

Intervju: Dejan Jeremić, izvršni potpredsednik za operativne poslove Delta Holdinga

Poslovanje Delte ne zavisi od promena vlasti

“Delta je do sada od prodaje svojih kompanija zaradila 1,8 milijardi evra. Sav taj novac je reinvestiran u Srbiji, u Deltine nove biznise, a naš plan je da investiramo i dalje, ne samo novac koji je stečen prodajom biznisa već i preko dodatnih kreditnih linija”

Početak februara, kompanija Delta je svečano obeležila 25 godina poslovanja u hotelu Kraun plaza. Tom prilikom je osnivač Delte i predsednik Delta Holdinga Miroslav Mišković izjavio da je ova kompanija na ime poreza platila državi Srbiji dve milijarde evra u poslednjih deset godina. Mišković je najavio izgradnju “četiri velika objekta u Beogradu u 2016. i 2017. godini”, među kojima će biti novi veliki tržišni centar Delta Planet na Autokomandi, kao i nova poslovna zgrada Delta Holdinga. Predviđeno je da u ova četiri objekta Delta uloži 250 miliona evra.

Svega nekoliko dana kasnije, glavna poslovna vest u zemlji bila je da je Delta prodala svoje tržišne centre Delta City u Beogradu i Podgorici afričkom fondu Hyprop Investments za ukupno 202,8 miliona evra. Sve ovo bio je povod za razgovor sa Dejanom Jeremićem, izvršnim potpredsednikom za operativne poslove Delta Holdinga.

“VREME”: Šta procenjujete kao najveći uspeh kompanije Delta tokom prethodnih četvrt veka, a šta kao najveći poslovni propust?

DEJAN JEREMIĆ: Najveći uspeh je što smo kao kompanija opstali, rasli i uspešno poslovali četvrt veka, iako su uslovi na tržištu bili daleko od optimalnih. Uspeh je što smo za poslednjih deset godina platili više od dve milijarde evra poreza, za preko 10.000 ljudi obezbedili smo prvo zaposlenje. Uspeh je i što smo u Srbiju među

prvima uveli pojam društveno odgovornog poslovanja i sagradili prvu zadužbinu posle 70 godina.

Poslovnih neuspeha je bilo mnogo, daleko više nego što ljudi misle. Ali kvalitet dobrih kompanija nije u tome što nemaju promašaje i probleme; imaju ih, ali imaju znanja i energije da se sa njima uhvate u koštac i brzo ih reše. Upravo to radi i Delta.

Do 2011. i prodaje Maxija, Delta je bila najpoznatija po maloprodaji. Danas je po agraru i nekretninama. Možete li da opišete kako je teklo izlaženje i iz maloprodaje i iz finansija, i kako je došlo do odluke da se fokusirate na ove dve oblasti?

Iz našeg ugla, izlaženje iz pojedinih biznisa deluje potpuno logično. Misija naše kompanije je da stvorimo nove biznise i da ih razvijemo tako da na tržištu imaju značajnu vrednost. Na kraju, ukoliko se pojavi dobra cena, moguće je i da ih prodamo. Upravo to smo uradili sa Delta Bankom, Delta Osiguranjem, Delta Maxijem, a pre nekoliko dana i sa Delta Cityjem. Ovakav pristup traži kontinuirano redefinisiranje strateških biznisa, a za Deltu su sada ključni poslovi u poljoprivredi i razvoju nekretnina.

Poznato je da vaša kompanija nudi saradnju kooperantima u poljoprivredi. Možete li da opišete konkretno šta je ono što vi nudite malim proizvođačima? Na



primer, ja želim da napravim voćnjak, posadim neku od sorti jabuka i saradujem sa Delta Agrarom. Šta je, osim obezbeđivanja zemljišta i novca, potrebno da uradim, a šta mogu da očekujem od Delte?

Ono najvažnije što nudimo potencijalnim kooperantima jeste znanje. Ne moraju više da putuju na sever Italije da bi videli kako izgleda vrhunski voćnjak jabuka. Sve mogu da vide u našem Čelarevu. Nudimo im vrhunske sadnice najboljih sorti jabuka, proizvedene u Apatinu. Obezbeđujemo stručnu podršku tokom podizanja zasada i tokom uzgoja jabuka. Kada zasnuju voćnjak, onda mogu u Delta Agraru da na kredit dobiju sredstva za prihranu i zaštitu bilja. Možda je najvažnije što nudimo garantovan otkup svega što proizvedu u narednih 15 godina, po tržišnim cenama.

Takođe, važno je da ovde nije reč o tradicionalnoj proizvodnji jabuka, koja farmeru daje malu ili nikakvu zaradu. Tehnologija iz Južnog Tirola, koju i Delta Agrar



FOTO: Delta holding

primenjuje, omogućava prinose od preko 60 tona po hektaru, što svakom domaćinu može da omogući zaradu kakvu verovatno ne bi imao ni u jednoj drugoj kulturi. Ovakvo savremeno voćarstvo može u potpunosti da promeni krvnu sliku srpske poljoprivrede, pa i da pomogne rešavanju najkrupnijih demografskih problema srpskog sela.

Na proslavi 25 godina Delte Miroslav Mišković je izjavio da će se Delta u budućnosti "okrenuti agraru kao najvažnijoj privrednoj delatnosti". Kao svoju misiju Delta Agrar navodi da vidi sebe kao "nosioca razvoja u zemlji i u regionu". Čuo sam mnogo mišljenja koja kažu da poljoprivreda ne može biti nosilac razvoja zemlje, i da su sve države kojima je glavna delatnost poljoprivreda – izuzetno siromašne. Kakvo je vaše mišljenje o tom stavu?

Da li u siromašne zemlje ubrajate recimo Izrael, ili Holandiju? Holandija ima manje obradivih površina nego Srbija, a ostvaruje

izvoz poljoprivrednih proizvoda od skoro 80 milijardi evra, dok cela Srbija ima bruto društveni proizvod od oko 35 milijardi evra. Da li mislite da su Holandanci pogrešili što su svoje oranice otimali od mora i danas su jedan od najvećih poljoprivrednih proizvođača u svetu? Mi nemamo nikakve dileme o tome da je poljoprivreda velika šansa za Srbiju, ali da se razumemo, ne tvrdimo da je jedina. Ima još privrednih grana koje možemo i treba da razvijamo kao strateške, ali Delta je najaktivnija u poljoprivredi i zato najviše govorimo o njoj. Razvoj poljoprivrede ne isključuje, niti šteti razvoju još neke od važnih oblasti ekonomije.

Već duže vreme najavljujete izgradnju više velikih objekata u Beogradu, između ostalih Delta Planeta i nove upravne zgrade kompanije, i još uvek navodite da postoje određeni urbanistički problemi. O čemu je reč, i kada očekujete da ti problemi budu rešeni?

Činjenica je da se još nisu stekli urbanistički uslovi koji bi omogućili da počnemo

realizaciju četiri velika projekta na tri lokacije u Beogradu. Oni treba da zaposle skoro 10.000 radnika na izgradnji, da angažuju značajan deo srpske građevinske industrije, da Beogradu donesu velike prihode po različitim osnovama. Sigurni smo da je to svima u interesu i zato verujemo da će ovi problemi biti rešeni u vrlo kratkom roku.

