

VREME

Klub dobrih poslovnih ideja

USPEHA!

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

ENERGETIKA I FINANSIJE

“Kolubara” puni
budžet Srbije

EKO-TURIZAM

Vlasinsko jezero
– primer dobre
prakse

MARINOS VATIS, VOJVODANSKA BANKA

Zbog izbora će sve stati na pet meseci

Zbog izbora će sve stati na pet meseci

“U Srbiji postoji tradicija da ljudi odmah idu i menjaju dinare u nemačke marke, ili danas u evre. Zašto prosečan građanin Srbije to radi? Zato jer razume da postoji rizik. I kako onda odjednom ne razumemo da postoji rizik u uzimanju kredita na 30 godina u švajcarskim francima”

Krajem 2013, čelnici Vojvođanske banke obratili su se medijima – što je bilo prilično iznenađenje, s obzirom da u prethodnih nekoliko godina ovo nije bila praksa. Kako je tada rekao predsednik Izvršnog odbora (IO) Vojvođanske banke Marinos Vatis, svi zaposleni su vredno radili i izvukli banku iz teške situacije, a medijsko pojavljivanje su odlagali sve do trenutka kada banka bude na stabilnim nogama. Sa više od 1,3 milijarde dinara neto dobiti u 2013, što je svrstava među najuspešnije na srpskom tržištu, Vojvođanska banka je “isplivala” iz problema i sada posluje sa dobitkom. U razgovoru za “Vreme” Marinos Vatis kaže da banka sada generiše operativni profit na mesečnom nivou, sa trendom porasta, sve zahvaljujući restrukturiranju koje je potrajalo više od šest godina.

“VREME”: **Koji su bili glavni uzroci lošeg poslovanja i gubitaka i na koji način je preokrenuta situacija u 2013?**

MARINOS VATHIS: Nacionalna banka Grčke (NBG) preuzela je Vojvođansku banku krajem 2006. godine i uradila veliko restrukturiranje, koje se može podeliti na dva dela. Prvi deo je bila tehnička reorganizacija, odnosno, prebacivanje 23 osnovna bankarska sistema u jedan centralni osnovni bankarski sistem koji imamo danas. To je bio veoma veliki projekat, veoma težak i komplikovan.

Zašto je bilo 23 različita sistema?

Zato što je Vojvođanska banka bila amalgam nekoliko manjih banaka, i to uglavnom banaka sa samo jednom filijalom. Sve filijale su imale gotovo sve vrste operacija, tako da je svaka filijala bila poput male banke. Sledeći korak bio je da centralizujemo operacije nove, spojene banke,

u skladu sa poslovnim modelom NBG grupe, za koji verujemo da je bolji kada je reč o kontroli rizika. Za ovo su bile potrebne tri godine. Od 2010. do danas prošli smo kroz suštinsku reorganizaciju, koja je, ukratko, pokrila dve stvari: ozbiljno smanjenje i kontrolu troškova, i poboljšanje kulture i metoda prodaje, sa ciljem da povećamo naš učinak. Prvi deo, smanjenje i kontrola troškova uključivao je značajnu racionalizaciju broja zaposlenih – danas imamo 1700 zaposlenih – i smanjenje mreže. Kada smo kupili banku, imali smo nešto više od 200 filijala, a danas ih je 109 – verujemo da je to pravi broj za ovu veličinu tržišta. Efekti ovih mera bili su smanjenje troškova za oko 30 odsto, a kreiranjem novih proizvoda, promenom kulture naših zaposlenih i podsticanjem ponašanja koje je više okrenuto prodaji i zadovoljstvu klijenata, uspehli smo da preokrenemo stvari i dođemo do tačke u kojoj sada imamo operativni profit.

Koliko su veliki gubici bili kada ste preuzeli banku?

Mogu da vam kažem da smo u 2012. imali oko pet miliona evra operativnih gubitaka. U 2013. došli smo u situaciju da stvaramo operativni profit na mesečnom nivou, uz uzlazni trend. Važna stvar je da smo operativne gubitke, gubitke iz poslovanja, u 2013. okrenuli u operativni profit. I to je profit koji će nastaviti da raste, sve dok ne bude većih problema na tržištu.

Šta očekujete u 2014?

Uz pretpostavku da se uslovi na tržištu ne pogoršaju, očekujemo da ćemo imati 25-30 odsto veću operativnu dobit nego u 2013.

Kako sada izgledaju poslovni pokazatelji banke – kolika je adekvatnost kapitala,

koliki je udeo loših kredita (NPL – non performing loans)?

