

VREME

Klub dobrih poslovnih ideja

USPEHA!

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

NEBOJŠA RADOJČIĆ,
SOCIETE GENERALE BANKA

Širi kontekst je
koristan

VIDA DIKIĆ, EQUILIBRIO

Primena jezika
u konkretnim
situacijama

MILAN PETROVIĆ, ŠTAMPA SISTEM

**Sačuvati tradiciju
dugu pola veka**



Sačuvati tradiciju dugu pola veka

"Važno je napomenuti da je do sada u kompaniju uloženo preko 25 miliona evra, što predstavlja jednu od značajnijih privrednih investicija u zemlji, i da od 4000 trenutno zaposlenih radnika čija su radna mesta sačuvana zavisi indirektno preko 12.000 ljudi"

Poslovni sistem Centroproizvod je od 2004. do danas postizao izuzetne rezultate i postao jedna od najuspešnijih kompanija u Srbiji. Maja 2011. preuzima od WAZ-a preduzeće "Štampa sistem", čime ulazi u novu delatnost maloprodaje kroz mreže kioska. U februaru 2012. otkupljuje potraživanja od pojedinih stečajnih poverilaca društva "Futura plus" i tako postaje njegov najveći poverilac. Preuzimanjem potraživanja, "Štampa sistem" će kroz realizaciju Plana reorganizacije "Future plus" i uz prethodno odobrenje Komisije za zaštitu konkurencije, postati i jedan od njenih vlasnika. Obe kompanije poslovale su sa velikim gubicima, "Futura plus" je bila pod stečajem, dok je "Štampa sistem" bila suočena sa blokadom i brojnim finansijskim problemima. O motivima za ulazak u ovaj kompleksan biznis, planovima i načinima restrukturiranja razgovarali smo sa Milanom Petrovićem, generalnim direktorom "Štampa sistema".

"VREME": Gde je Centroproizvod video najveći interes za ulazak u biznis distribucije štampe i druge robe široke potrošnje?

MILAN PETROVIĆ: Nakon osam godina poslovanja kompanija Centroproizvod postala je jedna zdrava, vitalna i moderna kompanija čiji su brendovi postali deo Nestle porodice, koja je najveći svetski proizvođač hrane. Logičan korak je bio da se znanje i investicije ulože u drugu industriju i da se krene dalje. Budućnost je prepoznata u ulasku u novu privrednu granu, maloprodajni lanac kioska, u kojoj bi bilo primenjivo pređašnje iskustvo. Uvideli smo da su neophodni faktori uspeha posvećenost i fokus svih resursa, odakle smo prvo krenuli. Detaljnim analizama je utvrđeno da ovaj kanal prodaje nije uređen, niti je kvalitetno strukturiran. Uvideli smo da postoji neorganizovanost, neoptimizovanost i

neefikasnost tržišta. Uvereni smo da postoji veliki ekonomski potencijal i da ćemo uspeti da ostvarimo uspešne poslovne rezultate.

Kako će dalje teći proces integracije dva preduzeća?

Proces konsolidacije firmi je trend u celom svetu i podjednako je zastupljen u svim industrijama. Troškovi poslovanja su konstantno rasli u poslednjih desetak godina i ekonomska logika je nametnula da se firme spajaju, kako bi povećale konkurentnost na tržištu, optimizovale svoje poslovanje i povećale efikasnost svih procesa. Integracija dva preduzeća iz iste delatnosti predstavlja samo jedan od načina transformacije preduzeća u uslovima savremenog poslovanja koje omogućavaju kompanijama da se prilagode šansama iz okruženja, i na bolji način pozicioniraju na tržištu. U ovom slučaju govorimo o integraciji dva velika poslovna sistema sa ciljem očuvanja zdravog jezgra kompanije i stvaranja jednog stabilnog i uređenog sistema. Kada ulazite u ovako kompleksan biznis, gde postoji veliki broj malih objekata i niske margine profitabilnosti, uvidite da je jedini put ka uspostavljanju stabilnosti kompanije upravo spajanje ova dva sistema i stvaranje jednog uređenog, bolje tržišno pozicioniranog i finansijski stabilnog sistema. Izuzetno je važno imati u društvu i državi uređene i stabilne sisteme, zato što oni redovno plaćaju zarade svojim zaposlenima, poreze i doprinose, na vreme izmiruju svoje obaveze prema poslovnim partnerima, i na taj način utiču na smanjenje sive ekonomije i multiplikuju pozitivan efekat na sve nivoe društvenog života. Naša kompanija zapošljava 4000 ljudi, čime se svrstava u prvih pet najvećih domaćih privatnih kompanija po broju zaposlenih. Svakog meseca kompanija izdvaja preko 700.000

evra samo za poreze i doprinose zaposlenih i saraduje sa preko 2500 poslovnih partnera čije je poslovanje u velikoj meri direktno povezano sa likvidnošću "Centro Štampe".