Nedavno ste prodali šoping molove Delta City u Beogradu i Podgorici. Koliki deo od prihoda od prodaje planirate da ponovo uložite u Srbiji, i u koje oblasti? Ujedno, šta će razlikovati Delta Planet od Delta Cityja?

Delta je do sada od prodaje svojih kompanija zaradila 1,8 milijardi evra. Sav taj novac je reinvestiran u Srbiji, u Deltine nove biznise, a naš plan je da investiramo i dalje, ne samo novac koji je stečen prodajom biznisa već i preko dodatnih kreditnih linija.

Ono što Delta Planet odvaja od drugih, to je da će biti najmoderniji šoping mol u regionu, da će biti najveći, takozvani regionalni šoping mol. Ako je Delta City bio prvi pravi šoping mol, ovaj će sigurno biti najprepoznatljiviji znak Beograda i mamac za sve turiste kojima je Koridor 10 primarna saobraćajna ruta.

Kakav je uticaj na poslovanje Delta Holdinga imala promena vlasti 2012. i hapšenje Miroslava Miškovića? Da li za vas dolazak gradonačelnika Siniše Malog na proslavu 25 godina Delte znači da će odnos države prema vlasniku Delta Holdinga početi da se menja?

Ja poslovanje Delte ne bih vezivao ni za jedan politički događaj, pa ni za promene vlasti, kojih je bilo mnogo za naših 25 godina. Gradonačelnik Beograda je došao na proslavu kompanije koja je najveći investitor u ovom gradu, koja direktno zapošljava hiljade ljudi, a indirektno desetine hiljada, kompanije koja se sprema da u ovom gradu uložiti preko 250 miliona evra u narednih nekoliko godina. Zbog toga nam se čini da je to najlogičniji mogući potez i da je gradonačelnik bio na mestu na kome je i trebalo da bude. Verujemo da će svako podržati ne samo Deltine nego sve investicije koje ulepšavaju naš grad, donose mu nova radna mesta i poboljšavaju njegovu turističku ponudu.

Intervju: Davor Daraboš, direktor poslovnog područja Gourmet Atlantic Grupe

Prodor na međunarodna tržišta

“Trebalo iskoristiti činjenicu da je Zapadni Balkan prepoznat kao područje gde postoji kult kvalitetne hrane povezan sa identitetom, što može i treba da bude konkretna prednost za prehrambene proizvode sa zaštićenim poreklom”

Atlantic Grupa je u novembru 2014. kupila kompaniju Foodland, i, u okviru nje, jedan od najpoznatijih brendova u prehrambenoj industriji Srbije – Bakinu tajnu. Nakon nešto više od godinu dana integrisanja i ukļapanja u sistem, o daljim planovima razvoja brenda Bakina tajna, ali i drugih brendova Atlantic Grupe, za “Vreme” govori Davor Daraboš, direktor Gourmeta, novoosnovanog poslovnog područja u Atlantic Grupi.

“VREME”: Atlantic Grupa je zbog akvizicije Foodlanda reorganizovala celu kompaniju i osnovala novo poslovno područje nazvano Gourmet. Koliko je teško bilo uklopiti celu jednu solidno razvijenu kompaniju u sistem Atlantic Grupe?

DAVOR DARABOŠ: Naša strategija “Internacionalizacija” podrazumeva širenje prisutnosti na onim tržištima na kojima se Atlantic Grupa već nalazi, ali i otvaranje novih perspektivnih tržišta, uz paralelni organski rast poslovanja i inovativnost u proizvodnim kategorijama, što podrazumeva efikasniju organizaciju celokupnog poslovanja kompanije, kao i distribucije. To je i za jednu multinacionalnu kompaniju kao što je naša veliki izazov, ali smo mi uvereni da posedujemo brendove, kvalitet i znanje da konkurišemo ravnopravno sa globalnim igračima, prvo na evropskom, a potom i na globalnom tržištu. Akvizicijom Foodlanda pojačali smo asortiman naših već etabliranih internacionalnih brendova kao što su Argeta, Donat Mg, Cedevita, Multipower, jer smatramo da su proizvodi Foodlanda najbolji ambasador kvaliteta i mogućnosti koje ima autentična regionalna proizvodnja hrane u svetu. Najvažniji deo asortimana pod brendom Bakina tajna obuhvata delikatesne namaze i umake i slatke namaze, kao i prirodne sirupe i sokove od

svežeg voća i povrća stopostotne sledljivosti i pripremljene na domaći način. Samim tim, očekivanja koja su postavljena pred Bakinu tajnu u kontekstu širenja i jačanja našeg portfolija na tržištima izvan regiona Jugoistočne Evrope, zahtevaju da se posebna pažnja usmeri na relativno malo poslovno područje, ali sa velikim globalnim potencijalom. Stoga su poslovanje i portfolio Bakine tajne, kao jednog od ključnih brendova za podsticanje rasta, od septembra prošle godine organizovani u posebno poslovno područje (PP) Gourmet, uz timove koji treba da realizuju strategiju ekspanzije na treća tržišta.

Odakle stižu sirovine za proizvode Bakina tajna? Da li je nešto unapređeno u dosadašnjoj poljoprivrednoj proizvodnji?

Trenutno, suština je da unapredimo osnovnu stratešku prednost brenda Bakina tajna, a to je proizvodnja prirodne, zdrave hrane od biranih sastojaka, sada kao integralni deo sistema Atlantic Grupe, koja može takav brend da podigne na najviši nivo. To znači da proizvodi Bakina tajna danas podležu svim definisanim procesima Atlantic Grupe, pa i u delu nabavke s prioritetom prema domaćim kooperantima. Povrće i voće za proizvodnju uglavnom je iz šireg kopaoničkog područja i lokalnog uzgoja, a svi proizvodi izrađeni su sa najvećim postotkom voća i povrća i pripremljeni na tradicionalan način, bez aditiva i konzervansa. Proizvodnja u pogonima Foodlanda odvija se u skladu sa standardima svetskih sertifikata HCCP, ISO 9001 i BRC. Za ostvarivanje ovako složenih ciljeva bio je neophodan proaktivan i koordinisan angažman stručnjaka iz segmenta istraživanja i razvoja, centralne nabavke i osiguranja kvaliteta, jer u proizvodnji prirodne i

zdrave hrane važnu ulogu imaju kako izbor najkvalitetnijih sirovina i lanac proverenih dobavljača tako i ulazna kontrola kvaliteta i praćenje svih faza proizvodnje i potvrđivanje kvaliteta gotovih proizvoda. Mi se držimo stava da je kvalitet osnovno sredstvo za postizanje leaderske pozicije na tržištu i neizostavan deo investiranja u održivost poslovanja, jer takmičeći se s masovnom proizvodnjom i jeftinom robom teško da može da se izdrži utakmica na globalnom tržištu.

