

VREME

Klub dobrih poslovnih ideja

USPEHA!

REDOVNI PODLISTAK NEDELNIKA "VREME", IZLAZI SVAKOG PRVOG ČETVRTKA U MESECU

SRPSKI SITI KLUB

**Stručno lice
Srbije**

FIAT AUTO POLAND

**Primer uspešne
privatizacije**

VREME OSIGURANJA

**Nova dimenzija
osiguranja**

**MILOŠ MACURA,
DELOITTE**

**Sigurni
u svoju
snagu**

Sigurni u svoju snagu

“Mislim da je Srbija efikasnije i efektivnije sprovela privatizaciju od mnogih drugih država iz regiona, zbog boljeg privatizacionog modela, transparentnijeg procesa i svakako zbog atraktivnosti tržišta”

Revizorsko-konsultantska kuća Deloitte ovog meseca obeležava dve decenije poslovanja u Srbiji, koja je i pored svih tranzicionih problema najuspešnija kancelarija u regionu. Takođe, uspeh Deloittea je mnogo širi. Od prošle godine zvanično je najveća globalna revizorska kuća, od 2009. najveća konsultantska kompanija, a u poslednjih pet godina u okviru “velike četvorke” najbrže rastuća kompanija. O poslovanju i izazovima srpskog tržišta, privredi i perspektivama konsultantske i revizorske profesije, razgovarali smo sa Milošem Macurom, direktorom za PannonAdria region kompanije Deloitte.

“VREME”: Šta je najviše pogodovalo ovom uspehu u vreme svetske recesije? Deloitte kao da su krizna vremena pospešila rast konsultantske industrije.

MILOŠ MACURA: Deloitte je veoma zadovoljan rastom ostvarenim prošle godine, s obzirom na ekonomsko okruženje i promenljivu dinamiku tražnje koja karakteriše svetsko tržište. Ključni faktori koji su doprineli rastu Deloittea bili su prevashodno visok kvalitet naših usluga, usredsređenost na strateške prioritete, talentovani ljudi i diverzifikovan poslovni model. Rast prihoda od konsultantskih usluga ostvaren je u veoma teškim uslovima. Ovaj uspeh je ostvaren zahvaljujući sposobnostima članica Deloittea da pomognu klijentima u praktičnoj primeni saveta koje im pružaju. Deloitte ima mogućnost da objedini širok spektar veština. Na primer, poznavanje regulatornog okvira sa veštinama upravljanja strategijom, tehnologijom i ljudskim kapitalom. To je Deloitteu omogućilo povoljan položaj u oblasti finansijskih usluga, kao i u ostalim oblastima poput integracije nakon spajanja i pripajanja. Deloitte je siguran u snagu svog poslovnog modela. Naš strukturni portfolio usluga, dubina i širina kapaciteta, i jasna usredsređenost na strateški prioritetne oblasti i tržišta, stavljaju organizaciju u povoljan položaj u nesigurnim vremenima.

Deloitte se na neki način smatra i

“rasadnikom” državnih funkcionera i ministara nakon demokratskih promena.

Kako je to uticalo na imidž i poslove vaše kompanije?

Mi poslujemo u izuzetno dinamičnom i konkurentnom poslovnom okruženju, tako da izgradnja imidža podrazumeva dugoročnu aktivnost. Smatramo da našu najveću prednost čine ljudi, tako da vrlo pažljivo biramo kadar i neprekidno radimo na njihovom stručnom i profesionalnom usavršavanju. Imajući u vidu vrstu posla kojim se bavimo, logično je da su naši ljudi prepoznati kao vrsni profesionalci, pogotovo u realnoj ekonomiji i finansijskom sektoru. Tačno je da u državnim institucijama ima ljudi koji su nekada radili u Deloitteu, ali moram da napomenem, da ih ima neuporedivo više u finansijama i privredi na vrlo odgovornim položajima. Deloitte je škola kadrova. Mi smo svakako ponosni na činjenicu da su naše bivše kolege, koje danas rade u drugim institucijama u zemlji i inostranstvu, vrlo uspešne.

Gde se po uspešnosti u poslovanju nalazi srpski Deloitte u odnosu na čerka-firme u regionu?

Deloitte upravo slavi 20 godina uspešnog poslovanja u Srbiji i najuspešnija je kancelarija u ovom regionu. Međutim, Deloitte nikada nije imao za cilj da bude lider na tržištu, a da to ne bude u funkciji prosperiteta naših klijenata. Umesto toga, naš prioritetni cilj je da budemo prepoznati kao standard izvrsnosti u smislu kvaliteta usluga, posvećenosti klijentima, inovativnih rešenja i kao najvažnije upotrebne vrednosti.

Deloitte je prisutan u Srbiji od raspada SFRJ. Vaša revizorsko-konsultantska kuća učestvovala je u većini privatizacija na ovim prostorima. Kako danas ocenjujete postignute rezultate u regionu i Srbiji?

