

# VREME *Klub dobrih poslovnih ideja* USPEHA!

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

## SEHA LIGA

Brend u  
nastajanju

## WIENER STÄDTISCHE

Zaradite kroz  
osiguranje

## MILOŠ JELIĆ, NELT

# Neprestano podizanje kvaliteta usluga



# Neprestano podizanje kvaliteta usluga

“Ponosan sam što nas kriza nije omela u planovima, već je učinila da učvrstimo svoju lidersku poziciju na polju distribucije i da postanemo relevantan faktor u oblasti pružanja logističkih usluga”

Kompanija Nelt osnovana je 1993. godine sa petoro zaposlenih, a u 2013. godinu, kada slavi dve decenije poslovanja, Nelt je ušao sa više od 3000 zaposlenih u osam zemalja na dva kontinenta. Tokom postepenog širenja, Nelt je 1996. potpisao prvi ugovor sa kompanijom Procter and Gamble (P&G), a iste godine otvorene su kompanije u Crnoj Gori i Makedoniji. Dve godine kasnije, Nelt ulazi i na tržište BiH, a 2000. i 2001. kompanija postaje distributer Kraft foodsa i Wrigleyja. Akvizicija Neoplante obeležila je 2007, a 2009. Nelt je promovisao novi maloprodajni format – Corner Shop. U intervjuu za “Vreme”, generalni menadžer Nelta Miloš Jelić govori o poslovnim rezultatima kompanije u 2012, prognozama za poslovnu 2013. godinu, o širenju poslovanja u Africi, kao i stagnaciji maloprodajnog tržišta u Srbiji.

**“VREME”: Kako ocenjujete prethodnu poslovnu godinu, i šta očekujete u 2013?**

**MILOŠ JELIĆ:** U 2012. poslovali smo uspešno – ostvarili smo rast tržišnog učešća, rast neto prihoda za više od 10 odsto, a dobrim upravljanjem troškovima i navedenim rastom ostvarili smo i jednocifren rast profita. Porast obima poslovanja došao je kao rezultat organskog rasta sa postojećim partnerima i sticanjem novih na domaćem tržištu – imamo više od 100 principala sa kojima sarađujemo u Srbiji, Crnoj Gori, Bosni i Hercegovini i Makedoniji i četiri države podsaharske Afrike. Osim 15-ak principala robe široke potrošnje, tj. prehrambenih i neprehrambenih proizvoda, i naša divizija farmaceutskih proizvoda Nelt Pharmaceuticals pokazuje izuzetne rezultate u poslovanju – za relativno kratko vreme donela nam je novih 80 partnera. Dobri rezultati su došli kao posledica ulaganja u oblasti u kojima Nelt posluje, ali i poštovanja

visokih standarda i negovanja kvalitetnih i personalizovanih odnosa sa partnerima. Ponosan sam što nas kriza nije omela u planovima, već je učinila da učvrstimo svoju lidersku poziciju na polju distribucije i da postanemo relevantan faktor u oblasti pružanja logističkih usluga.

Prošla godina je bila poslovno teška, izazovna – još jedna u nizu sa negativnim trendovima. Ipak, uprkos tome, uspešli smo da se širimo, investiramo u infrastrukturu i sredstva, kao i da zaposlimo 250 novih kolega. Prvi kvartal ove godine potvrđuje da ćemo imati sličnu godinu. Ukoliko država zadrži stabilnu makroekonomsku politiku, umerenu inflaciju i primeren kurs dinara, očekujemo umeren i zdrav rast i ove godine. Nas fokus će i ove godine biti na pridobijanju novih partnera u distribuciji robe široke potrošnje, distribuciji farmaceutskih proizvoda, kao i u logističkim uslugama. Prioritet broj dva je organizaciono poboljšanje odnosa između kompanija u kojima je Nelt vlasnik ili ima udeo u vlasničkoj strukturi sa ciljem uspostavljanja efikasnijeg poslovnog sistema i lakšeg upravljanja resursima, a treći prioritet je dalje širenje i otvaranje kompanija u regionu.

**Tokom 2012. osnovali ste Nelt u Zambiji i Mozambiku. Možete li da kažete nešto više o poslovanju u ovim zemljama?**

Nelt je započeo poslovne operacije u Africi, tj. Angoli, krajem marta 2011. godine. Prodor na ovo tržište došao je kao rezultat uspešne saradnje naše kompanije i globalnog lidera u proizvodnji robe široke potrošnje – P&G. Plan je bio da zaokružimo distribuciju na teritoriji podsaharske Afrike, odnosno da iz organizacija i distributivnih centara od Atlantskog do Indijskog okeana, u Angoli, Zambiji i Mozambiku pokriva i teritorije Zimbabvea i Malavija.