Rekli ste da planirate rast proizvodnje Foodlanda za pet-šest puta u naredne četiri godine. Pošto je jasno da regionalna tržišta teško mogu da upiju ovaj porast proizvodnje, znači da ciljate na druga tržišta u Evropi. Možete li izneti osnovne crte strategije koju Atlantic Grupa ima za brendove iz Foodlanda?

Bakina tajna je jedan od brendova u koje posebno verujemo i kome ćemo dati punu podršku u daljem razvoju i u dodatnom jačanju pozicija na međunarodnim tržištima i kroz investiciona i marketinška ulaganja, i kroz ulaganja u ljude. Da, očekujemo da ćemo u sledeće četiri godine, pet do šest puta povećati proizvodnju i plasman proizvoda Foodlanda i planski investirati kako bi se očuvao kontinuitet u kvalitetu proizvodnje i u povećanom obimu koji se planira u sledećih nekoliko godina. Takođe, očekujemo da ćemo podrškom proizvoda Bakina tajna pomoći i drugim proizvodima iz našeg asortimana koji imaju značajan internacionalni potencijal (Argeta, Donat Mg, Multipower, Bebi, Cedevita) da zajedno jače nastupaju na međunarodnim tržištima. Stoga smo sproveli i novu organizaciju distributivnog poslovanja kroz dve glavne zone, Zonu Istok i Zonu Zapad, što



FOTO: Milovan Milenković

se odražava i kroz osnivanje sopstvenih distributivnih kompanija u Austriji i Nemačkoj. Kako bi se lokalno znanje i stečeno iskustvo iskoristili na najbolji mogući način, svako distributivno područje imaće lokalnu funkciju upravljanja robnim markama. U novoj organizaciji, Zonu Istok će činiti Jugoistočna Evropa, Baltik i ZND region, dok će Zona Zapad obuhvatati Centralnu i Jugozapadnu Evropu, nordijske zemlje, kao i sva tržišta u prekomorskim zemljama. Krajnji cilj je široka maloprodaja, a ne samo etno-kanali, što je ambiciozan, ali ostvarljiv plan.

Koji su koraci koje neki proizvod mora nužno da prođe da bi se zauvek našao na trpezama u Velikoj Britaniji, na primer, ili Francuskoj, ili SAD? Dakle, ne samo da se pojavi na rafovima najvećih trgovinskih lanaca, kampanjski, nego da tamo i uspe da se izbori za kontinuiranu prodaju?

Atlantic je uvezao nekoliko značajnih stvari – kontrolu nabavke, kontrolu sirovina, kontrolu proizvodnje, kontrolu konačnog kvaliteta, dizajn, distribuciju, logistiku, marketing – i da gotov proizvod premijum kvaliteta, a onda i premijum cene, ravnopravno s konkurencijom pozicionira na policama Evropske unije kroz sopstveni lanac distribucije. To je ozbiljan pristup i dugoročna strategija, ali i kontinuirano

ulaganje. Očekivanja koja su postavljena pred Bakinu tajnu u kontekstu širenja i jačanja našeg portfolija na tržištima izvan regiona Jugoistočne Evrope proizlaze iz stava da treba iskoristiti činjenicu da je Zapadni Balkan prepoznat kao područje gde postoji kult kvalitetne hrane povezan sa identitetom, što može i treba da bude konkretna prednost za prehrambene proizvode sa zaštićenim poreklom. Taj potencijal potvrđuju i osvojena priznanja. Bakina tajna u svojoj zbirci ima već nekoliko prestižnih nagrada *Great Taste*, i to za svoj ajvar, sok od marelice, slatko od višnje i džem od marelice, prirodni jabukov sok i džem od pomorandže. Priznanje važi za Oskara u svetu hrane i dodeljuje ga britanska organizacija *Guild of Fine Food* na osnovu ocene 400 stručnjaka iz različitih grana prehrambene industrije.

U doba loše ekonomske situacije, koja traje li traje, kako se može omogućiti opstanak najkvalitetnijih proizvoda, koji zbog kvalitetnih sastojaka jednostavno ne mogu da budu relativno jeftini, a samim tim i pristupačni najširem sloju građana?

Opšta ekonomska nestabilnost odražava se kroz rast troškova, nisku kupovnu moć, valutne oscilacije, nelojalnu konkurenciju i sve su to faktori neizvesnosti u smislu dugoročnog planiranja. Međutim, u

poslovanju se držimo pravila da uvek treba da budemo spremni da se prilagođavamo novim uslovima, ali nikad na uštrb kvaliteta, jer takve “uštede” su kratkog daha. Zato i u krizi, kada neke kategorije padaju u totalu, mi možemo slobodno da kažemo da je naše poslovanje stabilno i u skladu sa očekivanjima, što potvrđuju i rezultati rasta prihoda od prodaje na nivou Grupe od 5,6 odsto u 2015. u odnosu na prethodnu godinu. Uštede nalazimo u optimizaciji sopstvenih troškova i ne odustajemo od praćenja tržišta i uvođenja inovativnosti u svoje proizvodne kategorije. Kako sistem raste, mi pokušavamo da se internim organizacionim merama fokusiramo na ono što smatramo da su kritične vrednosti svakog tržišta i tako podržimo rast. Što se tiče dalje kreativnosti, razvijene veštine i kapaciteti znanja postaju dominantni u funkcionisanju kompanija, a to više nisu samo proizvodni, tehnički ili distributivni kapaciteti, već i mogućnost da se sagleda neka potpuno nova, šira perspektiva, što je za nas u ovom trenutku iskorak na evropska, zapadna tržišta.

Kako, iz pozicije prehrambene industrije, vidite stanje u poljoprivredi Srbije? Svedoci smo da vlada u 2015. nije uspeła da isplati sve predviđene subvencije, a da je u 2016. iznos tih subvencija u poljoprivredi znatno smanjen – kako će ovo uticati na jednu od najvažnijih privrednih grana Srbije?

Brži razvoj izvoza u prehrambenoj industriji zahteva primenu koncepta održivog razvoja poljoprivrede, tehničko-tehnološku modernizaciju, unapređenje organizacije rada i ukupne organizovanosti ovih delatnosti, uključujući dugoročne i povoljne mere poljoprivredne politike, kao sirovinске baze prehrambene industrije. To samo potvrđuje da osnovni pravac budućeg razvoja poljoprivrede i prehrambene industrije treba da se zasniva na optimalnom korišćenju i očuvanju raspoloživih proizvodnih kapaciteta, uz povećanje obima poljoprivredne proizvodnje, posebno proizvoda sa dodatnom vrednošću, međutim, neophodna je dodatna podrška države. Potrebno je realno definisati prioritete i ulagati u sektore koji imaju potencijal da budu konkurentniji na regionalnom nivou, a to jesu prvenstveno poljoprivreda i prehrambena industrija.

