

VREME

Klub dobrih poslovnih ideja

USPEHA!

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

MAJA KOLAR,
BANCA INTESA

Siromaštvo
je gorući
problem

OLIVER KLESINGER,
HYPO ALPE ADRIA BANKA

Siguran način
ulaganja

VESELIN JEVROSIMOVIĆ,
COMTRADE GROUP

Kapital ne dolazi preko noći

Kapital ne dolazi preko noći

“Bez jake ekonomije nema jake politike, i obrnuto. Ali nema ni jake ekonomije bez jake informatike. To je danas činjenica”

Uprkos krizi koja muči i svetsku IT industriju, za ComTrade ova godina počela je izuzetno uspešno. Sa američkom kompanijom Bally Technologies potpisali su 21. novembra višemilionski ugovor, koji je objavljen 23. januara u Londonu na sajmu ICE Totally Gaming Show 2012. Ovaj posao predviđa angažovanje ComTradeovih razvojnih stručnjaka kako bi se igre za klasične slot aparate “preselile” i u *on-line* okruženje. Bally je vodeća svetska kompanija u oblasti naprednih uređaja i sistema za igre na sreću, čija berzanska vrednost iznosi 1,82 milijarde dolara. Takođe, 9. februara, ComTrade je proglašen za najbolju IT kompaniju na prostoru Istočne Evrope na četvrtoj tradicionalnoj godišnjoj dodeli nagrada *DISTREE- EMEA* (za najbolje IT kompanije Evrope, Bliskog istoka i Afrike). Ova nagrada predstavlja važno profesionalno priznanje, jer na događaju u Monte Karlu učestvuju najbolje svetske IT kompanije, a žiri je sastavljen od predstavnika 80 najvećih vendora kao što su HP, Intel i Microsoft. “Križa je nastupila 2008. godine i za godinu dana zahvatila ceo svet. Otada do danas, srpsko i regionalno IT tržište je konstantno u padu od oko 45 odsto, u odnosu na 2008. godinu. Sa druge strane, ComTrade je uspeo da izjednači poslovni rezultat u 2011. sa onim iz 2008, što znači da smo kao kompanija mnogo brže rasli u uslovima krize nego tržište koje je u padu. To smo uspeli prvenstveno zato što smo uveli neke nove programe, a najveća zasluga pripada tome što smo proširili poslove na zemlje Evrope i Amerike, gde nam tržište raste. Ugovor sa kompanijom Bally Technologies koja je kupila našu licencu je zaista veliko priznanje, jer su oni svetski lider u gejming industriji. Izabrali su ComTrade i pored velike konkurencije koja dolazi iz američkih, kineskih i indijskih kompanija”, kaže u razgovoru za “Vreme” Veselin Jevrosimović, predsednik

ComTrade Group.

“VREME”: Kazali ste da u Istočnoj Evropi nemate ozbiljnu konkurenciju.

VESELIN JEVROSIMOVIĆ: U ovome što radimo nemamo, a u nekim stvarima smo čak i lideri u svetu, kao što je razvoj softvera za velike *storage* sisteme i za *on-line* igre na sreću koje ne može svako da licencira. To je jedan on najviših standarda u softverskoj industriji koji kompanija može da postigne. Mi smo jedna od retkih kompanija u Istočnoj Evropi i među par u Zapadnoj, koje imaju tu licencu. Trenutno imamo dozvolu u preko 40 zemalja, uključujući i zemlje Beneluksa, gde možemo da prodajemo naša softverska rešenja. Malo ko zna da se 70 odsto našeg poslovanja i prihoda odvija u inostranstvu, a samo 30 odsto u Srbiji i regionu.

Ovim poslom počeo sam da se bavim sa dva deset godina u Americi, kada sam sa trojicom poslovnih partnera osnovao firmu. Kasnije smo nas dvojica prešli u Nemačku, gde smo pozicionirali kompaniju koja je bila druga u svetu u trgovini kompjuterskom opremom. Bili smo na berzi i imali promet od 12,5 milijardi dolara. Kada sam 1995. prodao akcije, vratio sam se u Srbiju, a mojim dolaskom ComTrade je počeo naglo da se razvija. Sa stečenim iskustvom bilo je prirodno da firmu u startu okrenem ka inostranim tržištima. Prva smo IT kompanija koja je 1997. počela da radi u Bosni, a prvi smo ušli i na tržišta Hrvatske, Albanije i Slovenije. Smatram da privatne firme nisu nacionalne reprezentacije, već interes kapitala i vlasnika, koji bira gde će da uloži i uveća svoja sredstva. Naš interes je bio širenje u regiji, pa onda van regije što smo i uspeli. Trenutno smo najveća regionalna IT kompanija u hardveru, a što se tiče softvera zahvatili smo i deo tržišta gde smo i svetski lideri. Završavamo i nov poslovni

objekat od preko 10.000 kvadrata u centru Ljubljane, koji će u junu biti otvoren.

Da li ste na početku karijere imali intuiciju da je IT posao budućnosti?