Ne bih rekao da je Deloitte učestvovao u većini privatizacija na ovim prostorima, ali bih svakako podvukao da su privatizacije u kojima smo uzeli učešće, u svojstvu savetnika

U najvišem rangu

Deloitte se redovno pojavljuje na mnogim rang-listama, uključujući i listu 100 najboljih poslodavaca časopisa “Fortune”, listu najboljih kompanija za početak karijere časopisa “BusinessWeek” i listu 100 najboljih kompanija za zaposlene majke časopisa “Working Mother”. Šeron Alen, predsednica Odbora direktora Deloittea od 2003. do 2011., već četiri uzastopne godine nalazi se na listi 100 najuticajnijih žena sveta časopisa “Forbes”.

ili prodavca ili kupca, bile poprilično uspešne. Mislim da je Srbija efikasnije i efektivnije sprovela privatizaciju od mnogih drugih država iz regiona i to zbog boljeg privatizacionog modela, transparentnijeg procesa i svakako zbog atraktivnosti tržišta. Ono što još uvek čeka Srbiju je završetak tranzicije, odnosno prevazilaženje nivoa BDP-a iz 1990. godine. U bilo kojem slučaju, biće nam neophodna dugoročna makroekonomska stabilnost koja pogoduje investicijama.

Od čega će po vašem mišljenju najviše zavisići budući ekonomski razvoj zemlje? U kojim granama možemo biti konkurentni?

Glavna područja konkurentnosti srpske privrede su energetika, određeni delovi prehrambene industrije, agrar, informacione i telekomunikacione tehnologije. Ne treba ispustiti iz vida ni grane u kojima Srbija može da koristi takozvanu “pozicionu rentu” (infrastruktura, logistika i saobraćaj). Konačno, danas u Srbiji postoje preduzeća koja su preživela i prosperirala u prethodnom periodu kao uspešni igrači u tržišnim nišama koja u budućem periodu mogu biti jezgra industrijskih klastera u zemlji i regionu. Normalno, za sve ovo potreban je monetarni model koji se bazira na stabilnom i realnom deviznom kursu i industrijske politike koje ohrabruju investicije u realni sektor.



Miloš Macura, direktor za PannonAdria region kompanije Deloitte

Foto: A. Andić

Kako ocenjujete činjenicu da banke iz Srbije nisu prisutne na listi TOP 50 centralne Evrope?

Najmanje tri razloga utiču na ovu činjenicu. Prvo, potencijal za kreditiranje stanovništva je manji zbog manjeg BDP-a, manjeg diskrecionog dohotka i manjeg nivoa štednje. U 2010. godini, BDP (prema paritetu kupovne moći) u Srbiji bio je po glavi stanovnika oko 30 odsto prosečnog BDP-a po glavi stanovnika u Evropskoj uniji. Drugo, stepen reindustrializacije tokom tranzicije je bio mnogo manji u odnosu na druge zemlje iz grupe tranzicionih ekonomija što je smanjilo nivo kreditiranja privrede. Konačno, treba uzeti u obzir i usitnjenost bankarskog tržišta. Poređenja radi, oko 70 odsto bankarskog tržišta u Srbiji pokriva deset banaka dok skoro isto tržišno učešće u Hrvatskoj i Sloveniji ima znatno manji broj banaka, pet odnosno šest.

Koje su najveće prepreke za privrednu saradnju među zemljama bivše Jugoslavije? Jedan od zaključaka nedavnog Samita 100 lidera regiona u organizaciji SAM-a jeste da su najveće barijere “u glavama”.

Glavni problem svakako jeste “u glavama”, odnosno u percepciji šta se podrazumeva pod privrednom saradnjom. U bilo kojem slučaju, primećujemo progres, ali mislim da ćemo do optimalnog ambijenta doći tek kroz pet do deset godina. Takođe, mislim da je problem i u nedovoljnoj konkurentnosti skoro celog regiona tako da se poslovna saradnja još uvek značajno bazira na trgovini sirovina i repromaterijala, a izvoz kapitala na preduzeća koja baštine pozicionu rentu (mlekarstvo, prehrambena industrija, industrija bezalkoholnih pića i slični). Preuzimanja Fructala od strane Nektara je izvanredna vest i verujem da će ovaj poslovni poduhvat biti vrlo uspešan.

Deloitte tradicionalno sastavlja više lista najvećih kompanija u centralnoj Evropi i Adria regionu. Po njima se vidi da su vodeći trgovina robom široke potrošnje i energetski sektor, dok dolazi do dramatičnog pada industrijske proizvodnje. Kako komentarišete te trendove?

Ne iznenađuje me preterano ta činjenica. Nije realno očekivati veću zastupljenost

velikih domaćih preduzeća u realnom sektoru ako se zna da su u ovom sektoru u centralnoj Evropi glavni investitori globalne multinacionalne kompanije. U privrednom razvoju danas su glavni izazovi vezani za nekonvencionalne inicijative koje ohrabruju pojavu i malih i srednjih preduzeća. Posebno su važna takozvana “mikroskopska” preduzeća koja su glavni implementatori inovacija. Za ova preduzeća je bitan gen rasta koji im daje karakter brzorastućih preduzeća. Preko 50 odsto prethodnih preduzeća propada u periodu od tri do pet godina. Međutim, ova preduzeća kreiraju nova radna mesta za razliku od velikih preduzeća koja obično smanjuju radna mesta ali metodom pokušaja i grešaka revitalizuju veliku privredu. Deloitte ima i listu za ovu grupu preduzeća u kojoj se nalaze preduzeća iz oblasti koje predstavljaju tehnološki špic (informacione i komunikacione tehnologije, novi materijali i slično).