Tako smo u junu 2012. godine, posle Angole, osnovali kompaniju Nelt Zambia Limited i započeli sa distribucijom u toj zemlji. U Angoli i Zambiji smo u prethodnoj godini ostvarili prihod od oko 15 miliona dolara, dok je za 2013. godinu plan 25 miliona dolara prihoda. U Mozambiku počinjemo sa distribucijom tokom ovog meseca, a dosadašnja iskustva u poslovanju u ovoj državi daju nam za pravo da budemo optimisti. U razgovorima smo sa partnerima iz Evrope o proširenju saradnje na afričkom kontinentu i siguran sam da će naš portfolio uskoro biti dopunjen dodatnim, svetski poznatim brendovima.

Želim da napomenem izuzetno važan aspekt našeg poslovanja u podsaharskom klasteru, vezan za izvoz. Započeli smo izvoz proizvoda Neoplante u Angolu, ali smo u konstantnoj potrazi za proizvodima iz Srbije i drugih zemalja na teritoriji Zapadnog Balkana za koje smatramo da imaju potencijal za plasman u Africi.

**Vaš stav je da će razvojem i koncentracijom tržišta opadati važnost distribucije, a upravo to je najvažniji deo poslovanja Nelta, koji donosi više od polovine prihoda. Da li to znači da ćete, nakon 20 godina razvoja, morati da se postepeno preorijentirate na drugačije poslovanje?**

Kao što ste napomenuli, smatram da će razvoj i koncentracija tržišta dovesti do smanjenja važnosti distribucije na svim tržištima na kojima poslujemo. Ipak, naša kompanija konstantno prati tendencije i promene na tržištu, te naše usluge u kontinuitetu podižemo na viši nivo. Osim toga, strateški razmišljamo i planiramo razvijanje drugih oblasti poslovanja koje će nam omogućiti održanje i unapređenje pozicije. Spomenuo sam logističke usluge kao jedan od najvažnijih pravaca razvoja u kome



Miloš Jelić,  
generalni menadžer  
kompanije Nelt

Foto: A. Andić

smo već napravili značajne iskorake. Bilo da je u pitanju interna logistika, skladištenje, carinjenje, špedicija, domaći ili inostrani transport, Nelt danas u tom segmentu poslovanja radi sa klijentima kao što su Phillip Moris, Mars, P&G, Ball Packaging, Kraft, VIP, Ferrero, Dr Oetker, i drugi.

Takođe, nameravamo da dodatno investiramo u oblasti proizvodnje hrane. Osim proširenja postojećih proizvodnih kapaciteta i asortimana, razmatramo mogućnost akvizicije ili *greenfield* investicije.

#### **U 2012. Nelt je instalirao i SAP sistem.**

**Kakve prednosti ste time dobili, i za koliko procenjujete da će se poslovanje Nelta popraviti zahvaljujući SAP-u?**

SAP je softver koji koriste najbolje kompanije u svetu, te smo i ovim potezom stali rame uz rame sa najboljima. Prednosti korišćenja SAP poslovnog sistema su mnogostruke a konkretne oblasti na koje je primenjen su finansije, kontroling, upravljanje ljudskim kapitalom, nabavkom i zalihama, kao i upravljanje prodajom i poslovno izveštavanje.

Namera kompanije Nelt je da implementacijom ovog softvera podigne kvalitet usluge u distribuciji, uspostavi standarde u procesu rada i da, u najskorijem mogućem periodu, zaokruži poslovanje u svim kompanijama u sastavu grupacije u regionu Zapadnog Balkana. Prvi efekti primene ovog softvera su već vidljivi, tako da ćemo u narednom periodu imati konkretne rezultate.

Moram da naglasim da je Nelt i do sada bio lider u primenama modernih softverskih rešenja u našem biznisu, i mislim da sa pravom smatram da je investicija u sisteme i infrastrukturu jedna od naših komparativnih prednosti u odnosu na konkurenciju. Nismo se libili da slušamo i učimo od najboljih na svetu, ostavljajući vrlo malo toga improvizaciji. Ponosan sam na činjenicu da više od 150 bivših kolega iz Nelta danas radi i vodi najbolje kompanije u Srbiji. To su objektivni pokazatelji standarda i dobre prakse koja se primenjuje kod nas.

#### **Nedavno ste izjavili da Srbija zaostaje u maloprodaji u odnosu na druga tržišta.**

**Šta ste pod time mislili – u čemu je taj zaostatak, i kako vidite dalji razvoj ovog tržišnog segmenta?**

Zaostajanje pa čak i stagnacija su evidentni. Poredeći sa drugim, nama bliskim evropskim tržištima, u ključnim pokazateljima uočava se da srpska trgovina i trgovinska mreža zaostaju, da i dalje nemamo dobre razvojne planove i da imamo neravnomeran razvoj u prostoru i pojedinim opštinama. I dalje dominiraju klasični i usitnjeni prodajni objekti, kao i neadekvatni formati za modernu trgovinu. U uslovima opadanja kupovne moći i ugrožene likvidnosti trgovinskih subjekata za očekivati je da se ovaj jaz produbi.

