

VREME

Klub dobrih poslovnih ideja

USPEHA!

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



MARINA SAVIČ, ATLANTIC GRUPA

Volontiranje

PUTNO OSIGURANJE

Uštedite i do 10%

GORAN DEJANOVIĆ, EKO SERBIA A.D.

Inovativnost osvaja tržište

Inovativnost osvaja tržište

“EKO Smile klub karticama omogućili smo ljudima da kupovinom kod nas i sakupljanjem bodova, za samo jedan dinar preuzmu vrlo vredne poklone – od posuđa, bicikle i zlata pa do krovnog kofera. Na ovaj način nagrađujemo vernost naših potrošača”

Povod za razgovor sa Goranom Dejanovićem iz kompanije Eko Serbia bilo je predstavljanje EKO Smile kartice, kojom je uvedena novina na srpsko tržište naftnih derivata – nagrađivanje lojalnosti potrošača na Eko pumpama putem široke lepeze poklona. Ujedno, Goran Dejanović za “Vreme” govori o načinu na koji se tržište promenilo od njegovog ulaska u energetske sektor 2008, kao i o promenama unutar kompanije u kojoj radi.

“VREME”: Radili ste najpre u Hajatu, potom u kompaniji Procter&Gamble, a od 2008. ste u grupi Hellenic Petroleum, odnosno u kompaniji EKO Serbia. Kako ste došli do sektora energetike?

GORAN DEJANOVIĆ: Moje je načelo da svaki čovek u životu treba da promeni više industrijskih grana. U Hajatu sam proveo 13 godina – počeo sam u nabavci, a izašao sam iz Hajata kao specijalista u sektoru “materials management” za Evropu, Afriku i Bliski istok. Nakon toga bilo je vreme za promenu industrije, i odlučio sam se za FMCG – Fast moving consumer’s goods, odnosno robu široke potrošnje. Procter&Gamble (P&G), jedna od vodećih kompanija u tom sektoru, bila je pravi izazov i tokom šest godina u P&G mnogo toga sam naučio o načinu ophođenja prema potrošačima, raznim oblastima finansija, o tome šta je potrebno potrošaču, šta će ga navesti da se veže za određeni proizvod – reč je o nemerljivom iskustvu koje može da se stekne samo u kompanijama takve reputacije. Nakon šest godina ponovo je iskrslo nešto novo, a to je bila ponuda Hellenic Petroleum. Na taj način sam video šansu da zaokružim svoj životni cilj, a to je promena tri do četiri industrije u toku radnog veka.

Koji su proizvodi koji EKO pumpe u Srbiji izdvajaju na tržištu?

Kad pričamo o gorivu, za čoveka koji se

ne bavi tim sektorom, gorivo su dizel, benzin i gas. Ali, nakon 2011. godine i liberalizovanja tržišta, naftnim kompanijama je omogućeno da dalje usavršavaju svoje proizvode. Mislim da većina stanovnika zna za “avio-dizel”, kristalno čist evrodizel promovisan na EKO pumpama. Prvi smo uveli specijalne avio-filtre za evrodizel, zato ga i zovemo “avio-dizel”, potrošači su ga probali i videli koristi koje ovo gorivo donosi automobilu. Videli smo i efekte aditiviranog goriva kroz derivat “Formula plus” (aditivirani evro BMB 95), bili smo prvi u Srbiji koji smo uveli “devedeset osmicu”, odnosno bezolovni motorni benzin (BMB) sa 98 oktana, gorivo većeg oktanskog broja koje pomaže motoru, tj. daje mu veću snagu i bolju startnost, a sve to uz manji utrošak goriva.

Ali, tu postoji i drugi segment. Svaka benzinska pumpa danas više nije samo mesto za točenje goriva, već i mesto gde potrošač može kupiti osnovne namirnice koje su mu potrebne na putu, ili je samo reč o mestu za odmor nakon dužeg puta. Na EKO pumpama stalno se trudimo da maksimalno pružimo sve koristi vozačima, kako bi na našim pumpama osetili dobrodošlicu, odmorili i poželeli da nam se opet vrate.

Možete li reći nešto više o Eko Smile kartici koja je nedavno predstavljena u javnosti?