Koliko na globalnom nivou revizorske i konsultantske kompanije snose odgovornost za ekonomsku krizu i da li je nakon otkrivanja velikih afera došlo i do njihovog filtriranja?

Ovo pitanje se primarno odnosi na posledice, a ne uzroke. Neophodno je imati u vidu da je revizor odgovoran za izdavanje revizorskog mišljenja, a da celokupna odgovornost za sastavljanje i prezentaciju finansijskih izveštaja leži na rukovodstvu klijenta. U tom smislu, ne može se reći da revizorske firme snose odgovornost za ekonomsku krizu, već se eventualno mogu razmotriti posledice neotkrivanja materijalno značajnih efekata ekonomske krize na finansijske izveštaje određenog klijenta. Ukoliko revizor napravi propust u radu, može doći pod udar sankcija nadležnih institucija, što se i dešavalo tokom poslednjih nekoliko decenija, i pre nastupa globalne ekonomske krize. U tom smislu može doći, a i dolazi, do “filtriranja” revizorskih firmi, odnosno pokretanja postupka protiv određenih firmi. Sigurno je da možemo da očekujemo da će u narednom periodu sve više dolaziti do rigoroznije kontrole revizorske profesije, kao i dodatnih zahteva za daljom sveobuhvatnijom kontrolom finansijskih izveštaja. Međutim, svaka revizorska firma koja striktno poštuje i primenjuje standarde i procedure pozdravlja takve aktivnosti pošto se time utiče na dalje poboljšanje finansijskog izveštavanja i adekvatnije obaveštavanje akcionara i regulatora.

Ana Radić

Stručno lice Srbije

Klub osnovan početkom devedesetih u Londonu na inicijativu desetak mladih ljudi koji su radili u finansijama u londonskom Sitiju, danas ima oko 1200 članova angažovanih na rešavanju problema nostrifikacije diploma, ukidanju britanskih viza i povezivanju kompanija i stručnjaka

Nekako u isto vreme sa objavom poražavajućeg istraživanja USAID-a, po kojem je od Srbije po odlivu mozgova veći procenat samo u Gvineji Bisao, u Beograd su stigli predstavnici Srpskog Siti kluba, udruženja mladih stručnjaka srpskog porekla sa stalnim boravkom u Londonu. Osnovni cilj Kluba je povezivanje profesionalaca iz različitih profesija sa kompanijama u Velikoj Britaniji i Srbiji, a kako saznajemo od njih, podjednak je broj onih koji žele da odu u Ujedinjeno Kraljevstvo ili da se otuda vrate. Kako je veliki paradoks da ljudi koji su završili cenjene univerzitete u inostranstvu u svojoj zemlji ne mogu jednostavno da nostrifikuju diplomu, aktivnosti Srpskog Siti kluba usmerene su i na rešavanje tog problema. Jedan od dugoročnih ciljeva je i da jednog dana povratnici imaju u vidu Srbiju kao privlačno tržište za nastavak karijere. O aktivnostima i motivima za angažovanje, solidarnosti Srba u dijaspori i perspektivama za povratak, razgovarali smo sa pet rođenih Beograđana, direktora i članova Upravnog odbora Srpskog Siti kluba i vrhunskih stručnjaka u svojim profesijama: Milošem Stefanovićem, Natašom Kočiš, Slavijanom Ulf, Ivanom Miletićem i Jelenom Kšanicki.

“VREME”: Sa kojim ciljem je osnovan Srpski Siti klub?

MILOŠ STEFANOVIĆ: Srpski Siti klub je osnovan početkom devedesetih u Londonu na inicijativu desetak mladih ljudi koji su radili u finansijama u londonskom Sitiju i koji su održavali neformalna druženja radi razmene poslovnih kontakata. Danas na listi imamo oko 1200 ljudi i sem finansijera i bankara, druženja su počela da okupljaju i profesore, doktore, arhitekate, advokate, državne službenike, inženjere i studente. Većina živi i radi u Velikoj Britaniji, ali imamo i oko stotina članova u Srbiji, i oko 50 onih koji se nalaze u drugim zemljama. Okupljanja se održavaju jednom mesečno u Londonu, a od 2009. dva puta godišnje u Beogradu.



Uvek angažovani: Jelena Kšanicki, Miloš Stefanović, Slavijana Ulf, Ivan Miletić i Nataša Kočiš

Koje sve konkretne akcije ste preduzeli i koliko ste zadovoljni postignutim rezultatima?