Kako izgleda postojeći Plan reorganizacije "Future plus" i kada očekujete da će preduzeće biti postavljeno na zdrave temelje?

Imajući u vidu činjenicu da su i "Štampa sistem" i "Futura plus" zatečene u veoma lošoj finansijskoj situaciji, da su oba sistema neprofitabilna, glavni cilj profesionalnog tima menadžera u narednom periodu biće brza i efikasna implementacija i sprovođenje plana restrukturiranja, koje će početi kada dobijemo prethodno odobrenje Komisije za zaštitu konkurencije. Planu restrukturiranja prethodili su detaljne analize i identifikovanje onih segmenata poslovanja koji su neprofitabilni i izazivaju previsoke troškove, uz istovremeno određivanje segmenata poslovanja koji imaju ekonomski potencijal i mogu postati glavni nosioci vrednosti kompanije u budućnosti. Sa merama koje sprovodimo, cilj nam je da brzo stabilizujemo sistem i sačuvamo sva zdrava jezgra kompanije. S obzirom na zatečeno stanje ne očekujemo da ćemo preko noći ostvariti pozitivne poslovne rezultate.

Koliko je komplikovano u ovom trenutku integrisati dva neprofitabilna preduzeća?

Integracija dva preduzeća, pogotovo ukoliko su poslovala sa gubicima, predstavlja veliki izazov. To nije jednostavan proces i zahteva dobro predviđanje svih mogućih situacija i pronalaženje adekvatnih rešenja. Najveći izazov nakon grupisanja dva poslovna sistema svakako leži u stvaranju kompatibilnosti i usaglašavanju poslovnih kultura dve kompanije, definisanju jasne politike finansiranja budućih aktivnosti, identifikovanju jasnog strateškog pristupa i efikasnom upravljanju



Milan Petrović, generalni direktor "Štampa sistema"

Foto: A. Andić

Izazov je stabilizovati sistem

Ponovo ste u istom timu. Koji je motiv da nakon rada u multinacionalnoj kompaniji radite na restrukturiranju preduzeća u domaćem vlasništvu?

Upravo je u tome izazov: rad na novim i drugačijim projektima kod kojih je potrebno primeniti sva stečena znanja i iskustva. Za uspeh projekta i za lični uspeh bitno je saradivati sa menadžmentom koji te razume i podržava tvoje ideje i strateške pravce. Upravo me je dugogodišnje poznanstvo sa timom i uspeh u saradnji na prethodnim projektima, opredelilo da preuzmem funkciju generalnog direktora "Štampa sistema". Konkretno, u ovom slučaju, izazov je stabilizovati jedan veliki sistem i ponoviti uspeh koji smo imali na prethodnim projektima imajući u vidu neizvesna tržišna kretanja. Uveren sam da ćemo kao i mnogo puta do sada postaviti nove standarde u poslovanju kompanije. Ono što je jako bitan motivacioni razlog jeste entuzijazam koji se oseća u timu. Okuplja vrhunske profesionalce koji su eksperti u svojoj oblasti, ali su svoj profesionalni put opredelili odlukom da ostanu u zemlji, spremni da jako puno rade, stvaraju i grade uspešne kompanije. Poslednjih 15 meseci proveo sam u Švajcarskoj, rukovodeći internacionalnom operacijom u CEE. To mi je otvorilo nove vidike i dalo novu spoznaju o svim kvalitetima i potencijalima koje imaju naša zemlja i naš narod.

promenama. Svaki od ovih procesa ukoliko se ne realizuje efikasno može da ugrozi sam proces restrukturiranja i integrisanja. Posebno bih istakao činjenicu da je liderstvo, odnosno sposobnost i uloga menadžmenta u upravljanju promenama u ovakvim integracijama ključna. Upravljanje promenama pogotovo je važno kada se posmatra iz ugla zaposlenih. U kompaniji je zaposleno oko 4000 ljudi i jedan od najvažnijih prioriteta je očuvanje radnih mesta.

Za biznis u koji ste ušli, u Srbiji se duže od decenije vezuju brojne afere i sumnjiva vlasništva. Koliko će biti teško povratiti

poverenje i steći pozitivan imidž?

Svesni smo burne prošlosti i brojnih transformacija koje su se dešavale u vlasničkim strukturama obe kompanije prethodnih godina. Mi prošlost ne možemo da menjamo. Međutim, bitno je ovoga puta prošlost ostaviti iza sebe i okrenuti se ka budućnosti. Potrebno je istaći da je integracija oba sistema omogućila da se pre svega sačuva distributivni i maloprodajni sistem sa tradicijom dugom više od 50 godina i sa preko 2500 poslovnih partnera. Važno je napomenuti da je do sada u kompaniju uloženo preko 25 miliona evra, što predstavlja jednu od

značajnijih privrednih investicija u zemlji, i da od 4000 trenutno zaposlenih radnika čija su radna mesta sačuvana zavisi indirektno preko 12.000 ljudi. Sa druge strane, svesni smo i svoje uloge i odgovornosti koju imamo u društvu, i zato će odgovorno poslovanje prema svim interesnim grupama biti prioritet novog menadžmenta.