Kapitalna adekvatnost je iznad 17 odsto. Kao i kod većine banaka koje posluju u Srbiji, i mi smo dobro kapitalizovani, što je suprotnost onome što postoji u drugim evropskim zemljama – u Srbiji je kapitalna adekvatnost veoma visoka. I ovo je veoma dobro za srpske štediške – bankarski sistem u Srbiji je veoma zdrav i to se vidi po ovoj kapitalnoj adekvatnosti. Kada je reč o NPL-u, mi smo nasledili portfolio Vojvođanske banke. Ako oduzmemo ovo nasleđe, ukupan broj NPL-a u 2013. bio je 14,7 odsto. Sa ovim nasleđem penjemo se na 19,2 odsto. Od toga, NPL u maloprodaji je 16,1, a kod korporativnih kredita, sa nasleđem, koje se najviše na njih i odnosilo, NPL je 21,9 odsto. Bez nasleđa ta brojka je 13,7 odsto.

Šta banka radi sa tim NPL-ovima?

Postoje dva metoda. Jedan je dobro poznati put – obratiti se zakonu, ući u parnicu, što je jedan od najvećih gubitaka vremena u ovoj zemlji. Drugi način, koji je po mom iskustvu uspešniji, jeste restrukturiranje duga davanjem šanse dužniku da, preduzimajući ispravne mere odloži ili produži život pozajmici. Na taj način dajemo kompaniji ili pojedincu šansu, umesto da ih guramo u bankrot, naravno, ako vidimo da postoje argumenti za nastavak veze, za nastavak postojanja pozajmice. Verujem da je ovo najkorisniji metod, i za banku i za klijente.

Da li banka prodaje ovakve kredite stanovništvu?

Ne. Prema lokalnom pravosudnom okviru, mi ih možemo samo prodavati drugim bankama, ne i kompanijama. U svetu postoje



FOTO: Ivan Šepić

posebni fondovi i kompanije koje sa velikim popustom kupuju ovakve pozajmice. Srpski zakon to ne dozvoljava, već samo prodaju portfolija bankama. A, naravno, banke ovih dana nisu zainteresovane za tako nešto.

Generalno, kako vidite bankarski sektor u Srbiji? Rekli ste da je zdrav i uspešan.

Rekao sam da je zdrav, ne i da je uspešan. Zdrav je kada je reč o štedišama. Njihovi ulogi nisu ni u kakvoj opasnosti. Reč je o malom tržištu, a postoji nešto što se ne uklapa u veličinu tržišta, a to je veliki broj banaka. Imamo 30 banaka – to je neodrživo. Ono što ćemo videti u narednim godinama je ozbiljna konsolidacija. Banke će se ili spajati, ili će se povući sa tržišta, ili biti prodane. Druga karakteristika bankarskog sektora je da je reč o najjednostavnijem obliku bankarstva, sa veoma jednostavnim proizvodima: potrošački i stambeni krediti, kreditne kartice, srednjoročno finansiranje za projekte i depoziti. Ne postoji tržište kapitala, ne postoje korporativne obveznice, kada kompanije izdaju obveznice kako bi privukle fondove za svoje operacije ili da inicijalnom javnom ponudom (IPO) izađu na berzu, jer dubina berze nije dovoljno velika. Ovakav jednostavan oblik bankarski sektor na neki način čini još sigurnijim – nema proizvoda poput onih koje smo videli u krizi 2008, koji su doveli do propasti banaka. S jedne strane dobro je,

jer je sigurno, a sa druge strane, treba još mnogo toga da se uradi da bi postalo sofisticiranije.

Šta treba da se uradi?

Dobro pitanje. Mislim da sve ove stvari nađu svoju poziciju kada tržište poraste. A šta uvećava tržište? Jedan osnovni sastojak rasta jesu strane direktne investicije. Što više stranih investicija bude dolazilo u zemlju, tržište će više i brže porasti, i počecemo da vidimo stvari koje ulaze na tržište, a kojih danas nema zbog manjka interesovanja ili manjka uslova.

Kako vidite situaciju banaka u Srbiji kada je reč o kreditima u švajcarskim francima? Kakvo je stanje u Vojvođanskoj banci kada je reč o ovim kreditima?

