

VREME

Klub dobrih poslovnih ideja

USPEHA!

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

LOVE FEST

Nezaboravan
provod

**NARINDER ČAUHAN,
AMBASADORKA INDIJE**

**Jačanje
veza između
dve zemlje**

Intervju: Narinder Čauhan, ambasadorica Indije u Beogradu

Jačanje veza između dve zemlje

Ambasadorica trenutno druge najmnogoljudnije zemlje na svetu o brzom rastu indijske privrede, indijskim poslovnim vezama sa Srbijom i mogućnostima za njihovo poboljšanje

“Inicijativu ‘Make in India’ je pokrenuo premijer Narendra Modi u septembru 2014, sa ciljem da Indija postane proizvodno čvorište sveta”, kaže o ovoj indijskoj nacionalnoj kampanji Narinder Čauhan za “Vreme”. Povod za razgovor sa indijskom ambasadoricom bio je predstojeći nacionalni praznik Indije – 15. avgusta svake godine Indija obeležava Dan nezavisnosti kojim održava sećanje na 15. avgust 1947, dan kada je Indija izborila nezavisnost od Britanskog carstva. Indija je danas sedma najveća privreda sveta, sa prosečnim rastom BDP-a od sedam odsto u poslednje dve decenije. Govoreći o aktuelnostima u Indiji, Narinder Čauhan kaže da je glavni cilj kampanje “Make in India” fokusiranje na 25 sektora indijske ekonomije, kako bi se stvorila radna mesta i poboljšale sposobnosti. “Inicijativa je pokrenuta sa željom da privuče kapital i tehnološke investicije – usvojena je nova paradigma javno-privatnog partnerstva, prepoznati su ključni akteri, i izuzev svemirskog programa, odbrane i medija, u svih 25 sektora je dozvoljeno 100 odsto stranih investicija”, kaže ambasadorica. Ona dodaje i da su, prema izveštaju fondacije *India Brand Equity Foundation*, dosadašnji rezultati inicijative impresivni – investicije u čistu energiju su povećane na 7,9 milijardi dolara, Samsung je investirao 83,11 miliona dolara u širenje svog proizvodnog pogona u gradu Noida, IKEA planira da udvostruči vrednost nabavke iz Indije na 630 miliona evra do 2020, u februaru 2015. Huawei je otvorio novi kampus za istraživanje i razvoj u Bangaloru, sa investicijom od 170 miliona dolara namenjenom za stvaranje R&D centra, a kompanija Xiaomi pokrenula je proizvodnju od oko 10.000 pametnih telefona dnevno u državi Andra Pradeš, i planira da tu proizvodnju i poveća.

“VREME”: Kada se govori o zapošljavanju, jedna od poznatih izjava premijera Narendre Modija jeste: “Ako napravite jedan korak, mi ćemo napraviti dva koraka za vas.” Šta to znači za običnu osobu u Indiji koja traži posao?

NARINDER ČAUHAN: Premijer Modi prvi put je upotrebio ovaj slogan na 7. poslovnom samitu Vibrant, održanom u gradu Gandinagar u državi Gudžarat. Sva mesta u publici bila su popunjena, a između ostalog, prisutni su bili vrhunski predstavnici biznisa iz više od 100 zemalja. On je to rekao ohrabrujući strane investitore da ulažu u stvaranje proizvodnog čvorišta u Indiji, jer će im to doneti dodatnu prednost mlade visokokvalitetne radne snage koju Indija nudi.

