



Biznis.rs

PRIMERAK ZA PRETPLATNIKE

BROJ 18 - MART 2023.

**Dejan Šoškić, profesor Ekonomskog
fakulteta Univerziteta u Beogradu**

**VIŠA INFLACIJA
MOŽE POSTATI NAŠA
REALNOST**

**Medeja Lončar, direktorka
kompanije Siemens Srbija**

**INOVACIJE SU
MOTOR NAŠEG
RAZVOJA**

TEHNOLOGIJA KOJA DEFINIŠE NAŠE VREME

**VEŠTAČKA
INTELIGENCIJA KAO
VELIKA ŠANSA ZA
SRPSKU PRIVREDU**

ISSN 2787-3358



9 772787 335804 >



"ŽENE U BIZNISU"

POWERED BY



Biznis.rs podstiče žensko preduzetništvo dodelom priznanja "Žene u biznisu".

Želja nam je da predstavljanjem uspešnih žena u biznisu pomognemo razvoju ženske, ali i privrede u celini. Dobitnice priznanja predstaviće svoja pozitivna poslovna iskustva i uspešne strategije, i poput mentorki ukazaće budućim generacijama preduzetnica na pravi put.



Kriterijumi za odabir uspešnih kompanija na čijem čelu su žene bili su veoma rigorozni i uključivali su sledeće parametre:

- Kompanija je ostvarivala stabilno poslovanje ili rast u prihodima
- Kompanija je dobijala najbolje bonitetne ocene AAA/AA+/A* tri godine zaredom
- U periodu od tri godine realizovala je rast dobiti
- Osnivač ili vlasnik kompanije je žena



PROLEĆNO PODVLAČENJE CRTE



**Marko
Andrejić**

glavni i odgovorni
urednik

Veštačka inteligencija polako ali sigurno osvaja svet. Ako je u novembru prošle godine ChatGPT bio samo “zanimljiva igračka” koja ume da piše, programira, dizajnira kao čovek i zna odgovore na sva moguća pitanja, sada su različita AI rešenja postala realnost i neophodan korak u razvoju mnogih velikih kompanija. Pojavljuju se nove i nove verzije chatbot-ova, ali i novi izazovi i pitanja poput onih iz filmova naučne fantastike – da li su roboti opasnost po čovečanstvo i koji su najveći rizici korišćenja veštačke inteligencije? Za sada se kao jedan od glavnih problema pojavila privatnost i zaštita ličnih podataka, ali konačnog odgovora još uvek nema i verovatno ga neće biti u skorijoj budućnosti.

Kopaonik Biznis Forum je ovog marta obeležio značajan jubilej, 30 godina manifestacije koju svi već dugo znamo kao “srpski Davos”. Centralna tema skupa bila je “Otpornost ekonomije u neizvesnim vremenima - Ključni izazovi za Srbiju i Zapadni Balkan”, a rekordan broj učesnika diskutovao je o najznačajnijim ekonomskim temama današnjice. Pored optimističnih poruka koje su stigle od ministra finansija, premijerke i guvernerke Narodne banke Srbije, bilo je i privrednika koji budućnost ne vide tako svetlu. Predsednik srpskog poslovnog kluba Privrednik Zoran Drakulić smatra da nas kriza tek čeka, pa je sa jednog od panela poručio: “Cunami tek dolazi, spremite padobrane i sve moguće odbrambene mehanizme.”

Izgleda da ga je Narodna banka Srbije poslušala, pa je još jednom povećala referentnu kamatnu stopu, i to je dvanaesti uzastopni mesec kako raste ključna kamata. Centralna banka je navela da je pri donošenju ovakve odluke Izvršni odbor imao u vidu da su, i pored znakova popuštanja, globalni troškovni pritisci i uvozna inflacija i dalje visoki i da je potrebno ograničiti njihove indirektno efekte na rast cena na domaćem tržištu. Tokom marta će o svojoj monetarnoj politici odlučivati i Evropska centralna banka i američke Federalne rezerve, a njihovi najnoviji potezi biće dobar pokazatelj i za NBS pred naredni sastanak Izvršnog odbora u aprilu.

Glumac Andrija Milošević rekao je na Kopaoniku da nije znao ništa o preduzetništvu kada je rešio da otvori Teatar na Brdu i da je njegovim računovođama trebalo šest meseci da mu objasne šta je faktura. Pa, nadamo se da je sada već shvatio kako funkcionišu “knjige”, pošto je kraj marta rok za dostavljanje godišnjih finansijskih izveštaja za 2022. godinu. Knjigovođe imaju pune ruke posla, a Agencija za privredne registre upozorava privrednike da im dokumentaciju od ove godine mogu obrađivati i predavati samo licencirani profesionalci, upisani u Registar pružalaca računovodstvenih usluga. Kazne za privrednike koji sastavljanje finansijskih izveštaja povere računovođama bez licence kreću se i do tri miliona dinara.

A da li i kakva kazna čeka zvaničnike Banke Silicijumske doline, koja je proglasila bankrot, tek će se videti. Ovo je još jedan u nizu kolapsa finansijskih institucija koji bi mogli da izazovu lančanu reakciju na tržištu. Naime, startapi u Kaliforniji zabrinuti su za svoj novac, a strah od širenja ovog problema pojavio se u Kini, Indiji i Kanadi. Prethodno je i investiciona banka Silvergate Capital objavila da planira da se povuče i “dobrovoljno likvidira” svoju imovinu, kao i da vrati sve depozite, nakon što je kolaps na tržištu kriptovaluta doveo do toga da su milijarde dolara depozita napustile banku u poslednjih nekoliko meseci. Vrednost akcija “kripto-frendli” Silvergate banke skoro se prepolovila u poslednjih šest meseci.

Profesor Ekonomskog fakulteta u Beogradu i bivši guverner Narodne banke Srbije Dejan Šoškić kaže u intervjuu za naše martovsko izdanje da bi viša inflacija mogla postati naša realnost, pošto su inflaciona očekivanja psihološki momenat koji je teško dovesti pod kontrolu. Prema njegovim rečima, eventualni rast plata dodatno bi podigao cene i produžio efekat spirale, zbog čega smatra da treba progutati “gorku pilulu” u kratkom roku i da je važno da države pokušaju da objasne i privredi i građanima kako se izlazi na kraj sa inflacijom. Direktorka kompanije Siemens Srbija Medeja Lončar podsetila nas je da su inovacije motor razvoja ovog tehnološkog giganta, dok direktorka Infostuda Sonja Četković napominje da se tržište rada menja i da ljudi sve manje žive da bi radili, a sve više rade da bi živeli.