Priča o kreditima u švajcarskim francima je ništa više nego priča o pozajmici sa nižom cenom. Kada uzmete kredit u drugoj valuti, kada ta valuta nije ista kao ona u kojoj primete zaradu, očito da postoji rizik. Siguran sam da su banke, koje su ponudile ove proizvode, objašnjavale svojim klijentima ove rizike. Ali, kada hoćete zajam, kada hoćete da kupite kuću i možete je odmah dobiti jeftinije, uglavnom ne slušate, ili ne smatrate da ste u bilo kakvom riziku, jer ne gledate dugoročno. Kada se odnos dinara i franka promenio na štetu dinara, u isto vreme se povećala cena pozajmljivanja franaka za banke. Stoga su i banke time bile pogođene, jer je cena pozajmljivanja švajcarskih franaka porasla,

ali su bili pogođeni i potrošači, zbog kursnih razlika. Ono što su neke banke uradile jeste da su deo tog povećanja cene švajcarskog franka prenele na pojedince kroz promenu cene kredita, odnosno visine kamatne stope. I ovo je izazvalo velike probleme pojedincima – ne samo da se odnos švajcarskog franka i dinara promenio, već je i kamata na kredit poskupele. Tako da, ako govorimo o ovoj promeni cena kredita, da, verovatno nije trebalo da banke to urade. Mi to nismo uradili. Ali, to su rizici kada hoćete jeftiniji proizvod. Mislim da danas postoji minimum obrazovanja da se razume da će, ako uzmete kredit u švajcarskim francima, a zarada vam je u dinarima, uvek postojati rizik. U Srbiji postoji tradicija da ljudi odmah idu i menjaju dinare u nemačke marke, ili danas u evre. Zašto prosečan građanin Srbije to radi? Zato jer razume da postoji rizik. I kako onda odjednom ne razumemo da postoji rizik u uzimanju kredita na 30 godina u švajcarskim francima? Tako da su svi odgovorni.

Na pomenutom obraćanju medijima izneli ste očekivanje da će kamatne stope uskoro krenuti da padaju. Možete li obrazložiti ovaj stav, uz osvrt na činjenicu da je Srbiji nedavno snižen kreditni rejting?

U novembru, tokom nedelje štednje, videli smo znatan pad kamatnih stopa. Mislim da je u proseku kamatna stopa bila za pola odsto niža. Ovo očito pokazuje želju bankarskog sistema da smanji kamatne stope, a mislim da je to i želja centralne banke. Takođe, na tržištu postoji jedan broj banaka koje agresivno nastupaju i nude niže kamate na kredite, u želji da povećaju svoj udeo u statičnom ili opadajućem tržištu, jer se korporativno tržište u 2013. smanjilo pet do osam odsto. Međutim, postoji i uticaj međunarodnog okruženja, ispravno ste pomenuli kreditni rejting, sada opet ulazimo u period izbora – a kada su izbori u ovoj zemlji, video sam da stvari manje-više stanu, ili se ne kreću onako brzo kako bi trebalo. Tako da smo u 2012, iz političkih razloga, izgubili šest meseci, izgubićemo još pet meseci u 2014, i ovo nisu faktori koji pozitivno utiču na situaciju – stopiraju stvari i prave prepreke. Definitivno ćemo videti neke pozitivne racionalizacije kamatnih stopa, ali će biti potrebno više vremena.

“Kolubara” puni budžet Srbije

Velike kompanije, poput “Kolubare”, prošle godine donele su u budžet, po osnovu poreza i doprinosa, dva puta više novca nego što je bio prošlogodišnji deficit Republike Srbije. Ove firme daju primer borbe protiv sive ekonomije i odgovornosti kompanija, kako prema državi, tako i prema društvu u celini



FOTO: Milan Cvijetic

Rudarski basen “Kolubara”, privredno društvo za proizvodnju, preradu i transport uglja, koje posluje u sastavu JP Elektroprivreda Srbije, uvećava državni budžet na više načina, od poreza i doprinosa na zarade zaposlenih, preko plaćanja naknada za gradsko građevinsko zemljište lokalnim samoupravama na čijim se lokacijama vrši eksploatacija uglja, plaćanjem ekoloških taksi, naknada za korišćenje mineralnih sirovina, tj. rudne rente, do svih onih drugih obaveza RB “Kolubare” definisanih zakonom. Tokom 2013. godine, ukupne finansijske obaveze “Kolubare” prema državi, iznosile su oko 16,62 milijarde dinara.