Indija je jedna od najbrže rastućih ekonomija u svetu sa mladom populacijom koja napreduje. Nacija veoma naporno radi i jedan od efekata kampanje “Make in India” jeste eksponencijalni rast u stvaranju radnih mesta, što je dovelo do pozitivne promene u celokupnom spektru. Kompanije prepoznaju ove mogućnosti i potrebu da se investira u mlade ljude. Obrazovni sistem je inspirisan obučavanjem mladih ljudi veštinama koje poslodavci traže. Ako sudimo prema odgovoru koji je stigao od raznih multinacionalnih kompanija, kada je reč o investiranju u Indiju, slogan je izgleda pogodno metu. I dok su neki potencijalni projekti za izgradnju proizvodnih pogona u Indiji već ostvareni, mnogo više konkretnih predloga je u pripremi. Svi ovi projekti će doneti povećanje mogućnosti za zaposlenje za veliki deo radne snage u Indiji, što će dovesti do izuzetnog smanjenja nezaposlenosti. Ipak, postoje mnogi izazovi koje vlada svojom politikom pokušava da prevaziđe, naročito kada je reč o

nezaposlenim mladim ljudima u ruralnim oblastima.

U oktobru, Indija će biti domaćin poslovnog samita sa Centralnom Evropom. Gde je mesto Srbije u geostrateškom interesu Indije za ovaj deo Evrope?

Drugo izdanje Poslovnog foruma Indija – Centralna Evropa (ICEBF 2015) biće organizovano petog i šestog oktobra u Bangaloru, Silicijumskoj dolini Indije. ICEBF 2015 će obezbediti platformu za sektorsku saradnju i direktno međukompanijsko angažovanje centralnoevropskih firmi i njihovih indijskih kolega u mnogim različitim sektorima. Mi smo informisali sve relevantne organizacije i kompanije iz Srbije o ICEBF 2015, kako bismo podstakli njihovo maksimalno učešće.

Srbija, kao jedan od osnivača Pokreta ne-svrstanih, oduvek je bila strateški važna zemlja za Indiju. Danas, Indija vidi Srbiju kao kapiju ka oko milijardu potrošača u Evropi i Zajednici nezavisnih država. Indijsko-srpski zajednički ekonomski komitet (JEC) je obnovljen, a obe strane su ohrabrene da učestvuju na sajmovima i ekonomskim samitima, uz naglašenu potrebu da se implementiraju postojeći sporazumi. Visoka delegacija Privredne komore Srbije učestvovala je na Samitu Partnerstva Konfederacije indijske industrije u Bangaloru u januaru 2014. i održala biznis predstavljanja u Nju Delhiju, Ahmedabadu, Bangaloru i Mumbaju, prezentujući indijskoj industriji projekte vredne više od milijardu dolara. Ta inicijativa se ne sme zaustaviti samo na tome. Najviši zvaničnici Svetskog trgovinskog centra Mumbaja posetili su Beograd u maju 2014. i potpisali dva memoranduma o razumevanju sa Svetskim trgovinskom centru u Beogradu i sa Privrednom komorom Srbije. Nekoliko



FOTOGRAFIJE: Mitovan Milenković

srpskih kompanija je učestvovalo na indijskim sajmovima, poput *Indian Engineering Sourcing Show*, a indijske kompanije su učestvovali na Poljoprivrednom sajmu u Novom Sadu. Turizam je još jedan sektor gde su se obe strane međusobno predstavile i u Srbiji (na Međunarodnom sajmu turizma u Beogradu), i u Indiji. Vodeće indijske kompanije, poput RITES i TATA Power, posetile su Srbiju, a i prva filmska snimanja obavljena su i u Indiji i Srbiji. Indija, sa svojim pristupačnim i intermedijarnim tehnologijama ima jedinstvenu poziciju da pomogne u bilateralnim i regionalnim razvojnim projektima, poput obnovljive energije, poljoprivrede, ICT, i drugim.

Nedavno je u Beogradu bio organizovan samit sa Kinom. Da li mislite da je moguća slična inicijativa u 2016. u cilju jačanja poslovnih odnosa i podsticanja indijskih kompanija da razmotre Srbiju kao novu investicionu destinaciju?