Osim prodaje goriva, uvek imamo neko iznenađenje za naše kupce, a prošlog četvrtka, 4. jula, održana je promocija EKO Smile kartice, koja pruža nešto do sada neviđeno na maloprodajnom tržištu naftnih derivata. Osim podrške lojalnosti, ova kartica potrošačima pruža mnogo više – poklon po njihovom izboru i meri. Svakom može da izabere nešto što ga je zainteresovalo iz specijalno kreiranog kataloga Smile klub programa i da svoje bodove sa kartice iskoristi za ono što želi, jednom ili

više puta. EKO Smile karticama omogućili smo ljudima da bukvalno za jedan dinar dobiju ovako nešto, skupljajući poene na našim pumpama. Eko Smile kartica izgleda poput svake bankarske kartice, s tim da ovde samom kupovinom robe i usluga mi dodajemo određeni broj poena na karticu – tip robe određuje broj poena koji se dobija. Na primer, u kafiću, na svakih 100 dinara se dobija pet bodova, na gorivu za svaki litar dobija se 1–4 boda, za svaku kupovinu se daje neki broj bodova. Naša želja bila je da vratimo osmeh na lice vozača. Uvek dođe taj trenutak kad čovek pomisli “ponovo idem po gorivo”, ali sada sa EKO Smile karticom, kada vas za svaki dolazak na pumpu očekuju poeni, imate razlog više da odlazak na pumpu bude prijatno iskustvo. Na ovaj način naši potrošači zapravo bivaju nagrađeni za to što dolaze na našu benzinsku pumpu. Pokloni nisu namenjeni samo vozačima, već čitavoj porodici: postoje pokloni za decu – igračke, dečije knjige, bicikli, za ženske članove porodice tu je nakit Andrejević, od belog zlata sa dijamantima, za muške članove porodice imamo razne alate, čak smo ubacili i nameštaj i posuđe u ponudu poklona. Jednostavno, želeli smo da pružimo svim članovima jedne porodice mogućnost da mogu da odaberu šta žele. U prva četiri dana, od kada smo krenuli sa Smile karticom, neverovatno je odziv – skupili smo par desetina hiljada članova EKO Smile kluba, i taj trend se definitivno nastavlja. Računamo da će bukvalno svi naši potrošači, odnosno svako ko jednom uzme Eko Smile karticu, nastaviti da koristi naše usluge, jer mi jednostavno dajemo nešto više. Ovakav proizvod do sada na našem tržištu nije bio lansiran, prvi smo, što samo dokazuje da je EKO Srbija inovativna kompanija. Hteli smo da potrošač bude taj koji će sam izabrati šta hoće od poklona, i to bez ikakvih ograničenja i donjeg limita



FOTO: A. Andić

kupovine. Osim poklona, EKO Smile kartica pruža još mnogo mogućnosti, poput popusta prilikom kupovine kod naših partnera – ukupno čak njih 24 – dakle, reč je o nečemu što potrošačima pruža korist u pravom smislu te reči.

Kako se promenila poslovna klima u Srbiji na energetsom tržištu od kada ste došli u kompaniju?

Svi se sećamo da je 2008. to bilo zatvoreno tržište, sa samo jednim snabdevačem, jedini derivat koji se mogao slobodno uvoziti bio je evrodizel. Međutim, tržište je od 2011. potpuno liberalizovano i vidimo da se država polako približava energetske standardima Evrope. Samim tim, svako ko je vozač primetio je da je u poslednja dvatri meseca nestalo domaćeg BMB-a 95, i da se celo tržište prebacuje na benzine evro 5 standarda koji su kvalitetniji za motor i manje štetni za životnu okolinu. Kada je reč o poslovnoj klimi u Srbiji, sve je krenulo nabolje. Vidi se želja da se približimo Evropi, i to možda najbolje po tome da mi do sada nismo imali nikakvih problema kada je reč o investicijama, izgradnji pumpi, svaka naša ideja je veoma brzo realizovana i nailazila je na odobravanje u načelu kod svih ministarstava. Ono što me posebno raduje jeste da se polako došlo do trenutka zdrave konkurencije. Svi znamo ko je najveći u Srbiji, međutim, u toku

je prava tržišna utakmica, u igri su oni koji ponude više i bolje krajnjem potrošaču.

Princip koji važi je: smisli nešto novo, i tržište je osvojeno. Na taj način, inovativnost sve više dolazi do izražaja na tržištu naftnih derivata.

A kako se kompanija menjala u istom periodu?