“U kontekstu profitabilnosti i održivosti, “Kolubara” ne troši budžetske pare, niti dobija bilo kakve subvencije iz budžeta, već kao deo privrede stvara novu vrednost,

finansirajući se prihodima od prodaje uglja”, kaže za “Vreme” direktor Milorad Grčić. “U ukupnu sumu novca, koju je ‘Kolubara’ imala obavezu da uplati državi u 2013. godini, osim rudne rente, ulaze i naknade za zaštitu životne sredine u iznosu od oko 26,25 miliona dinara, naknada za građevinsko zemljište 1,15 milijardi dinara, obaveze po osnovu PDV-a 6,10 milijardi dinara, porez na dobit oko 466,41 milion dinara, troškovi zaposlenih, porezi na zarade, doprinosi, i mnoge druge obaveze. Kada je reč o broju radnika RB ‘Kolubare’ za koje se zarada obračunava sa uplatom svih poreza i doprinosa, na dan 31. decembra 2013. godine u RB ‘Kolubari’ bilo je zaposleno 9680 radnika. Od 1. januara 2014. u sastavu RB ‘Kolubare’ je i preduzeće ‘Kolubara metal’, a radnici ovog preduzeća, 2770 zaposlenih,

sada su i zvanično radnici RB ‘Kolubare’”, kaže Grčić.

Lazarevac, Lajkovac i Ub su opštine na kojima se vrši eksploatacija uglja i većinu zaposlenih RB “Kolubare” čine upravo građani tri navedene opštine. Značaj Rudarskog basena za ove lokalne samouprave je ogroman. Od ukupnog broja zaposlenih građana opštine Lajkovac, prema poslednjim statističkim podacima, 52,2 odsto radi u RB “Kolubari” i u preduzećima koja usko sarađuju sa Rudarskim basenom. Veliki doprinos “Kolubare” je, svakaako, mnogo manja nezaposlenost u odnosu na opštine u okruženju i opštine na jugu Srbije. Značajna sredstva izdvajaju se za pomoć mesnim zajednicama, kako investiranjem u izgradnju objekata tako i u održavanju i presipanju nekategorisanih puteva. Osim toga, “Kolubara” uvek izlazi u susret i pomaže kada je to potrebno institucijama u opštinama kao što su domovi zdravlja, kulturne ustanove, škole, zatim sportskim klubovima, socijalno ugroženom stanovništvu i tako dalje.

Uticaj “Kolubare” vidi se u široj društvenoj zajednici i odvija se u više pravaca, a ovaj gigant ima intenzivnu saradnju u brojnim projektima za podizanje uslova života, standarda građana ovih opština i zaštite životne sredine. Zbog svega toga je na lokalnom nivou značaj “Kolubare” više nego evidentan, ali se, nažalost, često zaboravlja na njen značaj kada je budžet države u pitanju. Manje-više, smo svi svesni da energetska stabilnost Srbije zavisi od ovog privrednog društva, s obzirom na to da se više od polovine proizvedene struje dobija od kolubarskog lignita, ali ni uticaj na ekonomsku stabilnost nije zanemarljiv.

Važna je podrška inicijativama

Javnost prepoznaje i pamti ovu vrstu podrške i neretko ovakve aktivnosti daju doprinos ostvarenju profita, čak i veći od doprinosa koji daje na primer marketing

Društveno odgovorno poslovanje zasnovano je na poštovanju zakona, transparentnom poslovanju, investiranju u kadrove, zaštiti i očuvanju životne sredine, visokim standardima kvaliteta rada i uvođenju sistema kvaliteta, održavanju i unapređenju poverenja kupaca, kao i na odnosu i saradnji sa društvenom zajednicom. Od svega pomenutog, najširoj javnosti je, naravno, najvidljivija saradnja sa društvenom zajednicom, koja se najčešće realizuje kroz materijalnu podršku inicijativama ili pokretanjem inicijativa, događajima i projektima od društvenog značaja, domaćeg, regionalnog ili međunarodnog karaktera, a ostvaruje se kroz donacije, sponzorstva, humanitarne aktivnosti. Ova vrsta društvene odgovornosti korporacija i u samoj kompaniji kreira pozitivan duh i raspoloženje, pogotovo kada su sami zaposleni uključeni u timske aktivnosti, ili kada predstavljaju korporaciju u inicijativama u okruženju. S druge strane, javnost prepoznaje i pamti ovu vrstu podrške i neretko ovakve aktivnosti daju doprinos ostvarenju profita, čak i veći od doprinosa koji daje npr. marketing.

Da bi ovakve inicijative dale najbolje rezultate, kako za sredinu u kojoj se realizuju tako i za samu kompaniju, najvažnije je da one budu dugoročno održive, ali i da rezultat bude lako prepoznatljiv. Uređenje priobalja, parkova, farbanje klupa ili ograda škola i vrtića, sadenje sadnica, uvek su dobrodošle aktivnosti i realan minimum koji jedna kompanija može da pruži u sredini u kojoj posluje. Druga kategorija su inicijative koje proizlaze iz boljeg poznavanja svakodnevice društva i malo većeg angažovanja u prepoznavanju njegovih problema. Najčešće su to inicijative koje se odnose na pomoć zdravstvenim institucijama, ili ustanovama za zbrinjavanje dece. Podrške inicijativama u edukaciji se uglavnom usmeravaju na pomoć osobama sa problemima u razvoju i socijalno ugroženim kategorijama. Pomoć redovnim školskim ustanovama i fakultetima je relativno retka i uglavnom se svodi na stipendije ili donatorske aktivnosti