Trenutno, ovo izgleda kao odlična ideja i ambasada bi svakako volela da dalje istraži mogućnosti. To bi, naravno, zavisilo od toga koliko je interesovanje srpskih kompanija da posluju sa Indijom, i da pokažu

prisustvo Srbije na ICEBF u oktobru. Veoma je važno da se Srbija brendira u Indiji, i agresivno promoviše ekonomske mogućnosti koje može da ponudi indijskoj industriji. U isto vreme, ICEBF je odlična mogućnost za povezivanje sa tehnološkim partnerima iz Srbije, koji bi mogli da daju dodatnu vrednost programima nove vlade – “Smart Cities”, “Digital India”, “Skills India” i “Make in India”.

U julu ove godine Indija je lansirala kampanju “Digital India”, koja bi do 2019. godine trebalo da transformiše Indiju u moćno digitalno društvo i ekonomiju znanja. Srbija ima brzorastuće IT tržište, sa kvalifikovanom i obrazovanom radnom snagom. Kako Srbija može da doprinese kampanji “Digital India”, i obrnuto?

Ova kampanja ima za cilj da pripremi Indiju za transformaciju zasnovanu na tehnologiji, i za transparentno upravljanje usmereno na usluge, u čijem će središtu biti građanin. “Digital India” se zasniva na inkluziji u ruralnim područjima, malim gradovima, severoistoku i drugim udaljenim oblastima, stvaranju ogromnih mogućnosti za zaposlenje u ovim područjima, kao i

činjenici da je pre mesec dana obećano da će do 2020. Indija imati širokopojasni internet u 2,5 miliona sela, Wi-Fi koji će pokrивati 2,5 miliona škola i sve univerzitete u Indiji, uz 400 hiljada javnih internet pristupnih tačaka za građane.

Sa svojim brzorastućim IT tržištem i sličnom radnom snagom, Srbija može vrlo plodno da doprinese kampanji “Digital India”. Preduzeli smo neke korake i nedavno je jedna od vrhunskih indijskih IT kompanija pristala da bude online mentor za ICT Hub u Beogradu. U septembru očekujemo da ćemo učestvovati na Digitalnoj konferenciji. Tu ćemo istaći ključna pitanja u ICT sektoru, kako bismo obezbedili putokaz načina na koji možemo da radimo zajedno, uz skiciranje akcionog plana zajedničkih aktivnosti za sledeću deceniju.

Indijski program bilateralne tehničke i ekonomske saradnje (ITEC) ima za cilj da podeli razvojna iskustva Indije sa različitim zemljama širom sveta. Koje su mogućnosti da Srbija iskoristi indijska znanja i iskustva kako bi poboljšala svoj učinak?

Deluje da je to odlična ideja. ITEC je pokrenut pre 51 godinu i bio je vizija prvog premijera Indije Nehrua. Ovaj bilateralni program uglavnom cilja zemlje u razvoju, i vlada ga u potpunosti finansira. Tokom prethodnih nekoliko godina, ITEC program je postao važan stub bilateralnih odnosa Indije sa Srbijom. Više od 100 srpskih diplomaca je prošlo izgradnju kapaciteta u institucijama izvrsnosti (*institutes of excellence*) u Indiji u različitim sektorima. Ovo je veoma važno, jer je Srbija prisutna i vidljiva u Indiji preko učešća ovih bistrh ljudi. Moja je misija da ohrabrim rukovodioca srednjeg nivoa, i u javnom i u privatnom sektoru u Srbiji, kao i da pružim što je moguće više informacija kako bi se ti ljudi dodatno angažovali u ITEC programu.

U cilju stvaranja mreže ITEC diplomaca u Srbiji, ambasada jednom godišnje organizuje ITEC dan. Poslednji ovakav događaj održan je 19. februara ove godine, gde su svi bivši učesnici hvalili kurseve i pozitivno govorili o njihovom kvalitetu. Srbiji je izdvojeno 25 ITEC mesta za 2015/16, i neke prijave smo već dobili, dok se više očekuje tokom sledećih nekoliko meseci.