Kada sam ulazio u trgovinu računarima, o kompjuterima nisam znao ništa, ali su me oduvek fascinirali i voleo sam da ih popravljam i sklapam. Prvi put sam došao u susret sa PC tržištem u Americi, što se poklopilo sa PC revolucijom. Kada je u Americi počela masovna potražnja za PC računarima, tržište je eksplodiralo. Počeli smo tako što je svako od nas četvorice uložio po 2000 dolara i polako smo razvijali posao. Tamo sam naučio da kapital ne dolazi preko noći, već samo upornim radom i trudom.

Za uspeh u IT industriji potrebno je da imate četiri osobine: upornost, znanje, talenat i, što je najvažnije – viziju. U IT-ju stvari se dešavaju brzo, promene su svakodnevnice i u toj “šumi” tehnike treba prepoznati pravi put kojim ćete voditi kompaniju narednih deset godina. Važno je da ne “svaštarite”, jer je oblast toliko široka da ne možete sve podjednako kvalitetno da radite. Zato se ComTrade usmerio na distribuciju i razvijanje softvera. U distribuciji imamo 400 zaposlenih, a u softveru preko 1200 inženjera, i okupili smo u tom razvojnom segmentu “*creme de la creme*”. Zato nije slučajno što iz naše kuće izlaze samo kvalitetna softverska rešenja. Nedavno su naši inženjeri jedini u svetu uspeli da naprave most pomoću kojeg se povezuju softverska rešenja Citrixa i Microsofta. Vrlo smo inovativni i jedini sa tim rešenjem kao mostom za komunikaciju. Zapadni svet ne zani- ma odakle dolazite, već ono što možete da uradite i šta imate kao proizvod. ComTrade je ambasador srpske i regionalne IT industrije u svetu, i nastupamo sa našim rešenjima kao kompanija iz Srbije. ComTrade još nije imao



Veselin Jevrosimović, predsednik ComTrade Group

Foto: A. Andić

Digitalna i ekološka vizija

Koji su najveći planovi ComTradea u narednom periodu?

Smatram da naša zemlja može vrlo lako da prevaziđe tehnološki jaz, samo je potrebna volja. Tako što ćemo veliki deo onoga gde smo zaostali da preskočimo, i da se okrenemo novim tehnologijama i mnogo više cenimo domaću pamet. Samo kada pogledate koliko se softvera uvozi, tragedija je koliki je to odliv deviza. Sve što se uvozi može da se napravi ovde, pritom da se ista rešenja izvoze po celom svetu. Mi smo se dosta okrenuli razvoju softvera za zelene tehnologije i završavamo veoma dobro rešenje za koje su mnoge zemlje već zainteresovane. Ideja je da uz svaki PC koji prodamo školama, fakultetima i obrazovnim ustanovama ponudimo i licenciran softver o štednji energije. Radimo i na softveru za daljinsko upravljanje solarnim farmama, s obzirom da se solarna energija sve više koristi u svetu. Završavamo i projekat koji se zove "Digitalni Beograd" i imamo viziju da Beograd bude pretvoren u digitalni grad. Živimo u digitalno vreme i problem je što deca razmišljaju digitalno, a mi još uvek analogno. Svakom građaninu treba omogućiti što lakši pristup internetu. Društvene mreže su postale svakodnevica, privatno polako prelazi u poslovno, što dokazuje i sve češća upotreba ovih mreža prilikom trgovine, oglašavanja i izbornih kampanja.

nijedno promašeno IT rešenje, a zna se da se 70 odsto softvera u svetu baci. Nemamo nijednu negativnu referencu iza nas. Zato sam ponosan što smo uspeali da napravimo ovakav trust mozgova.

Planirali ste 2008. izlazak na Londonsku berzu. Da li je to još u planu?

Tada smo bili na korak do izlaska na berzu, međutim, nepovoljna svetska ekonomska situacija nas je prekinula, pa smo odlučili da to na nekih pet godina odložimo i pokušamo ponovo. Sada ponovo razmišljamo u tom smeru. ComTrade ima vrlo jak bord direktora koji bez problema mogu kompaniju da izvedu na strana tržišta akcija. Od 2008. UniCredit

Grupa je naš partner sa vlasničkim udelom od 21 odsto. Na ovom "brodu" itekako je značajno za uspeh i rast imati jakog finansijskog partnera kao što je UniCredit, pa smo zajedno sa njima uspeali da prebrodimo posledice krize.

Kako ocenjujete odnos države prema IT industriji?

Nisam od onih koji će da kritikuje državu niti imam običaj da za neuspeh krivim nekog drugog. Vrlo je jednostavno. Ako vam poslovno okruženje nije naklonjeno, možete da zatvorite kompaniju i odete tamo gde su uslovi bolji. Sa druge strane, smatram da Srbija ima veliki potencijal, ali da to još ne znamo da

iskoristimo. To je, prvo, potencijal u ljudskom kadru, a drugo da i pored velike tehnološke zaostalosti mi imamo izuzetno veliki tehnološki potencijal. Takođe, srpsko tržište je najveće u regionu.