Sadržaj



6 VESTI

12 PORESKI KALENDAR

14 TEMA BROJA

Veštačka inteligencija kao velika šansa za srpsku privredu

22 INTERVJU

Dejan Šoškić, profesor Ekonomskog fakulteta Univerziteta u Beogradu

Viša inflacija može postati naša realnost

28 INTERVJU

Medeja Lončar, direktorka kompanije Siemens Srbija

Inovacije su motor našeg razvoja

32 INTERVJU

Sonja Četković, direktorka Infostuda

Ljudi sve manje žive da rade, a sve više rade da bi živeli

36 INTERVJU

Anino de Venecija, predsednik Upravnog odbora Komore italijansko-srpskih privrednika (CCIS)

Srpska poljoprivreda u fokusu italijanskih kompanija

40 TRŽIŠTE

Planiranje zaliha ključno za realizovanje dobiti trgovaca

43 BERZA

Rekordan prinos od dividendi NIS-a i dalje aktuelan

45 KRIPTOVALUTE

Nužda zakon menja

47 E-COMMERCE

Kako do savršenog korisničkog iskustva u farmaceutskoj industriji

48 AUTOMOBILI

Globalna kriza izazvala pad prodaje i novih i polovnih vozila

51 AUTOMOBILI

Slovačka proizvodi najviše automobila po glavi stanovnika iako nema svoj auto-brend

54 KOMPANIJE

Kako smo postali jedini dobavljač nemačkog Amazona iz istočne Evrope



32 INTERVJU



36 INTERVJU

58 KOMPANIJE

“Šumska tajna” osvaja tržišta regiona

63 SVET

Trgovina cveta na granici sukoba

67 STARTAP

Alat koji povećava prodaju sakupljanjem dobrih utisaka

70 HRANA

Šta nam donosi molekularna gastronomija?

74 ZANIMLJIVOSTI



FOTOGRAFIJA NA NASLOVNOJ STRANICI:
ADOBESTOCK

IMPRESUM

Izdavač: INFO BIZNIS.RS DOO

Adresa: Makenzijeve 53
11000, Beograd

E-mail: redakcija@biznis.rs

Web: www.biznis.rs

Telefon: 011 4049 200

Marketing: 069 8074 85

PIB: 111891277

MB: 21562335

Broj računa

165-0007011548541-71

Addiko banka

UREDNIŠTVO

Glavni i odgovorni urednik

Marko Andrejić

Izvršni direktor

Danijel Farkaš

Izvršni urednik i šef deska

Marko Miladinović

Zamenik šefa deska

Miljan Paunović

Urednik Sveta

Vladimir Jokanović

Novinari

Ljiljana Begović

Julijana Vincan

Marija Jovanović

Milica Rilak

Saradnici

Tanja Kovačević

Vanja Božović

Jelena Mihajlović-Tanasijević

Slađana Vasić

Lektor

Marija Krsmanović

Dizajn i priprema za štampu

studio triD

Štampa

BiroGraf Comp d.o.o.

Atanasija Pulje 22

11080 Zemun

CIP - Katalogizacija u publikaciji

Narodna biblioteka Srbije,

Beograd

330

BIZNIS.RS / glavni i odgovorni urednik

Marko Andrejić. - 2021, br. 1 (okt.)- . -

Beograd : Info

Biznis.rs, 2021- (Zemun : BiroGraf

Comp). - 29 cm

Mesečno.

ISSN 2787-3358 = Biznis.rs

COBISS.SR-ID 48289289

 **Biznis.rs**



FOTO: EPS RS

EPS PLANIRA OSAM MILIJARDI EVRA VREDNE PROJEKTE DEKARBONIZACIJE

Elektroprivreda Srbije (EPS) aktivno se priključila trendu dekarbonizacije i zelene tranzicije u šta planira da uloži oko osam milijardi evra u periodu od 2023. do 2035. godine. U okviru "Zelenog puta EPS-a" više od 50 odsto ukupnih investicija, odnosno čak 4,2 milijarde evra planirano je za povećanje udela obnovljivih izvora energije (OIE) u proizvodnji struje kroz modernizaciju i izgradnju hidroelektrana, vetroparkova i solarnih elektrana, navodi se u publikaciji "Zeleni plan EPS", koji je ta kompanija objavila u oktobru prošle godine.

EPS planira da u revitalizaciju i modernizaciju postojećih hidroelektrana uloži oko 450 miliona evra, dok su planirana sredstva za izgradnju novih hidroelektrana oko 1,8 milijardi, prenela je Politika.

Najveći deo sredstava u realizaciji "Zelenog puta" predviđen je za izgradnju novih proizvodnih kapaciteta koji će koristiti sunčevu i energiju vetra, oko 1,95 milijardi evra.

- Ostvarenjem planova iz "Zelenog puta", učešće OIE u ukupnim instalisanim kapacitetima EPS-a poraslo bi sa oko 37 odsto na više od 60 procenata do 2035. godine. Planiranim investicionim projektima godišnja proizvodnja struje iz obnovljivih izvora energije u okviru EPS-a bila bi povećana sa sadašnjih oko 10.000 gigavat-sati na oko 16.500 u 2035. Time bi 30 odsto proizvedene energije iz OIE poraslo na gotovo polovinu ukupne proizvodnje EPS-a – rekao je Miroslav

Tomašević, vršilac dužnosti direktora ovog javnog preduzeća, a prenela Politika.

Najveći skok udela OIE planiran je u narednih sedam do osam godina, a kontinuirani razvoj i realizacija projekata biće nastavljeni i nakon toga.

Kada je reč o novoizgrađenim kapacitetima OIE, očekuje se da će vetropark Kostolac biti "na mreži" sledeće godine, a u istom periodu trebalo bi da bude završena i solarna elektrana "Petka" od oko 10 megavata. Planirano je i postavljanje solarnih panela na krovovima termoelektrane "Nikola Tesla", kao i na pepelištima "Kolubara A" i "Morava".

Ključni projekat koji će omogućiti integraciju u mrežu planiranih varijabilnih OIE (vetar i solar) je reverzibilna hidroelektrana (HE) Bistrica. Neophodna rezerva energije za balansiranje varijabilnih obnovljivih izvora, obezbediće se realizacijom upravo ove HE planirane snage 628 megavati, podseća Politika.

EPS je u "Zelenom planu" najavio revitalizaciju postojećih hidroelektrana, a najznačajnije projekte obuhvataju radovi na modernizaciji HE "Bistrica", "Potpeć", "Đerdap 2" i "Vlasinske hidroelektrane".

Nakon revitalizacije, očekuje se i povećanje instalisane snage u ovim hidroelektranama za više od 50 megavati, ističe beogradski dnevni list i u tekstu skreće pažnju i na investicije u nove hidroelektrane na rekama Ibar i Velika Morava, kao i na ugradnju četvrtog agregata na HE "Potpeć" snage 12,7 megavati.

OD POČETKA GODINE AIR SERBIA PREVEZLA VIŠE OD 500.000 PUTNIKA

Kompanija Air Serbia saopštila je da je od početka godine prevezla više od 500.000 putnika što kako su naveli, ukazuje da će u prvom kvartalu imati najveći broj putnika od 2013. godine, od kada posluju pod sadašnjim imenom.