NATAŠA KOČIŠ: Jedna od naših najvećih akcija je povratak stručnjaka u Srbiju i region. Ideja o povratku je vrlo često usko vezana i sa pitanjem nostrifikacije diploma. Ovo je jedna od gorućih tema za naše ljude koji su se školovali u inostranstvu, a žele da se vrate u Srbiju i rade u državnim institucijama ili da nastave svoje školovanje. Srpski Siti klub je i jedan od učesnika radne grupe koju su inicirali Grupa 484 i Beogradski fond za političku izuzetnost, i tim povodom smo 25. oktobra učestvovali na konferenciji u Beogradu koja se bavi pitanjem nostrifikacija diploma.

SLAVIJANA ULF: Važna aktivnost je i pružanje profesionalne pomoći pri traženju posla, kao i pomaganje studentima koji su došli na osnovne ili postdiplomske studije u Veliku Britaniju. Takođe se trudimo da pomognemo oko pitanja vezanih za vize i regulisanja boravka u Velikoj Britaniji.

Postoje stereotipi da Srbi u dijaspori nisu toliko povezani i solidarni kao druge nacije.

Kakvo je vaše iskustvo?

IVAN MILETIĆ: Mi se kao predstavnici mladih generacija emigracije trudimo da se oslobodimo tog stereotipa tako što se vezujemo oko projekata koji su nama svima bitni. To je ukidanje viznog režima, predstavljanje Srbije u najboljem svetlu kroz kulturu i umetnost, i kroz svakodnevnu saradnju sa svim vodećim organizacijama i grupama u Velikoj Britaniji.

Jedan od primera saradnje je “Srpska nedelja” u Velikoj Britaniji koju u saradnji sa drugim srpskim udruženjima organizujemo već tri godine zaredom. Cilj manifestacije, koja se sastoji od niza kulturnih dešavanja ne samo u Londonu, već i u Oksfordu, Kembridžu i drugim gradovima, jeste da se srpska kultura predstavi publici u Ujedinjenom Kraljevstvu i da na taj način pokažemo onu stranu Srbije koja u proteklih dvadesetak godina nije dolazila do izražaja. Sledeće godine održava se Olimpijada u Londonu i mi želimo da iskoristimo taj medijski trenutak na najbolji način, tako da planiramo da postojeću “Srpsku nedelju” pretvorimo u mesec srpske kulture u Velikoj Britaniji.

Da li u svojim aktivnostima imate neku

podršku od srpskih državnih institucija?

JELENA KŠANICKI: Kao i sa svim preduzećima i organizacijama kojima predstavljamo naše aktivnosti, tako i sa određenim strukturama u okviru državnih vlasti imamo odgovarajući vid komunikacije i saradnje. Najveći deo te podrške svodi se na promocije aktivnosti Kluba.

Kada očekujete da će nam biti ukinute britanske vize?

NATAŠA KOČIŠ: U Velikoj Britaniji je ova godina trebalo da bude godina revizije kompletnog viznog režima, ali još nije zvanično objavljeno kog datuma će to biti učinjeno. Međutim, mi nismo hteli da čekamo zvaničnu objavu pa da uradimo nešto, i zato smo pokrenuli kampanju pisanja poslanicima kako bismo ukazali da je to za nas kao zajednicu veliki problem, i sa druge strane da im ukažemo da smo mi značajan deo biračkog tela koji možda može i da odluči sledeće izbore. Kampanja dosta dobro ide i ljudi se javljaju poslanicima koji takođe odgovaraju na njihova pitanja. Od naših kontakata u britanskoj vladi i poslanika sa kojima imamo odličnu saradnju, čuli smo da ne smemo da stanemo. Uspeli smo da koliko-toliko Srbiju stavimo na dnevni red, jer nije pitanje samo to da li će

se Srbiji ukinuti vize u ovom trenutku, već kakva je percepcija prema Srbiji, kako se prema nama ophode i kako se mi predstavljamo kao zajednica. Naš cilj je da i tu budemo most između Srbije, odnosno srpske zajednice i Velike Britanije, da pokažemo jedno drugo lice Srbije.

Blizu dve trećine vaših članova je izrazilo želju da se vrati u Srbiju. Gde ovde vidite potencijal za zaposlenje, u kojim privrednim granama?

MILOŠ STEFANOVIĆ: Na osnovu ankete koju smo sproveli, dve trećine naših članova razmišlja o povratku. Ne mislimo samo na konačno preseljenje, već i na privremeni povratak (ako se radi na određenom projektu), virtualni povratak (ako se iz Britanije radi za firme ovde) i slično. Takođe, to ne podrazumeva da je dve trećine naših članova spremno da se odmah vrati, ali razmišljaju na tu temu. Za sada su nam u fokusu uglavnom uslužne industrije (bankarstvo, konsalting, marketing), ali nam je želja da proširimo interesovanje i na primarne grane industrije. Članovi žele da se vrate iz različitih, pre svega ličnih razloga, tako da je ovde nezahvalno praviti generalizacije, ali uglavnom se radi o ljudima koji već imaju nekoliko godina radnog staža i priliku

da karijeru nastave ili obogate iskustvom rada u Srbiji.

Koliko vaših članova je zainteresovano da ovde nađe zaposlenje i kakve uslove očekujete?