– poklanjanje IT opreme, knjiga i sl. Iako smo svi svesni činjenice da u edukaciji mladih leži budućnost zemlje i društva, a da mladi grabe svaku šansu da odu u inostranstvo, kod nas je inicijativa u ovom segmentu i dalje malo. Zainteresovanost za ovaj sektor treba podsticati na sve načine, a dobar primer je Piraeus banka koja je prepoznala problem odliva mladih i stručnih ljudi iz naše zemlje, i već godinama usmerava svoje društveno delovanje u pravcu suzbijanja ovog fenomena. Naime, banka je izdvojila sredstva za



Svečana dodela nagrada

ovaj program i potpisala dvogodišnji protokol o saradnji sa Fondom za mlade talente pri Ministarstvu za omladinu i sport, čime je obezbedila profesionalnu praksu i novčana sredstva za podršku mladim talentima.

Još jedan značajan projekat ove banke, u tom segmentu, jeste ekskluzivni Ugovor o saradnji sa beogradskom Matematičkom gimnazijom, školom od nacionalnog značaja čiji se uspeh dokazuje sa više od 300 osvojenih medalja na raznim takmičenjima, što predstavlja jedinstveno dostignuće u poređenju sa učinkom bilo koje škole u svetu. U junu 2013. banka je potpisala ovaj ugovor i time se obavezala da sponzoriše prvo međunarodno takmičenje u organizaciji Matematičke gimnazije, pod nazivom "Kup Matematičke gimnazije 2013", ali i da pomogne talentovanim mladim učenicima da učestvuju na velikim internacionalnim takmičenjima, pružajući im finansijsku podršku u odlasku na ta takmičenja. Ovakav kup je organizovan u Srbiji prvi put od 1977. godine, a zahvaljujući Piraeus banci, ova naša

ugledna gimnazija je konačno dobila priliku da, nakon više od tri decenije pauze, bude domaćin takvog takmičenja. Dvadeset timova koji su došli kako iz zemalja iz regiona tako i iz Rusije, Velike Britanije, Turske takmičili su se u znanju iz matematike, fizike i informatike. Iako su svi došli prvenstveno da daju svoj maksimum u znanju, osim medalja odavde su poneli i puno novih prijateljstava i lepih utisaka o našoj zemlji. Veliko je zadovoljstvo videti najbolje mlade matematičare, fizičare i informatičare na jednom mestu i

dati im podsticaj da postanu glavna pokretačka snaga zemalja iz kojih dolaze. Piraeus banka je ovim sponzorstvom pokazala da je prepoznala važnost razvoja obrazovanja i nauke, da će ovom saradnjom sa mladim matematičarima na neki način doprineti izgradnji društva zasnovanog na pravim vrednostima. Piraeus banka već godinama unazad podržava različite projekte iz obla-

sti edukacije, ali je ovo prvi put da je uključena u realizaciju ovako značajnog događaja, kako za Srbiju tako i za svet. Ideja je da ovaj kup postane tradicija koja će imati svoje mesto i u svetskim okvirima. Ovih dana počele su pripreme za Kup Matematičke gimnazije 2014, a svoje prisustvo na ovom takmičenju već su potvrdili učesnici iz zemalja koje su učestvovali i prošle godine. Takođe, za Kup 2014. stižu prijave i iz drugih zemalja koje su dobile informacije o kvalitetu prošlogodišnjeg takmičenja. Po svemu sudeći, ovogodišnji Kup imaće mnogo jaču konkurenciju, takmičara iz Nemačke, Francuske, Švajcarske, Italije, Španije, Grčke.

Matematička gimnazija sigurno nije jedina škola u Srbiji koja ima ovakve kapacitete, tako da ovaj primer ne bi trebalo da ostane usamljen. S obzirom na to da država nije u mogućnosti da izdvoji sredstva za ovakve inicijative, društveno odgovorne kompanije koje posluju kod nas sigurno to mogu i treba da urade.