Treba nam adekvatna i aktuelna trgovinska politika koja podrazumeva mere za

lakše (troškovno) poslovanje velikih i malih trgovaca, a u cilju bolje snabdevenosti potrošača kada je reč o asortimanu i cenama.

**Kao velikog distributera, kompaniju sigurno pogađa visok nivo sive ekonomije u Srbiji. U vreme kada je, usred krize, 2012. godina bila još i lošija od 2011, a građani imaju sve manje i para i posla, koliko je uopšte realno da se stopa sive ekonomije vrati na prihvatljiv nivo?**

Podatak iz studije "Siva ekonomija u Srbiji: novi nalazi i preporuke za reforme" koju je uradio Fond za razvoj ekonomske nauke za potrebe USAID-a, kaže da je procenjeno da je ukupna siva ekonomija u Srbiji 2010. godine iznosila 23,6 odsto BDP, tj. 680,3 milijarde dinara, što je impozantna brojka. S obzirom da distribuiramo hiljade proizvoda svesni smo da su na kraju, ali i na početku ovog problema – potrošači. Konzumenti, koji su nezaštićeni, jer su izloženi proizvodima koji su transportovani ili skladišteni na neodgovarajuće načine, bez adekvatnih deklaracija ili uputstava za upotrebu.

S tim u vezi, Nelt i ja lično smo uzeli aktivnu ulogu u rešavanju ovog problema i zalažemo za saradnju države, esnafskih udruženja i privrede u tri osnovna pravca: izmene postojeće zakonske regulative, promene u organizaciji inspeksijskih službi i edukacija i informisanost svih relevantnih, nadležnih i zainteresovanih činilaca.

# Brend u nastajanju

Dolaskom novog generalnog sponzora – energetskog giganta Gasprom – regionalna liga SEHA dobija finansijsku stabilnost i ulazi u evropski rukometni vrh kada je reč o kvalitetu takmičenja



U sledećoj sezoni u SEHA ligi: Rukometaši Partizana

Foto: Fonet

Pobednika Super Rukometne lige Srbije (SRLS) odlučiće poslednje kolo, koje se igra u subotu 11. maja – nakon odigranih 25 kola, prvo mesto dele Vojvodina i Partizan sa po 46 bodova. Zbog boljeg međusobnog skora Vojvodina će biti šampion ukoliko oba vodeća kluba završe sa istim brojem bodova. Međutim, izvesno je da će i Vojvodina i Partizan u sledećoj sezoni igrati i regionalnu SEHA ligu (South East Handball Association), zajedno sa još deset klubova iz regiona. SEHA liga je u aprilu dobila veliko „pojačanje“ u vidu novog generalnog sponzora Gasproma, koji je obezbedio finansijsku sigurnost lige u naredne četiri godine, ali i postavio preduslove da SEHA liga postane jedna od najjačih rukometnih liga u Evropi. O tome šta za regionalnu ligu znači prisustvo giganta poput Gasproma, kakav će efekat regionalna liga imati na srpski rukomet, ali i o razlozima zbog kojih su rukometni klubovi Vojvodina

i Partizan odbijali učešće u SEHA ligi, za „Vreme“ govore direktori dva rivala koji se bore za titulu srpskog šampiona. „Već nekoliko godina postoji priča o regionalnoj ligi, i mi smo je u startu podržali“, kaže Aleksandar Blagojević, direktor aktuelnog šampiona Partizana. „Međutim, situacija je bila takva da nismo mogli da učestvujemo u tom projektu u uslovima koji su tada bili aktuelni, bez obzira što smo, kao prvoplasirana ekipa u poslednjih nekoliko sezona, na to imali pravo. Razlozi su jednostavni i uglavnom su finansijske prirode. Smatrali smo da nam je, pored domaće lige koja je izuzetno duga i zanimljiva, i pored evropskih kupova, a mi smo igrali Ligu šampiona poslednje dve sezone, bilo izuzetno teško da igramo još jedno takmičenje. Naročito što je u početku sve bilo ‘klimavo’: kalendar nije bio jasno definisan, sponzor lige se pojavio na početku, pa ga posle nije bilo, prvo je bio dogovor