U Srbiji su uvedene neke olakšice: smanjena je stopa PDV-a na kompjutere i carine, što je doprinelo da IT tržište do izbijanja svetske recesije raste 20 odsto godišnje. Međutim, za vreme ove krize izgubljen je fokus na IT investicije, i mislim da je to velika greška. Država se nije okrenula informacionoj ekonomiji kao sredstvu u kome će videti veliku šansu za izlaz iz krize, jer nije postojala kritična masa onih koji su bili spremni da izbave ovu zemlju iz krize uvođenjem IT tehnologija. Postoji jedan vrlo značajan proračun. Ako svake godine uložite pet odsto više u rast informatike, to donosi državi rast BDP-a od jedan odsto. Za državu to nisu značajna ulaganja, ali su veliki podsticaj za ekonomiju. Činjenica je da je pristup evropskim fondovima prvo uslovljen ulaganjima u IT. Ako ne omogućite sistem nadzora, kontrole, dobijanja podataka i statistike, onda ne možete ni da adekvatno upravljate privredom. Brzina donošenja odluka uz pomoć IT-ja i sagledavanja skeniranog stanja privrede itekako je bitna za budućnost ove države i privrede uopšte. Bez jake ekonomije nema jake politike, i obrnuto. Ali nema ni jake ekonomije bez jake informatike. To je danas činjenica. Ova kriza je za velike zemlje problem, ali male zemlje mogu da nađu svoj izlaz. Mogu da iz ovakvih situacija izvuku korist tako što će da privuku strane investitore raznim olakšicama, smanjenjima poreza i kvalitetom radne snage. To je nešto što smo mi trebali da iskoristimo. Država nije kriva što se desila kriza, ali nije ni prepoznala pravi fokus. Loše je što smo izgubili šansu da budemo regionalni centar, koji je sada u Hrvatskoj. Nadam se da će se to polako promeniti. Ako zanemarimo informatiku, ako me pitate kako se Vlada snašla u krizi, mogu da ih ocenim, na skali od 1 do 5, sa 4 plus.

Od 2009. ste članica Svetskog ekonomskog foruma.

Svetski ekonomski forum je prepoznao ComTrade kao jednu od 300 najbrže rastućih kompanija u svetu. To nam je najveće priznanje i poznato je da se od njih poziv teško dobija. Mi se nalazimo u toj grupi. Oni su prepoznali kvalitet naših softverskih rešenja i tamo smo zbog tehnologije koju razvijamo.

Ana Radić

Siromaštvo je gorući problem

“Čitavi segmenti društva su zbog nedovoljnih primanja, a time i kreditne sposobnosti, uskraćeni za šansu da uz finansijsku podršku reše neki od egzistencijalnih problema i izađu iz začaranog kruga”

Izdvajanja za CSR projekte i inicijative za pomoć zajednici vidno su smanjena usled ekonomske krize, a mnoge kompanije mahom su se vratile na princip da preduzeća posluju odgovorno samo onda dok “gledaju svoja posla” i ne smanjuju broj radnih mesta. Ipak, Banca Intesa nastavila je da ulaže u zajednicu, a 20. februara banka je dobila nagradu “Planeta Biznis” za društveno odgovorno poslovanje. O načinima za održivi biznis koji brine o ugroženim grupama i finansijskoj inkluziji razgovarali smo sa Majom Kolar, direktorkom sektora za marketing i komunikacije Banke Intesa.

“VREME”: Na koji način se socijalno odgovorna investicija vraća?

MAJA KOLAR: Nesporno je da je kao posledica ekonomske krize CSR pao na listi prioriteta mnogih kompanija i banaka, naročito onih koje su ove aktivnosti tretirale isključivo kao filantropske i čijim se sprovođenjem samo povećavaju troškovi. Isto tako, činjenica je da se pod održivim poslovanjem pre svega misli na ekonomsku održivost, koja je preduslov za svaku kompaniju da može da kreira radna mesta, izmiruje svoje poreske obaveze i doprinosi jačanju ekonomije u celini. To međutim ne znači da u uslovima krize treba odustati od CSR napora. Opasnost kod ovakvog pristupa leži u činjenici da se njime umanjuje kredibilitet kompanije i povećava reputacioni rizik. U periodu ekonomske krize nepoverljivost prema privatnom sektoru od strane medija, regulatora i javnosti uopšte se povećava i baš zato bi trebalo odgovoriti ispoljavanjem još većeg stepena odgovornosti. U tom smislu, verujem da strateški pristup društveno odgovornom poslovanju otvara brojne mogućnosti bez obzira na ekonomski ciklus. U praksi to može da znači da se pažljivije biraju inicijative, stavljajući fokus na one koje zaista dodaju vrednost poslovanju i ujedno



Maja Kolar, Banca Intesa

ostvaruju pozitivan uticaj na društvo.

Tvrdite da imate integralni pristup i da kroz svakodnevnu poslovnu praksu promovišete finansijsku inkluziju. Šta to tačno znači?