NOVI NAMENSKI SERVERI

Vrhunski hardver, bolje performanse, povoljnije cene

- Intel® Xeon™ procesori
- Supermicro® platforma
- Windows i Linux OS



	Standard	Pro	ProPlus
Procesor	1 × Xeon 5600	1 × Xeon E5	2 × Xeon E5
Jezgra	4	6	12
RAM	8GB	16GB	32GB
Disk	2 x 1TB SATA	2 × 1TB SATA	4 × 1TB SATA
RAID	RAID 0, 1	RAID 0, 1	0, 1, 5 ili 10
Protok	500GB	1 TB	2TB



SUPERMICRO®

Zakupom EUnet namenskih servera imate na raspolaganju različite hardverske i mrežne resurse potrebne za vaše internet poslovanje, oslobađate se velikog dela investicija za kupovinu i održavanje, obezbeđujete sigurnost i dostupnost svojih podataka.

EUnet

eunethosting.com

eunethosting.com/namenski-serveri • 0700 600 500 • +381 11 3010 500 • info@eunet.co.rs

Vlasinsko jezero – primer dobre prakse

Sredinom decembra prošle godine, studenti Fakulteta za turizam predstavili su svoje viđenje Vlasinskog jezera kao eko-turističke destinacije, i za to dobili nagradu "Vlasina Award of Excellence". Nešto više o mogućnostima razvoja Vlasinskog jezera i osnivanju javno-privatnih partnerstava za "Vreme" govore Irena Vojáčková-Sollorano, stalni koordinator Ujedinjenih nacija (UN) u Srbiji i stalni predstavnik Programa UN za razvoj, i Dimitar Andonov, direktor operacija za Srbiju, Crnu Goru i Makedoniju kompanije Koka-Kola

"VREME": Kakve su ideje ponudili nedavno nagrađeni studenti turizma? Hoće li njihovi radovi poslužiti kao jedan od osnova daljeg razvijanja turizma na Vlasini?

I.V.: Ideje studenata o viziji Vlasine 2020. godine o uključivanju lokalnog stanovništva na principima održivosti koristeći prednost netaknute prirode bile su najupečatljivije. Studenti su pokazali svoju kreativnost i ideje u oblasti upravljanja turističkom destinacijom u zaštićenom području kroz niz predloga u oblasti unapređenja turističke ponude, uključujući kulturu a ne izostavljajući komponentu prirodnih resursa. Kroz ovakvu saradnju sa studentima, Program Ujedinjenih nacija za razvoj podržava uključivanje mladih u procese lokalnog ekonomskog razvoja.

Zašto baš Vlasina? Koliko ima uticaja što se fabrika "Rosa" u vlasništvu Koka-Kole nalazi upravo na Vlasini?

D.A.: Dobro ste приметili, svakako da je veliki uticaj na odabir lokacije za ovakav projekat imala upravo činjenica da se naša "Rosa" nalazi upravo na području Vlasine. Isti razlozi zbog kojih smo neka da odabrali "Rosu" i sada su bili relevantni – u pitanju je područje netaknute prirode, pod zaštitom države, nedovoljno poznato. Mi smo želeli da prvo damo doprinos "u svom dvorištu" povezivanjem svih relevantnih činilaca iz tzv "zlatnog trougla" – državnog, privatnog i javnog sektora, našim znanjem o građenju brendova, i, ne najmanje važno, investiranjem u destinaciju kroz projekat.

Šta Vlasina trenutno nudi kao lokacija, a šta joj nedostaje?

I.V.: Kroz set edukacija unapredili smo ponudu, okupili udruženja i stvorili uslove za razvoj jedinstvenog turističkog proizvoda koji se temelji na konceptu "hrane nultog kilometra". Koncept "hrane nultog kilometra" je primer prakse u kojoj se hrana proizvodi, konzumira i prodaje a odnosi se na neindustrijsko voće i povrće, med, sir i meso. Nedostatak Vlasine su kapaciteti koji se polako unapređuju i tu se misli na ljudski kapital, profesionalce sa znanjem i veštinama koji će staviti u funkciju razvoj destinacije i osigurati njenu održivost u budućnosti.

Kako vidite područje Vlasinskog jezera kroz deset godina?

D.A.: Pre svega, nadamo se da će godine pred nama Vlasini doneti turiste, i s njima prihode, koji će moći da podrže ekonomski razvoj ovog siromašnog područja, ne narušavajući njegovu izuzetnost.

Kako očuvati tu ekološku komponentu i ne poremetiti prirodno stanište, ako Vlasinu počne da posećuje znatno veći broj turista nego do sada?

I.V.: Jedan od rezultata naše aktivnosti na Vlasini jeste povećanje posetilaca od 15 odsto, do sada, a način na koji se lokalno



stanovništvo odnosi prema destinaciji predstavlja primer i za goste. Jedan od najlepših primera je domaćinstvo "Vlasinski vrtovi", koje na Vlasini postoji dugi niz godina i pruža usluge smeštaja i ishrane a koje je značajno unapredilo koncept svoje ponude nakon uključivanja u projekat na način da sada nude turistički proizvod i itinerer Vlasine sa akcentom na jedinstvenom doživljaju destinacije.