Kada očekujete da će preduzeća postati profitabilna?

S obzirom da je ovo izuzetno kompleksan biznis, nadamo se da bi nam za uspostavljanje finansijske stabilnosti bilo potrebno između jedna i po do dve godine. U dalji razvoj poslovanja i postojeću maloprodajnu mrežu planiramo da investiramo i do 25 miliona evra. Razvoj maloprodajne mreže sigurno će nam u narednom periodu biti jedan od prioriteta. Naša maloprodajna mreža ima takvu regionalnu pokrivenost da su kiosci zastupljeni na celoj teritoriji Srbije. Upravo ovaj podatak govori da smo dostupni potrošačima i da upravo u zadovoljenju njihovih potreba leže glavni ekonomski potencijal i snaga kompanije. Zato će u narednom periodu biti važno ne samo da sačuvamo tradicionalne vrednosti kioska već i da kontinuirano uvodimo inovacije koje će biti u skladu sa potrebama i zahtevima tržišta.

Kako vidite situaciju u Srbiji kada je distribucija štampe u pitanju?

Kiosci su i dalje prvo mesto na koje potrošači dolaze kada žele da kupe novine. Tu činjenicu potvrđuje i istraživanje koje je kompanija sprovedla o navikama potrošača. Brza kupovina i jutarnje novine su prva asocijacija na reč kiosk. Trenutna situacija na tržištu štampe nije na zavidnom nivou. Želja nam je da unapredimo postojeće stanje, ne samo kroz modernizaciju i unifikaciju maloprodajne mreže, već pre svega kroz pronalaženje novih modela saradnje sa svim poslovnim partnerima koji će biti u obostranom interesu, a najviše u interesu potrošača. Samo od kvaliteta ponude proizvoda i usluga na našim kioscima zavisice da li će krajnji potrošač biti zadovoljan, kao i poslovni uspeh svih nas. Primarna delatnost kiosaka kada su osnovani bila je upravo prodaja novina. I posle više decenija kiosci predstavljaju mesto na kome će potrošači svakodnevno moći da kupe svoje omiljene novine ili magazine. Novi trend je sve veći broj novih izdanja koja odgovaraju na potrebe savremenog načina života.

Ana Radić

Širi kontekst je koristan

“Strateška primena CSR principa može doneti znatne uštede u poslovanju, posebno kada je reč o merama za smanjenje potrošnje resursa”

Prošlog meseca banka Societe Generale Srbija proslavila je 35 godina rada u našoj zemlji. Od ulaska na tržište do danas, ova finansijska kuća (koja je prva banka sa većinskim stranim kapitalom u Srbiji) unapređivala je i svoj odnos prema lokalnoj zajednici i postala jedan od lidera u promociji koncepta društveno odgovornog poslovanja. O specifičnosti njihovog pristupa i projektima koji su u toku, razgovarali smo sa Nebojšom Radojčićem, specijalistom za CSR Societe Generale Srbija.

“VREME”: Od kada je banka počela da posvećuje posebnu pažnju CSR aktivnostima i koliko se priroda tih aktivnosti menjala tokom decenija?

NEBOJŠA RADOJČIĆ: Societe Generale banka je, kao deo svetske bankarske grupacije, i pre nego što je koncept društvene odgovornosti zaživeo u današnjem obliku, primenjivala visoke standarde u politici prema zaposlenima, klijentima, lokalnoj zajednici i životnoj sredini. S vremenom su ti standardi evoluirali u strateški pristup koji integriše principe društvene odgovornosti u celokupno poslovanje banke. Na taj način je i naš doprinos društvenoj zajednici od prvobitnih *ad hoc* aktivnosti postao strateški određeniji i usmereniji.

Koliko su aktivnosti banke u Srbiji povezane sa inicijativama koje ima Societe Generale Grupa?

Strategija društvene odgovornosti u svim zemljama u kojima posluje Societe Generale grupa utemeljena je na istim principima, uz prilagođavanje lokalnim potrebama. Sve filijale Grupe uključene su u sistem internog CSR izveštavanja Planethic, na temu potrošnje resursa, uticaja na životnu sredinu, aktivnosti u lokalnoj zajednici i radnog okruženja. Societe Generale Srbija će od 2012. biti uključena i u program karbonske neutralnosti koji podrazumeva otkup godišnje emisije ugljen-dioksida i ekvivalenata nastalih u poslovanju kupovinom zelenih sertifikata. Kada



Nebojša Radojčić, Societe Generale banka

su u pitanju projekti podrške društvenoj zajednici, naši prioriteti su takođe u skladu sa strategijom Societe Generale grupe.

Već šest godina organizujete inovativnu biznis igru “Citizen Act” koja je fokusirana na rešavanje pitanja korporativne odgovornosti.