da može da se igra u bilo kojoj hali, pa potom da mora u hali od bar 2000 mesta, pa onda je bilo da mora ‘gerflor’ podloga, pa na kraju nije morala... Na kraju nisu bili obavezni ni TV prenosi. Umesto nas i Vojvodine prethodne sezone su učestvovali Metaloplastika i Crvena zvezda. Sama činjenica da oni posle godinu dana nisu želeli da učestvuju, a pogotovo što su upali u velike probleme, i organizacione i finansijske, delom i zbog tog učešća u regionalnoj ligi, mi smo u prošloj sezoni rekli da ne možemo da učestvujemo. Međutim, ove sezone se situacija drastično promenila. Ta priča o sponzorstvu se konačno realizovala, Gasprom je ušao kao generalni sponzor lige, što znači da on pokriva sve troškove putovanja, smeštaja, službenih lica, a na klubu koji učestvuje je samo da obezbedi halu i domaćinstvo. To je nešto što može da bude interesantno, pogotovo što su se u ligu uključili u prethodnih nekoliko sezona

svi najbolji klubovi Makedonije, Hrvatske, Crne Gore i BiH, a velike su šanse da se priključe i dva najbolja kluba iz Mađarske. To bi onda bila liga koja bi imala 7-8 stalnih učesnika Lige šampiona, i sponzora koji garantuje finansijsku stabilnost, i u tom slučaju bi Rukometni savez, koji nije do sada bio raspoložen da izađe u susret ni nama ni klubovima koji su pre dve godine učestvovali, sada promenio takmičenje u domaćim okvirima, promenio način doigravanja, i omogućio nam da se kao i svi drugi klubovi iz okruženja uključimo u završnicu domaće lige“, kaže Blagojević.

Njegov kolega iz Vojvodine, direktor kluba Darko Jevtić, saglasan je da su dolaskom Gasproma, ispunjeni svi uslovi koje su srpski klubovi zahtevali da bi se priključili regionalnoj ligi – od toga da je obavezno igranje u halama od minimum 2.000 gledalaca i na podlozi „gerflor“, pa sve do obaveze svakog kluba da obezbedi minimalno šest TV prenosa koji će biti satelitski emitovani. Kada je reč o uticaju regionalne lige na srpski rukomet, Jevtić kaže: „Na prvi pogled mi našu ligu slabimo, ali to je jedno usko i klubaško gledište. Suština je da to nije zatvoren sistem, pošto će svake godine pozivnicu dobijati dve prve ekipe u našem prvenstvu, tako da će se već sledeće godine igrati liga za prvaka kojoj ćemo se mi i Partizan priključiti u drugom delu, pa će i drugi klubovi imati šansu, uz poboljšanje svoje infrastrukture, povećanje budžeta i uključivanje svih svojih resursa, da nas stignu i prestignu i da dobiju svoje mesto u ovoj ligi. Dakle, ta liga je otvorenog tipa, sportsko takmičenje odlučuje ko će tu igrati i svi imaju podjednake šanse da obezbede svoje mesto u njoj. Stoga, mislim da će, ukupno gledano, popularizacija rukometa biti maksimalna, da će se u mnogome podići kvalitet rukometa u našoj zemlji, a u regionu je ta liga već dosta prepoznatljiva – iz našeg najbližeg okruženja, iz

Makedonije i Hrvatske, tu su četiri kluba sa vrhunskim budžetima i sa vrhunskom motivacijom, tako da mislim da će SEHA liga biti pozitivna za sve.“

I Aleksandar Blagojević misli da će učesće Partizana i Vojvodine povoljno uticati na domaću ligu. „Naša liga će biti izjednačena jer će ekipe doći u situaciju da se bore za svaki bod, za svaki gol. Moraće da se pojačaju ako misle da uđu u te prve četiri ekipe koje će ući u doigravanje, u borbu za mesto u Evrokupu ili regionalnoj ligi. Sa druge strane, ponajbolji igrači iz lige, jer, realno, 90 odsto najboljih igrača lige igra u Partizanu i Vojvodini, igraće u nekom drugom takmičenju gro sezone, ali kada pogledamo sve aspekte, reprezentacija će imati koristi od tih jakih mečeva ove dve ekipe, a Beograd, Novi Sad, ili neki drugi gradovi, kada se neki drugi klubovi budu izborili, imaće stvarno izuzetne uslove i taj nivo će privući i više publike, i TV prenose, biće atraktivnije za gledaoce, ali i za sponzore – automatski kad se podigne nivo popularnosti, to je šansa za druge da odskoče i kvalitativno i finansijski i organizaciono. Činjenica je da su sada standardi podignuti maltene na nivo Lige šampiona, koje je najzahtevnije evropsko klupsko takmičenje, računajući sve *indoor* sportove, to govori dovoljno da ne može svaki klub realno ni da dođe da igra u regionalnoj ligi. Mi očekujemo da od SEHA lige napravimo pravi brend i da za dve-tri sezone regionalna liga bude konkurent nemačkoj Bundes ligi, koja je sada ubedljivo najjača liga u Evropi. Sigurno ćemo biti jači od španske lige, francuske, koje su u ovom trenutku, za svaku od zemalja pojedinačno, svetlosnim godinama daleko. U ovoj novoj konstelaciji, priča se menja, kvalitet će biti koncentrisaniji i svi mi očekujemo, ako budemo odgovorni prema ovom projektu i prema rukometu, da možemo da stignemo daleko“, zaključuje Blagojević.