SLAVIJANA ULF: Što se nalaženja odgovarajućih pozicija tiče, veliki je posao upariti iskustvo i veštine stečene dugogodišnjim radom u inostranstvu sa potrebama poslodavaca u našoj zemlji i regionu. Našim čestim dolascima u Srbiju postigli smo to da smo vrlo dobro upućeni u dešavanja i potrebe na tržištu rada, tako da našim članovima koji razmišljaju o povratku pružamo relevantne podatke kako bi oni bili što bolje informisani prilikom donošenja odluke o povratku. Nije zgorog reći da smo neke članove odvrćali od ideje povratka, s obzirom na njihova očekivanja i zahteve.

Koji su dobri primeri vaših članova koji su se vratili u Srbiju?

IVAN MILETIĆ: Naši članovi danas rade po renomiranim kompanijama u Srbiji, poput Delta Real Estatea, Narodne banke Srbije, Kvantum kapitala, International Development Irelanda i drugih. Uspešne priče o nekima od njih možete više pročitati na našoj internet prezentaciji www.serbiancityclub.org.

Ana Radić

VREME OSIGURANJA

Nova dimenzija osiguranja

Prepoznajući potrebe potencijalnih osiguranika, Wiener Städtische osiguranje uvelo je u ponudu jedinstven program osiguranja života – 3D osiguranje života. Reč je o mešovitom osiguranju života sa periodom odloženosti, koje omogućava osiguraniku da sam upravlja rizikom i da prilagođava osiguranje ličnom životnom ciklusu.

Ovaj proizvod je jedinstven jer omogućava osobama da u prvom periodu osiguranja, kada nije uključen rizik smrti, u periodu odloženosti, stave akcenat na štednju i tako povećaju svoju osiguranu sumu. Period odloženosti predstavlja vremenski period u kojem osiguranje ima štedni karakter, jer nije pokriven rizik smrti. Taj vremenski period bira sam osiguranik.

3D program osiguranja života pruža mogućnost osiguranja najšire populacije. Od sada, godine starosti i zdravstveno stanje ne moraju biti prepreka za zaključenje osiguranja. 3D osiguranje omogućava mešovito osiguranje

3D program
osiguranja života

Pravo na sigurnost
svih generacija



lica mlađih od 14 godina, odnosno lica koja u godini isteka osiguranja imaju navršeni maksimalno 75 godina života, kao i osiguranje osoba narušenog zdravstvenog stanja.

U okviru 3D programa shodno potrebama osiguranika moguće je zaključiti i dopunska osiguranja koja osiguravaju od specifičnih rizika kao što su osiguranje od posledica nesrećnog slučaja, od nastupanja težih bolesti, kao i osiguranje lica u slučaju smrti osiguranika usred nesrećnog slučaja.

Osiguranik u okviru ovog programa ne plaća poslednju godišnju premiju osiguranja, što predstavlja dodatnu finansijsku korist za krajnjeg korisnika. S obzirom na svoju fleksibilnost, 3D nudi najveće mogućnosti za kreiranje ličnog programa osiguranja koji najbolje prati potrebe osiguranika, a koje su različite u posebnim periodima života.

N.B.

WIENER STÄDTISCHE 
VIENNA INSURANCE GROUP



HENKEL ADHEZIVI

Investicije od 1,3 miliona evra

Od početka godine u Henkel Ceresit fabriku u Indiji uloženo je čak 1,3 miliona evra u unapređenje šaržne linije, pakerice za pakovanje proizvoda od pet kilograma, kao i novu Ceresit ultrazvučnu tehnologiju zatvaranja džakova. Tu je i novo Ceresit pakovanje zahvaljujući kome su džakovi dobili novi izgled, procenat prosipanja i gubitka materijala sveden je na minimum, dok je istovremeno smanjena i količina prašine koja nastaje u procesu njihovog punjenja i pražnjenja. "Kao jedan od lidera u svojoj oblasti, sektor Adheziva kompanije Henkel, svoju poziciju shvatio je ozbiljno i svoj uspeh dužuje upravo poslovanju orijentisanom ka održivom razvoju i društveno odgovornom poslovanju", kazao je Jovan Šarenac, direktor sektora Adhezivi.

DELTA AGRAR

Ostvareni ciljevi

Prosečan prinos sorti *gala* i *breburn mariri red* u voćnjaku jabuka Delta Agrara u Čelarevu u 2011. godini iznosi preko 70 tona po hektaru. Time je ostvaren cilj koji je ova kompanija postavila na početku izgradnje voćnjaka – da u petoj proizvodnoj godini bude ostvaren prinos jabuke od 60 do 70 tona po hektaru. Ove godine u voćnjaku Delta Agrara ukupno je proizvedeno preko 6000 tona jabuka. Veći deo ovogodišnjeg roda biće plasiran u izvoz, prvenstveno u Rusiju. "Planiramo da u Rusku Federaciju izvezemo 8000 tona jabuka, što je skoro duplo više u odnosu na prethodnu godinu. Osim Rusije, prisutni smo na tržištima zemalja u regionu, a u toku su pregovori o započinjanju izvoza na Bliski istok", rekao je Slobodan Košutić, direktor otkupa voća i povrća Delta Agrara. U 2011. godini Delta Agrar planira da otkupi 10.000 tona jabuka od individualnih proizvođača, što

je takođe dvostruko više u odnosu na otkup u prošloj godini.