“Citizen act” je biznis takmičenje namenjeno studentima iz celog sveta, koje im omogućava da unaprede znanja iz oblasti CSR-a i da u formi projekta daju inovativna rešenja za unapređenje CSR politike Societe Generale grupe. U poslednjoj sezoni ovog takmičenja učestvovalo je oko 500 studentskih timova iz 58 zemalja. Sa namerom da uključimo što veći broj naših studenata, u partnerstvu sa studentskim organizacijama i centrima za razvoj karijere aktivno radimo na promociji takmičenja u Srbiji. Prošle godine je tim studenata sa Ekonomskog fakulteta u Beogradu svojim projektom “Local act” osvojio treće mesto na finalnom takmičenju u Parizu, u oštroj konkurenciji timova sa prestižnih biznis

škola i univerziteta.

Kako je ekonomska kriza uticala na budžet za CSR aktivnosti u vašoj banci?

Evidentno je usled ekonomske krize jedan deo kompanija, pre svega onih koji CSR ne primenjuju kao integrisani strateški koncept, smanjio ili čak ukinuo svoje budžete za CSR. Smatram da su takve poslovne odluke rizične i da šalju lošu poruku o kapacitetima kompanije da odgovori na rastuće izazove. S druge strane, strateška primena CSR principa može doneti znatne uštede u poslovanju, posebno kada je reč o merama za smanjenje potrošnje resursa. CSR aktivnosti, dakle, ne treba posmatrati samo kroz prizmu korporativne filantropije, već kao deo šireg konteksta koji je koristan i kompanijama koje ga primenjuju i društvu u celini.

Da li vaši zaposleni učestvuju u volonterskim akcijama i koliko često?

Prilikom izbora projekata, trudimo se da podržimo one koji podstiču i naše zaposlene

Kako se aktivira polisa putnog osiguranja?

Sa polisom Wiener Städtische putnog osiguranja putnik je osiguran u slučaju bolesti i nezgoda tokom putovanja i boravka u inostranstvu. Polisa putnog osiguranja obezbeđuje brzu, efikasnu i profesionalnu zaštitu, a u slučaju bolesti ili nesrećnog slučaja brigu o klijentu preuzimaju profesionalci koji sprovode i nadziru lečenje i organizuju povratak u zemlju prebivališta. Wiener Städtische osiguranje ima ugovor sa vodećom svetskom grupacijom za pružanje usluga asistencije – Coris International. Asistencija podrazumeva organizaciju usluga koje su osiguranicima Wiener Städtische osiguranja garantovane polisom putnog osiguranja, kao i pružanje raznih turističkih informacija i pravnih saveta u vezi sa boravkom osiguranika u inostranstvu. U slučaju zdravstvenih tegoba i potrebe za lekarskom intervencijom, potrebno je pozvati operatera Coris International, čiji se kontakti nalaze na polisi osiguranja, i dati lične podatke i informacije o prirodi povrede ili bolesti. U cilju brze i efikasne asistencije treba slediti dalja uputstva operatera koji su na usluzi 24 sata svakog dana. Sa operaterima osiguranici razgovaraju na svom, maternjem jeziku. Troškove lečenja osiguranik može platiti i sam, a po povratku u zemlju ukupan iznos će mu biti refundiran u najkraćem roku u Wiener Städtische osiguranju, i to na osnovu originalnih računa, medicinske dokumentacije i polise. Troškovi se plaćaju u celosti bez ikakvog učešća osiguranika u njima, u skladu sa Opštim uslovima osiguranja. Kupovinom polise putnog zdravstvenog osiguranja obezbedićete da u slučaju bolesti ili nesrećnog slučaja troškove nastale na putovanju umesto vas plati osiguravajuća kompanija. Polisa Wiener Städtische osiguranja je zaštićena hologramom i bar-kodom i važeća je u celom svetu.

Nataša Smiljanić

Supervisor Odeljenja za putno osiguranje
Wiener Städtische osiguranje

na učešće i volonterski angažman, jer za razliku od novčanih donacija, volonterske akcije udružuju više aktera i daju rezultate koji su vidljivi odmah. Pored jednokratnih akcija koje se najčešće odnose na čišćenje, sređivanje objekata i prikupljanje humanitarne pomoći, naši zaposleni su uključeni i u različite programe mentorstva ili korišćenja profesionalnih veština. U okviru partnerstva sa organizacijom Dostignuća mladih (Junior Achievement Serbia) naši zaposleni volontiraju kao biznis mentori učeničkih kompanija i članovi žirija na nacionalnim i međunarodnim takmičenjima. U projektu "Inkluzivna akademija" volonterski drže treninge i radionice iz svoje oblasti ekspertize, namenjene osobama sa invaliditetom, u cilju njihove profesionalne integracije i usavršavanja. Osnovali smo i Klub volontera, koji koordinira volonterske aktivnosti.

Šta vidite kao najveći društveni problem u čijem rešavanju kompanije mogu da pomognu?