U saopštenju se navodi da je prošle godine nacionalna avio-kompanija "tek 10. maja" premašila broj od 500.000 prevezenih putnika a da je „rekordne“ 2019. godine taj broj dostigla 20. aprila, prenela je Beta.

Generalni direktor Air Serbia Jirži Marek, kazao je da na osnovu podataka iz prvog kvartala, očekuju da u ovoj godini prevezu više od tri miliona putnika, „možda i 3,5 miliona“.

- Tražnja za našim letovima je veoma dobra i pokazuje konstantni trend rasta. Na pragu smo letnje sezone, koja je tradicionalno najpopularnija za putovanja, a tokom koje ćemo ponuditi više od 20 destinacija do kojih nismo leteli prethodne godine – naveo je Marek.

U prvom mesecu ove godine Air Serbia je realizovala 2.756 letova, dok je u februaru taj broj iznosio 2.410.

KOMERCIJALNE BANKE U CRNOJ GORI POSLOVALE SA DOBITKOM OD 85,7 MILIONA EVRA

Komercijalne banke u Crnoj Gori su, njih 11, prema preliminarim podacima crnogorske centralne banke na kraju decembra prošle godine poslovale sa dobitkom od 85,7 miliona evra, što je 34 miliona evra više nego godinu ranije kad su banke imale dobit od 51,7 miliona evra. To tržište u prošloj godini obeležio je rast kredita, depozita, aktive, kapitala, sačuvana stabilnost, rast kamatnih stopa na kredite i pad kamatnih stopa na štednju.

Iz Centralne banke Crne Gore (CBCG) je zvanično rečeno da je na kraju decembra prošle godine profitabilnost unapređena u odnosu na isti period 2021. godine, prenosi agencija Mina.

- Najveći doprinos poslovnim rezultatima dao je rast osnovnih prihoda, odnosno rast neto prihoda od kamata, naknada i provizija. Na osnovu dostavljenih

ИЗОЛАТЕРСКА РАДЊА **ИВА-ИЗОЛАЦИЈА**

**ХИДРОИЗОЛАЦИОНИ И
ПОДОПОЛАГАЧКИ РАДОВИ**

Радоја Дакића 66 17501 Врање

064/2837412

sirmicivica@mts.rs



MARBOOK CONSULTING DOO

Bulevar Mihaila Pupina 10i, Lokal 70
11070 Beograd, Novi Beograd
011/4073839, 065/2286323
info@marbook.rs

KNJIGOVODSTVENE I RAČUNOVODSTVENE USLUGE PORESKO SAVETOVANJE



**PROFESIONALNOST I
PODRŠKA ZA USPEH**

MILADIN STANOJLOVIĆ

AUTOPREVOZNIK

Milana Munjasa 1/4
14210 Ub
063/507669
miladin.ub@gmail.com



izveštaja sve banke su iskazale pozitivan rezultat u poslovanju – kazali su u CBCG, dodajući da je bankarski sektor u prošloj godini sačuvalao stabilnost.

Nekvalitetni krediti i potraživanja banaka (NPL) na kraju prošle godine su bili 209,1 milion evra i beleže povećanje od 1,7 miliona evra, odnosno procentualno za 0,82 odsto u odnosu na uporedni godišnji period. NPL čine oni krediti koje banke ne mogu da naplate i sa kojima se kasni u otplati duže od tri meseca.

To nije uticalo na povećanje njihovog učešća u ukupnim kreditima i potraživanjima zbog značajnijeg rasta kreditnog portfolija banaka u odnosu na rast nekvalitetnih kredita. Naime, NPL su na kraju prošle godine imali 5,71 odsto učešća, dok je na kraju 2021. godine ovaj koeficijent iznosio 6,17 odsto, što predstavlja pad od 0,46 procentnih poena. Uzimajući u obzir primenu nove regulative, odnosno primenu nove definicije neispunjavanja obaveza, makroekonomski ambijent u kojem banke posluju, uključujući visok stepen nezvesnosti izazvane ratnim dešavanjima u Ukrajini, kao razvijene i primenjene mehanizme upravljanja nekvalitetnim izloženostima od banaka, CBCG ne očekuje pogoršanje kreditnog portfolija banaka u narednom periodu.

Podaci pokazuju da je na kraju decembra prošle godine prosečna ponderisana aktivna efektivna kamatna stopa na ukupne kredite iznosila 5,92 odsto, dok je u istom periodu prethodne godine bila 5,66 odsto, što predstavlja rast od 0,26 procentnih poena.

Pasivna prosečna ponderisana efektivna kamatna stopa (na štednju) na kraju prošle godine je bila 0,26 odsto i u odnosu na isti period prethodne godine beleži smanjenje od 0,09 procentnih poena kada je iznosila 0,35 odsto.

CBCG navodi sa, s obzirom na globalna kretanja kamatnih stopa, krizu uslovljenu poremećajima na tržištu i povećan stepen rizika za finansijsko poslovanje, očekuje dalji rast aktivnih kamatnih stopa banaka. Na to ukazuje i značajniji rast ponderisanih aktivnih stopa na novoodobrene kredite banaka. Prosječna nominalna efektivna kamatna stopa na novoodobrene kredite u decembru prošle godine iznosila je 6,55 odsto i najveća je od 2018. godine. U decembru 2021. godine iznosila je 4,83 odsto.

- Ključne bilansne pozicije beleže rast u jednogodišnjem uporednom periodu. Aktiva banaka raste 20,24 odsto, depoziti 24,35 odsto, krediti i potraživanja 8,92 odsto i kapital 11,94 odsto. Likvidna aktiva banaka je povećana 41,53 odsto, dok je njeno učešće u ukupnoj aktivni povećano sa 26 odsto na 31 odsto u uporednom periodu – saopštili su iz CBCG.

ZATVORENA BANKA SILICIJUMSKE DOLINE, NAJVEĆI BANKROT OD 2008. GODINE

Banka Silicijumske doline (SVB) je bankrotirala, što je najveći kolaps jedne banke još od 2008. godine, kada je na vrhuncu svetske finansijske krize kolabirao Washington Mutual. Sredstva SVB zaplenila je američka Federalna korporacija za osiguranje, a banka je posrnula nakon što su njeni korisnici, uglavnom radnici u IT sektoru i kompanije sa preduzetničkim kapitalom, počeli da povlače svoj novac, što je stvorilo opštu nava-lu, prenosi Beta.

Silicijumska dolina je pod velikim uticajem tehnološke industrije, i male su šanse da dođe do „prenošenja zaraze“ kroz bankarski sektor, kako je to bilo u mesecima koji su prethodili svetskoj finansijskoj krizi, ili velikoj recesiji, pre više od 15 godina. Velike banke sada imaju dovoljno kapitala da izbegnu sličnu situaciju.