FILANTROPIJA

Sakura stipendije

Sa ciljem da podstakne izučavanje japanskog društva u Srbiji, JT International Marketing and Sales (član JTI grupe), u saradnji sa Ambasdom Japana, Konferencijom univerziteta Srbije i Studentskom konferencijom univerziteta Srbije, raspisao je konkurs za dodelu pet Sakura stipendija. Na konkurs (prva faza traje do 20. novembra) mogu da se prijave svi studenti osnovnih, postdiplomskih i doktorskih studija univerziteta u Srbiji i istraživači koji nisu u stalnom radnom odnosu. Sakura stipendija biće dodeljena onima koji napišu najbolji istraživački rad u vezi sa Japanom iz oblasti ekonomije, prava, političkih nauka, filozofije, japanskog jezika i književnosti, kulture, umetnosti i Kaizen menadžmenta.

ISTRAŽIVANJA

Pet najpoželjnijih

Istraživanje javnog mnjenja koje je sprovela kompanija "My Idea" pokazalo je da bi građani Srbije najviše voleli da rade u kompanijama koje se bave telekomunikacijama, u onima u kojima se proizvode njihovi omiljeni brendovi, kao i onima koje doživljavaju kao idealne platiše. Među prvih pet kompanija našli su se Telenor, Telekom Srbija, Vip mobile, "Knjaz Miloš" i Coca-Cola. Za ispitanike su pored aktuelnih kompanija koje se bave telekomunikacijama, podjednako atraktivne i kompanije sa tradicijom. Tako se "Knjaz Miloš", zbog tradicije duge 200 godina i plata zaposlenih koje su iznad republičkog proseka, našao na trećem mestu. Takođe, za izbor idealnog poslodavca presudni su kreativnost koju kompanije pokazuju u svojim marketinškim kampanjama, mogućnosti profesionalnog usavršavanja, ali i brendovi koje proizvode.

ENERGETSKA EFIKASNOST

"Sunce" u džepu

Mt:s i "Strawberry energy" (firma čiji su osnivači studenti Univerziteta u Beogradu) predali su Gradu Beogradu javni solarni punjač "Strawberry drvo", koji će služiti građanima da pune baterije svojih prenosivih uređaja. Mt:s je "Strawberry drvo", koje je 16. oktobra svečano otkriveno na platou ispred Ustanove kulture "Vuk Karadžić" na Zvezdari, poklonio u želji da se ukaže na značaj korišćenja obnovljivih izvora energije. Mt:s i mladi preduzetnici, omogućili su tako svim građanima da ubuduće besplatno dopune baterije svojih mobilnih uređaja, telefona, muzičkih plejera, tablet računara ili digitalnih fotoaparata na ekološki način, van svojih domova i kancelarija.

BANCA INTESA

Intesa MAGNIFICA

U želji da nagradi ukazano poverenje klijenata, Banca Intesa je kreirala jedinstven koncept rada sa klijentima pod nazivom *Intesa MAGNIFICA*. Zahvaljujući personalizovanom pristupu, korisnici ovog do sada najprestižnijeg paketa proizvoda, dobijaju ličnu uslugu u svim

ekspoziturama banke širom zemlje, uvek dostupnu pomoć u obavljanju svih finansijskih poslova i transakcija sa bankom, set posebno osmišljenih bankarskih proizvoda, atraktivne komercijalne uslove i maksimalnu uštedu vremena. U 20 odabranih ekspozitura klijente će dočekati i lični savetnici u diskretnim, izdvojenim prostorijama. Korisnici će imati na raspolaganju *Intesa MAGNIFICA* tekući račun, American Express Gold kreditnu karticu (uz 50 odsto popusta na godišnju članarinu), specijalnu kreditnu liniju i još specijalnih usluga i proizvoda.

USAID

Deset godina u Srbiji, 50 u svetu

Američka agencija za međunarodni razvoj (USAID) obeležava 3. novembra deset godina rada na razvoju u Srbiji. Od kraja 2001, USAID radi u partnerstvu sa Vladom Srbije i građanima na revitalizaciji zajednice, jačanju ekonomije, ustrojanju sudova i državnih institucija. "Investirali smo 663 miliona dolara kroz razne projekte koji su podstakli investicije, stvorili nova radna mesta, doprineli jačanju medija, nevladinih organizacija i demokratskog društva", kazala je direktorka misije USAID-a u Srbiji Suzan Fric. Samo Agrobiznis projekat stvorio je 5000 novih radnih mesta, pomogao prodaju proizvoda iz Srbije u vrednosti od 116 miliona dolara, obezbedio tehničku pomoć za stotine firmi i obučio 300 žena iz ruralnih područja u oblasti pisanja biznis planova. Ove godine, USAID je pokrenuo petogodišnji projekat u vrednosti od 22 miliona dolara.