Ključni prioriteti našeg delovanja su socijalna inkluzija i profesionalna integracija, pri čemu uzimamo u obzir analizu situacije u društvu, stavove ključnih aktera, kao i mogućnost za doprinos rešavanju problema. U Srbiji više od 690.000 ljudi živi ispod granice siromaštva i taj ozbiljan društveni problem zahteva angažovanje svih društvenih činilaca. Ipak, smatram da kompanije veći doprinos mogu dati u borbi protiv nezaposlenosti, naročito kod mladih, koji zbog neusklađenosti sistema obrazovanja i potreba tržišta često ne mogu da nađu odgovarajući posao.

Smatram da bi kompanije podrškom programima edukacije i profesionalne orijentacije mogle da olakšaju profesionalnu integraciju mladih.

Kao partner Foruma mladih sa invaliditetom, učestvujete u projektu "Inkluzivna akademija". Da li u banci ima radnih mesta na kojima bi polaznici škole mogli da se zaposle?

Projekat "Inkluzivna akademija" smo

pokrenuli sa Forumom u novembru 2011, sa ciljem da omogućimo unapređivanje poslovnih veština osoba sa invaliditetom i jačanje njihove konkurentnosti na tržištu rada. Iako su Zakonom o profesionalnoj rehabilitaciji i zapošljavanju osoba sa invaliditetom stvoreni sistemski preduslovi za njihovu društvenu integraciju, samo mali procenat njih ima adekvatne kvalifikacije. Projekat omogućava karijerno usmeravanje i profesionalni razvoj osoba sa invaliditetom, a najveći deo treninga i radionica u okviru "Inkluzivne akademije" volonterski realizuju naši zaposleni.

Prva grupa od 20 polaznika akademije trenutno pohađa kurseve engleskog jezika i računara, HR radionice, uči veštine prezentacije i prodaje. U drugoj fazi, izabrani kandidati će nastaviti sa stručnim radionicama na temu bankarstva i finansija, pri čemu će oni koji pokažu najbolje rezultate dobiti mogućnost stručne prakse u banci i konačno zaposlenje, u zavisnosti od otvorenih pozicija

Članica ste i osnivač više organizacija koje se bave promocijom CSR-a u Srbiji. Kako ocenjujete njihove rezultate?

Umrežavanje i zajedničko delovanje kompanija na planu društvene odgovornosti omogućili su bolji strateški pristup konceptu, realizaciju projekata većih razmera, a pre svega promovisanje i unapređivanje društveno odgovorne prakse u poslovnom sektoru.

Globalni dogovor je kroz aktivnosti radnih grupa uspeo da unapredi praksu u gotovo svim oblastima društveno odgovornog poslovanja, a s obzirom na to da pored kompanija okuplja i predstavnike nevladinih organizacija, državnih i obrazovnih institucija i druge zainteresovane strane, predstavlja najznačajniji međusektorski forum za korporativnu društvenu odgovornost u Srbiji. Forum poslovnih lidera, kao jedinstvena poslovna koalicija domaćih i stranih kompanija, za kratko vreme je pokrenuo niz zajedničkih programa i projekata u cilju održivog razvoja zajednice, a akcija "Naš Beograd" je postala najznačajnija akcija korporativnog volontiranja u Srbiji.



DELTA AGRAR

Donacija 53 tone brašna

Delta Agrar, Danubius i Delta fondacija uručili su 30. marta Crvenom krstu Srbije humanitarnu pomoć od 53 tone brašna, namenjenu korisnicima narodnih kuhinja u Paraćinu, Pirotu, Bujanovcu, Novom Sadu i Kuršumlji. Time će se obezbediti po pola vekne hleba za 4350 socijalno najugroženijih građana u ovim opštinama, u trajanju od mesec dana. Donacija Delta Agrara, Danubiusa i Delta fondacije deo je zajedničkog projekta sa Ministarstvom poljoprivrede, trgovine, šumarstva i vodoprivrede i Crvenim krstom Srbije. Projekat je pokrenut sa ciljem pružanja pomoći socijalno ugroženim slojevima stanovništva, doniranjem narodnih kuhinja koje su u sklopu lokalnih organizacija Crvenog krsta Srbije.

HEWLETT-PACKARD

Deset godina u Srbiji

Kompanija Hewlett-Packard 27. marta obeležila je desetogodišnjicu poslovanja u Srbiji. Ovom prilikom organizovana je HP Discover konferencija na kojoj je preko 400 posetilaca imalo priliku da od HP stručnjaka sazna o najnovijim proizvodima, rešenjima i uslugama. "Kada je kompanija 2002. godine počela sa radom, na našem tržištu je imala pet zaposlenih, a danas ih ima oko sto. Promet je na godišnjem nivou dostigao sto miliona dolara. Beležimo rast u svim segmentima poslovanja, počev od grafike i štampe, preko grupe za personalne sisteme, do sektora koji se bavi uslugama, konsaltingom i implementacijom kompleksnih rešenja", rekao je Miloš Đurković, generalni direktor kompanije HP u Srbiji.