Finansijska inkluzija je koncept koji se rodio iz uočene korelacije između siromaštva i isključenosti iz regularnih finansijskih tokova. Siromaštvo je danas jedan od gorućih problema u Srbiji, ali i u čitavom svetu, što potvrđuju procene da oko 2,5 milijardi ljudi živi ispod granice siromaštva raspolažući sa manje od dva dolara dnevno. Čitavi segmenti društva su, zbog nedovoljnih primanja, a time i kreditne sposobnosti, uskraćeni za šansu da uz finansijsku podršku reše neki od egzistencijalnih problema i izađu iz začaranog kruga siromaštva. Koncept finansijske inkluzije upravo podrazumeva razvoj specifičnih

finansijskih usluga pod povoljnijim uslovima u odnosu na tržišne koji su namenjeni posebnim društvenim grupama, kao što su nezaPOSlene žene, osobe sa invaliditetom, mladi i penzioneri, a sa idejom da se poboljša njihov kvalitet življenja i time pruži doprinos ekonomskom i društvenom razvoju zemlje.

Konkretno, Banca Intesa je u želji da stimuliše samozapošljavanje ponudila neprofitne kredite, poput mikrokredita za mlade preduzetnike i “start up” kredita za žene preduzetnice u Vojvodini. Prvi na tržištu smo ponudili kredite penzionerima omogućujući im da se zaduže do 74 godine života. U saradnji sa partnerima iz nevladinog sektora i našom matičnom bankom radimo na razvoju uslužnog modela namenjenog organizacijama civilnog društva. Takođe, 2008. godine smo uveli prvu dobrotvornu platnu karticu u

zemlji u saradnji sa Paraolimpijskim komitetom Srbije. To je bila prva inicijativa ove vrste na domaćem tržištu, usmerena ka uspostavljanju stabilnog i nezavisnog mehanizma za dugoročnu pomoć sportistima sa invaliditetom i razvoju paraolimpijskog sporta u našoj zemlji.

Na koje načine Banca Intesa obezbeđuje transparentnost svog poslovanja?

Transparentnost je jedna od osnovnih korporativnih vrednosti Banca Intesa koja je aktiva samoregulative, poput Etičkog kodeksa ili Kodeksa profesionalnog bankarskog ponašanja, ugrađena u temelje odnosa koje uspostavljamo sa svim interesnim grupama, omogućujući im da donose informisane i savesne odluke. U našoj interpretaciji transparentnost znači otvoreno, jasno i nedvosmisleno komunicirati sa akcionarima, zaposlenima, klijentima, kao i sa čitavom zajednicom, čineći dostupnim informacije o načinu na koji generišemo trajnu vrednost za sve interesne grupe. Pored nastojanja da klijentima jasno predočimo karakteristike i vrednost proizvoda i usluga koje nudimo, akcionarima Banke, drugim zainteresovanim licima i finansijskoj zajednici u celini garantujemo da će blagovremeno dobiti jasne, kompletne i transparentne informacije o strategiji Banke, njenoj primeni, kao i o rezultatima koje Banka postiže, i to uz poštovanje principa jednakosti u informisanju i korišćenjem različitih kanala informisanja. Tako je na našoj internet stranici moguće u svakom trenutku pronaći godišnje, finansijske i tromesečne finansijske izveštaje, saopštenja za štampu i prezentacije korporativnih rezultata i strategija namenjenih tržištu, kao sva glavna korporativna dokumenata. U domenu društveno odgovornog poslovanja, Banca Intesa kao članica Globalnog dogovora Ujedinjenih nacija priprema godišnji izveštaj kojim beleži razvoj i jačanje svog doprinosa u oblasti društveno odgovornog poslovanja.

U javnosti su najpoznatije vaše akcije "Mesto koje volim" i "Dokaži se 100%". Koliko ste zadovoljni dometima ovih kampanja?

Sa ponosom mogu da kažem da smo izuzetno zadovoljni rezultatima ova dva projekta, kao i sveukupnim efektom koji su do sada postigli. Činjenica da su građani u okviru projekta "Mesto koje volim" nominovali ukupno 1290 lokacija za obnovu i dali im više od 190.000 glasova govori u prilog tome da

je ova inicijativa uveliko ostvarila svoj osnovni cilj pokretanja javnosti u pravcu očuvanja našeg kulturno-istorijskog nasleđa i jačanja svesti društva o njegovom bogatstvu. Krajnji rezultat inicijative biće rekonstrukcija tri lokaliteta koja su osvojila najveći broj glasova građana: Obeležja Narodne biblioteke na Kosančićevom vencu uništene tokom bombardovanja u Drugom svetskom ratu, Beogradske kapije na Petrovaradinu, kao i Gradskih bedema u Novom Pazaru.

S druge strane, za učešće na studentskom konkursu "Dokaži se 100%" prošle godine prijavilo se blizu 150 akademaca, od kojih se 12 najtalentovanijih nadmetalo u pravljenu inventivnih projekata na polju unapređenja zadovoljstva klijenata. Svih 12 učesnika dobilo je novčane stipendije i mogućnost stručnog usavršavanja u Banca Intesa, a četiri pobednika boravila su u Italiji, gde su se takmičili sa pobednicima ostalih banaka članica. Tako je ovaj projekat osim podsticanja kreativnosti i inovativnog pristupa u rešavanju izazova u oblasti zadovoljstva klijenata ustanovio i godišnju nagradu za ideje koje doprinose unapređenju i razvoju ove oblasti poslovanja.

Da li su akcije više ad-hoc ili imaju strateški karakter?