Federalna korporacija za osiguranje naredila je zatvaranje SVB i preuzela sve njene depozite. Banka je u trenutku propasti imala imovinu u vrednosti 209 milijardi dolara i 175,4 milijarde dolara depozita, navodi u saopštenju Federalna korporacija. Nije jasno koliko je depozita u ovom trenutku iznad osiguravajućeg limita od 250.000 dolara.

Uočljivo je da Federalna korporacija nije objavila ko je kupac imovine SVB, što je uobičajeno kada je zatvaranje banke uredno. Takođe, Federalna korporacija je zaplenila imovinu banke usred radnog dana, što je znak da je situacija postala teška.

Finansijsko stanje banke sve više je poslednje nedelje poslovanja dovođeno u pitanje kada je ona objavila plan prikupljanja do 1,75 milijardi dolara radi jačanja kapitalne pozicije u zabrinutosti zbog viših kamatnih stopa i stanja ekonomije.

Akcije SVB finansijske grupe, matične kompanije Banke Silicijumske doline, pale su gotovo 70 odsto pre nego što je trgovanje zaustavljeno. CNBC je izvestio da su pokušaji prikupljanja kapitala propali i da banka sada ide na prodaju.

Banka Silicijumske doline ima aktivnu od 210 milijardi dolara. Ona je bila glavni finansijski kanal za kompanije sa preduzetničkim kapitalom, koje su teško pogođene time što su američke Federalne rezerve u poslednjih 18 meseci podigle kamatne stope i rizičniju tehnološku imovinu učinile manje privlačnom za investitore.

KOMPA NIJE IZ SIT IJA ŽELE NA WALL STREET

Londonske kompanije sa berze gledaju na Njujork kao na poželjno tržište za plasiranje svojih akcija, a dileri Sitija bave se čestim upitima klijenata koji pitaju kako bi mogli da pređu preko Atlantika. Protekle nedelje otkriveno je da se dve velike londonske kompanije spremaju za selidbu u SAD.

Reč je o CRH, jednoj od najvećih evropskih kompanija za građevinske materijale i Arm u vlasništvu Softbanke, koja se smatra draguljem britanske tehnološke industrije, kako navodi Bloomberg. To je bio najnoviji udarac za britansku konzervativnu vladu koja tvrdi da odlučno vodi London na putu prosperiteta nakon Brexita.

Londonska berza godinama je privlačila ogroman udeo kapitala investitora u odnosu na veličinu britanske privrede, odražavajući međunarodnu strukturu kompanija izlistanih na berzi. Akcije koje se kotiraju u Velikoj Britaniji činile su 11 odsto globalnog MSCI indeksa, a sada predstavljaju četiri odsto, prema podacima finansijske bankarske kompanije Citigroup.

Veličina Londonske berze smanjivala se u poslednjih 16 godina. Ukupna tržišna kapitalizacija akcija koje kotiraju u Sitiju pala je sa vrhunca od 4.300 milijardi dolara u 2007. na oko 3.000 milijardi prošle godine. Posle globalne finansijske krize kompanije su izlazile na berzu sa sve većom inicijalnom ponudom (IPO) pa su se okretale prema Njujorku. London je ostao meka za startup kompanije, ali sve je manje privlačan za one razvijeniye.

SNEŽANA ČOKEŠA PR

AGENCIJA ZA
RAČUNOVODSTVENE
POSLOVE



RAČUNOVODSTVO
KNJIGOVODSTVO
REVIZIJA
PORESKO SAVETOVANJE

Pančićevo 4
11000 Beograd, Stari Grad
062 601 012, 064 111 3245
snezanacokesa@hotmail.com

NOVO NA
TRŽIŠTU!

POTPUNO ELEKTRIČNE
MAŠINE ZA BRIZGANJE

TOYO

Sila zatvaranja od 50t do 1.300t
Nova generacija mašina sa
najvećom energetsom efikasnošću

MADE IN JAPAN



BMS Chemie

Blagoja Parovića 138, 11030 Beograd
+381 (0) 11 / 254-65-11
office@bmschemie.co.rs www.bmschemie.rs

Investitori su privučeni brže rastućim tržištima u drugim delovima sveta, kao što su Kina i Indija, i velikim tehnološkim ponudama na berzi Wall Street. U međuvremenu, britanski penzionisti fondovi smanjili su svoju izloženost lokalnim akcijama u potrazi za sigurnijim prinosima na državne obveznice, prenosi CNN.

Sam Brexit i godine političkih previranja potkopali su status Londona kao kralja evropskih finansija i narušili ugled Velike Britanije u očima investitora. Evropsku krunu najveće evropske berze preuzela je Francuska prošle godine, što je bio snažan udarac dominaciji britanskih finansija.

Za to vreme američko tržište akcija uvećalo je ukupnu kapitalizaciju sa 19.000 milijardi na 43.000 milijardi dolara. Bolje ponude, pristup dubljim tržištima kapitala i manje nadzora nad platama izvršilaca, ključni su razlozi za okretanje Njujorškoj berzi. Međutim, probijanje u Americi nije lako.

Rukovodstvo čuvene britanske kompanije Shell razmatralo je i istraživalo premeštanje sedišta u SAD i prelazak na američku berzu, što je nedavno otkrio Financial Times. Shell nije otišao, a da jeste bio bi to razoran udarac za korporativnu Veliku Britaniju.

Biotehnološka kompanija Abcam Plc sa sedištem u Kembridžu vredna 3,3

milijarde dolara, premestila je prošle godine svoju primarnu kotaciju iz Londona na Nasdaq, a njene akcije od tada su oslabile sedam odsto.

Iako prelazak u SAD ima potencijalne prednosti, to nije jednostavan proces. Premeštanje primarne kotacije iz Velike Britanije zahteva saglasnost 75 odsto dioničara, a gubitak britanske kompanije bio bi veliki poraz britanskih menadžera čiji mandat ih sprečava da trguju akcijama koje se kotiraju u inostranstvu.

TRŽIŠTE POLOVNIH LUKSUZNIH SATOVA PO PRINOSIMA NADMAŠILO S&P INDEKS

Cene nošenih luksuznih ručnih satova marki Rolex, Patek Philippe i Audemars Piguet rasle su u proseku za 20 odsto godišnje od sredine 2018. godine, nadmašivši tako indeks akcija S&P 500.

Indeks akcija S&P 500 je u proseku imao godišnji prinos od osam odsto od avgusta 2018. do januara 2023. godine, dok je "korpa polovnih modela" satova vrhunskih švajcarskih brendova rasla više nego dvostruko brže, navodi se u izveštaju Boston Consulting Group i diler na sekundarnom tržištu, piše Wall Street Journal. I taj rezultat ostvaren je uprkos tome što su cene nekih polovnih modela, uključujući Rolex Daytona, Pa-

tek Nautilus i AP Royal Oaks, pale čak za trećinu od kada je tržište dostiglo vrhunac u prvom kvartalu prošle godine.