PHILIPS

Unaprediti infrastrukturu

Kompanija Philips u Srbiji i CESID objavili su rezultate istraživanja o kvalitetu života u gradovima Srbije. Detalji su predstavljeni na okruglom stolu na kome su učestvovali stručnjaci iz oblasti prostornog planiranja i osvetljenja, predstavnici lokalnih samouprava i javnih

preduzeća iz Beograda, Novog Sada, Niša, Pančeva i Novog Bečeja. Prema rezultatima, sigurnost i bezbednost prvi su na listi prioriteta za poboljšanje kvaliteta života, za njima slede čistoća i upravljanje otpadom, potrošačka korpa, javni prevoz, putevi i parking. Blizu dve trećine građana tvrdi da se bolje oseća u svom gradu danju nego noću. "Stručnjaci za prostorno planiranje imaju zadatak da osiguraju da infrastruktura prati ekonomski napredak, kako bi se obezbedili sigurnost i kvalitetan život građana", istakao je Vojislav Radović, direktor kompanije Philips u Srbiji

WIENER STÄDTISCHE

Volonterski dani

Wiener Städtische osiguranje pokrenulo je projekat "Wiener volonterski dan" sa ciljem da promovise i podstiče učesće svojih zaposlenih u inicijativama koje unapređuju kvalitet života u lokalnoj zajednici. Akcija je deo programa korporativnog volontiranja Social Active Day, u okviru kojeg zaposleni jedan dan u godini posvećuju volonterskim aktivnostima, a koji matična kompanija Vienna Insurance Group sprovodi u još osam država regiona. U Srednjoj muzičkoj školi "Isidor Bajić" krajem oktobra održan je prvi "Wiener volonterski dan".

KONFERENCIJA

Press Media Summit

Drugi Press Media Samit regionalnih lidera novinsko-izdavačke industrije održava se 16. novembra u beogradskom hotelu Continental. Cilj skupa je razmena stavova i iskustava o aspektima aktuelne situacije u štampanim medijima, potrebi za unapređenjem saradnje i međusobnog informisanja, unapređenje efikasnosti poslovanja i sagledavanje neposredne budućnosti unutar novinsko-izdavačke industrije. Očekuje se da će skup doneti važne smernice, koje će biti od koristi svim učesnicima ovog velikog skupa. Do 1. novembra objavljeno je preko 120 gostiju iz celog regiona.

PR INDUSTRIJA

Moć komuniciranja



piše: **Danijela Popović Jurić**,
direktorka Communis PR-a

Pred kraj 2011. godine, velike i značajne industrije polako se oporavljaju od recesije i potrebno im je da povrate poverenje javnosti, a moć komuniciranja postala je vidljivija nego ikada. Čini se da su one kompanije koje su se najviše opirale i ubeđivale nas da njima odnosi s javnošću nisu potrebni (jer "dokle god nemaju problem s profitom, njima PR ne treba"), danas najveći zagovornici PR-a kao jednog od najvažnijih segmenata poslovne strategije. Dokaz tome je i poslednje evropsko istraživanje stručnjaka za odnose s javnošću koje je pokazalo da čak 70 odsto smatra da je ekonomska kriza pojačala značaj komunikacijskog menadžmenta u okviru samih organizacija. Tako je ekonomska i politička situacija širom Evrope podigla PR profesiju na jedan znatno viši nivo. Kako se sada mnogo više očekuje od nas, ovo je jedinstvena prilika da kao struka dokažemo koliko smo važan ključ za unapređenje poslovnih ciljeva. To je izazov koji svi zajedno kao profesija moramo da iskoristimo, bez obzira da li radimo u PR agencijama, kompanijama, vladama ili nevladinim organizacijama. Klasično oglašavanje u novonastaloj ekonomskoj situaciji postalo je skupo, a kompromis je ležao u PR-u. Tako smo došli u situaciju da direktori marketinga medija postanu "rame uz rame" s glavnim i odgovornim urednicima, donosioci odluka šta će ući u sutrašnje izdanje dnevnih novina. To konkretno znači da će oni koji se u tom mediju ne oglašavaju vrlo teško javnosti da saopšte da su investirali više od milion evra u novo postrojenje koje znatno štiti životnu sredinu. Ono što je dobro jeste da su ljudi koji rade u PR industriji prilagodljivi, snalažljivi i inovativni. Mediji su nas tokom ovih godina krize naučili da budemo još kreativniji. Shvatili smo da jačina reči jednog blogera ili twiteraša u roku od pet minuta može potpuno da preokrene određeni događaj ili konflikt u našu korist. Društvene mreže i *on-line* komunikacije nisu više alternativa i budućnost, već sadašnjost i realnost.