COCA-COLA HELLENIC SRBIJA I CRNA GORA

Novi generalni direktor



Aleksandar Ružević imenovan je na poziciju generalnog direktora kompanije Coca-Cola Hellenic Srbija i Crna Gora. Na čelo kompanije dolazi sa mesta generalnog direktora Pivare Skopje, koja je u zajedničkom vlasništvu Coca-Cola Hellenic Grupe i Heineken-a. Coca-Cola prodajnom timu se pridružio 1998. godine, a na poziciji komercijalnog direktora u Srbiji bio je od januara 2006. do decembra 2010. godine. Zahvaljujući izuzetnom uspehu i svojim liderskim veštinama, 2010. godine poverena mu je pozicija komercijalnog direktora na tržištu Ukrajine, na kojem je sa timom ostvario značajan rast i razvoj. Diplomirani je pravnik, a zvanje je stekao na Pravnom fakultetu Univerziteta u Beogradu. Aleksandar Ružević predvodiće tim od preko 1000 ljudi i upravljati kompanijom čija dodatna vrednost u ekonomiji Srbije dostiže 224 miliona evra ili 0,7 odsto bruto domaćeg proizvoda.

MEDIGROUP

Nova tehnika VTO

U Medigroup bolnici rođena je prva beba u našoj zemlji začeta novom tehnikom vantelesnog oplodjenja (VTO). Tim profesora Aleksandra Ljubića je u bolnici Jevremova,

članici Medigroup, tokom prošle godine započeo promenu tehnike sekvencijalnog ili asinhronog transfera, sa ciljem da poboljša uspeh lečenja vantelesnim oplodjenjem. Važan deo procedure vantelesne oplodnje – usađivanje ili implantacija, zahteva tačnu procenu prijemčivosti sluzokože materice za embrione. U ovu svrhu se danas koristi ultrazvuk, sa procenom izgleda, debljine, zapremine, strukture i prokrvljenosti sluzokože. U nedostatku efikasnijih metoda procene takozvanog prozora implantacije (vremenskog perioda najbolje pripremljenosti sluzokože), razvijena je tehnologija sekvencijalnog transfera. Ona podrazumeva da se transfer vrši u dva akta – najčešće drugog i trećeg dana posle oplodnje jajnih ćelija. Ovom tehnikom se postiže prisustvo embriona u materici tokom dužeg perioda, sa većim izgledima da se obuhvati period najvećih šansi za usađivanje. Ona dovodi do 48 odsto više usađivanja.

ATLANTIC GRUPA

Rast prodaje i neto dobiti

Atlantic Grupa je u prvom polugodištu 2015. godine ostvarila prihode od prodaje od 333,1 milion evra, što u odnosu na isto razdoblje 2014. godine predstavlja rast od 3,5 odsto. Dobit, pre kamata i poreza (EBIT), iznosi 27,3 miliona evra i manja je za 10 odsto, najviše usled rasta cena sirovina, dok neto dobit nakon manjinskih interesa iznosi 18,9 miliona evra, što predstavlja rast od 9,6 odsto. Posmatrano po tržištima, najveći rast od 7,3 odsto ostvaren je na tržištu Srbije, koje je drugo po veličini tržište Atlantic Grupe sa učešćem u ukupnom prihodu od 22,8 odsto.

RAIFFEISEN BANKA

Nagrada “Najbolja banka u Srbiji”

Raiffeisen banka je ovogodišnji dobitnik nagrade “Najbolja banka u Srbiji”, koju deljuje finansijski magazin “Euromoney” u okviru svog godišnjeg izbora “Nagrade za izvrsnost”. Banka je ovo priznanje uglednog magazina osvojila drugu godinu zaredom. “Ovo je treće priznanje uglednih

finansijskih magazina za izuzetne rezultate ostvarene u 2014. godini. Ponosni smo što je naš uspeh prepoznala ne samo domaća već i međunarodna stručna javnost. To predstavlja potvrdu kvaliteta naše strategije, ali i podstrek da u narednom periodu nastavimo da nižemo poslovne uspehe”, izjavio je tim povodom Zoran Petrović, predsednik Izvršnog odbora Raiffeisen banke u Beogradu.