Početkom 2011. usvojili smo trogodišnju CSR strategiju koja uključuje jasne ciljeve koje želimo da postignemo delujući u pet oblasti: tržište, društvena zajednica, radno okruženje, životna sredina, kao i dalji razvoj CSR upravljačkog modela. Jedan od ključnih projekata koji profilise naše delovanje u oblasti doprinosa razvoju društvene zajednice jeste projekat očuvanja kulturno-istorijskog nasleđa "Mesto koje volim". Ove godine pred nama je veliki i složen zadatak, koji podrazumeva obnovu ove tri lokacije. Takođe, nastavljamo sa podrškom školama u Srbiji i deci koja žive u porodicama skromnih materijalnih mogućnosti, i ove godine u partnerstvu sa "Našom Srbijom" koje inače bez prekida traje još od 2003. U planu je i novi ciklus konkursa "Dokaži se 100%", kao i nastavak aktivnosti u okviru saradnje sa britanskom nevladinom organizacijom Euclid Network kako bismo se upoznali sa bankarskim potrebama neprofitnog sektora u Srbiji i zajednički razvili usluge i proizvode namenjene za njihovo osnaživanje.

SAVETI IZ OSIGURANJA

Šta su to bonus i malus u osiguranju od autoodgovornosti?

Bonus-malus sistem predstavlja utvrđivanje visine premije osiguranja od auto-odgovornosti (AO) određenog vozila primenom odgovarajućeg premijskog stepena, u zavisnosti od toga da li je osiguranik u definisanom prethodnom periodu imao prijavljenu štetu po osnovu osiguranja za to vozilo, a za koju je on odgovoran. Bonus predstavlja umanjene osnovne premije osiguranja od AO, ukoliko u periodu osiguranja od najmanje jedne godine nije bilo šteta, dok malus predstavlja uvećanje osnovne premije ukoliko je bilo prijavljenih šteta u prethodnom posmatranom periodu. To znači da prilikom zaključenja polisa osiguranja od AO, osiguravači počinju da vrše selekciju i individualizaciju rizika u zavisnosti od rizičnosti osiguranika. Dakle, vlasnici vozila, čijim vozilom je načinjena šteta, odnosno postoji odgovornost vozača tog vozila za načinjenu štetu, plaćaće veću premiju osiguranja od AO u odnosu na ostale vlasnike vozila, odnosno obračunata premija će na taj način biti pravičnija za pojedinačnog osiguranika. Konačna premija osiguranja od AO, za konkretno vozilo, dobija se množenjem osnovne premije sa određenim popustom ili doplatkom, u zavisnosti od toga u kom se premijskom stepenu zatekao osiguranik (u zavisnosti od prijavljenih šteta u prethodnom periodu) u trenutku kada mu se sačinjava polisa AO. Premijski stepeni od 1 do 3 podrazumevaju popuste na osnovnu premiju, a premijski stepeni od 5 do 12 podrazumevaju doplatke na osnovnu premiju. Najpovoljniji premijski stepen za osiguranika, za dato vozilo, je 1. premijski stepen, gde je definisan popust od 15 odsto. Za svaku godinu bez šteta, osiguranik se pomera za jedan premijski stepen naniže u odnosu na onaj u kome se nalazio u trenutku sačinjavanja polise AO. Takođe, za svaku prijavljenu štetu, osiguranik se pomera za tri premijska stepena naviše, a najviše do 12. stepena, koji podrazumeva doplatku od 150 odsto ili 2,5 puta u odnosu na osnovnu premiju.

Goran Pecikoza

Rukovodilac Službe za motorna vozila
Wiener Städtische osiguranje



Tanasis Kacirumpas, predsednik UO Vip mobile

VIP MOBILE

Rast od 20, 8 odsto

Tokom 2011. Vip je povećao korisničku bazu do ukupnog broja od preko 1,6 miliona korisnika i time zabeležio godišnji rast od 20,8 odsto, dok je tržišno učešće kompanije na kraju decembra prošle godine iznosilo 15,7 odsto. Prihodi su u 2011. porasli za skoro 37 odsto do iznosa od 143,1 milion evra. Rast prihoda rezultat je povećanja broja korisnika i ukupnog mobilnog saobraćaja generisanog od strane korisničke baze, najvećim delom zahvaljujući povećanju broja privatnih postpejd i poslovnih korisnika, kao i segmenta mobilnog brodbenda. "Vip je jedan od najbrže rastućih mobilnih operatera u regionu i na dobrom smo putu da postanemo prvi izbor za korisnike u Srbiji. Vip je samo u 2011. uložio 56 miliona evra, najvećim delom u HSPA+ mrežnu tehnologiju koja našim korisnicima pruža veće brzine prenosa podataka", izjavio je Tanasis Kacirumpas, predsednik UO Vip mobile.

CENTROPROIZVOD

Vlasnici "Future plus"

"Štampa sistem", članica poslovnog sistema "Centroproizvoda", otkupila je 28. februara potraživanja od pojedinih stečajnih poverilaca društva "Futura plus", postavši time njegov najveći poverilac. Preuzimanjem navedenih potraživanja, "Štampa sistem" će kroz realizaciju postojećeg Plana reorganizacije "Future plus" postati i jedan od njenih vlasnika. Grupisanjem kompanija zajedničke delatnosti, pre svega su stvoreni uslovi za uspostavljanje stabilnog poslovnog sistema koji će sačuvati više od 4300 radnih mesta.