## MOJA DESETKA

### Zaradite kroz osiguranje

Mnogi misle – životno osiguranje je skupo. Neki kažu, nije isplativo. Drugi bi pak radije uložili u nekretninu...

A kad se dobro razmisli, osiguranje može biti i te kako isplativo, jer može da donese i više od 50 odsto zarade!

Ova mogućnost je karakteristična za program “Moja Desetka” kompanije Wiener Städtische Osiguranja: na jednokratnu uplatu premije, posle deset godina vraća vam se uloženi novac uvećan za više od 55 odsto. Primera radi, ako uplatite deset hiljada evra sa trajanjem osiguranja od deset godina, po isteku tog perioda dobićete ukupno 15.553 evra. Naravno, početni iznos jednokratne uplate može biti i manji: na uplatu od recimo tri hiljade evra biće vam isplaćeno 4700 evra.

Ovo je znatno više nego kada se uplaćuje osiguranje života na klasičan način, a više je i od bilo kog drugog vida investiranja.

Neki podaci govore da građani čuvaju u svojim budželarima gotovo četiri milijarde evra, a ne znaju da novac koji stoji najmanje vredi! Umesto toga, mogu ga uložiti u životno osiguranje, i kroz program “Moja Desetka” uvećati ga bar za polovinu.

Navedeni iznosi isplaćuju se vlasniku polise u slučaju doživljenja. “Moja Desetka” je mešovito osiguranje života, što znači da vlasnik polise ima osiguravajuće pokriće i u slučaju smrti, a tada je iznos isti kao kod klasičnog osiguranja života.

Ova mogućnost je ograničenog roka trajanja, i napravljena je specijalno povodom desetogodišnjice poslovanja kompanije Wiener Städtische Osiguranje u Srbiji – kao znak zahvalnosti našim sugrađanima za dugogodišnje lepo prijateljstvo.



190 GODINA TRADICIJE.



MedUNIQA mobilni centar za brigu o zdravlju

## MEDUNIQA

### Mobilni centar

MedUNIQA mobilni centar za brigu o zdravlju jedinstven je kamion koji će posetiti Srbiju od 10. do 16. maja. Ta putujuća laboratorija, koja dolazi specijalno iz Austrije, opremljena je najsavremenijom opremom za preventivne preglede, a u nekoliko ordinacija, smeštenih u samom kamionu, biće moguće besplatno proveriti celokupno stanje organizma. Kompletan pregled obuhvata EKG, ultrazvuk abdomena, srca, štitne žlezde i karotidnih arterija, zatim spirometriju, analize krvi, merenje krvnog pritiska, merenje nivoa šećera u krvi, pregled oftalmologa i merenje očnog pritiska, kao i preglede interniste i dermatologa.

Tokom šest dana, MedUNIQA mobilni centar za brigu o zdravlju posetiće Novi Sad, u kome će boraviti 10. i 11. maja, Beograd gde će boraviti od 12. do 15. maja i Kragujevac 16. maja, a za preglede će biti otvoren svakoga dana od 10 do 20 časova. Svi građani od 18 do 65 godina starosti, koji se do 10. maja prijave za MedUNIQA dobrovoljno zdravstveno osiguranje, mogu zakazati preglede preko UNIQA Kontakt centra na broj telefona 011 – 2024100, sve dok ima slobodnih termina u kamionu.

## PIREAUŠ BANKA

### Pireaus banka podržala PayPal plaćanje

Odmah po uvođenju PayPal sistema Pireaus banka je podržala njegovo korišćenje i pozvala sve svoje korisnike Visa i MasterCard kartica da se registruju za ovu uslugu, saopšteno je iz ove banke. Tokom prvog dana funkcionisanja sistema Banka je zabeležila više od 300 zahteva za otvaranje PayPal naloga. Zbog velikog interesovanja, Pireaus banka je povećala broj operatera u svom Korisničkom servisu, a kako bi pružila adekvatnu korisničku podršku. PayPal nalog mogu otvoriti fizička i pravna lica, a registracija se vrši

na sajtu [www.paypal.com](http://www.paypal.com). Za aktiviranje su potrebne imejl adresa i važeća platna kartica.