VOJVOĐANSKA BANKA

Mobilno bankarstvo

Široka ponuda proizvoda Vojvođanske banke bogatija je za još jednu uslugu koja će olakšati finansijske transakcije njenim klijentima, a to je mobilno bankarstvo (m-bank). Usluga je namenjena fizičkim licima koji žele jednostavan i brz pristup tekućim računima, kao i sigurno upravljanje finansijskim sredstvima na bankovnim računima u bilo koje vreme i sa svakog mesta, bez čekanja u redu ili dolaska u filijalu. Mobilno bankarstvo je danas neizostavan deo svakodnevice korisnika bankarskih usluga, ali i najbrži i najjednostavniji način upravljanja finansijskim sredstvima. Vojvođanska banka je plaćanje putem mobilnih telefona uvela u okviru elektronskog bankarstva, kako bi osavremenila svoju ponudu, ali i omogućila svojim klijentima dostupnost bankarskim uslugama 24 sata dnevno.

TELEKOM SRBIJA

Poslovni rezultati

U prvoj polovini 2015. godine kompanija Telekom Srbija ostvarila je poslovne prihode u iznosu od 47,4 milijarde dinara i poslovne rashode u iznosu od oko 39 milijardi dinara. Operativni rezultat (EBITDA) viši je za 5,7 odsto u odnosu na januar-jun 2014. godine i iznosi oko 16 milijardi dinara. Uzimajući u obzir troškove otpremnina za oko 500 zaposlenih, koji su u drugom kvartalu napustili kompaniju, zatim troškove zbog štete od požara i prihode od naplate osiguranja po osnovu nastale štete, prava slika poslovanja za prvih šest meseci je da su poslovni prihodi bili veći za oko 6,7 odsto u odnosu na isti period prošle godine, dok su poslovni rashodi na približno istom nivou.

VIP

Razvoj mreže

U toku prvih šest meseci 2015. godine kompanija Vip mobile ostvarila je prihod od 11,1 milijarde dinara, što je po uporedivoj osnovi 9 odsto više u odnosu na isti period prošle godine. Do kraja juna 2015. Vipu se pridružilo više od 2,1 miliona korisnika, što je porast od 3 odsto u odnosu na 2014, dok tržišno učešće kompanije iznosi 22,4 odsto. "Održali smo trend održivog rasta u svim segmentima poslovanja, uprkos izazovnom makroekonomskom okruženju, činjenici da, usled nižih prihoda domaćinstava, korisnici optimizuju svoju mobilnu komunikaciju, i značajnim investicijama u poslovanje i mrežu. Od januara

do juna Vip je uložio više od 24 miliona evra, najvećim delom u uvođenje i širenje prve 4G LTE mreže u Srbiji i u modernizaciju postojeće 3G i 2G mreže širom zemlje. Planiramo da u ovoj godini uložimo više od 30 miliona evra u našu mrežnu infrastrukturu", rekao je Andreas Graf, direktor/CFO Vip mobile.