Kao i Hellenic Petroleum grupa, i EKO Srbija se sve više modernizuje. Mnogo se ulaže u razvoj tehnologije, na primer, renovirana je naša rafinerija u Elefsini (Atina), koja je sada jedna od svega dve rafinerije u Evropi na tom tehnološkom nivou. Takođe, ponosimo se beneficijama koje dajemo zaposlenima i nagrađujemo ih za njihovu vernost kompaniji. Svojevremeno je jedan pametan čovek iz P&G rekao: "Možete da mi pokupite sva osnovna sredstva i sve pare iz banke, ostavite mi samo ljude i u narednih godinu dana napraviću ponovo istu kompaniju." Oslanjamo se na naše kadrove i obučavamo ih: trening tim Eko Srbije osvojio je prvo mesto u celoj Hellenic Petroleum grupi na dodeli godišnjih nagrada, što je izuzetna čast za Eko Srbiju. Reč je o korporativnoj nagradi za pojedina dostignuća iz raznih oblasti – ljudskih resursa i treninga, prodaje ili marketinga. Upravo je trening našeg osoblja doprineo da se nalazimo gde jesmo. Jednostavno, trudimo se što više da se približimo

običnom čoveku, da shvatimo njegove potrebe i pomognemo koliko god možemo.

Kakve su aktivnosti Eko Srbije kada je reč o društvenoj odgovornosti? Možete li reći nešto više o planovima za buduće poslovanje kompanije?

Ovo je već drugi olimpijski ciklus gde smo sponzori Olimpijskog komiteta, i druge ili treće kvalifikacije gde smo sponzor Fudbalskog saveza Srbije. U fudbalu nam ne ide najbolje u poslednje vreme, ali ipak je to i dalje najvažnija sporedna stvar. Promovišemo ideje zdravog života, pripadnost i trudimo se da svuda gde se nalaze naše pumpe budemo dobar komšija. Imamo sjajnu saradnju sa organizacijom Mali veliki ljudi, Unicefom, Fondacijom Princeze Katarine, i trudimo se da odgovorimo na pozive zajednice za pomoć, kada i koliko možemo.

U poslednjih pet godina stigli smo do broja od 50 benzinskih pumpi, a naši razvojni planovi su da do 2016. imamo oko 60 benzinskih pumpi. Grupa Hellenic Petroleum je organizovana ne samo u proizvodnji i distribuciji naftnih derivata, već se bavi i prevozom sirove nafte, proizvodnjom i prodajom gasa, električne energije, konsaltingom, inženjerstvom, dakle, to je jedan zdrav energetske gigant, koji osim u Grčkoj i Srbiji trenutno posluje na Kipru, u Crnoj Gori, Bugarskoj i Makedoniji.

Volontiranje – najbolji dokaz solidarnosti

“Projekat ‘Čistija proizvodnja’ je svesna i dobrovoljna odluka da se dugoročno suočimo sa problemima zagađenja i zamenimo klasične zahteve pri postizanju konkurentnosti i produktivnosti sa principom sprečavanja i smanjenja otpadnih tokova”

Marina Savić, rukovodilac korporativnih komunikacija Atlantic Grupe za Srbiju i Makedoniju, za “Vreme” govori o korporativnoj odgovornosti koju je ustanovila kompanija u kojoj radi – od načela, suštinskih i simboličkih, pa do konkretnih akcija u koje se uključuju i svi zaposleni.

“VREME”: Na koji način Atlantic Grupa određuje prioritete, kada je reč o društveno odgovornom poslovanju (DOP)?

MARINA SAVIĆ: Osnov društveno odgovornog delovanja svake kompanije je činjenica da postane svesna važnosti i potrebe sopstvenog uticaja na unapređenje opštih društvenih uslova, promocije pravih vrednosti i konačno potrebe da deo svog profita uloži natrag u zajednicu. Upravo zato, Atlantic Grupa, kao deo šireg društva u kojem funkcioniše, jer posluje u 11 zemalja u regionu i šire, sistematski nastoji da svoje strateško opredeljenje društveno odgovornog poslovanja u svim njegovim segmentima prilagodi regionalnim uslovima i potrebama zemalja u kojima posluje i ostvari ga kroz sve članice Grupe, pa tako i u Srbiji gde objedinjuje poslovanje Štarka, Grand kafe, Palanačkog kiseljaka i Atlantic Brandsa kao distributera. Promovišući svoje opredeljenje odgovornog poslovanja, Atlantic Grupa u Srbiji je članica Forum društveno odgovornih kompanija, čija je misija da uspostavi trajne i stabilne DOP prakse u poslovnom sektoru, kao i povezivanje poslovnog sektora sa neprofitnim organizacijama, institucijama i inicijativama građana u rešavanju konkretnih društvenih i ekoloških problema, uz volonterski doprinos zaposlenih.