Profesionalni tim menadžera "Centroproizvoda" prepoznao je ne samo ekonomski već i društveni značaj "Štampa sistema" i "Future plus" i odlučio da se upusti u veliki izazov njihovog objedinjavanja. "Smatramo da je u vreme ekonomske krize objedinjavanje preduzeća mnogo bolja opcija od zatvaranja, a

ta mera ima kako socijalni tako i ekonomski karakter, jer brine o ekonomiji države i društva u celini", istakao je Nemanja Popov, generalni direktor poslovnog sistema "Centroproizvod" a.d.

DELTA HOLDING

Priznanje za socijalnu inkluziju

Internacionalna nagrada Disability Matters za 2012. godinu dodeljena je srpskoj kompaniji Delta Holding za program profesionalne rehabilitacije osoba sa invaliditetom. Značajno priznanje biće dodeljeno na svečanosti u Parizu 27. marta. Disability Matters je jedna od najvažnijih evropskih nagrada za korporativnu društvenu odgovornost, koja se dodeljuje kompanijama liderima u pružanju podrške osobama sa invaliditetom i njihovim

porodicama. Kao kandidata za nagradu Delta Holding je nominovala organizacija Springboard Consulting, globalni ekspert u oblastima marketinga za OSI i njihove porodice, regrutacije i zapošljavanja osoba sa invaliditetom i podrške zaposlenim osobama sa invaliditetom. Program profesionalne rehabilitacije osoba sa invaliditetom u okviru Delta Holdinga pokrenut je 1. oktobra 2008. Motiv za pokretanje programa bila je što uspešnija radna i socijalna inkluzija osoba sa invaliditetom koje su u dugom vremenskom periodu izolovane iz šire društvene zajednice i bez ikakvog radnog iskustva. Program je obuhvatio edukaciju, program radne i socijalne inkluzije i zapošljavanje, a danas je u Delta Holdingu zaposleno 207 osoba sa invaliditetom.

CAFE CROSSFIRE

Srbija kao investiciona destinacija

Organizacija "Prijatelji Evrope" u saradnji sa Vladom Srbije organizovala je debatu u okviru serije "Cafe Crossfire", koja je održana 27. februara u Briselu, a centralna tema bilo je usmeravanje na Srbiju kao investicionu destinaciju. Učestvovali su Čirinjejev Katurija, predsednik "New Generation Power" u Čikagu, i investitor obnovljivih izvora energije u Srbiji, Ivica Dačić, zamenik premijera i ministar unutrašnjih poslova, Silvana Koh-Merin, član Evropskog parlamenta u Odboru za međunarodnu trgovinu, Milan Konopek, vođa projekta OECD Inicijative za regionalnu konkurentnost, i Dušan Petrović, ministar poljoprivrede, trgovine, šumarstva i vodoprivrede. U ime Kompanije Dunav osiguranje, kao nacionalnog lidera na tržištu osiguranja i jednog od najvažnijih privrednih subjekata u Srbiji, učestvovala je generalna direktorka Milenka Jezdimirović. Ona je istakla da Srbija može podići konkurentnost i održivi razvoj kroz investiranje u razvoj novih proizvoda, tehnologije, više oblike prerade, očuvanje životne sredine, povećanje izvoza na nova tržišta i sufinansiranje izvoznih poslova. Generalna direktorka Dunav osiguranja je podsetila i na pogodnosti koje Srbija može ponuditi potencijalnim stranim investitorima za ulaganja kapitala, među kojima je činjenica da se Srbija

nalazi u centru CEFTA zone. Poseban akcenat stavila je na korišćenje obnovljivih izvora energije, jer Srbija ima znatan potencijal koji nije u dovoljnoj meri iskorišćen.

ERSTE BANKA

“ECO profit”

Erste banka je tokom 2011. godine znatno unapredila rezultate na polju zaštite životne sredine, čemu je doprinelo i učešće u projektu “ECOprofit”. Ovaj međunarodni projekat pokrenut je pre dve decenije u Gracu, sa ciljem smanjenja količine otpada i emisije štetnih materija, kao i primene ekoloških standarda u njihovom tretmanu. U Srbiji, program je pokrenula Gradska uprava za zaštitu životne sredine Novog Sada u saradnji sa Austrijskom agencijom za razvoj i Konzorcijumom “Denkstat” iz Beča. U 2011. godini, deset novosadskih kompanija koje su se priključile projektu uštedelo je 209.652 evra, dok se ove godine očekuje povećanje uštede od preko 50 odsto. Erste banka je, i pre pristupanja projektu “ECOprofit”, tokom 2011. godine uštedela oko 23.000 evra, najviše kroz ekonomičnu upotrebu goriva. Takođe, Banka je prethodne godine reciklirala 34.550 kilograma kancelarijskog papira, 823 prazne kasete za toner i 1990 kg elektronskog otpada. “Učešće u projektu ‘ECOprofit’ omogućilo nam je da napravimo precizan presek potrošnje struje, gasa, goriva i vode i utvrdimo količinu otpada koje Banka proizvodi”, rekla je Dragana Arsić, direktorka Sektora upravljanja imovinom Erste banke.