Cene za korpu satova takozvanih nezavisnih brendova, uključujući FP Journe, H. Moser & Cie i De Bethune povratile su se za 15 odsto u istom periodu. Pomenuti izveštaj naglašava da su luksuzni satovi postali alternativna klasa imovine za akcije, obveznice ili umetnine.

Tokom dužeg perioda, akcije ipak donose veći prinos od satova kao investicijska imovina. S&P 500 je imao složenu godišnju stopu rasta od 12 procenata između 2012. i 2022. godine, dok su Rolex, Patek i AP satovi u proseku imali sedam procenata.

Porast cena satova na sekundarnom tržištu naglo se ubrzao tokom pandemije, pošto su potrošači koji pripadaju milenijumskoj i generaciji Z, puni novca i "zaglavljani" kod kuće, otkrili ovaj skupi novi hobi. Porast i pad vrednosti kriptovaluta takođe je u korelaciji sa cenama polovnih satova.

Sekundarno tržište luksuznih satova poraslo je na 24 milijarde dolara prošle godine u poređenju sa primarnim maloprodajnim tržištem koje je vredelo 55 milijardi dolara. Očekuje se da će tržište polovnih mašina rasti oko devet odsto godišnje na 35 milijardi dolara do 2026. godine, kako cene rastu i sve više ljudi počne da skuplja satove.



FOTO: PIXABAY

Save Maškovića 3
11010 Beograd, Voždovac

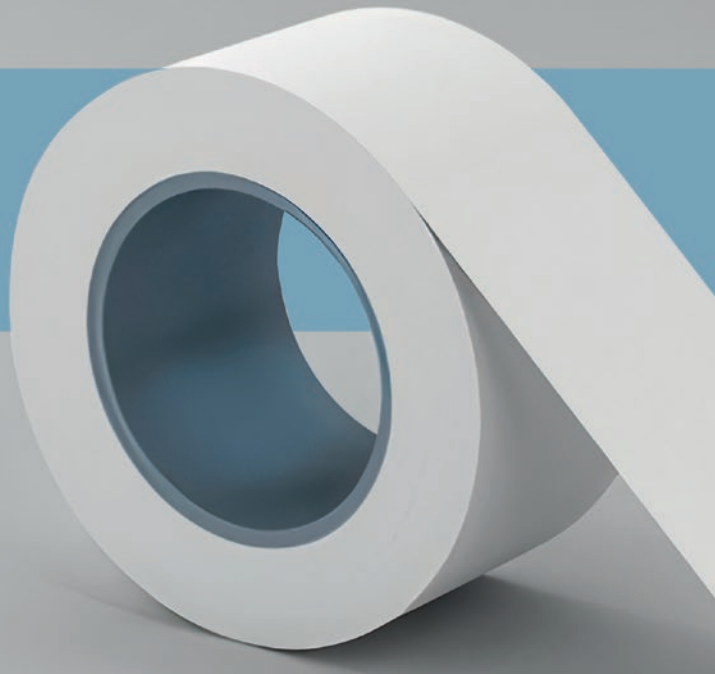


011 397 47 23
011 24 64 059 011 24 62 241
b.sunkic@dinara.rs www.dinara.rs

*DINARA AD postoji od 1952.godine zahvaljujući
kombinaciji znanja i posvećenosti kompaniji.*



PRODAJA SOLI AUSTRIJSKOG PROIZVOĐAČA SALINEN
SPOLJNA I UNUTRAŠNJA TRGOVINA
ZASTUPANJE INOSTRANIH FIRMI



**DOMI
TAPE**

Cara Dušana bb Šid

060 466 88 08
061 671 62 96

domitape@gmail.com
www.domitape.co.rs

**ŠTAMPANE SAMOLEPLJIVE TRAKE
KREP TRAKE
NEUTRALNE SELOTEJP TRAKE
STREČ FOLIJE**



PORESKE OBAVEZE U MARTU

PRED POČETAK SVAKOG MESECA PORESKA UPRAVA OBJAVLJUJE KALENDAR SA SPISKOM OBAVEZA I ROKOVIMA ZA IZMIRIVANJE ISTIH. OVO SU OBAVEZE KOJE DOSPEVAJU NA NAPLATU U MARTU:

6. mart

Dostavljanje obaveštenja o zaključenim ugovorima po osnovu estradnih programa u prethodnom mesecu

Obaveštenje se dostavlja na Obrascu OZU - Obaveštenje o zaključenim ugovorima o izvođenju estradnog programa zabavne i narodne muzike i drugih zabavnih programa.

Dostavljanje izveštaja o izvršenju obaveze zapošljavanja osoba sa invaliditetom za prethodni mesec i uplata sredstava

Izveštaj se dostavlja na Obrascu IOSI - Izveštaj o izvršavanju obaveze zapošljavanja osoba sa invaliditetom.

10. mart

Podnošenje poreske prijave i plaćanje poreza na premije neživotnih osiguranja za prethodni mesec

Prijava se podnosi na Obrascu PP-PPNO - Poreska prijava poreza na premije neživotnih osiguranja.

Podnošenje poreske prijave i plaćanje PDV za prethodni mesec od strane poreskog dužnika iz člana 10. Zakona o PDV

Prijava se podnosi na obrascu PP PDV - Poreska prijava za porez na dodatu vrednost.

15. mart

Plaćanje akontacije poreza na prihode od samostalne delatnosti za prethodni mesec

Plaćanje doprinosa na prihode od obavljanja samostalne delatnosti za prethodni mesec

Plaćanje doprinosa za sveštenike i verske službenike, za domaće državljane zaposlene u inostranstvu i za inostrane penzionere za prethodni mesec



Podnošenje poreske prijave i plaćanje doprinosa za obavezno socijalno osiguranje za osnivače, odnosno članove privrednog društva za prethodni mesec

Prijava se podnosi na Obrascu PP OD-O – Poreska prijava o obračunatim doprinosima za obavezno socijalno osiguranje za osnivače, odnosno članove privrednog društva

Podnošenje poreske prijave i plaćanje PDV za prethodni mesec

Prijava se podnosi na Obrascu PP PDV - Poreska prijava za porez na dodatu vrednost

Podnošenje Obrasca PID PDV 1 za februar mesec ako je u februaru ispunjen jedan od kriterijuma za sticanje statusa obveznika PDV koji pretežno vrši promet dobara u inostranstvo

Plaćanje akontacije poreza na dobit pravnih lica za prethodni mesec

Plaćanje obračunate akcize za period od 16. do kraja prethodnog meseca

Podnošenje poreske prijave za obračun akcize za prethodni mesec, na obrascu PP OA

Podnošenje prijave o obračunu akcize na električnu energiju za krajnju potrošnju za prethodni mesec na obrascu PP OAEL i plaćanje akcize