Javno-privatno partnerstvo u Srbiji

Razvojna šansa ravna Maršalovom planu

Šta omogućava ovaj relativno nov oblik pružanja javnih usluga, i zbog čega on još ne funkcioniše u Srbiji



Javno-privatno partnerstvo (JPP) se često navodi kao jedan od načina na koji Srbija može da dovede u red svoju zapuštenu, propalu i nikad izgrađenu infrastrukturu, koja je preduslov za bilo kakav ozbiljniji ekonomski rast. Najjednostavnije rečeno, JPP jeste saradnja države i privatnog sektora u zajedničkim projektima proizvodnje ili pružanja usluga. JPP je relativno nov oblik pružanja javnih usluga – prvo JPP je pokrenuto 1992. u Velikoj Britaniji, kao odgovor na nezadovoljstvo korisnika javnih usluga, koje su postajale sve skuplje, a sve nekvalitetnije. Takođe, država je svojom poslovičnom neefikasnošću slabo primećivala postojanje novih potreba građana, i JPP, kao oblik saradnje koji bi trebalo da spaja najbolje iz ova dva sveta – odgovornost vlasti koja brine o javnom interesu, sa jedne, i menadžerske sposobnosti, fleksibilnost i ekonomičnost privatnog sektora, sa druge strane – javio se kao prirodan

odgovor na novonastale potrebe.

“Spisak projekata realizovanih kroz JPP u Velikoj Britaniji je beskrajan – putevi, željeznice, bolnice, čak i škole grade se kroz javno-privatna partnerstva”, kaže za “Vreme” Džejms Tornli, viši partner u kompaniji KPMG Srbija. “U Britaniji je stečeno značajno iskustvo u upravljanju i otklanjanju rizika koje sa sobom nose ovakvi poduhvati, pa bi razmena ovih iskustava mogla značajno podići i kapacitete vlasti u Srbiji na svim nivoima kada je reč o JPP. Uspostavljanje mehanizma saradnje na razmeni tog iskustva je nešto o čemu bi i u Srbiji moglo da se razmišlja. Korist od projekata JPP imaju kako lokalne zajednice u kojima se oni sprovedu tako i celokupna ekonomija zemlje, pa je sasvim jasno da govorimo o veoma važnom zamajcu razvoja. Ja sam delom siguran da bi JPP značajno pomogla i razvoj Srbije upravo i zbog

Javno-privatna partnerstva se najčešće koriste za izgradnju infrastrukture

FOTO: Reuters

brojnih pozitivnih iskustava koje imamo sa JPP u Velikoj Britaniji. Uz odgovorno upravljanje ovim projektima to bi mogla da bude još jedna od šansi za ubrzanje razvoja i Srbije”, ističe Tornli.

Kada je reč o zemljama okruženja i zemljama EU, Hrvatska je, nakon donošenja zakona 2008, do 2012. realizovala projekte u vrednosti od 350 miliona evra, a u Austriji su mnoge lokalne samouprave putem JPP rešile ekološke probleme, izgrađujući infrastrukturu za prečišćavanje otpadnih voda i upravljanje otpadom. Jedan od najpoznatijih primera JPP na nivou Evropske unije jeste digitalizacija evropske kulturne baštine, gde je Unija sklopila JPP sa gigantima poput Majkrosofta i Gugla. Procenjuje se da je u 2013. ukupna vrednost

Primeri loše prakse

Kada je reč o dosadašnjem iskustvu Srbije sa JPP, Marija Bojović nema mnogo pozitivnih primera. "Skupština Grada je tri puta do sada angažovala savetnika da pronade privatnog partnera za upravljanje otpadom na teritoriji Beograda. Prvi put 2003. godine, drugi put je pokušano 2007. ili 2008. Prošle godine je treći put izabran savetnik za isti ili skoro isti projekat. Zašto država toliko neracionalno troši novac za međunarodne savetnike koji nisu jeftini? U prethodna dva angažmana Svetska banka pripremila je svu dokumentaciju i tender, i oba puta su propala. Navodno je prvi pokušaj propao kada je ubijen Đinđić. Drugi put je došlo do promene gradske vlasti i od tog projekta se odustalo. Sada se radi na istom poslu treći put. Ali svaki taj pokušaj predstavlja trošenje resursa i budžetskih para koje su se mogle celishodnije iskoristiti. Slučaj ugovorene koncesije usluga parking servisa sa izraelskom kompanijom završila se arbitražom koja, koliko znam, nije imala dobar ishod po nas. Koncesija koja je data za izgradnju auto-puta Horgoš–Požega konzorcijumu Alpine i Porra takođe je završila pred arbitražom. Jednom rečju, nismo imali sreće sa pokušajima koncesija i drugih JPP-a. A možda to nije samo stvar sreće, već i loših ugovora koji su sklapani ili nemara države za te projekte. Iz nekog razloga, država tj. njen kadar, bez savetnika ili sa njim, izgleda nepripremljeno ulazi u te projekte ili čak u pokušaje tih projekata, i na kraju ništa od toga ne bude", navodi Bojović.

realizovanih investicija u JPP u EU iznosila devet milijardi evra.

Kakvo je stanje po pitanju JPP u Srbiji? U 2011. je donet Zakon o javno-privatnom partnerstvu i koncesijama, za koji postoji saglasnost stručne javnosti da je kvalitetan i da valjano rešava pitanje pravnog okvira potrebnog za ovakvu vrstu saradnje. Prema srpskom zakonu o javno-privatnom partnerstvu i koncesijama, JPP je "dugoročna saradnja između javnog i privatnog partnera radi obezbeđivanja finansiranja, izgradnje, rekonstrukcije, upravljanja ili održavanja infrastrukturnih i drugih objekata od javnog značaja i pružanja usluga od javnog značaja, koje može biti ugovorno ili institucionalno". Jedan od najčešćih oblika JPP je koncesija, a jedan od najpoznatijih vidova koncesije je takozvani BOT aranžman (*build, operate, transfer*), kojim je privatnom partneru povereno da sagradi neku infrastrukturu, njome upravlja i koristi je neko vreme uz naplatu, a onda, posle isteka ugovorenog roka, ta infrastruktura se vraća u ruke države.

S obzirom na to da JPP najčešće primene nalazi u raznim oblicima izgradnje infrastrukture – saobraćajne (putevi, železnice, luke, Aerodromi, mostovi), socijalne (škole, bolnice, zatvori, sportski objekti, vodosnabdevanje) i energetske – a znajući za hroničnu prazninu u državnoj i lokalnim kasama, saradnja u kojoj privatni partner ulaže novac, znanje i nove tehnologije

zvuči obećavajuće. No, stiče se utisak da je država Srbija daleko od ispunjavanja potencijala koje donosi JPP. Pošto je zakon donesen tek 2011, donekle je i razumljivo što cela stvar ne funkcioniše na maksimalnom broju obrtaja, međutim, postoje i drugi problemi, a treba uzeti u obzir i da su pojedine opštine sklapale JPP i pre donošenja ovog zakona, i to na osnovu Zakona o koncesijama.