Ovde mislim ne samo na konkretne akcije već i na određivanje ukupnog pristupa problemima vezanim za jedno društvo.

Naše strateško opredeljenje društveno odgovornog poslovanja podrazumeva odgovornost prema zaposlenima, poslovnim partnerima, finansijskoj zajednici, životnoj sredini, do odgovornosti prema javnom sektoru i široj društvenoj zajednici. Kompanija se trudi da svoj uticaj, kao jedna od najglednijih kompanija u regionu, iskoristi za dalji razvoj društveno odgovornog poslovanja, podržavajući projekte koji utiču na kvalitet života naših sugrađana, ali isto tako nastojimo da edukacijom mladih naraštaja ukažemo na činjenicu kako svako od nas pojedinačno može da doprinese očuvanju životne sredine, odnosno rešavanju problema vezanih za društvo i sredinu u kojoj poslujemo. Slogan “Prirodno drugačiji” predstavlja kreativnu okosnicu Atlantikovih korporativnih vrednosti – sunce, planinu i talas – simbole strasti, odgovornosti i kreativnosti, pa samim tim i delovanja u Srbiji, koje poručuje da smo strastveno posvećeni razvijanju izuzetnih brendova, čineći ih veoma dostupnim našim kupcima i potrošačima, ali isto tako i da naša korporativna kultura podržava i promoviše principe održivog razvoja: ekonomske efikasnosti, prirodne i društvene odgovornosti.

Koje je društvene probleme Atlantic Grupa izdvojila i dala svoj doprinos u njihovom rešavanju kada je o Srbiji reč?

Tokom prošle i ove godine u okviru svojih društveno odgovornih aktivnosti Atlantic grupa je prvenstveno imala za cilj da dâ svoj doprinos i skrene pažnju na rešavanje nekih od ključnih problema sa kojima smo se suočili u vreme krize. U Srbiji, to se pre svega odnosi na borbu protiv gladi i poboljšanje kvaliteta života najugroženijih socijalnih kategorija, ali i na doprinos smanjenju nezaposlenosti kroz mentorsku



podršku mladih i zapošljavanje pripravnika, kao i na brigu o zaštiti životne sredine i razvoj ekološke svesti uz racionalnije korišćenje resursa i energije, što je bio osnov racionalizacije proizvodnih procesa i uštede. Gledano kroz brojke, samo u prošloj godini podržano je 11 organizacija i šest projekata, što čini preko 1000 direktnih korisnika. Redovna saradnja sa nevladinim organizacijama koje pratimo omogućava nam da budemo upoznati sa problemima

određenih socijalnih grupa i da adekvatno reagujemo.

Atlantic Grupa je od prošle godine uvela Dan vrednosti u svim zemljama u kojima posluje – to je dan kada zaposleni u kompaniji volontiraju u korist svoje lokalne zajednice. Možete li nešto više reći o ovoj akciji, kao i o efektima koji se nje postizu?

Kroz svoje korporativne vrednosti Atlantic Grupa podseća svoje zaposlene da naš posao treba da ima i onaj dodatni učinak i zadovoljstvo kada uradimo nešto lepo i ko-

Italije, Nemačke, Španije, Rusije, do Slovenije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Srbije i Makedonije, posvetilo jedan radni dan društveno korisnom radu i zajednici u kojoj posluje. Aktivnosti su bile različite po zemljama i tako su volonterski timovi obišli decu s posebnim socijalnim potrebama, domove penzionera, pomagali u radu nevladinih organizacija ili institucija, raščišćavali divlje deponije otpada... U Srbiji, Dan vrednosti je bio posvećen uređenju životne sredine, pa je više od 300 volontera na pet lokacija u Beogradu, ali i po distributivnim i proizvodnim centrima Atlantica u unutraš-

ove godine dao svoj doprinos na Kalemegdanu gde je uz volontere iz desetak kompanija farbao klupe i uređivao ovaj znameniti gradski park. Osim toga, samostalnom volonterskom akcijom zaposlenih prikupljena je i izvesna količina garderobe koja je donirana Udruženju mentalno nedovoljno razvijenih osoba.