31. mart

Plaćanje doprinosa za obavezno socijalno osiguranje za neisplaćene zarade za februar 2023. godine

Plaćanje obračunate akcize za period od 1. do 15. dana u mesecu

TEHNOLOGIJA KOJA DEFINIŠE NAŠE VREME

VEŠTAČKA INTELIGENCIJA KAO VELIKA ŠANSA ZA SRPSKU PRIVREDU

PITANJE VEŠTAČKE INTELIGENCIJE KAO ZNAČAJNOG SEGMENTA NAUKE I ISTRAŽIVANJA, A TIME I ČITAVE ZAJEDNICE, U SRBIJI JE PRVENSTVENO PREPOZNATO KROZ STRATEGIJU RAZVOJA ZA PERIOD OD 2020. DO 2025. GODINE, KOJOM SE UTVRĐUJU CILJEVI I MERE ZA NJEN DALJI NAPREDAK. STRUČNJACI ZA OVU OBLAST, ALI I DRŽAVNI ZVANIČNICI, PRIVREDNICI I VLASNICI VELIKIH MULTINACIONALNIH KOMPANIJA SLAŽU SE U OCENI DA OVO JOŠ UVEK NEDOVOLJNO ISTRAŽENO POLJE PREDSTAVLJA VELIKI POTENCIJAL I DA IMA ZNAČAJNE MOGUĆNOSTI PRIMENE U PRIVREDI, POSEBNO INDUSTRIJI. NAJVEĆE BENEFITE VIDE U POVEĆANJU PRODUKTIVNOSTI I EFIKASNOSTI, KREATIVNIJEM RADU I RACIONALNIJEM KORIŠĆENJU RESURSA



Veštačka inteligencija postaje sve prisutnija tema u Srbiji. Veliko interesovanje koje je u javnosti izazvao ChatGPT nakon predstavljanja u novembru prošle godine, proširilo se na sve segmente, pa i na čitavu planetu, koja je prosto „poludela“ za ovim chatbotom i njegovim mogućnostima da razgovara, piše, programira... I to sve kao da je u pitanju čovek. Ipak, da ova tema nije baš „od juče“ pokazuje činjenica da su značaj ove oblasti, kako za građane, tako i za privredu, i njena široka primena koja može da donese velike promene u svakodnevnom životu, radu i poslovanju, naveli naše državne zvaničnike da još 1. septembra 2021. godine uvedu veštačku inteligenciju u nastavni program osnovnog obrazovanja. Takođe, Vlada Srbije donela je odluku o formiranju nacionalnog Istraživačko-razvojnog instituta za veštačku inteligenciju, sa sedištem u Novom Sadu, koji je osnovan u martu 2021.

Pitanje veštačke inteligencije (artificial intelligence – AI) kao značajnog segmenta razvoja nauke i istraživanja, a time i čitave zajednice, prvenstveno je prepoznato kroz Strategiju razvoja veštačke inteligencije u Republici Srbiji za period od 2020. do 2025. godine, kojom se utvrđuju ciljevi i mere za njen razvoj. Između ostalog, u ovom dokumentu se navodi da je veštačka inteligencija „faktor koji će u narednim godinama u celom svetu doneti krupne promene, a Republika Srbija će se pozicionirati među zemlje koje su izazov veštačke inteligencije iskoristile kao priliku za napredak“.

„To znači da želimo da postignemo da u Republici Srbiji sistem obrazovanja, između ostalog, razvija kompetencije za buduće potrebe tržišta rada, kako u delu zanimanja koja su neposredno povezana sa veštačkom inteligencijom, tako i za sva ostala zanimanja koja se pod uticajem veštačke inteligencije menjaju, koja postaju više ili manje potrebna ili koja ranije nisu ni postojala. Takođe, da se privreda uspešno prilagođava novim modelima poslovanja i novim očekivanjima tržišta uz izraziti razvoj privrednih subjekata čije poslovanje se zasniva na primeni veštačke inteligencije“ - ističe se u Strategiji.

Sve veće interesovanje kompanija za razvoj sopstvenih modela veštačke inteligencije, chatbotova i ostalih rešenja,

doveo je do atmosfere na tržištu koja pomalo podseća na prvi prodor kriptovaluta. Trenutno je najveće pitanje da li je veštačka inteligencija novi „zlatni rudnik“ ili samo još jedan mehur koji raste i dok se nestrpljivo čeka trenutak kada će pući?

Najznačajnija primena u industriji

Prema globalnom indeksu inovativnosti za 2022. godinu, Srbija zauzima 55. mesto, dok je prema inovacionim performansama naša zemlja lider u regionu. Istraživačko-razvojni institut za veštačku inteligenciju Srbije predstavlja prvi institut ovog tipa koji je osnovan u jugoistočnoj Evropi i ima za cilj da bude spona između nauke i privrede, kako bi doprineo i razvoju inovacionih kapaciteta u Srbiji, objašnjava u razgovoru za Biznis.rs dr Dejan Mirčetić, naučni saradnik u Institutu.

Takođe, nekoliko lekcija iz oblasti veštačke inteligencije uvedeno je u nastavni plan i program za učenike sedmog i osmog razreda, a pokrenuti su i master programi koji su direktno povezani sa veštačkom inteligencijom, i to na fakultetima u Beogradu, Novom Sadu, Kragujevcu i Nišu.

- Najznačajniju primenu veštačke inteligencije (AI) moguće je ostvariti u industriji. Kompanije žele da optimizuju svoje poslovanje. Traže rešenja koja će biti brža, bolja i jednostavnija od postojećih i, naravno, ekonomski efikasnija. Jedno od takvih rešenja upravo se razvija i na Institutu za veštačku inteligenciju u okviru Horizon 2020 projekta „Intelligent Supply, Inventory and Operations Planning (ISIOP)“. ISIOP projekat ima za zadatak razvoj platforme koja optimizuje celokupan globalni lanac snabdevanja, počevši od proizvodnje, preko kontejnerskog broskog transporta do finalnog plasmana proizvoda na regionalno tržište. Navedena platforma biće implementirana u kompaniji koja je lider u regionalnom agrobiznisu – najavljuje Mirčetić i dodaje da je osnovna funkcija ISIOP platforme bazirane na veštačkoj inteligenciji da u postojećim nestabilnim tržišnim uslovima izvrši procenu kretanja ključnih tržišnih pokazatelja, što će direktno pomoći u vezi sa odlukama o autorsovanju proizvodnje u Kini.

FOTO: FREEPK



FOTO: PRIVATNA ARHIVA

Biljana Marić



FOTO: MICROSOFT

Dima Turchin

Pored procesa proizvodnje, platforma će optimizovati skladišne i distributivne procese, kao i „last mile delivery“ za finalne kupce navedenih proizvoda.

