na našo blagovno znamko.

Naložba v partnerstvo (šolanja, priprava programa na delo z Oracle podatkovno zbirko in podobno) nas je v zadnjih dvanajstih mesecih stala 400.000 EUR. Oba partnerja (Datalab in Oracle) skupaj krijeta stroške razvoja.

8 V letu 2007 je bila izvedena dokapitalizacija. Kakšna so bila vrednotenja?

V letu 2007 smo izpeljali dokapitalizacijo, s katero smo povečali delež zaposlenih v lastništvu družbe. Za takšen korak smo se odločili, saj želimo dodatno povečati motiviranost zaposlenih za doseganje ciljev podjetja ter povečati njihovo pripadnost podjetju.

Dokapitalizacija je bila izvedena v manjšem obsegu (povečanje kapitala je obsegalo majhen del celotnega kapitala družbe). Vrednoteje delnic v dokapitalizaciji je bilo skladno s dobro prakso, ki velja pri prodaji delnic zaposlenim na razvitih kapitalskih trgih. Le-ti so delnice lahko kupili po ceni, ki je bila nižja od cene, ki jo pričakujemo na borzi.

9 V letnem poročilu za 2007 je opazna rast dolgov. Zakaj družba povečuje zadolženost?

Deloma gre za posojila, s katerimi smo financirali našo rast (predvsem rast naših odvisnih družb, ki prodirajo na nove trge). Poleg tega smo del finančnih sredstev namenili tudi razvoju nove generacije program PANTHEON.

Spremenili smo tudi način financiranja prodaje PANTHEON-a podjetjem preko zakupa. V preteklosti smo ta način prodaje financirali s pomočjo notranjih sredstev podjetja, medtem ko ga tedaj zaradi porasta zanimanja za to obliko licenciranja financirali tudi z bančnimi krediti.

10 Zakaj ni bila izvedena konsolidirana bilanca za leto 2007 in ali se lahko pričakuje za poslovno leto 2008?

Pri odločitvi o izdelavi konsolidiranih bilanc upoštevamo predvsem tri dejavnike: dodano vrednost informacije, ki jo konsolidirani rezultati prinesejo našim ciljnim skupinam; stroške, ki jih ima podjetje z izdelavo in revidiranjem konsolidiranih rezultatov ter zakonsko regulativo (predvsem ZGD in borzna pravila).

Manjši lastniški deleži Datalaba v odvisnih družbah in predvsem nizki ustvarjeni prihodki s strani odvisnih družb so imeli v preteklih letih zanemarljiv vpliv na poslovanje Datalaba in s tem tudi na poslovne izkaze podjetja. Strošek izdelave konsolidiranih izkazov je bil tako po naših ocenah bistveno večji kot pa bi bila vrednost dodatne informacijske podlage za naše ciljne skupine. H konsolidaciji nas ni zavezovala niti zakonska regulativa. Načrtujemo, da bomo konsolidirane poslovne izkaze prvič izdelali za poslovno leto 2008.

11 Kakšen je cilj uvrstitve na borzo (ob majhni vrednosti podjetja in majhnem deležu free floata)?

Rast s seboj prinaša nove izzive, ki se jih mora podjetje lotiti z novimi prijemi. Uvrstitev delnice na borzo je eno izmed orodij, s pomočjo katerih bomo v prihodnje izpolnjevali naše smeje načrte.

Osnovno gonilo naše pretekle rasti je bila ambiciozna in visoko motivirana ekipa sodelavcev, ki je podjetje pripeljala od skromnih začetkov do položaja vodilnega podjetja v svoji panogi na področju jugovzhodne Evrope. Z visokim solastništvom zaposlenih (>22% delnic v rokah zaposlenih v podjetju) moramo delničarjem ponuditi merilo vrednosti teh delnic. Pričakujemo pozitivne učinke na motivacijo zaposlenih ter njihovo pripadnost podjetju ter boljši izhodiščni položaj pri rekrutiranju novih kadrov.

Po uvrstitvi naših delnic na borzo bodo le-te v vsakem trenutku tržno ovrednotene. To nam bo olajšalo prevzemne aktivnosti s pomočjo izdaj novih delnic.

Na dolgi rok bo kotacija delnice pripomogla k večjemu ugledu in stabilnosti podjetja, kar bo imelo pozitivne učinke na našem prodajnem trgu.

12 Kakšen je corporate governance v družbi? Na kakšen način bodo lahko manjšinski delničarji vplivali na odločitve v podjetju?

Skladno z zakonski določili in našim statutom organe upravljanja družbe sestavljata upravni odbor in skupščina delničarjev. Kljub relativni majhnosti naša družba posluje skladno z vsemi pomembnejšimi smernicami upravljanja družb. Naše poslovanje spremljajo tudi zunanji neodvisni revizorji, ki vsako leto preverijo pravilnost poslovnih izkazov podjetja.