"Do sada se problem nedostatka infrastrukture kod nas rešavao uzimanjem kredita od investicionih i drugih banaka", kaže za "Vreme" Marija Bojović, partner u advokatskoj kancelariji Bojović & Partners. "Mnoge države u Evropi uključile su privatni sektor u izgradnju infrastrukture kroz davanje koncesije ili na drugi način. Naša država izgradnju koridora rešava tako što ugovara deonice puteva od po 50-100 km. Razlog tome nije u potpunosti jasan, moguće je politički ili nedostatak sredstava, ali ceo proces se mnogo oteže. Mnoge države daju jednom izvođaču, koji je poznat i ozbiljan, da izgradi ceo projekat u određenom roku." Ona navodi da država, pre potrage za privatnim partnerom, mora da razmotri koji je najbolji model finansiranja za nju i da li je i koji model JPP adekvatan. "Obično se za tu svrhu angažuju finansijski, pravni i tehnički savetnici koji, kao deo svog angažmana, prvo nalaze najbolji model, a potom ga i sprovode zajedno sa državom. To je npr. slučaj tendera koji je država nedavno raspisala za savetnika

a u vezi sa Aerodromom "Nikola Tesla". Međutim, bez obzira na sve rečeno, da bi i angažovala savetnike, pa zatim odabrala privatnog partnera, država mora da ima adekvatan personal koji bi takve projekte pokretao i radio na ubrzanju ekonomskog razvoja, a to do sada nije bio slučaj. Naša administracija je brojna, ali i vrlo spora, a i zapošljavanje u državnoj administraciji je, kao i u kompletnom javnom sektoru, netransparentno, sa brojnim primerima zapošljavanja po političkoj ili po prijateljskoj i rođачkoj liniji. Nažalost, sistem je već dugo na staklenim nogama jer su institucije slabe, a pravda je spora i često nekompetentna ili korumpirana, a niko ne snosi posledice za to", kaže Bojović.

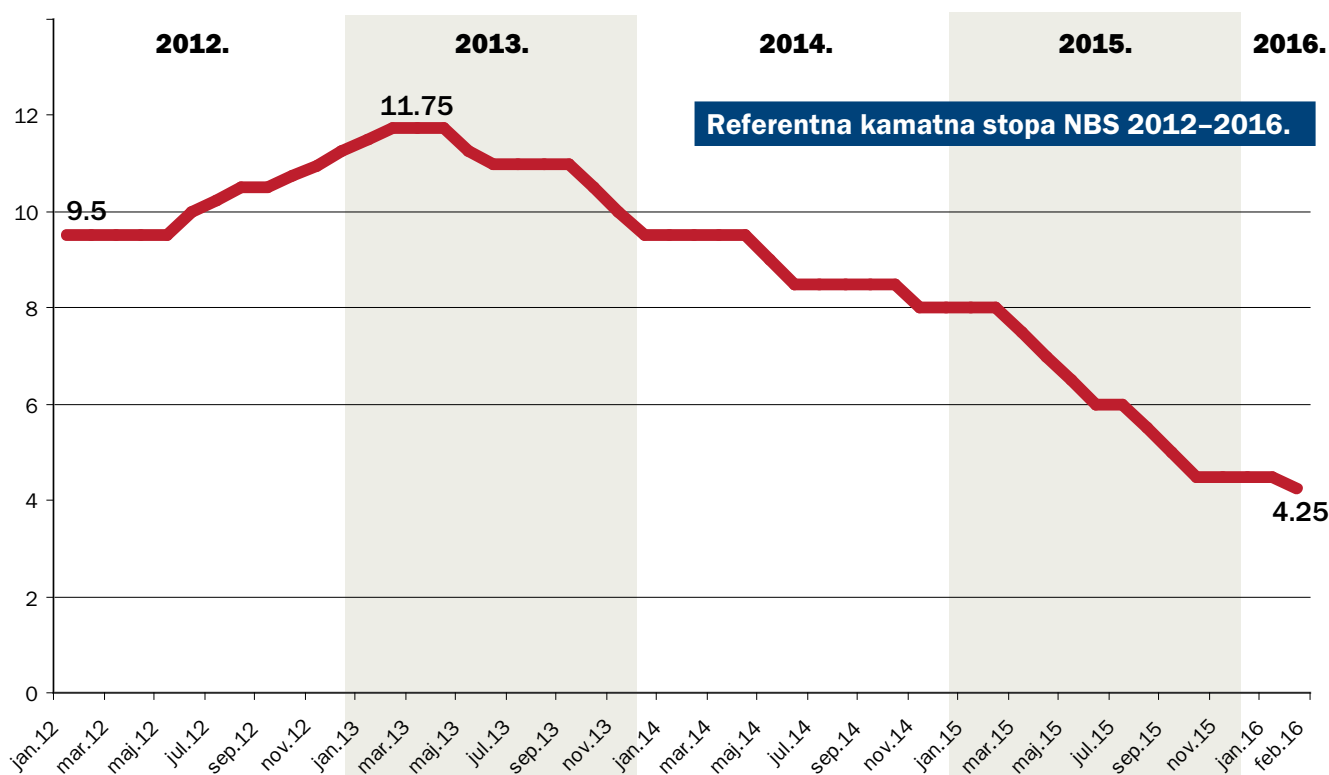
Osim najočitijeg – rizika od korupcije – još jedan od potencijalnih negativnih efekata i rizika u vezi sa JPP-om odnosi se na njegovu dugoročnost. Prema srpskom zakonu, JPP se sklapaju na period od pet do 50 godina, što u prevodu znači da bi jedan loš ugovor mogao da potraje koliko i mandat narednih dvadesetak srpskih vlada. Prema rečima Džejmisa Tornlija, eventualne greške ili pogrešni koraci mogu ostaviti dugoročne i izuzetno skupe posledice, i jedan su od razloga zbog kojih se i na regionalnom i na nacionalnom nivou stvaraju sporo menjaju – maksimalna zaštita od eventualnih negativnih posledica je potpuno opravdana.

"Potpuno sam svestan činjenice da Srbija kao i celokupan region Jugoistočne Evrope još trpe posledice iz prošlosti, posledice zbog kojih je ekonomija slabija, a infrastruktura često neadekvatna. Ali ovo ne mora biti tako. Danas postoje brojni investitori u Kini, Severnoj Americi i Evropi, prvenstveno penzioni fondovi, koji očajno tragaju za investicionim projektima koji bi im omogućili ujednačeni priliv sredstava, kakav upravo nude ulaganja u infrastrukturu. Pronalaženje zajedničkog jezika između ovih investitora i države idealna je prilika da se aktiviraju novi izvori investicija i ubrza ekonomski razvoj. To bi i za investitora i za Srbiju bilo partnerstvo na obostranu korist. Ne mislim da preterujem ukoliko kažem da bi, uz pretpostavku odgovornog upravljanja, za Srbiju ovo mogla biti razvojna šansa jednaka onoj koju je Evropa nakon Drugog svetskog rata omogućio Maršalov plan", zaključuje Tornli.