PRIVREDNA KOMORA BEOGRADA

Nagrada za DHL

Povodom 20 godina uspešnog poslovanja na tržištu Srbije, Privredna komora Beograda dodelila je 14. marta nagradu kompaniji DHL za ostvarene rezultate. "Nagrada koju smo primili još jedno je značajno priznanje koje će predstavljati motiv da ostanemo najbolji u poslu kojim se bavimo", izjavio je Darko Babić, generalni direktor DHL-a u Srbiji. Prošle godine, ostvaren je 15 odsto veći prihod u odnosu na 2010., a DHL u Srbiji zapošljava više od 170 ljudi. Počeo je sa radom 1983. godine preko kompanije Transjug, a 1991. DHL je osnovan kao domaća kompanija sa 100 odsto stranim kapitalom. Za dvadeset godina rada u Srbiji DHL je investirao više od 20 miliona evra i transportovao preko šest miliona pošiljaka težine od preko 12 miliona tona.

BANCA INTESA

"Dokaži se 100%"

Banca Intesa najavila je početak drugog po redu studentskog konkursa "Dokaži se 100%" i pozvala najtalentovanije akademice iz Srbije da učestvuju u izradi projekata iz oblasti upravljanja zadovoljstvom klijenata. U nastojanju da podstakne kreativnost, logičko razmišljanje i takmičarski duh studenata, Banca Intesa pruža mogućnost mladim ljudima da stečeno teorijsko znanje primene u praksi i realnim poslovnim okolnostima.

Pravo učešća na konkursu "Dokaži se 100%" predviđeno je za studente 3. i 4. godine, kao i apsolvante svih domaćih univerziteta koji dobro poznaju engleski jezik i imaju prosečnu ocenu iznad 8. Svi koji ispunjavaju navedene uslove mogu do 15. aprila da preuzmu prijavne formulare na zvaničnoj internet stranici Banca Intesa: www.bancaintesa.rs, ali i na fan stranici projekta na Fejsbuku:

www.facebook.com/dokazise100posto.

DUNAV OSIGURANJE

Važnost kompozitne kompanije

U organizaciji kompanije "Dunav osiguranje" 28. marta u Beogradu održana je regionalna konferencija "Razvoj tržišta osiguranja u Jugoistočnoj Evropi". Na konferenciji su učestvovala i druga osiguravajuća društva iz Srbije i regiona, predstavnici državnih institucija, Narodne banke Srbije i predstavnici EU. Predsednica Skupštine Srbije Slavica Đukić Dejanović je otvarajući konferenciju najavila skoro donošenje novog Zakona o osiguranju, koji će biti tema budućeg saziva parlamenta, dok je viceguvernerka NBS-a Mira Erić Jović rekla da će na sajtu Centralne banke već naredne nedelje biti objavljen nacrt novog zakona. Novi zakon bi, između ostalog, predvideo razdvajanje životnog od neživotnog osiguranja. Direktorica "Dunav osiguranja" Milenka Jezdimirović istakla je da je za "Dunav osiguranje", koje je sa 30 odsto učešća lider na tržištu Srbije, veoma važno pitanje postojanje kompozitne firme: "Prema evropskim standardima, moguće je da se kompanija bavi i životnim i neživotnim osiguranjem, bez cepanja na dve kompanije", navela je ona.

EUROBANK EFG

Prednosti faktoringa

Eurobank EFG je u svoju ponudu uvela uslugu faktoringa: kratkoročnog oblika finansiranja, koji omogućava naplatu potraživanja pre roka njihovog dospeća, gde se banke javljaju kao kupci potraživanja svojih klijenata, pružajući im priliku da u što kraćem roku dobiju novac koji će moći da koriste u poslovanju, bez obzira što za prodatu robu ili izvršenu uslugu zvanično još uvek nisu plaćeni.

Procedura faktoringa podrazumeva par koraka. "Prvo analiziramo svakog predložеног kupca i odobravamo ukupan faktoring limit prodavcu. Prodavac potpisuje Ugovor o faktoringu sa bankom i dostavlja robu ili izvršava uslugu kupcu i ustupa potraživanja banci. Banka isplaćuje prodavcu unapred dogovoreni avans za ustupljene fakture i iznose faktura definisane ugovorom. Po završenom procesu, kupac uplaćuje novac na račun banku", objašnjava Danijela Milić, direktorka Sektora za velika pravna lica.

Prednosti korišćenja faktoringa za klijenta su povećana likvidnost sredstava, poboljšana kreditna sposobnost kao i konkurentna pozicija.