Jedan od važnih aspekata društveno odgovornog poslovanja je i briga o zaštiti životne sredine. Kako se Atlantic Grupa odnosi prema ovom segmentu DOP? Tu mislim na projekat “Čistija proizvodnja”, koji je među prvima u Srbiji realizovao “Soko Štark”, ali i aktivnosti drugih kompanija-članica grupe?

Interno smo postavili standarde i odredili aktivnosti u pravcu razvijanja ekološke svesti i ponašanja zaposlenih, što ima poseban značaj u optimizaciji pojedinih troškova i uštedi resursa i energije. Projekat pod nazivom “Follow me” podrazumeva set aktivnosti kojima ostvarujemo dva cilja: doprinos ekološkoj zaštiti i uštedu u poslovanju, što podrazumeva racionalnu upotrebu energije isključivanjem svetla, štampača, fax mašina, fotokopira kad god je to moguće, aktivnosti usmerene ka recikliranju, uz razvrstavanje otpadaka sa jasnim uputstvima zaposlenima šta može biti reciklirano. Naša briga za okolinu proširila se od lokalnog pristupa do korporativnog nivoa sa konzistentnim EMS-om (Environmental Management System) i fokusom na zaštitu budućnosti. U Srbiji, projekat “Čistija proizvodnja” ima za cilj da se odgovornim poslovanjem minimalizuje negativan uticaj proizvodnog ciklusa na životnu sredinu uz maksimalan tretman otpada, kontrolu emisije gasova i otpadnih voda. Projekat je svesna i dobrovoljna odluka da se dugoročno suočimo sa problemima zagađenja i zamenimo klasične zahteve pri postizanju konkurentnosti i produktivnosti sa principom sprečavanja i smanjenja otpadnih tokova, počev od odlaganja sirovina pa do gotovih proizvoda, i tako se na odgovoran način odnosimo prema okolini u kojoj poslujemo. Trenutno prikupljamo i recikliramo nekoliko vrsta otpada kao što su: papir, elektronski i organski otpad, plastika, drvo, metal, iskorišćeno ulje i drugo. Zadovoljni smo postignutim rezultatima, ali ipak svakim danom nastojimo da povećamo efikasnost.



risno za nas i našu zajednicu. Volontiranje je najbolji dokaz razumevanja i solidarnosti, a u krajnjoj liniji, kroz lično zalaganje zaposlenih predstavlja važan doprinos korporativnog sektora u rešavanju društvenih problema. Tim povodom Atlantic Grupa je utvrdila svoj Dan vrednosti i prošle godine 6. juna na pravi način demonstrirala svoje opredeljenje tako što je više od hiljadu atlantikovaca i spoljnih partnera u svojim filijalama širom regiona, od Velike Britanije,

njosti (Šimanovci, Smederevska Palanka, Ljubovija, Niš, Čačak i Srbobran) uređivalo i čistilo svoju okolinu, što je osnovni preduslov naše brige o prirodi. U Beogradu Atlantikovi volonteri su uređivali klupe i parkiče u Banjičkoj šumi i tako doprineli održanju ove gradske oaze. Za ovu godinu Dan vrednosti je zakazan za 6. septembar. Takođe, volonterski tim Atlantika redovni je akter tradicionalne akcije Foruma poslovnih lidera pod nazivom “Naš Beograd”, pa je tako i



NELT

Dve decenije poslovanja

Kompanija Nelt Co obeležila je svečanom zabavom u svom sedištu u Dobanovcima dve decenije uspešnog poslovanja, tokom kojih je od veleprodajne firme postala lider u pružanju usluga u oblastima distribucije robe široke potrošnje, logistike, proizvodnje, malo-prodaje i marketinga.

Sa 3000 zaposlenih u osam zemalja na dva kontinenta, sa više od sto principala koje opslužuje sa skoro 1000 vozila i sa skladišnim kapacitetima od 115.000 m², Nelt je u regionu Zapadnog Balkana lider u distributivnom poslu, godišnje servisirajući 30.000 prodajnih mesta. Nelt Co igra značajnu ulogu i na polju pružanja logističkih usluga, nedavno potpisavši ugovor sa kompanijom "Philip Morris" u Srbiji o budućoj saradnji naše dve kompanije.