Finansije

Rekordno niske kamatne stope

Šta će za potrošače značiti dalje smanjivanje referentne kamatne stope NBS, i kako će se kretati cene kredita u doglednom periodu



Od 11. februara referentna kamatna stopa iznosi 4,25 odsto, s obzirom na to da je na sednici Izvršnog odbora Narodne banke Srbije odlučeno da se ova stopa smanji za dodatnih 0,25 procentnih poena. Ovime je nastavljen trend ublažavanja monetarne politike – još u aprilu 2013. referentna kamatna stopa je iznosila 11,75 odsto, što je bila neophodna reakcija nakon visoke inflacije u 2012. godini. Pošto je inflacija od 2013. godine konstantno ispod donjeg cilja od 2,5 odsto, Narodna banka Srbije je postepeno smanjivala referentnu kamatnu stopu: u januaru 2014. ona je bila na 9,5 odsto, u januaru 2015. na osam, da bi 2016. godinu započela sa 4,5 odsto.

Ovo sniženje cene novca je uticalo i na kamate na bankarskom tržištu. Kako je na februarском predstavljanju Izveštaja

o inflaciji u NBS-a rekla Ana Ivković, v. d. generalnog direktora Direktorata za ekonomska istraživanja i statistiku, ublažena monetarna politika je doprinela i oporavku kreditne aktivnosti, od sredine 2015. “Kamatne stope na dinarske kredite u privatnom sektoru su upravo u 2015. godini zabeležile najveći pad do sada, od blizu pet procentnih poena. Njihovom padu doprinosi i nastavak smanjenja interne i eksternere neravnoteže – budžetski deficit je prošle godine gotovo prepolovljen (sa 6,6 odsto na 3,7 odsto bruto domaćeg proizvoda), dok je deficit tekućeg računa platnog bilansa bio niži za petinu i u potpunosti pokriven stranim direktnim investicijama”, rekla je tada Ivković.

Ona je dodala i da će, prema centralnoj projekciji NBS-a, međugodišnja inflacija od

sredine 2016. godine otpočeti umeren rast i vratiti se u granice cilja krajem ove ili početkom sledeće godine. “Procenjujemo da će inflacija nastaviti rast i u 2017, ali znatno sporijim tempom, i da će se u proseku kretati na nivou od oko tri odsto.” Ujedno, Ivković je kazala da je kreditna aktivnost u 2015. porasla 1,8 odsto, kao i da su investicioni krediti u 2015. bili dva i po puta veći nego u 2014, te da, zbog niskih inflatornih pritisaka očekuje da monetarna politika NBS-a ostane ekspanzivna.

Šta će sve ovo značiti kada je reč o aktuelnoj bankarskoj ponudi na bankarskom tržištu Srbije? Prema rečima Dejana Vučinića, izvršnog direktora direkcije mreže Sosijete ženeral Srbije, pojeftinjenje dinarskih kredita u 2016. neće biti tako veliko kao prošle godine. “U poslednjih godinu dana bio je

izražen trend snižavanja referentne kamatne stope, što je posledično dovelo do pojeftinjenja dinarskih izvora i odrazilo se na rast dinarskih kredita. S obzirom na to da je nivo referentne stope već sada u nivou ciljane inflacije, trend daljeg snižavanja, ako ga i bude, neće biti u istom intenzitetu kao protekle godine. U svakom slučaju, nivo referentne stope ima uticaja i na međubankarsko tržište novca, koje formira Belibor stopu, budući da se ova stopa najčešće koristi kao bazna stopa prilikom odobravanja dinarskih kredita. Usklađivanje prvih narednih anuiteta kredita u skladu sa dinamikom iz ugovora, znači istovremeno i relaksaciju za klijente, jer im je zbog niže bazne stope niža i mesečna rata. U Sosijete ženeral banci usklađivanje anuiteta već puštenih kredita se vrši u skladu sa kretanjem Belibora, a revidiranje margine koja je deo ukupne kamatne sto-

redit i kredit za refinansiranje za građane koji nisu klijenti banke, odnosno ne primaju zaradu ili penziju preko tekućeg računa u Banca Intesa.

U Vojvođanskoj banci kažu da su smanjili nominalnu kamatnu stopu za Savršen keš kredit na 6,6 odsto koja je fiksna u prvih šest meseci, a postoji i kratkoročni Sprint keš kredit gde je nominalna kamatna stopa fiksna tokom celog perioda i iznosi 9,9 odsto. Nakon isteka šest meseci nominalna kamatna stopa za Savršen keš kredit kreće se od 13,9 odsto u zavisnosti od vrste kredita, a za klijente koji redovno izmiruju svoje obaveze, kamatna stopa se smanjuje za dodatnih do tri odsto tokom perioda otplate kredita, pri čemu maksimalan iznos kredita može biti 1,2 miliona dinara, uz rok otplate od 12 do 96 meseci. Ujedno, u Vojvođanskoj banci kažu i da su dodatno smanjili i kamatnu stopu za stam-

► Kreditna aktivnost u 2015. porasla je 1,8%, a investicioni krediti su bili dva i po puta veći nego u 2014.

pe na novim proizvodima je rezultat kako kretanja i procene budućih kretanja baznih stopa, tako i odnosa ponude i tražnje na tržištu", kaže Vučinić.

Reagovala je i najveća banka na tržištu Srbije, Banca Intesa. "Prateći potrebe i očekivanja svojih klijenata, kao i povoljna tržišna kretanja u pogledu stabilne i niske stope inflacije, te posledičnog obaranja referentne kamatne stope Narodne banke Srbije, Banca Intesa kontinuirano snižava kamatne stope na dinarske kredite još od početka 2014. godine", kažu u ovoj banci. "U toku je specijalna ponuda sniženih kamatnih stopa na Intermezzo keš kredit, jedinstveni model gotovinskog zajma koji omogućava odlaganje plaćanja mesečne rate, koji se odobrava uz fiksnu kamatnu stopu od 12 odsto godišnje, Senior keš kredit namenjen penzionisanim građanima, koji se plasira uz fiksnu godišnju kamatnu stopu od 14 odsto, kao i kredit za refinansiranje sa mogućnošću dobijanja dodatne gotovine sa fiksnom kamatnom stopom od 12 odsto na godišnjem nivou. Imajući u vidu gorenavedene trendove, Banca Intesa će produžiti specijalnu ponudu do kraja juna i već od sledećeg meseca smanjiti kamatne stope na Intermezzo keš

bene kredite – ona sada iznosi 3,45 odsto plus šestomesečni Euribor za kredite sa osiguranjem NKOSK – Nacionalne korporacije za osiguranje stambenih kredita, (EKS od 3,98 odsto) bez obzira na iznos kredita. Krediti se odobravaju u iznosu do 200.000 evra u dinarskoj protivvrednosti sa rokom otplate do 30 godina, kažu u ovoj banci.