Postoji li mogućnost privlačenja i ulaganja u lokaciju Vlasinskog jezera i preduzetnika koji nisu iz branše turizma?

D.A.: Sigurni smo da postoji, na mnogo osnova. Možemo to da ilustrujemo primerom još jednog dugoročnog projekta koji sprovodimo sa Svetskim fondom za prirodu (WWF) u području Gornjeg Podunavlja. Mi smo kao kompanija dali sebi i svetu obećanje da ćemo do 2020. godine vratiti prirodi svu vodu koju iz nje crpemo. Osim što smo opet prvo "počistili u svom dvorištu", izgradnjom fabrika za preradu otpadnih voda pri svakom proizvodnom pogonu, smanjenjem količine vode potrebne za proizvodnju i recikliranjem iskorišćene vode, hteli smo da se prirodi odužimo i vratimo joj i onu vodu koja uđe u naše proizvode, te smo podržali obnovu vlažnih staništa koja su važna sa mnogo aspekata – od odbrane od poplava do očuvanja bogatstva biljnog i životinjskog sveta, ali i kao prirodni filteri vode. Mi prirodi vraćamo čak do 35 odsto vode iskorišćene u celoj Evropi – dakle mnogo više nego što lokalno koristimo.

Da li ste predstavili primer dobre prakse Vlasine i svoje ideje u širem kontekstu drugim akterima i kakve su bile reakcije?

I.V.: Program UN za razvoj zalaže se za što veće uključivanje privatnog sektora u cilju očuvanja životne sredine i zaštićenih područja u Srbiji kako bi unapredio njihovu konkurentnost i očuvao ljudski kapital. Ovaj projekat je primer dobre prakse i naša ideja jeste da na što smisleniji način nastavimo da razvijamo saradnju sa privatnim sektorom kako bismo ohrabрили i druge preduzetnike da na destinacijama poput Vlasine stvaraju dodatnu vrednost, podržavajući razvoj lokalnih zajednica i njihovih kapaciteta u oblasti turizma.

Koja su još područja zanimljiva za javno-privatna partnerstva?

D.A.: Mi verujemo da se ovakva vrsta projekata može pokrenuti gde god postoji poklapanje dugoročnog poslovnog interesa neke kompanije sa razvojem određenog područja. Najlogičnije je da kompanije ulažu u predele iz kojih same potiču i time "vraćaju" zajednici i prirodi deo svoje dobiti od poslovanja na određenom području. Mi čvrsto verujemo da kompanije mogu biti dugoročno uspešne samo onoliko koliko su uspešne i zajednice u kojima funkcionišu.



TELEKOM

Mladi talenti na praksi

Stručnom radionicom u organizaciji Telekoma Srbija, koju su otvorili ministar omladine i sporta Vanja Udovičić i generalni direktor Telekoma Srbija, Predrag Čulibrk, obeležen je početak prakse za stipendiste Fonda za mlade talente u toj kompaniji. Odabranim studentima pružena je prilika da praktično primene sve što su tokom studija naučili, kao i da steknu iskustvo neophodno za kasnije zaposlenje. Stručna praksa je rezultat Sporazuma o saradnji koji su potpisali Telekom Srbija i Ministarstvo omladine i sporta u julu prošle godine. Zahvaljujući sporazumu, po deset odabranih studenata Fonda za mlade talente će u naredne četiri godine, imati priliku da u Telekomu obavljaju praksu u trajanju od dva meseca pod nadzorom mentora. "Studenti predstavljaju budućnost ove zemlje, pa smo se mi u Telekomu Srbija potrudili da damo svoj doprinos njihovom obrazovanju, da značajno obogatimo njihova praktična znanja i učinimo ih kvalitetnijim i poželjnijim kadrom u očima budućih poslodavaca. Uz mentora koji će pratiti rad svakoga od njih i pružiti neophodnu podršku i pomoć u dostizanju ciljeva prakse, uveren sam da će ovi mladi ljudi lakše pronaći svoj profesionalni put i odlučiti da ostanu u Srbiji", izjavio je Predrag Čulibrk, generalni direktor Telekoma Srbija.