RAIFFEISEN BANKA

VISA revolving

Svim klijentima koji imaju poteškoće u otplati postojećih dugova, posebno onih po drugim platnim karticama, Raiffeisen banka nudi VISA revolving karticu za refinansiranje obaveza. Ova kartica pomoći će da klijenti na najjednostavniji način dođu do neophodnih sredstava i sasvim se opuste u prvih šest meseci njenog korišćenja. Tokom tog perioda dug se vraća bez plaćanja kamate na ukupan refinansirani iznos, bez plaćanja kamate na svu novu potrošnju, kao i bez plaćanja mesečne naknade za vođenje računa kreditne kartice. Tek nakon isteka ovog perioda, primenjuju se redovni uslovi za korišćenje kreditne

kartice. Ova kartica posebno je korisna ako se samo deo limita koristi za refinansiranje, a ostatak sredstava ostavi na raspolaganju. Karticom se može podizati gotovinu na bankomatima i šalterima banaka do nivoa raspoloživog stanja. Uz VISA revolving refinansira se pametno, jer je nova kreditnu karticu Raiffeisen banke manje zahtevna od svih drugih.

TELENER FONDACIJA

"Internet za sve"

Ukupno 14 institucija na teritoriji opštine Vračar dobilo je računare i neograničen pristup Internetu, u okviru projekta "Internet za sve", zahvaljujući saradnji opštine Vračar i Telenor fondacije. Ovim projektom, započetim 2009. godine, obuhvaćene su sve škole (osnovne, srednje i stručne) na opštini Vračar i jedna biblioteka, u kojima će biti instalirano ukupno 38 računara. U cilju povećanja informatičke pismenosti i dostupnosti interneta svim građanima Srbije, Telenor je još 2008. pokrenuo projekat Internet parkova, a do sada ih je otvoreno 27 širom Srbije.

NESTLÉ

Novi direktor

Nekadašnji izvršni direktor Nestlé sladoleda u Nemačkoj, Ansgar Borneman, imenovan je za novog generalnog direktora kompanije Nestlé u Srbiji. Na ovoj poziciji zamenio je Sedrika Boema, koji

je nakon dve godine posvećenosti srpskom tržištu postao deo menadžment tima kompanije Nestlé za Zonu Evrope. Ansgar Borneman se priključio kompaniji Nestlé u martu 2003. godine, na poziciji direktora marketinga za Nestlé sladolede u Nemačkoj. Četiri godine kasnije postao je izvršni menadžer divizije sladoleda obavljajući tu funkciju do nedavnog dolaska u Srbiju.



PR INDUSTRIJA

Strukovna specijalizacija



Piše: Tina Bolcar,
CEO PR Komunikacije
Hil & Knowlton

Mnoge kompanije na područje marketinga i odnosa sa javnošću još uvek gledaju kao na marginalne funkcije biznisa, preko kojih je moguće privremeno efikasno smanjiti troškove preduzeća. Baš zato su u recesiji, kada su korporativni profiti opali, mnoge agencije suočene sa otkazima ugovora. Sa druge strane, klijenti u ovakvim uslovima, uprkos dobrim odnosima sa agencijom sa kojom duго saraduju, traže sveže i drugačije pristupe i kod drugih agencija. Pod pritiscima potencijalnog gubitka saradnje, agencije pokušavaju da opravdaju svoj trošak, obično putem merenja efikasnosti svojih usluga. U isto vreme očajnički pokušavaju da zadrže kvalifikovane i iskusne kadrove, jer bez njih ne mogu da obezbede uspeh u budućnosti. Uprkos težem periodu, za koji se nadamo da je uglavnom iza nas, naše PR agencije gledaju u budućnost sa optimizmom i očekuju blagi rast u 2012. godini.

Najvažniji trend, koji menja tradicionalnu ulogu odnosa s javnošću, jeste pojava novih medijskih platformi kao što su njuz portali, blogovi, forumi i društvene mreže. Pomenute pojave uzrokovale su fragmentaciju medijskog prostora i povećanje broja potencijalno značajnih odnosa sa urednicima, analitičarima i drugim važnim kreatorima javnog mnjenja. Ogroman deo pažnje PR agencija usmeren je na internet i digitalne komunikacije. U današnje vreme kupci suvereno donose odluke i sami biraju izvor informacija. Zato se raznolike poruke stvaraju brzim tempom, a svakoj od ciljnih javnosti pristupa se pojedinačno. PR agencija ima sve veću ulogu u marketingu miksu, posebno kod pronalaženja komunikacionog kanala, po kojem će poruka sigurno doći do krajnjeg korisnika. Ostali trendovi u PR industriji odnose se na porast odgovornosti prema životnoj sredini i sve većem broju aktivnosti koje imaju za cilj povećanje svesti javnosti o zaštiti okoline. U svetu agencija dešava se strukovna diferencijacija, pa agencije postaju specijalizovane za konkretna područja (lobiranje, krizne komunikacije, donacije, odnosi sa investitorima, interna komunikacija).