"Nelt je, nakon 20 godina poslovanja, respektabilan partner, poželjan poslodavac i jedna od svetlih tačaka srpske privrede. Ponosni smo što smo, uprkos krizi, učvrstili svoju leadersku poziciju na polju distribucije ali i što postajemo sve relevantniji na polju pružanja logističkih usluga. Mogu da kažem da ove godine očekujemo promet od oko 500 miliona evra i da ćemo napraviti finalne korake ka formalizaciji odnosa u okviru grupacije, koju danas čine Nelt Co, Neoplanta, Corner Shop, Javna skladišta Subotica, Dunav film i naše kompanije u Bosni i Hercegovini, Crnoj Gori, Makedoniji, Angoli, Zambiji, Mozambiku i Zimbabveu", rekao je Miloš Jelić, generalni direktor kompanije Nelt pred nekoliko stotina gostiju u Dobanovcima. Od otvaranja prve kancelarije u Angoli, 2010. godine, do prošlonedeljnog početka rada Nelt Mozambique, Nelt je uspešno pokrenuo svoje poslovne operacije u podsaharskoj Africi, gde je u saradnji sa dugogodišnjim partnerom, kompanijom Procter&Gamble, započeo proces distribucije u klasteru koji pokriva i Zambiju, Zimbabve i Malavi.

PIRAEUS BANKA

Šest meseci bez rate

Piraeus banka Beograd je povodom osam godina poslovanja na srpskom tržištu kreirala jedinstvenu akciju koja novim klijentima omogućava šest meseci odmora od rate. Reč je o "All inclusive" dinarskom kreditu za refinansiranje svih kreditnih

obaveza, dozvoljene pozajmice, kreditnih kartica i lizing ugovora drugih banaka, uz mogućnost dobijanja dodatnog keša koji se može koristiti za nenamensku potrošnju po sopstvenoj želji. "Jedinstvena prednost 'All inclusive' kredita je period od šest meseci bez rate. Osim brzog rasterećenja kućnog budžeta i objedinjavanja svih obaveza u jednu, znatno manju mesečnu ratu, pogodnost za klijente je upravo u tome što

počinje sa otplatom rata tek po isteku šest meseci. Dodatne pogodnosti 'All inclusive' ponude jesu podnošenje zahteva, obrada kredita i prevremena otplata bez naknade", saopštili su iz Piraeus banke.

"All inclusive" dinarski kredit za refinansiranje odobrava se sa rokom otplate od 84 meseca i u maksimalnom iznosu od 1.500.000 RSD. Ova ponuda aktuelna je za sve nove klijente koji zahtev za "All inclusive" dinarski kredit za refinansiranje podnesu do 31. 08. 2013.

VIP

Beach Masters turnir

Vip Beach Masters turnir, koji je ujedno i Prvenstvo Srbije u odbojci na pesku, šestu sezonu zaredom održava se na plažama širom Srbije. Deset turnira biće održano u Novom Sadu, Bačkoj Palanci, Užicu, Aranđelovcu, Baču, Velikom Gradištu, Kanjiži, Temerinu, Kraljevu i Beogradu. Nadmetanja za titulu šampiona i za ukupan nagradni fond od 25.000 evra, koje je obezbedila kompanija Vip, počelo je na novosadskom Štrandu, od 21. do 23. juna, a trajaće sve do finalnog turnira na beogradskoj Adi Ciganliji od 28. do 31. avgusta. Prestižni Evropski šampionat Masters serije, koji će se održati od 16. do 20. jula u Novom Sadu, i ove godine okuplja najbolje evropske odbojkaše na pesku, a Novosađani će po prvi put biti domaćini CEV kontinentalnog kupa za mlade – kvalifikacija za Olimpijske igre mladih, 19. i 20. jula.

Uštedite i do 10 odsto

Polisa putnog zdravstvenog osiguranja preko WebShopa košta i do deset odsto manje

Najatraktivnije letnje destinacije za naše turiste već dugo su Crna Gora, Turska, Grčka pa i Španija. Na put se ne ide bez putnog osiguranja – u slučaju nevolje, lekarske intervencije u inostranstvu nije lako platiti. Iako polise putnog osiguranja, s te strane gledano, nisu skupe, one se ipak mogu kupiti i jeftinije...

Osobe koje samostalno ili sa prijateljima putuju na letovanje, polise putnog osiguranja Wiener Städtische mogu nabaviti po cenama nižim i do deset odsto ako to učine preko WebShopa: potrebno je otići na veb-sajt kompanije i popuniti formular u pet jednostavnih koraka. Odmah po uplati odgovarajućeg iznosa polisa će biti dostavljena naručiocu elektronskom poštom (imejl) ili poštom na naznačenu adresu – u zavisnosti od izbora samog naručioca.