Že od leta 2005 pripravljamo letna poročila in jih tudi objavljamo. Za leto 2007 smo v svoji kategoriji dobili nagrado za peto najboljšo letno poročilo v državi, za leto 2009 pa prvo.

Vzpostavljeno je redno mesečno poročanje: vsakega 20. v mesecu matična družba in vsa hčerinska podjetja izdelajo izkaz uspeha in stanja.

Poleg glavnega cilja ustvarjanja vrednosti za delničarje je eden naših pomembnejših ciljev tudi zagotoviti najvišjo možno raven transparentnosti poslovanja, tako da so vsi naši delničarji in potencialni vlagatelji v vsakem trenutku enakomerno obveščeni o poslovanju podjetja. V ta namen smo sprejeli tudi pravilnik ravnanja z notranjimi informacijami, ki zagotavlja pogoje trgovanja z delnicami podjetja s strani zaposlenih, ki imajo dostop do informacij, ki lahko vplivajo na ceno delnic.

13 Kakšna je ciljna dolgoročna lastniško struktura Datalaba?

V Datalabu pozdravljamo odločitev vsakega vlagatelja, ki se odloči za naložbo v naše delnice. Verjamemo, da visoka rast našega podjetja za marsikoga lahko predstavlja zanimivo naložbo. Želimo pa si predvsem vlagateljev, ki se za takšen korak odločijo na podlagi poznavanja podjetja, panoge in realnih pričakovanj rasti.

Z našo ciljno lastniško strukturo želimo dosežati ravnotežje med vlagatelji, ki podjetju zaupajo in so pripravljeni podpreti

naš dolgoročni razvoj in tistimi ki s pogostejšim trgovanjem zagotavljajo likvidnost delnic na borzi. Po našem mnenju bi te cilje najlažje dosegli z naslednjo lastniško strukturo:

- 30% lastniki – ustanovitelji,
- 30% finančni lastniki,
- 40% partnerji in končni uporabniki rešitev podjetja.

14 Nakup delnic za sklad lastnih delnic je bil opravljen od največjega lastnika po ceni 310 EUR. Komentar?

Delnice so bile kupljene leta 2005. Po tem smo v letu 2007 opravili cepitev delnic (split) v razmerju 1:11. Poleg tega smo dosegali po letu 2005 najhitrejšo stopnjo rasti v zgodovini podjetja. Na podlagi zapisanega verjamemo, da so bile delnice kupljene po realni ceni v času nakupa, delnice pa so odkupili zaposleni.

15 Zakaj uporabljate sklad lastnih delnic, kako ga polnite in kako redno obveščate o opravljenih transakcijah?

Sklad lastnih delnic uporabljamo za:

1. ESOP/MSOP (employee/management stock options) program, ki ga imamo vzpostavljenega v matični družbi, vzpostavljamo ga pa tudi v odvisnih hčerinskih družbah. Naj povemo, da je Datalab d. d. edina slovenska družba, ki ima dovoljenje Ministrstva za go-

spodarstvo o uporabi Zakona o delitvi dobička zaposlenih na način z delniškimi nagrajevanjem. Ta opcija usklajuje interese lastnikov, zaposlenih in managementa ter je davčno izredno ugodna.

2. Konsolidacije tržišča, kjer pridružujemo konkurente v celotni regiji, večino cene pridruževanja pa plačamo z našimi delnicami, ponovno za zagotavljanje usklajenosti interesov družbe in pridruževalcev.

Sklad lastnih delnic lahko polnimo izključno z nakupi na organiziranem in neorganiziranem trgu. Pravila za kupovanje delnic izhajajo iz 8. sklepa 10 skupščine z dne 28.2.2011.

O nameravanih nakupih obveščamo vlagatelje na spletnih straneh in sicer z objavo sklepa UO o začetku kupovanja (kjer navedemo tako število delnic kot tudi referenčno ceno) ter na koncu po doseženem cilju, ko objavimo število in povprečno ceno kupljenih delnic.

16 Kakšna je dividendna politika podjetja?

Dividendna politika podjetja je že nekaj let nespremenjena. Pri delitvi dobička uporabljamo načelo, da 30% ustvarjenega razdelimo med tiste, ki so ta dobiček naredili (torej zaposleni preko ESOP/MSOP), 30% gre tistim, ki so to omogočili (lastniki v obliki dividend), 40% pa reinvestiramo v razvoj. Ker so bila do sedanjega leta razvojno zelo zahtevna smo se v skladu z skupščinskimi odločitvami odločali, da dividend lastnikom ne izplačamo ter tako reinvestiramo 70% dobička. Z izplačilom dividend lastnikom računamo, da bomo pričeli v poslovnem letu 2012.



Datalab SI d.o.o.
Hajdrihova ulica 28c
1000 Ljubljana



Telefon:
01 25 28 950

E-pošta:
prodaja@datalab.si