FILIP MORIS I NELT

Nelt ekskluzivni distributer

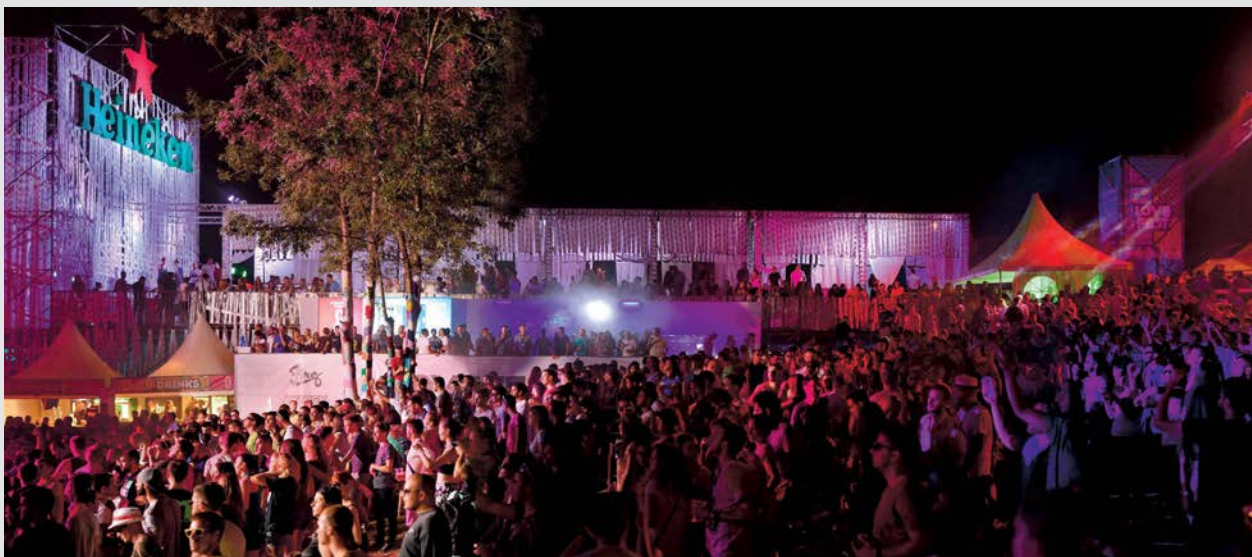
Filip Moris od sada distribuira Marlboro i ostale svoje proizvode na tržištu Srbije preko ekskluzivnog distributera NELT Co., sa kojim već skoro dve godine saraduje u različitim oblastima. "Uvođenje ekskluzivnog

distributera jedna je od najznačajnijih poslovnih inicijativa koju je naša kompanija sproveda od kada posluje u Srbiji. Partnerstvo sa Neltom omogućiće nam veću fleksibilnost i ojačati konkurentnost u izuzetno dinamičnom okruženju", izjavila je Jelena Pavlović, generalni direktor Filip Morisa za tržišta Srbije, Crne Gore, i Bosne i Hercegovine. "Činjenica da je jedna od najvećih duvanskih kompanija u svetu, Filip Moris, odabrala Nelt kao svog partnera u distribuciji na domaćem tržištu ukazuje ne samo na poverenje koje smo tokom protekle dve godine saradnje izgradili, već i značajno doprinosi reputaciji naše kompanije kao lidera u distribuciji i logističkim uslugama u ovom region", rekao je Miloš Jelić, izvršni direktor Nelt Grupe.

Lovefest

Nezaboravan provod

Mišljenja nepodeljena – ovogodišnji Lovefest najuspešnije izdanje festivala ljubavi do sada



Deveto izdanje najvećeg festivala ljubavi u Srbiji, koji je i ove godine održan uz podršku Heinekena, ponovo je oborio rekorde i ugostio više od 70 hiljada posetilaca i preko 200 izvođača iz celog sveta. Tokom tri dana festivala nezaboravne nastupe priredili su velikani elektronske muzike poput Dubfire i dvojca Booka Shade, di-džejer Fedde Le Grand okupio je rekordan broj ljubitelja kvalitetnog elektro-zvuka, dok je James Zabiela, koji već treći put dolazi na ostrvo ljubavi, zajedno sa više od 20 hiljada fanova proslavio svoj rođendan i odličnim setom oduševio sve prisutne. Koncert Hladnog piva obeležio je poslednju festivalsku noć, a ovogodišnju rok binu svi će

pamtiti i po nastupima Laibacha, Goblina, Eyesburna, Marčela, sastava Prti Bee Gee, Elementala, kao i crnogorskog dvojca Who See.

Globalnom kampanjom o odgovornom konzumiranju "Dance More, Drink Slow" Heineken je i ovom prilikom podsticao sve posetioce Lovefesta da više plešu i sporije piju, ističući da se i kroz umereno konzumiranje može uživati u festivalu i odličnoj muzici. Po mišljenju organizatora, ali i po komentarima publike, ovogodišnji Lovefest je uz generalno sponzorstvo Heinekena do sada najuspešnije izdanje i nesvakidašnji muzički događaj koji može da parira svetskim manifestacijama.

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