U Alpha Bank Srbija poslednja vest glasi da su klijentima ponuđeni novi Alpha Plan stambeni krediti za kupovinu nekretnine, izgradnju ili dovršenje započete gradnje, proširenje, rekonstrukciju ili adaptaciju. Nominalna kamatna stopa se kreće od 3,45 odsto na godišnjem nivou, a efektivna kamatna stopa, koja osim kamate uključuje i sve ostale troškove do potpune otplate kredita, kreće se od 4,12 odsto. Mogućnost odlaganja početka otplate kredita do 12 meseci i olakšana procedura samo su neke od brojnih pogodnosti u okviru ponude, kažu u ovoj banci, i napominju da su dodatne prednosti Alpha Plan stambenih kredita podizanje kredita bez godišnje naknade za administriranje, bez obaveznog plaćanja životnog osiguranja klijenta i bez troškova za pravne usluge kod pravne provere nekretnine.

abeceda ekonomije

Kamata

Kamate utiču na svakodnevni život građana i privrede. Odluke o štednji, zaduživanju, potrošnji i investicijama zavise od kretanja kamatnih stopa. Upravljanje javnim finansijama i budžetskim deficitom je u određenoj meri uslovljeno rastom i padom kamatnih stopa.

Kamata je naknada u novcu za pozajmljivanje novčanih sredstava, odnosno kamata je cena koju dužnik plaća poveriocu za privremeno korišćenje ustupljenog novca ili kapitala. Kada se cena zaduživanja izražava u procentima, koristi se pojam kamatna stopa.

Pre potpisivanja ugovora o kreditu treba razumeti prednosti i nedostatke promenljivih (varijabilnih) i fiksnih kamatnih stopa. Promenljive kamatne stope nose kamatni rizik što znači da se u slučaju rasta kamatnih stopa tokom otplate kredita visina rate povećava. Sa druge strane, u slučaju pada kamatnih stopa, visina rate se smanjuje. Kod fiksnih kamatnih stopa visina rate se ne menja.

Promenljiva kamatna stopa se najčešće izražava kao zbir kamatne stope koja se formira na evropskom međubankarskom tržištu (EURIBOR) i kamatne marže banke. EURIBOR je na istorijskom minimumu i sa očekivanim i još uvek neizvesnim oporavkom evropske privrede postepen rast EURIBOR-a je moguć. Odluke Evropske centralne banke mogu uticati na kretanje EURIBOR-a. Ako je ugovorom o dinarskom kreditu predviđeno da promenljiva kamatna stopa zavisi od kamatne stope koja se formira u Srbiji (npr. BELIBOR), monetarna politika Narodne banke Srbije može, između ostalog, uticati i na visinu rate takvih dinarskih kredita.

Po isteku oročenja, vlasnicima računa se isplaćuje kamata na štednju. Alternativa za ulaganje mogu biti državne obveznice koje, pored isplate kamate, svojim vlasnicima uvećavaju/smanjuju vrednost njihove imovine kroz kapitalnu dobit/gubitak, što u zbiru daje prinos na uloženi novac.

Pripremio: dr MALIŠA ĐUKIĆ,
Beogradska bankarska akademija

Digitalna ekonomija

Novi ekonomski poredak

Četiri vrste uticaja digitalne ekonomije na globalnu privredu

Mada sâm pojam “digitalne ekonomije” nije ni nov, ni nepoznat – ima tome već dve decenije otkako se prvi put pojavio u istoimenoj knjizi autora Dona Tepskota – razvoj ove, nekada revolucionarne ideje, u sadašnji ekonomski oblik koji prožima gotovo sve privredne i društvene procese, fenomen je o kojem vredi iznova pisati i sagledavati ga iz što više uglova.

Iako ne postoji jedinstvena definicija digitalne ekonomije, svim nastojanjima da se ona definiše zajednički su upravo održivi

sadržaj (kontent), ili upotrebnost vrednost proizvoda i usluga, koje ranije nisu postojale, te je praktično nemoguće upoređivati ih sa primerima iz nekadašnje poslovne prakse. Dobar primer za to je postojanje brojnih *šering* servisa, poput DropBoxa recimo, koji omogućavaju skladištenje, transport i sinhronizaciju digitalnih podataka i dokumenata na internetu.

Tu je, zatim, i “destruktivni” uticaj digitalnih aspekata savremenog poslovanja, koji ugrožava tradicionalne biznis modele, na-

najrazličitijih društvenih mreža na brojnim digitalnim platformama, sve veća raznovrsnost mobilnih aplikacija, razvoj “cloud” kompjuterskih servisa, kao i dramatično unapređenje virtuelne realnosti, korisnicima otvaraju nove horizonte komunikacije i iz korena menjaju njihovu društvenu interakciju.

ŠANSZA ZA NOVA RADNA MESTA: Prema podacima Evropske komisije, zahvaljujući dinamičnom razvoju tržišta mobilnih digitalnih aplikacija, Sjedinjene Američke Države su u prethodnih pet godina stvorile gotovo 500.000 novih radnih mesta. Evropa, u tom smislu, i dalje zaostaje u razvoju i kreativnoj primeni novih tehnologija na svom “kontinentalnom” tržištu. Analitičari procenjuju da, ukoliko bi zemlje EU u narednom periodu uspele da dostignu nivo tehnološkog i digitalnog razvoja jedne Amerike, ili pak njenih najrazvijenijih članica, poput Švedske, to bi omogućilo otvaranje možda čak do milion i po novih “digitalnih” radnih mesta u Evropi. Konkretni pokazatelji su više nego jasni: vrednost koju “nova” ekonomija stvara u industrijski najrazvijenijim zemljama sveta iz grupe G20, premašuje četiri biliona dolara i već učestvuje sa nekih osam odsto u njihovom ukupnom bruto domaćem proizvodu.

Srbija, po pravilu, kaska za najrazvijenijim zemljama, barem kada je u pitanju uticaj digitalne ekonomije na ukupne privredne tokove u zemlji. Ohrabrujuće je, međutim, da se stvari polako, ali sigurno, pomeraju sa mrtve tačke. Prema podacima Privredne komore Srbije, naša zemlja nalazi se na 77. mestu od 143 zemlje na listi Svetskog ekonomskog foruma po infrastrukturi informaciono-komunikacionih tehnologija i obrazovanju radne snage. Za zemlju ovog stepena razvijenosti to i nije tako loša pozicija. U mnogim drugim značajnim ekonomskim i društvenim oblastima Srbija, nažalost, nije blizu ove “zlatne” sredine.

Uroš Mitrović

► Digitalni formati gotovo su “uništiti” klasičan sistem proizvodnje, distribucije i prodaje muzičkih nosača zvuka, poput kompaktnih diskova i ploča

privredni rast, intenzivno uključivanje informaciono-komunikacionih tehnologija u sva područja ekonomije i društva, kao i značajne promene koje usled toga nastaju na strani ponude i potražnje.

Smatra se da je savremena digitalna ekonomija vodeći pokretač privrednih inovacija i preduzetničke konkurentnosti, te stoga predstavlja motor rasta, i nacionalne i globalne ekonomije. Trendovi koje “nova”, odnosno “internet” ekonomija – kako je pojedini autori još nazivaju – uspostavlja i nameće, u velikoj meri menjaju tržišta rada, kao i način na koji se obavljaju poslovi. Njenu “elektronsku” primenu možemo videti u najrazličitijim granama svetske ekonomije – od trgovine i bankarstva, energetike, transporta, zatim u “klasičnoj” industriji i proizvodnji, baš kao i u oblasti medija i izdavaštva. Takođe, snažan uticaj digitalne ekonomije sve je vidljiviji i u osetljivim “javnim” granama, kao što su obrazovanje ili zdravstvo. A o brojnim korisnim aspektima i prednostima tzv. e-uprave da i ne govorimo.