Putno osiguranje pokriva troškove medicinske, putne i pravne asistencije za vreme

Primeri cena polise putnog zdravstvenog osiguranja za najfrekventnije destinacije, sa osiguravajućim pokrivenjem do 12.000 evra:

| | Putno osiguranje po osobi | | Preko WebShopa |
|------------------------------|---------------------------|--|------------------------|
| GRČKA, TURSKA ŠPANIJA | | | |
| 7 dana | 764,75 dinara | | 688,25 dinara |
| 10 dana | 1.092,5 dinara | | 983,22 dinara |
| 15 dana | 1.638,7 dinara | | 1.474,82 dinara |
| CRNA GORA | | | |
| 7 dana | 764,75 dinara | | 619,43 dinara |
| 10 dana | 1.092,5 dinara | | 884,90 dinara |
| 15 dana | 1.638,7 dinara | | 1.327,34 dinara |

boravka u inostranstvu, u slučaju bolesti ili nezgode odnosno nesrećnog slučaja. Brigu o osiguraniku u slučaju nevolje preuzimaju profesionalci koji sprovode i nadziru lečenje i organizuju povratak u zemlju.

Kompanija Wiener Städtische osiguranje saraduje sa poznatom asistentskom kućom Coris, kojoj se osiguranik može

obratiti u bilo koje doba dana i noći, u bilo kom delu sveta i to na svom maternjem jeziku. Asistencija podrazumeva organizaciju usluga koje su garantovane polisom putnog osiguranja, kao i pružanje raznih turističkih informacija i pravnih saveta u vezi sa boravkom u inostranstvu.

Drugi Vivaldi CFO letnji forum, Mokra gora

Ne praviti biznis po svaku cenu

Utisak da država svaki čas odreže neki porez ne pitajući za mišljenje obveznika, izrazilo je nekoliko finansijskih direktora (CFO) i ekonomskih eksperata na Drugom Vivaldi letnjem forumu, održanom krajem juna na Mokroj gori, u organizaciji TGI Internationala i Mokrogorske škole menadžmenta. Milica Bišić, savetnica u Ministarstvu finansija i privrede, tvrdi da država uvek traži mišljenje od onih na koje će se novo poresko pravilo odnositi, ali da ga retko kad dobije. Ostao je ipak zaključak da država preteruje sa količinom propisa i njihovim čestim izmenama, da ih donosi takoreći prekonoc i da nisu uvek dovoljno jasni. To se naročito odnosi na mišljenje o investiranju, akt Ministarstva finansija, koje zavisi od toga koji državni službenik zakuca na vrata, pa zato kompanije najčešće traže (i plaćaju) više mišljenja za istu stvar. Primedbe CFO odnosile su se i na skupe kredite, budući da je cena pozajmljenog kapitala skoro uvek veća od planiranog profita, dok su se bankari žalili na svoju nesigurnost, navodeći da je vraćanje svakog petog kredita problematično. Bolji život u Srbiji može se očekivati za dve godine, procenila je Kori Udovički, direktorka Centra za visoke ekonomske studije, ali od trenutka kad država započne ozbiljne ekonomske reforme. Sa povećanjem spoljnog duga za 3,5 milijardi evra za samo godinu dana, budžetskim deficitom od šest odsto



BDP-a i rastom nezaposlenosti, to neće, smatra bivši premijer Mirko Cvetković, biti lako. Zbog preterane zavisnosti naše male privrede od sveta, profesor Univerziteta u Njujorku Esvajt Damodoran rekao je da Srbija mora da se udruži sa nekom grupom zemalja, po svom izboru, ili da se ugleda na Švajcarsku – da stvori nešto vredno zbog čega bi svet počeo da dolazi kod nas. U oba slučaja, biće to velik posao za CFO, supermene, čarobnjake, alhemičare – kako su učesnici foruma nazvali prvi finansijski tim naše prezadužene privrede. Ali, savetuje im Damodoran, ako je investicija veća od vrednosti imovine, bolje je vratiti novac bankama, biznis ne treba praviti po svaku cenu.