Otvaranje naloga je besplatno, a procedura podrazumeva zaduživanje kartice za iznose od 1\$ i 1,5€ prilikom registracije naloga, koji će biti razduženi odmah po potvrdi registracije, u roku od 24h. Poslednji korak u registraciji je unos četvorocifrenog koda koji Banka prosleđuje putem SMS-a (korisnici koji nisu prijavljeni za ovu uslugu dobijaju kod pozivom Call Centra ili Korisničkog servisa banke).

## RAIFFEISEN BANKA

### Uspešno poslovanje u 2012.

Raiffeisen banka ostvarila je odlične poslovne rezultate u 2012. godini, zahvaljujući efikasnom poslovanju u svim biznis segmentima. Sveukupnim rezultatima banke su doprineli i odgovorna politika upravljanja rizikom, kao i mere striktno kontrole rashoda, posebno značajne u ekonomski izazovnim vremenima.

Tokom 2012. godine Raiffeisen banka je ostvarila profit od 51,2 miliona evra, što predstavlja rast od 6 odsto u odnosu na prošlogodišnju dobit. Baza klijenata je porasla više od 8 odsto u odnosu na isti period 2011. godine i broji 550.790 klijenata. Banka je u toku 2012. sa ukupnim kreditnim portfoliom koji prelazi 1,1 milijardu evra, potvrdila i svoju poziciju jednog od vodećih kreditora u Srbiji. Prudentna politika procene rizika rezultirala je očuvanjem visokog kvaliteta kreditnog portfolija u svim segmentima poslovanja, pri čemu je procenat učešća nenaplativih kredita znatno niži od tržišnog proseka.

## FILIP MORIS

### Pokreni se za posao

Zbog velikog interesovanja preduzetnika iz cele Srbije, kompanija Filip Moris odlučila je da poveća svoju donaciju za pomoć malom preduzetništvu i da u 2013. godini u kojoj proslavlja svoj jubilej poslovanja u Srbiji podrži pokretanje ukupno 110 malih i porodičnih preduzeća u okviru programa "Pokreni se za posao", deset više od inicijalno planiranih grantova. POKRENI SE ZA POSAO je program kojim kompanija Filip Moris podržava malo i porodično preduzetništvo kao rešenje za gorući problem nezaposlenosti sa kojim se građani Srbije suočavaju. U okviru programa, koji se realizuje u partnerstvu sa nevladinom organizacijom ENEKA iz Niša, dobrim preduzetničkim idejama biće obezbeđena finansijska i savetodavna podrška za njihovu realizaciju.

Zahvaljujući programu POKRENI SE ZA POSAO u protekle tri godine pokrenuto je 160 malih preduzeća kroz koja je uposleno više od 600 ljudi.

**POŠTA SRBIJE**

## Učtetvorostručena dobit

Upravni odbor Pošte Srbije usvojio je izveštaj o poslovanju za prvi kvartal ove godine, koji iskazuje ostvarenu neto dobit od 485 miliona dinara.

Milan Krkobabić, generalni direktor preduzeća, istakao je da su profitabilno poslovanje, učtetvorostručena neto dobit u odnosu na isti period prošle godine, ulaganje sopstvenih sredstava u nove tehnologije i raspodela dela dobiti zaposlenima konstante aktuelne poslovne politike ovog sistema. Tom prilikom naglasio je da nas efikasnije i delotvornije upravljanje vodi ka još boljim poslovnim rezultatima.

Pored odluka vezanih za redovno poslovanje, Upravni odbor doneo je i odluku o raspodeli dobiti iz 2012. godine, te će, shodno zakonskim rešenjima, polovina neto dobitka Pošte Srbije za prošlu godinu, ukupno vrednog 1,24 milijarde dinara, biti uplaćena u republičku kasu, a druga polovina namenjena je zaposlenima za doprinos u ostvarenoj dobiti.

**ORION TELEKOM**

## Nagrade IT Awards 2013

Orion Telekom dobitnik je nagrade IT Awards za razvoj android aplikacije "Orion Ring", kao i specijalne nagrade za "Aktivnosti i doprinos u domenu društvene odgovornosti kompanije" – sve u organizaciji nezavisne, specijalizovane TV produkcije "Interfejs".

Kako iz kompanije Orion Telekom podsećaju, krajem decembra 2012. kompanija je razvila je Android aplikaciju "Orion Ring" – delo razvojnog tima Orion telekoma sa osnovnom namenom povećanja dostupnosti usluge jeftinog telefoniranja ka inostranstvu i značajno pojednostavljenim načinom pozivanja. "Posebno, možda i najveći benefit ove aplikacije – je mogućnost da unapredi funkcionalnost svih android uređaja, pa i onih najjeftinijih, u telefonski aparat", ističu iz Orion Telekoma.