Primer uspešne privatizacije

Iz Fiatove fabrike u Poljskoj izašlo je skoro deset miliona automobila, od čega je više od polovine izvezeno u 68 zemalja širom sveta. Novi principi poslovanja doprineli su razvoju konkurentnosti i kvaliteta ukupne industrijske proizvodnje u zemlji

Za "Vreme" iz Tikija, Poljska

Fabrika automobila Fiat Auto Poland nalazi se u poljskom gradu Tiki, najveća je Fiatova fabrika u Evropi i jedna od najsavremenijih u Fiat grupaciji. Fabrika postoji od 1972. godine (tada FSM) kada je proizvodila 150.000 automobila godišnje, a privatizovana je 1992. ugovorom između kompanije Fiat S.p.A. i poljske vlade. Kompanija koja je 1991. imala dugove od oko 900 miliona dolara, zahvaljujući stručnoj restrukturaciji danas je najveći proizvođač automobila i vodeći izvoznik u Poljskoj. Do danas je proizvela skoro deset miliona automobila, od čega je više od polovine izvezeno u 68 zemalja širom sveta. Prošle godine proizvela je više od pola miliona vozila, koliko je plan da se proizvede i ove godine. Kompanija Fiat Auto Poland zapošljava oko 11.000 ljudi, od čega je 5000 zaposlenih u samoj fabrici (15 odsto žene) i još 6000 kod više od 460 kooperanata. Prosečna bruto zarada radnika u pogonima je oko 1000 evra, a jedan proizvede 91 automobil godišnje. U Poljskoj ovlašćenu mrežu prodaje Fiata čini 76 dilera. Fiatova fabrika u Poljskoj trenutno proizvodi četiri modela, "Panda", "Fiat 500", "Ford Ka" i "Lancia Ypsilon".

KLJUČ JE EFIKASNOST: Iako je proizvodnja maksimalno robotizovana (vrednost jednog robota je oko 250.000 evra), najvećom investicijom u ovoj kompaniji smatraju ulaganje u zaposlene, a njihove patente cene i nagrađuju. Takođe, praksa u Fiat grupaciji je da se inženjeri iz tek privatizovanih fabrika uče poslu u onim najsavremenijim, kako bi znanje kasnije preneli u svoje pogone. Upravo je dolazak dva mlada inženjera iz kompanije Fiat Automobili Srbija u poljsku fabriku bio povod i za posetu srpskih novinara. Naime, mladi mašinski inženjeri Nenad Lučić i Igor Zoranović nakon pet meseci rada u Kragujevcu poslani su u Tiki na dve godine gde će proći obuku kroz sve procese proizvodnje. Po rečima Zdislava Arleta, direktora fabrike Fiat Automobili Poland (koji je i sam prošao sve etape proizvodnje u fabrici u Torinu), za



Priznanja za kvalitet

Uspeh na tržištima širom sveta prate i mnogobrojne nagrade u automobilskoj industriji. Fiat Auto Poland se 2007. godine pridružio grupi kompanija sa najvišim standardima u proizvodnji – World Class Manufacturing (WCM).

WCM predstavlja sveobuhvatan program upravljanja proizvodnjom kako bi se u što većoj meri eliminisali gubici i otpad u svakom obliku. Dve godine kasnije fabrika je osvojila srebrnu medalju za poštovanje WCM standarda. Pre mesec dana utvrđeno je da još samo sedam poena deli fabriku od zlatne medalje.

Fabrika u mestu Tiki osvojila je i druge nagrade u Poljskoj i Evropi. Dva automobila iz ove fabrike osvojila su prestižnu nagradu "Automobil godine": Fiat Panda za 2004. godinu i Fiat 500 za 2008. godinu. U ovoj fabrici u julu ove godine proizveden je jubilarni dvomilioniti primerak modela Fiat Panda.

uspeh je najvažnija organizacija posla koja mora da bude efikasna. Zato savetuje menadžerima u Kragujevcu da budu strpljivi, prate direktcije i ne gube entuzijizam, jer su u procesu restrukturacije koja će trajati

godinama. On je ukazao na važnost usavršavanja zaposlenih i podsetio da su inovacije inženjera njihove fabrike tom preduzeću prošle godine donele deset miliona evra.

Dolazak italijanskog giganta u Poljsku pre dve decenije, znatno je doprineo i razvoju industrijske kulture i tržišnih principa u ovoj zemlji. U to vreme, Fiat je tamo bio najveći strani investitor (sa ulaganjima od oko 800 miliona dolara), a njihov dolazak unapredio je ne samo proizvodnju fabrike u Tikiju već i prapatnu automobilsku industriju. Tako je 1993. oko 55 odsto komponenata i podsklopova nabavljano od domaćih dobavljača, a već nakon pet godina taj procenat se popeo na 75 odsto. Veliki broj dobavljača automobilske industrije započeo je proizvodnju u toj regiji, kao i kompanije koje se bave proizvodnjom industrijskih motora, kombajna i poljoprivrednih mašina.

Takođe, novi principi poslovanja (za razliku od ranijih ugovora FSM-a, koji su dobavljačima garantovali da su jedinstveni snabdevači fabrike u Tikiju) doprineli su razvoju konkurentnosti i kvaliteta ukupne industrijske proizvodnje u zemlji. Dobavljači su morali da se takmiče na tržištu, kvalitetom i cenom, što je poboljšalo i njihove proizvode, ali i ukupno tržišno poslovanje.

Ana Radić

VREME

Copyright © NP Vreme, Beograd

Upotreba materijala iz ovog fajla u bilo koje svrhe osim za
ličnu arhivu dozvoljena je samo uz pisano odobrenje NP Vreme

PDF IZDANJE RAZVILI: Saša Marković i Ivan Hrašovec

OBRADA: Marjana Hrašovec