KOMERCIJALNA BANKA

PayPass platne kartice

Komercijalna banka obogatila je ponudu platnih kartica sa dve PayPass debitne kartice, MasterCard PayPass i Gold MasterCard PayPass. "Ni za jednu od ove dve kartice ne plaćaju se izdavanje, korišćenje i članarina, a da biste postali njihov korisnik, dovoljno je da imate otvoren tekući račun i da popunite pristupnicu za izdavanje, u bilo kojoj ekspozituri Komercijalne banke. Prinošenje kartice čitaču je sve što je potrebno da bi se obavila kupovina u iznosu do 1500 dinara. Za veće iznose postupak je isti, samo je potrebno uneti i PIN", saopšteno je iz Komercijalne banke.

HENKEL

Nova proizvodna linija

Kompanija Henkel otvorila je novu proizvodnu liniju u skladu sa najnovijim tehnologijama u svojoj fabrici u Kruševcu i predstavila novi proizvod na tržištu – "Bref Duo Stick". "Investicija vredna više od 4,6 miliona evra doprineće povećanju proizvodnje i izvoznih kapaciteta kompanije Henkel Srbija. Nov proizvod 'Bref Duo Stick' proizvodiće se samo u Srbiji i izvoziće se na tržišta Evropske unije i ostala regionalna tržišta", saopšteno je iz ove kompanije.

Prof. dr Tomas Miler Kiršbaum, stariji korporativni potpredsednik upravljanja proizvodnjom iz Diseldorfa, istakao je značaj investicije vredne 4,6 miliona evra, podsetivši da Henkelova fabrika u Kruševcu

sada ima globalni značaj jer će snabdevati tržišta širom Evrope novim proizvodom "Bref Duo Stick".

"Drago mi je što se pokazalo da je poslovna odluka koju smo doneli pre više od deset godina, da ulažemo u Srbiju, bila ispravna. Uveren sam da će fabrika u budućnosti nastaviti da uspešno razvija sve svoje kapacitete", izjavio je ovom prilikom predsednik Henkela za centralnu i istočnu Evropu Ginter Tumzer, a Wolfgang Veber, direktor upravljanja proizvodnjom za region centralne i istočne Evrope sektora Deterdženti i kućna hemija, rekao je da se "fabrika u Kruševcu smatra jednom od Henkelovih najboljih fabrika u svetu".

RAIFFEISEN BANKA

Podrška malim preduzećima

"Raiffeisen banka počinje sa odobravanjem kredita za kupovinu opreme i proizvodnih mašina, u okviru programa podrške malim preduzećima i preduzetnicima koji realizuje Ministarstvo finansija i privrede, u saradnji sa Nacionalnom agencijom za regionalni razvoj. Specijalnu pogodnost za male privrednike predstavlja mogućnost dobijanja bespovratnih sredstava iz budžeta Republike Srbije u iznosu do 25 odsto od vrednosti investicije", saopšteno je iz ove banke. Zahtev za ovaj kredit mogu podneti privredna društva kategorisana kao mala pravna lica, preduzetnici koji vode dvojno knjigovodstvo, kao i zadruge. Pravo da podnesu zahtev za bespovratna sredstva i kredit imaju privredni subjekti koji obavljaju proizvodne delatnosti. Mali privrednici imaju pravo na dodelu bespovratnih sredstava u iznosu od 25 odsto od vrednosti investicije, a iznos odobrene bespovratne pomoći ne može biti manji od 250.000 dinara, niti može preći iznos od 2.500.000 dinara. Sopstveno učešće iznosi minimalno 5 odsto od ukupnog iznosa investicije, a banka kreditira 70, dok je minimalni rok otplate 18, a maksimalni 72 meseca.

ALPHA BANKA

Uspešno povećanje kapitala

U okviru procesa rekapitalizacije grčkog bankarskog sistema, Alpha Bank S.A. je uspešno završila povećanje kapitala u iznosu od 457,1 milion evra, uplaćenom od strane privatnih investitora. Tako je Alpha Bank prva među grčkim bankama uspešno ispunila zakonom predviđen zahtev o minimalnom učešću privatnog sektora, prikupivši od privatnih investitora više od 10 odsto ukupnog iznosa rekapitalizacije. Nakon upisa novih akcija i povećanja nenovčanog akcijskog kapitala od strane Grčkog fonda za finansijsku stabilnost (Hellenic Financial Stability Fund – HFSF) i okončanja svih relevantnih aktivnosti, procenat uspešnosti povećanja akcijskog kapitala biće 100 odsto, a ukupan iznos povećanog kapitala – 4,571 milijarda evra.

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