Primena jezika u konkretnim situacijama

“U nastavi se koriste udžbenici vodećih engleskih izdavačkih kuća, kao što su: *Cambridge, Oxford, Macmillan i Longman*”

Nezamislivo je zakoračiti u svet biznisa bez dobrog poznavanja engleskog jezika, pa sve više ljudi oseća potrebu da svoje znanje obogati izrazima i terminima neophodnim za komunikaciju u poslovnom svetu. Specijalizovani kursevi poslovnog engleskog sa uspehom se odvijaju u Obrazovnom centru EQUILIBRIO, jednoj od najuglednijih institucija za učenje stranih jezika na teritoriji grada Beograda. Moderne metode nastave, odlični tehnički uslovi i opremljenost, motivisani diplomirani profesori jezika, međunarodno priznati sertifikati i neprekidno usklađivanje programa školovanja sa potrebama ciljnih grupa, samo su neki od razloga zbog kojih Centar uspešno posluje već deset godina.

“Ono što našu školu odvaja od drugih jeste visoko kvalitetno organizovana nastava, kao i iskusni i stručni predavači kojima je jasno da nisu sve oblasti poslovanja iste. Zato su naši kursevi poslovnog engleskog dovoljno fleksibilni kako bi se posvetili potrebama svih polaznika. Koji god da je njihov nivo znanja, naš cilj je uvek isti: da ono što su polaznici naučili, odmah i efikasno upotrebe u svakodnevnoj poslovnoj komunikaciji na engleskom jeziku”, kaže u razgovoru za “Vreme”, Vida Dikić direktorka za nastavu Obrazovnog centra EQUILIBRIO.

“VREME”: Kakva je zainteresovanost poslovnih ljudi i studenata za Business English? Da li prepoznaju njegov značaj za napredovanje u karijeri?

VIDA DIKIĆ: Poslovni ljudi i sve više studenata prepoznaju neophodnost da usavršavaju svoje postojeće znanje jezika kako bi bili što uspešniji u svom poslu, dok u firmama postoji potreba da se njihovi zaposleni dodatno edukuju. Nažalost, zbog trenutne finansijske krize, nisu svi u mogućnosti da pohađaju ovakvu vrstu kursa ili još uvek ne prepoznaju



Vida Dikić, direktorka za nastavu, Equilibrio

potrebu za dodatnim usavršavanjem. Oblast poslovanja je raznovrsna i široka, ali je podjednako važno osposobiti se za elementarnu komunikaciju u svakoj od njih. Važno je znati kako komunicirati na engleskom jeziku na poslovnim sastancima, seminarima, poslovnim putovanjima, pismenim ili telefonskim putem. Ipak, moram da istaknem da su mnoge državne institucije, kao što su Narodna skupština, Ministarstva finansija i pravde, ali i veliki broj privatnih kompanija, prepoznale važnost edukacije svojih zaposlenih i angažovali naš Centar u programima obuke. Kursevi poslovnog engleskog jezika prate nivelaciju Saveta Evrope od A1 do C2. Najčešće traženi nivo kod stranih kompanija koje rade u Srbiji je B1. To je nivo koji se dostiže nakon dve godine učenja, ukoliko polaznik startuje od početka. Ako postoji predznanje, što je najčešći slučaj, potrebno je u kontinuitetu pratiti nastavu dva do tri semestra.

Uskoro počinju i kursevi poslovnog engleskog u marketingu i engleskog za ekonomiste, menadžere i bankare. Na čemu će biti njihov fokus?

Poslovni engleski za ekonomiste, menadžere i bankare namenjen je svima koji se bave ili planiraju da se na neki način bave sektorom finansija. Kurs svojom tematikom pokriva ključne finansijske oblasti poput međunarodne trgovine, kreditnih poslova, računovodstva i upravljanja imovinom. Tokom trajanja kursa uvećavaju se neophodne veštine poput telefoniranja, pregovaranja, držanja prezentacija i pisanja finansijskih izveštaja, kao i poslovna korespondencija vezana za finansijsku tematiku. Polaznik se osposobljava za visokostručnu komunikaciju sticanjem neophodnih znanja i veština u okviru oblasti svog poslovanja. Cilj je da polaznik znanje koje usvoji primeni u konkretnim situacijama na svom radnom mestu. U nastavi se koriste udžbenici vodećih engleskih izdavačkih kuća, kao što su: *Cambridge, Oxford, Macmillan i Longman*.

Na listi vaših klijenata su mnoga velika državna i privatna preduzeća. Koja je prednost ovog vida korporativne nastave u odnosu na pojedinačne kurseve?

Kursevi obuhvataju studije slučajeva iz oblasti biznisa (strategije komunikacije, veštine vođenja sastanaka, pregovaranja), kao i konstantno uvećavanje osnovnih jezičkih veština koje pomažu da polaznik bolje i efikasnije komunicira u profesionalnim i svakodnevnim situacijama, i obogaćuje rečnik iz različitih oblasti poslovanja. Kreiranjem situacija i uslova najbližih realnom poslovnom okruženju, zaposleni će na efikasniji način usvajati i primenjivati strani jezik. Naravno, najveća prednost za jednu kompaniju koja nas angažuje jeste činjenica da naši profesori dolaze u prostorije same kompanije u vreme koje odgovara zaposlenima koji pohađaju nastavu. Ušteda na vremenu je u ovom slučaju nemerljiva.

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