RAIFFEISEN BANK

Usmerenje na CEE

Preliminarni rezultati za finansijsku 2011. godinu, zasnovani na brojkama koje nisu prošle reviziju, predstavljaju pozitivnu sliku za Raiffeisen Bank International AG (RBI). Sa neto prihodom od kamata koji je bio skoro 2,5 odsto viši i stabilnim prihodom od tarifa i provizija, RBI je generisala profit pre oporezivanja od 1373 miliona evra u 2011. godini, što je za oko sedam odsto više

nego 2010. godine. “Naša visoka moć generisanja profita zasniva se na našem široko diversifikovanom poslovnom modelu, sa jasnim usmerenjem na područje srednje i istočne Evrope, koje će nastaviti da bude područje rasta u budućnosti”, izjavio je Herbert Stepic, predsednik RBI.

SOCIETE GENERALE

Subvencionisani stambeni krediti

Societe Generale banka Srbija počela je da prima zahteve za subvencionisane stambene kredite, u skladu sa Uredbom o merama podrške građevinskoj industriji kroz dugoročno stambeno kreditiranje u 2012. Krediti se odobravaju u iznosu od 10.000 do 100.000 evra, uz minimalno učešće klijenta od pet i učešće države od 20 odsto. Kamatna stopa kreće se od šestomesečni Euribor plus 4,25 do šestomesečni Euribor plus 4,45 odsto.

Ovogodišnjim programom subvencija predviđeno je kreditiranje kupovine novih i nekretnina u izgradnji, na rok otplate od 120 do 360 meseci. Rok otplate uključuje i mogućnost dobijanja grejs perioda od 12 meseci, tokom kog klijent plaća samo kamatu. Novinu predstavlja ukidanje starosne granice klijenta u trenutku odobravanja kredita, dok u trenutku otplate poslednje rate klijent može imati najviše 70 godina.

VINARIJA TIKVEŠ

Vino “Šarac”

Vinarija Tikveš predstavila je na sajmu vina BeoWine Fair novo poluslatko crveno vino “Šarac” (u pakovanju od 1 l i 0,75 l) koje će se na tržištu naći krajem marta i namenjeno je široj populaciji. Novo vino dobilo je ime po čuvenom konju Kraljevića Marka poznatom po ispijanju crvenog vina, a koji se pojavljuje i u makedonskoj i srpskoj poeziji. Ljubitelji vina su na štandu vinarije Tikveš imali prilike da se upoznaju sa linijom *terroir* vina među kojima je i “Bela Voda red 2010”, koje će vinarija plasirati na tržište početkom marta.

PR INDUSTRIJA

Reputacija je sve



Piše: Dr Vladimir Krulj,
Senior advisor Kreab &
Gavin Anderson, Brisel

Segment PR-a prati sudbinu globalne ekonomije. Ekonomska kriza koja traje od 2008. godine, ozbiljno je uzdrmala pre svega finansijske pozicije segmenta odnosa sa javnošću na tržištu Srbije. Pad proizvodnje, prodaje i tražnje, finansijska nelikvidnost i smanjena zaposlenost naveli su privredne subjekte u Srbiji da u cilju smanjenja troškova među prvima smanje, ili čak ukinu budžete za PR, marketing i oglašavanje. Takav potez je samo na prvi pogled bio logičan, iz aspekta menadžera kompanija. Smanjenje troškova – da, ali po koju cenu? Upravo je u vremenima ekonomske krize potrebno intenzivnije raditi na kreiranju reputacije privrednih subjekata i njihovih proizvoda i usluga, odnosno brendova. Tada treba ubediti korisnike i kupce da svoje smanjene budžete usmere u kupovinu određenih roba i usluga. S obzirom da realno nema finansijskih sredstava za obimne i skupe reklamne kampanje, PR ostaje sredstvo kojim se može braniti i unapređivati reputacija, posebno u ovim kriznim vremenima. Menadžeri koji su to na vreme shvatili, mogu da očekuju da će se njihov biznis brže oporavljati u vremenima posle krize. U prilog ovoj tezi govore i primeri velikih multinacionalnih kompanija iz segmenta public and corporate affairs, koje u poslednje vreme ostvaruju rast prometa i prihoda, pre svega od klijenata iz finansijskog sektora, koji je u najrazvijenijim zemljama bio najviše pogođen globalnom finansijskom krizom. Oni su shvatili da pad reputacije znači i pad poverenja, što je pogubno za sektor finansijskih usluga. PR ima tu mogućnost da funkcioniše i u veoma teškim vremenima, i da ne zavisi od skupih marketinških kampanja, već da kreativnim pristupom, koristeći sve moguće kanale komunikacije, šalje željene poruke do korisnika usluga i kupaca proizvoda. Novih kanala komunikacije je sve više. Fenomen interneta i njegov brzi razvoj geometrijskom progresijom, otvara prostor za veliki broj novih kanala komunikacija, od kojih društvene mreže poput Fejsbuka u Srbiji imaju zaista veliki potencijal.