**VICTORIA GROUP**

## Novi generalni direktor Sojaproteina



Od 1. maja 2013. Džejms P. King (James P. King) biće novi generalni direktor Sojaproteina, članice Victoria Group, Džejms King je vodeći stručnjak u oblasti soje, sa 35 godina bogatog internacionalnog iskustva u upravljanju proizvodnim pogonima, marketingu i komercijalizaciji poljoprivrednih roba poput soje, sačme, ulja, lecitina, sojinih proteina, ali i drugih tržišnih segmenata ljudske i životinjske ishrane. Zahvaljujući svom sveobuhvatnom poznavanju tehnoloških procesa u preradi soje i tržišta gotovih proizvoda, Džejms King će uvesti Sojaprotein u novi ciklus razvoja poslovanja, u kome će fokus biti osvajanje novih tržišta za sojine proteinske koncentrate iz Srbije, kao i dodatno proširenje proizvodnog portfolia.

**MICROSOFT SRBIJA**

## Novi Office 365

Kompanija Microsoft Srbija predstavila je srpskoj javnosti Office 365. Nova verzija najpoznatijeg softvera za kancelarijsko poslovanje prilagođena je potrebama klijenta bilo kod kuće ili na poslu. Novi program ima jednako dobre performanse bez obzira na uređaj sa kojeg se koristi, saopšteno je iz kompanije Microsoft Srbija. Nova ponuda za kućne korisnike Office 365 Home Premium obuhvata kompletan set najnovijih Office aplikacija (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher i Access) kojima se, zahvaljujući Cloudu, pomoću jednog naloga može pristupiti sa do 5 različitih uređaja uključujući i Windows tablet uređaje, PC i Mac. U okviru paketa koji godišnje staje 99,99 američkih dolara, odnosno 8,34 dolara mesečno, nalazi se i SkyDrive, baš kao i usluge Skype poziva.

**PR INDUSTRIJA**

## Menjanje navika



Piše: Igor Božić, medijjski direktor agencije Represent Communications

"Dobar dan. Zovem iz agencije. Znete, mi smo Vam poslali jedno saopštenje na e-mail. Da li ste ga dobili?" To je rečenica koju su novinari i urednici najčešće čuli kada su u Srbiji početkom veka počele da rade PR agencije. Verovatno je novinar pomislio da je propustio vest o prekidu internet veze, pa osoba s druge strane proverava da li je pošta stigla. Te prvobitne tehnike u komunikaciji s redakcijama i dalje postoje u PR agencijama jer se očigledno duboko usade i prenose na nove generacije. Kada PR agencija "odrađuje posao", novinari pružaju otpor i ne žele da čuju, iako vrlo često iza te informacije, koja se nudi, nije puka potreba za reklamom, već može da bude interesantna vest ili ideja koja može oblikovati zanimljivu priču. Ta situacija neminovno će uticati na promene u dosadašnjem načinu komunikacije korporacija s medijima jer jedni bez drugih ne mogu da prežive. Tržište traži sadržaj na raznim platformama i neće se zadovoljiti samo sa tradicionalnim medijima koji počinju sve više da liče jedni na druge. Zbog toga je u svetu u 2013. sve prisutnija tendencija da sadržaj za medije ne proizvode sami mediji, već da agencije budu te koje stvaraju kompletan proizvod. Tako se događa da novinari svetskih medija, poput "Njujork tajmsa" ili čak novog uticajnog portala "Hafington posta", prelaze u marketinške kompanije kako bi za njih kreirali proizvod koji je potreban klijentima a prihvatljiv publici. Prelaskom Dena Lajonsa, kolumniste "Njusvika", u marketinšku kompaniju Habspot počinje nova era koja će nepovratno uticati na novinarstvo koje poznajemo. Odnos između PR-a i sedme sile ubuduće mora biti na profesionalnom nivou koji ne ugrožava postojanje novinarstva, ali ono može biti obogaćeno sadržajem koji nije reklama.

## TELENOR

# Porast prihoda

Prihodi kompanije Telenor Srbija u prvom kvartalu ove godine iznose 10,064 milijardi dinara, što je povećanje od 7,8 odsto u odnosu na isti period prošle godine, saopšteno je iz Telenora. Broj pretplatnika porastao je za 3,3 odsto u odnosu na prvi kvartal 2012, na 3,2 miliona. Nakon završetka modernizacije mreže u prvom kvartalu 2012. godine, kapitalni troškovi usmereni na proširenje i unapređenje mreže rastu sporijim tempom u 2013.

“Na naše poslovanje i dalje znatno utiču događanja u srpskoj privredi i konkurencija na tržištu. U ovom izazovnom okruženju, mi nastavljamo da beležimo rast prihoda i poboljšavamo našu poziciju na tržištu. Nastavićemo da ulažemo u našu mrežu i informativne sisteme i unapređujemo brzinu, dostupnost i raznolikost naših usluga”, izjavila je izvršni direktor finansija kompanije Telenor Srbija Erlan Neten.