- Treba imati na umu da je najveća dobit od svake nove tehnologije upravo na početku njene primene. Oni koji se danas dvoume i oklevaju da prigrle nove tehnologije za 15 godina će doći u situaciju da kasne i investiraju kada su svi to već uradili. Sa veštačkom inteligencijom privreda Srbije ima veliku šansu da „preskoči“ nekoliko koraka u tehnološkom razvoju, umesto da prihvata tehnološka rešenja stara 10 ili 20 godina koja se već polako odbacuju u razvijenijim privredama. Ključna stvar u navedenom procesu jeste spremnost i otvorenost kompanija za implementaci-

ju novih tehnologija. One same ne mogu imati dovoljno stručnosti iz oblasti AI da procene koliko su dobar ili loš kandidat za primenu. Predložio bih im da se obrate Institutu, koji im može biti prva savetodavna adresa u usmeravanju ka konkretnim koracima koje je neophodno da ispune kako bi doveli svoju kompaniju na odgovarajući informacioni nivo da bi se u njima mogla primeniti AI rešenja – ističe naš sagovornik.

Dejan Mirčetić navodi da Institut za veštačku inteligenciju Srbije teži da omogući istraživačko okruženje i podršku svetskog nivoa izvrsnosti našim istraživačima, a takođe podržava i razvoj ekonomije zasnovane na znanju iz domena AI u Srbiji i regionu.

- Naš zadatak je i da budemo inkuba-

tor znanja iz oblasti AI koja će se dalje prenositi u privredu naše zemlje i na taj način ubrzati modernizacija IT industrije u Srbiji i povećati produktivnost preduzeća u svim privrednim sektorima. U skladu sa tim, Institut predstavlja mesto na kome će se ostvariti saradnja nauke i privrede u oblasti veštačke inteligencije, a cilj nam je da našim istraživačkim kapacitetima pomognemo transfer tehnologije u Srbiji – kaže Mirčetić, uz napomenu da pored transfera znanja Institut teži i da postane generator startup kompanija baziranih na savremenim otkrićima koja će biti patentirana i komercijalizovana kroz licenciranje i pokretanje startup i spin-off preduzeća.

Nacionalni superkompjuter kao resurs za razvoj AI rešenja

I pomoćnica direktora Kancelarije za IT i eUpravu Biljana Marić podseća da je veštačka inteligencija tehnologija koja je proteklih nekoliko godina u fokusu svuda u svetu. Kako ističe u razgovoru za Biznis.rs, najveće svetske kompanije ulažu ogroman novac u razvoj veštačke inteligencije i proizvoda baziranih na njoj, a to rade i najmoćnije države. Prema njenim rečima, ovaj trend prepoznala je i Vlada Republike Srbije.

- S obzirom na to da naša zemlja ima veoma razvijen i uspešan IT ekosistem, bilo je mudro ulagati u ovu oblast. Imamo mnogo primera gde su domaća preduzeća, pre svega startup kompanije, privukla ogromne investicije i razvila svoje proizvode koje su uz veliki profit prodala na svetskom tržištu. Glavni cilj je svakako da država implementira AI rešenja, ali i da podstakne industriju na to, pa je kao sponu između države i privrede Vlada Srbije osnovala Istraživačko-razvojni institut za veštačku inteligenciju, koji se bavi primenom AI rešenja u raznim oblastima, kao i saradnjom sa velikim, multinacionalnim kompanijama poput Kontinentala, NCR-a, Takede i drugih – navela je naša sagovornica.

Biljana Marić kaže da Srbija ima razvijen AI ekosistem u kome su akademija, privreda, startupi i drugi činioци.

- U Strategiji razvoja veštačke inteligencije za period od 2020. do 2025. godine definisana je i potreba za infra-

SRBIJA PRVA U REGIONU USVOJILA STRATEGIJU ZA RAZVOJ VEŠTAČKE INTELIGENCIJE

- Naša zemlja je prva u regionu usvojila Nacionalnu strategiju za razvoj veštačke inteligencije za period od 2020. do 2025. godine, a jedna od mera ove strategije podrazumevala je osnivanje Istraživačko-razvojnog instituta za veštačku inteligenciju Srbije. Formalno smo osnovani u martu 2021. godine od strane Vlade Republike Srbije i danas zapošljavamo više od 40 doktora nauka i studenata doktorskih studija sa Fakulteta tehničkih nauka u Novom Sadu, Elektrotehničkog fakulteta u Beogradu... Sedište nam je u Naučno-tehnološkom parku u Novom Sadu, a imamo kancelarije i u Beogradu, Kragujevcu i Nišu. Naši naučnici su podeljeni u nekoliko istraživačkih grupa koje se bave primenom veštačke inteligencije u različitim oblastima – AI in Healthcare and Lifescience, Computer Vision and Remote Sensing, Human Computer Interface, Green AI i Smart Factory – navodi Dejan Mirčetić, naučni saradnik u Istraživačko-razvojnog institutu za veštačku inteligenciju Srbije.



FOTO: PRIVATNA ARHIVA

Nebojša Matić

strukturnim resursima kako bi se zaista podstakao razvoj u ovoj oblasti, pa je krajem 2021. godine Srbija dobila svoj prvi Nacionalni superkompjuter, koji je smešten u Državnom data centru u Kragujevcu. Ova AI platforma data je besplatno na korišćenje akademskoj zajednici i startup kompanijama, kako bi razvijali ideje i proizvode. Radi se o klasteru baziranom na VIDIA DGX sistemima od pet petaflopsa procesorske snage – objašnjava Marić i ističe da je ovaj resurs veoma bitan jer pruža mogućnost kompanijama koje se bave inovacijama da ne moraju da traže i plaćaju skupe platforme van zemlje.

Kako kaže, za relativno male projekte jednoj startup kompaniji je potrebno i do 10.000 evra da iznajmi resurse potrebne za rad. Osim toga, akademija ima idealno „igralište“, gde mogu trenirati modele i unaprediti svoje veštine.

- Kancelarija za IT i eUpravu do sada ima potpisan sporazum o korišćenju platforme sa 25 institucija, među kojima su fakulteti, univerziteti, instituti, naučno-tehnološki parkovi, kao i 19 startup kompanija, a interesovanje za ove resurse raste, pa se sa sigurnošću može kazati da će razvoj veštačke inteligencije u našoj zemlji biti u konstantnom rastu. Imamo i sjajne primere primene AI u poljoprivredi sa rešenjima koje je razvio Institut Biosens, koji je osnovala jedinica Fakulteta tehničkih nauka u Novom Sadu – navela je Marić.

Koliko zarađujemo od veštačke inteligencije?