UNIQA OSIGURANJE

Najažurnije u rešavanju šteta

Prema zvaničnom izveštaju o pregledu osiguranja i šteta u osiguranju od auto-odgovornosti u kome je obuhvaćeno 12 kompanija koje su poslovale u protekloj godini, UNIQA osiguranje je na dan 31. 12. 2013, posmatrajući od početka godine, najbolje osiguranje u ažurnosti rešavanja odštetnih zahteva – kao što je to bio slučaj i u prethodnih pet godina. I ovom prilikom ističemo da se u izveštaju navodi da ažurnost u rešavanju šteta predstavlja osnovni kriterijum za procenu dobrog društva za osiguranje. Kada su u pitanju sva osiguravajuća društva u Srbiji, prošle godine zaključeno je ukupno 2.228.920 polisa obaveznog osiguranja vlasnika motornih vozila za štetu pričinjenu trećim licima. Posmatrajući sva osiguranja, osigurani su tokom 2013. godine prijavili ukupno 56.817 šteta, a isplaćena su 50.973 odštetna zahteva. Ukupna premija koju su naplatila sva osiguravajuća društva iznosila je 19.396.409.000 dinara. Za sedam godina koliko posluje u Srbiji, UNIQA se uspešno diferencirala na tržištu kao lider u oblasti brige o klijentima, što pokazuje i

ovaj rezultat – prvo mesto u ažurnosti rešavanja šteta u auto-odgovornosti na dan 31. 12. 2013. i to šestu godinu zaredom.

EPS

Firma u Sloveniji

Nadzorni odbor Javnog preduzeća Elektroprivreda Srbije doneo je odluku o osnivanju privrednog društva u Sloveniji EPS Trgovanje. Ova firma biće osnovana posle dobijanja saglasnosti Vlade Srbije, a radom EPS Trgovanja u Sloveniji, koja je članica Evropske unije, jačaće se pozicija EPS-a na regionalnom tržištu električne energije, trgovina električnom energijom biće efikasnija uz maksimizaciju profita i smanjenje troškova snabdevanja električnom energijom u Srbiji. Firmom EPS Trgovanje upravljaoće se iz Srbije iz sedišta EPS-a i s obzirom na savremene uslove trgovine električnom energijom nema potrebe za zapošljavanjem ljudi u Sloveniji. Osnivanjem firme u Sloveniji EPS-u je omogućena trgovina električnom energijom u

Evropskoj uniji i time će biti veoma olakšana trgovina u regionu, a EPS će prvo početi direktnu trgovinu na berzi u Mađarskoj.

LENOVO

Preuzimanje Motorole

Lenovo i Google danas su postigli obavezujući dogovor na osnovu kojeg kompanija Lenovo planira preuzimanje Motorola Mobility jedinice za smart telefone. Sa snažnim poslovanjem u oblasti PC računara i brzorastućim poslovanjem u oblasti smart telefona, ovaj dogovor će značajno osnažiti poziciju kompanije Lenovo na tržištu smart telefona. Dodatno, Lenovo će obezbediti snažno prisustvo u Severnoj i Latinskoj Americi, kao i u Zapadnoj Evropi, kako bi upotpunio svoje snažno i brzorastuće poslovanje u oblasti smart telefona na rastućim tržištima širom sveta. Cena po kojoj je izvršena ova transakcija je približno 2,91 milijarda američkih dolara (podložna izvesnom prilagođavanju), što uključuje i 1,41 milijardu plaćenu po zaključenju, od čega 660 miliona američkih dolara u kešu i 750 miliona američkih dolara u običnim deonicama kompanije Lenovo. Preostalih 1,5 milijardi američkih dolara biće isplaćena kroz formu trogodišnje obveznice.

KNJAZ MILOŠ

Aqua Viva u EU

Odlukom Odeljenja za životnu sredinu, hranu i ruralne poslove (DEFRA), regulatornog tela EU, od decembra 2013. godine, Aqua Viva, mineralna voda kompanije Knjaz Miloš nalazi se na listi mineralnih voda odobrenih na tržištima Evropske unije. Nakon čuvene srpske mineralne vode Knjaz Miloš, sada je i Aqua Viva zvanično priznata i prepoznata kao voda vrhunskog kvaliteta u državama Evropske unije. "Kao jedna od najstarijih i najznačajnijih srpskih kompanija, Knjaz Miloš uspešno širi svoje poslovanje na inostrana tržišta, teži kontinuiranim inovacijama i praćenju novih trendova, postavljajući kvalitet proizvoda kao jedan od vodećih prioriteta. U 2013. godini, izvoz kompanije u zemljama regiona i širom sveta zabeležio je dvocifren rast, što je još jedan dokaz uspešnosti i prihvaćenosti proizvoda kompanije Knjaz Miloš i van granica naše zemlje", rekao je Bogdan Komlenac, menadžer korporativnih poslova kompanije Knjaz Miloš.

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