## LENOVO

# “Red dot” nagrada za dizajn

Nemačka “Red dot” nagrada, jedna od svetski najprestižnijih nagrada za dizajn, dodeljena je kompaniji Lenovo. Jedan od nagrađenih proizvoda kompanije Lenovo jeste model IdeaPad U430s, koji je dobio nagradu “Red dot best of the best”. Još jedno, možda i značajnije priznanje, jeste počasna nagrada koja je dodeljena dizajnerskom timu kompanije Lenovo, koji je, među mnoštvom konkurenata, osvojio “Red dot” nagradu za najbolji dizajnerski tim 2013 godine.

Ova jedinstvena nagrada, za koju ne mogu da se prijave nijedna kompanija niti dizajner, odaje počast kompanijskoj strategiji prema kojoj inovativni proizvodi visokog kvaliteta opravdano utiču na poslovni uspeh. Ovu tvrdnju – kako ju je opisala i sama “Red dot” organizacija – “dizajnerski i korisnički tim kompanije Lenovo i više nego zadovoljava. Godinama ova kompanija impresionira žiri svojim proizvodima i nesvakidašnjim dizajnerskim kvalitetom.”



## LG

# Prvi zakrivljeni OLED TV na svetu

LG Electronics je najavio početak prodaje prvog zakrivljenog OLED televizora na svetu (model 55EA9800), koji će prvo biti dostupan korisnicima u Južnoj Koreji. LG Electronics je prva i jedina kompanija na svetu koja će u prodaji imati modele televizora koji poseduje flet i zakrivljene OLED ekrane. Na ovaj način, LG zauzima vodeću ulogu na tržištu OLED televizora, za koje agencija DisplaySearch predviđa da će 2016. godine obuhvatiti čak sedam miliona jedinica. Nakon više od pet godina istraživanja i razvijanja ekrana sa zakrivljenjem najoptimalnijim za ljudsko oko, kompanija LG je na tržište plasirala televizor koji u potpunosti eliminiše probleme vizuelne distorzije i gubljenja detalja koji su prisutni kod flet ekrana.

## ERSTE BANKA

# Nastavljen stabilan rast

“Erste Banka nastavlja da na sveobuhvatan način podržava potrebe stanovništva i privrede Srbije, da ostvaruje stabilan i zdrav rast portfolija i poboljšava finansijski rezultat. Kreditne aktivnosti usmerene prema privredi će naročito biti intenzivirane tokom narednih nekoliko meseci, kada planiramo da plasiramo kreditnu liniju od 50 miliona evra, ugovorenu sa Evropskom investicionom bankom, prvenstveno namenjenu dugoročnom kreditiranju malih i srednjih preduzeća, uz kamatne stope za najmanje pola procentnog poena niže u odnosu na standardne nivoe za ovu vrstu kreditiranja”, izjavio je

Slavko Carić, predsednik Izvršnog odbora Erste Bank a.d. Novi Sad.

Ukupni krediti u odnosu na kraj 2012. povećani su za 1,4 odsto i iznose 56,4 milijarde dinara, dok su ukupni depoziti povećani za 15,84 odsto i iznose 71,8 milijardi dinara.

Kreditni pravni licima su u odnosu na kraj 2012. godine povećani za 2,25 odsto i iznose 38,6 milijardi dinara. Depoziti

pravni lica su u istom periodu povećani za 98,33 odsto i iznose 23,2 milijarde dinara, saopšteno je iz Erste banke.

## HEMOFARM

# Superbrands nagrada

SUPERBRAND SRBIJE u kategoriji farmaceutske industrije još jedna je u nizu nagrada koju je Hemofarm dobio nakon detaljne analize Saveta Superbrandsa, koji čine vodeći eksperti iz oblasti marketinga, ekonomije i medija. Kriterijumi za dobijanje statusa SUPERBRANDS SRBIJE zasnovani su na tri glavne osobine brenda, kao što su prepoznatljivost i ugled, dugogodišnja doslednost i pouzdanost, kao i korporativna društvena odgovornost. “Nagrada SUPERBRANDS je došla kao kruna naše korporativne kampanje ‘Svako Dobro’, koja ima za cilj da predstavi Hemofarm u jednom novom svetlu, novom brend identitetu, osveženom vizuelno, ali isto tako i da pokaže da Hemofarm nije samo proizvođač kvalitetnih, a dostupnih lekova i farmaceutskih proizvoda, već kompanija koja brine o ljudima, i nastoji da unapredi opšti kvalitet života svakog pojedinca”, rekla je Natalija Popović, direktorka Komunikacija Hemofarma.



# 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