PROŽIMANJE TRADICIONALNE I “NOVE” EKONOMIJE: Brojni digitalni stratezi slažu se da digitalna ekonomija ima četiri ključna uticaja na današnju globalnu privredu. Sa jedne strane, ona kreira potpuno novi

mećući nova poslovna pravila. Muzička industrija je dobar primer za to. Digitalni formati gotovo su “uništiti” klasičan sistem proizvodnje, distribucije i prodaje muzičkih nosača zvuka, poput kompaktnih diskova i ploča.

Treći važan uticaj digitalne ekonomije, koji funkcioniše kao unapređenje postojećih biznis sadržaja, u simbiozi je sa tradicionalnim poslovima i komplementarno deluje na njihov razvoj i rast. Sa korisničkog aspekta, jedan od primera mogla bi biti sve popularnija Uber usluga, koja nudi taksi prevoz preko internet aplikacije i spaja one kojima je potreban prevoz, sa onima koji imaju automobil. Iz vizure tradicionalnih taksi udruženja, međutim, ova digitalna platforma predstavlja potencijalnu pretnju, što znači da u praksi možemo naići i na kombinaciju poslednja dva – ujedno i destruktivna i unapređujuća – uticaja digitalne, na klasičnu ekonomiju.

Na kraju, četvrta značajna novina tiče se potpuno novog načina na koji ljudi međusobno komuniciraju. Jer, ubrzani razvoj informacione, kao i (tele)komunikacione tehnologije – na kojima se u osnovi i zasniva “infrastruktura” digitalne ekonomije – u velikoj meri transformisao je način svakodnevnih komunikacija. Korišćenje



DHL SRBIJA

Najuspešniji u Evropi

DHL Express Srbija, koja ove godine obeležava 25 godina poslovanja u našoj zemlji, izabrana je za najuspešniju evropsku kompaniju DHL Grupe u 2015. godini, u kategoriji zemalja koje ostvaruju godišnji prihod do 50 miliona evra. U konkurenciji za najuspešniju DHL kompaniju Evrope učestvovalo je 28 evropskih zemalja, a kriterijumi koji su uticali na odabir najuspešnijih bili su: prihod i broj pošiljaka u međunarodnom transportu, kvalitet usluge koji se nudi na tržištu, obuka i motivacija zaposlenih, primena inovativnih i IT rešenja u poslovanju, kao i finansijski rezultati i stabilnost kompanije. Nagradu najuspešnijoj DHL kompaniji Evrope, DHL Srbija, dodelio je Džon Pirson, CEO DHL Express Evropa.

NELT

Novi član globalnog dogovora UN

Kompanija Nelt pridružila se najvećoj svetskoj građanskoj inicijativi u okviru Ujedinjenih nacija, Globalni dogovor, koji za cilj, pre svega, ima izgradnju društveno odgovornog poslovanja i tržišta. Ovim članstvom se kompanije obavezuju da svoje delatnosti usaglase sa deset univerzalnih principa iz oblasti ljudskih prava, rada, zaštite okoline i antikoruptione. Marko Milanković, menadžer za korporativne komunikacije Nelt Grupe ovim povodom je izjavio: "Članstvo u Globalnom dogovoru za nas je potpuno logičan i prirodan korak. Nelt, više od 20 godina, svoje poslovanje zasniva na pružanju vrhunskih usluga u oblasti distribucije, logistike i marketinga, osvajanju novih tržišta, stabilnom razvoju kompanije i rastu profita, brizi o klijentima i zaposlenima, kao i aktivnom doprinosu i podršci razvoju zajednice. Neltova politika društvene odgovornosti zasnovana je na etičkom poslovanju i težnji da se omogući stvaranje boljeg

okruženja za zaposlene, partnere i širu društvenu zajednicu, uz ostvarivanje dobrih poslovnih rezultata i visokog stepena odgovornosti prema životnoj sredini."

ROSA VODA

Podrška roditeljima i bebama

U domovima zdravlja u Vranju, Požarevcu, Surdulici, Kuršumliji i Ubu biće otvorene prve Rosa škole roditeljstva u kojima će roditelji imati priliku da dobiju stručne savete i podršku tokom perioda proširenja porodice. Zahvaljujući inicijativi Ministarstva zdravlja Republike Srbije i Rosa vode, više od 2000 beba i njihovih roditelja će dobiti značajnu pomoć, koja u ovim sredinama do sada nije postojala, čime će biti osnažena postojeća mreža škola roditeljstva. Kupovinom Rosa vode od 1,51 građani su doprineli otvaranju prvih pet škola roditeljstva i zahvaljujemo se svima koji su našu ideju učinili uspešnom. Bebe u Vranju, Požarevcu, Ubu, Kuršumliji i Surdulici će imati priliku da prve posete škole roditeljstva,

ali u naredne tri godine ćemo podržati još mališana i njihovih roditelja.", izjavila je Milica Stefanović, u ime Rosa vode.

ALKS

Rast lizinga za 17 miliona

U 2015. godini ukupna vrednost novozaključenih ugovora o lizingu preduzeća i građana Republike Srbije iznosila je 297 miliona evra, odnosno 17,2 miliona evra više nego 2014. godine. U pitanju je stopa rasta od 6,2 procenta, što je najviša stopa rasta od 2008. godine, a povećanje je zabeleženo i kod finansijskog i kod operativnog lizinga, saopšteno je u Asocijaciji lizing kompanija Srbije (ALKS). Putnička vozila su zabeležila najviši rast, i to za 16,6 miliona evra, te je ukupna vrednost novozaključenih ugovora iznosila 118 miliona evra. Finansiranje nabavke komercijalnih, teretnih i ostalih vozila je zabeležilo rast od 9,3 miliona evra, te je vrednost novozaključenih ugovora na kraju godine iznosila 106,4 miliona evra, dok je nabavka mašina i opreme, ali i nekretnina, finansirana sa 61,2, odnosno 11,6 miliona evra.

FILIP MORIS

Među najboljim poslodavcima u Evropi

Kompanija Filip Moris Srbija dobitnik je priznanja "Top Employers Europe 2016" i "Top Employers Serbia 2016", koja dodeljuje istoimeni internacionalni nezavisni institut sa sedištem u Holandiji. Ovo prestižno priznanje je potvrda da je u globalnim razmerama prepoznat uspeh lokalnog tima koji je istinski posvećen svojim zaposlenima, njihovom profesionalnom i ličnom razvoju. Kriterijumi na osnovu kojih je ovaj ugledni institut uvrstio kompaniju Filip Moris Srbija na listu najboljih domaćih, ali i evropskih poslodavaca uključuju pre svega strategiju planiranja, upravljanja i razvoja zaposlenih sa posebnim fokusom na razvoju talenata, ali takođe i programe unapređenja znanja i liderskih veština, sistem raspoloživih kompenzacija i beneficija, kao i opštu korporativnu kulturu.

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