Siguran način ulaganja

“Na odluku građana da osiguraju svoj novac u bankama utiče pre svega poverenje u stabilnost banke koje se gradi godinama, ali i dodatne povoljnosti na koje klijenti mogu da računaju”, kaže za “Vreme” Oliver Klesinger, član Izvršnog odbora Hypo Alpe Adria banke

Štednja je u velikom broju razvijenih zemalja odavno prihvaćena kao jedan od najsigurnijih načina obezbeđivanja budućnosti pojedinca i cele porodice. U Srbiji se, prema podacima Narodne banke, iz godine u godinu štedi sve više. Broj štednih uloga (partija) u 2010. iznosio je 5.352.748 miliona, što je skoro duplo više nego 2005. kada ih je bilo 2.651.636. Krajem septembra prošle godine taj broj je bio nešto viši i iznosio 5.539.630 miliona, a prosečna vrednost štednog uloga 1362 evra, dok je u 2005. bila 844 evra. Prema podacima Narodne banke, ukoliko se uporedi ukupna dinarska i devizna štednja na kraju 2004. godine, koja je iznosila oko 115 miliona dinara, sa ukupnom štednjom na kraju 2011. godine, koja je dostigla iznos od skoro 800 miliona dinara, rastući trend je evidentan. Ovakav pozitivan rast štednje pokazuje da je poverenje građana u bankarski sistem sačuvano uprkos uslovima problematične likvidnosti usled ekonomske krize.

“Na odluku građana da osiguraju svoj novac u bankama utiče pre svega poverenje u stabilnost banke koje se gradi godinama, ali i dodatne povoljnosti na koje klijenti mogu da računaju. Štedište Hypo Alpe Adria banke, koji su samo u 2011. godini oročili oko 30 odsto više uloga nego u prethodnoj godini, potvrđuju upravo ovakav pozitivan trend”, kaže za Vreme Oliver Klesinger, član Izvršnog odbora Hypo Alpe Adria banke.

KONTINUIRAN FOKUS: Prilagođavajući štedne proizvode potrebama klijenata tokom cele godine, Hypo banka motivise građane da razmišljaju o štednji i van “Nedelje štednje”, odnosno meseca oktobra, kada tradicionalno vlada najveće interesovanje građana. Odlično interesovanje građana u toku prve ovogodišnje štedne kampanje Hypo Alpe Adria banke potvrdili su da su dobri uslovi za štednju jedan od najvažnijih motivacionih faktora za građane. U skladu sa strateškim



Oliver Klesinger, član Izvršnog odbora Hypo Alpe Adria banke

opredeljenjem da je kontinuirana štednja za ista dobra investicija za građane koji žele da obezbede svoju i budućnost svoje dece, Hypo Alpe Adria banka se zalaže da njeni klijenti razmišljaju o štednji kontinuirano, tokom cele godine. Samo u toku 2011. godine, Hypo Alpe Adria banka imala je nekoliko promotivnih štednih akcija, koje su kao rezultat imale izuzetan rast štednih depozita u odnosu na prethodnu godinu.

“Hypo Alpe Adria banka, kao banka sa značajnim tržišnim učešćem, uspeła je da u prethodnom periodu održi trend rasta, poveća stabilnost u poslovanju i očuva lojalnost postojećih klijenata. Uz poverenje osam hiljada novih klijenata, uspeli smo da ostvarimo značajan rast depozita, koji je oko 30 odsto viši u odnosu na nivo štednje u prethodnoj godini. Vrlo smo zadovoljni rezultatima koje smo ostvarili, a zbog sigurnosti koju ulivamo svim građanima koji obavljaju finansijske transakcije kod nas”, dodaje Oliver Klesinger.

Klijenti Hypo Alpe Adria banke, kao i najveći deo građana u Srbiji, i dalje se znatno više odlučuju da štede u evrima nego u dinarima. Tako odnos ukupne štednje u bankama u Srbiji iznosi 98 odsto u evrima i dva odsto u

dinarima. Ukoliko je u ponudi, uvek je interesantna štednja sa isplatom kamate unapred, dok se u slučaju oročavanja štednje klijenti najviše odlučuju na rok od godinu dana. Razumljivo, štednja u evrima i dalje uliva više sigurnosti građanima i takva situacija se sigurno neće i ne može promeniti preko noći. Međutim, građani se sve više odlučuju za štednju u dinarima upravo zahvaljujući računici koja je isplativija i većem poverenju u domaću valutu. Dinarska štednja svakako ima potencijala, što pokazuju i podaci Narodne banke Srbije. Na kraju 2004. godine dinarska štednja je iznosila svega tri miliona dinara, a danas ona iznosi skoro 20 miliona dinara. “Štednja u banci od poverenja pruža sigurnost onda kada je najpotrebnija. Mi u Hypo Alpe Adria banci savetujemo našim klijentima da štede kada god imaju mogućnosti za to. Takođe, uvek toplo preporučujemo oročenu štednju, jer je to pre svega jedan od najboljih i najbezbednijih načina da se osigura novac, za razliku od štednje kod kuće. Naše opredeljenje je da nastavimo da motivisemo građane da kontinuirano štede i da im na taj način omogućimo da dočekaju sigurniju budućnost”, objašnjava Oliver Klesinger, član Izvršnog odbora Hypo Alpe Adria banke.

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