Nebojša Matić, osnivač i vlasnik kompanije Mikroelektronika, kaže da je pravo pitanje zapravo: „Koliko para zarađujemo od veštačke inteligencije?“

- Ona mora da nam pomogne da sa istim resursima uradimo mnogo više i tako podignemo produktivnost. Produktivnost zatim pretvaramo u proizvode koje plasiramo na tržište i njihovom nplatom zatvaramo krug. Kao što vidite, ima dosta karika oko veštačke inteligencije koje takođe moraju biti ispunjene – navodi Matić u razgovoru za Biznis.rs.

Što se tiče primene u praksi, naš sagovornik kaže da bi benefite najpre mogle da osete oblasti u kojima je rezultat rada neka standardizovana procedura, kao što su, recimo krediti u bankama, obuka zaposlenih, sortiranje informacija u inženjerskim firmama, testiranje raznih procesa i proizvoda.

- Kad kažete benefite, to može da zvuči čudno, jer je benefit nekada usmeren i na smanjivanje resursa, a ne samo na njihovo rasterećivanje. Meni je najveći benefit ako nam veštačka inteligencija generiše više slobodnog vremena koje kasnije možemo koristiti za svoj lični napredak ili neka lična zadovoljstva, ili pak za odmor. Sve to zajedno generiše bolje društvo koje ima više razumevanja za osobenosti pojedinca – ističe vlasnik Mikroelektronike.

Na pitanje kako se njegova kompanija uklapa u najnovije trendove razvoja veštačke inteligencije i kakvi su im planovi za naredni period, Nebojša Matić kaže



FOTO: PRIVATNA ARHIVA

Marko Relić

da se u Mikroelektronici već dugo bave veštačkom inteligencijom, jako su posvećeni i sada već vide da je to trend koji sve firme moraju da prate.

- Do sada smo je koristili za interne procese, kako bismo ih učinili efikasnijim, a početkom marta izbacujemo prvi kompajler na svetu koji u sebi ima veštačku inteligenciju i koji vam može dati tačan odgovor na pitanje bez čitanja uputstva za neki čip. Benefit je ušteda vremena, a pitanje je kako to vreme koristite. Mi ga koristimo da skratimo radnu nedelju sa pet na četiri radna dana. Nama u firmi je vreme vrhunski resurs, a nekoj drugoj kompaniji će povećanje produktivnosti možda biti jedini cilj, gde zaposleni neće imati direktan benefit.

RAZVIJATI VEŠTINE LJUDI ZA POSLOVE BUDUĆNOSTI

- Verovatno ste već videli određena predviđanja da bi do 2035. godine veštačka inteligencija mogla udvostručiti godišnje stope globalnog ekonomskog rasta, a usvajanje AI tehnologija može dovesti do povećanja produktivnosti. Privredni rast i razvoj se svuda u svetu decenijama zasnivaju na automatizaciji, a to je jedna od primena AI koja može menjati naš način rada i unaprediti ga – obrazložila je pomoćnica direktora Kancelarije za IT i eUpravu Biljana Marić.

Kako kaže, bitan faktor je razvijanje veština ljudi za poslove budućnosti i upravo zato je važno ulagati u sticanje znanja potrebnog za nove poslove koji će proistići iz primene ove tehnologije.

- Republika Srbija je jedna od 11 zemalja na svetu koje su uvele AI predmete u osnovne i srednje škole, a takođe od ove godine imaćemo i sedam master programa. Bitno je upoznati mlade ljude sa ovim domenom i podstaći ih da unapređuju svoje sposobnosti, jer će upravo oni biti pokretačka snaga naše zemlje koja sebe pozicionira kao regionalnog lidera i izvoznika inteligentnih usluga i inovacija – ocenila je Marić.



Svi smo različiti kao firme ili kao ljudi, bez obzira na to što je veštačka inteligencija ista za sve nas – zaključuje Matić.

U kompaniji Microsoft veruju da je veštačka inteligencija (AI) tehnologija koja definiše naše vreme. Kako u razgovoru za Biznis.rs kaže Dima Turchin, AI lead Microsofta za Centralnu i istočnu Evropu (CEE), nije iznenađujuće što se u Srbiji sve više diskutuje i radi na unapređenju veštačke inteligencije, imajući u vidu da je to budućnost mnogih industrija.

- Zemlja ima visoko razvijen IT sektor koji raste više od 25 odsto godišnje i već godinama je dom sjajnih inženjera koji razvijaju proizvode za globalne lidere kao što je Microsoft. Srbija prepoznaje značaj digitalne transformacije i napravila je dobar napredak u poslednjih nekoliko godina. Dobar primer veštačke inteligencije u praksi je Elektroprivreda Srbije, koja se u cilju poboljšanja i optimizacije procesa predviđanja potrošnje okrenula novom rešenju koje kombinuje Microsoft Azure Machine Learning sa Power Apps i Power BI. Zahvaljujući analizi podataka i automatizaciji u realnom vremenu, predviđanje potrošnje

NSZ: PRILAGODITI OBRAZOVNI SISTEM I KVALIFIKACIJE

Iz Nacionalne službe za zapošljavanje ističu da je razvoj novih tehnologija od ključnog značaja za razvoj svakog društva, privrede i pojedinca. Oni smatraju da je u Srbiji prepoznat dolazeći potencijal ove oblasti, što pokazuje i činjenica da je usvojena Strategija razvoja veštačke inteligencije, koja predviđa elemente koje je potrebno sagledati i ugraditi u planove vezane za dalji razvoj ove oblasti. To su, pre svega, eventualno prilagođavanje obrazovnog sistema i kvalifikacija kako bi se iskoristio pun potencijal razvoja i primene veštačke inteligencije, zatim eventualni uticaj na tržište rada, odnosno u tom kontekstu i potreba kontinuiranog praćenja tipova zanimanja/poslova koja će ova oblast svojim razvojem i diktirati.

- Kada je u pitanju razvoj pojedinca, najveći benefiti će se ogledati u obrazovanju, daljem usavršavanju i učenju novih mogućnosti primene veštačke inteligencije u svim privrednim granama i kod kompanija koje imaju različite delatnosti. Sa aspekta tržišta rada, a na osnovu prijavljenih potreba za zapošljavanjem koje su poslodavci dostavili u prethodnom periodu, nisu zabeležene tendencije u pogledu kreiranja novih poslova, niti su uočeni konkretni zahtevi poslodavaca u pogledu tražnje za poslovima koji se mogu dovesti u vezu sa veštačkom inteligencijom – kažu iz NSZ za Biznis.rs.

električne energije sada traje 15 minuta umesto dva sata, a uštedeno vreme se koristi za optimizaciju trgovanja – navodi naš sagovornik i podseća na značaj nacionalnog instituta za veštačku inteligenciju koji ima za cilj da poveže privredu i programere veštačke inteligencije,

edukuje tržište, promoviše veštačku inteligenciju u industriji i koncentriše AI poslovanje.

Turchin ističe da se alati veštačke inteligencije već koriste na radnim mestima, u kućnim kancelarijama, akademskim institucijama, istraživačkim laborato-

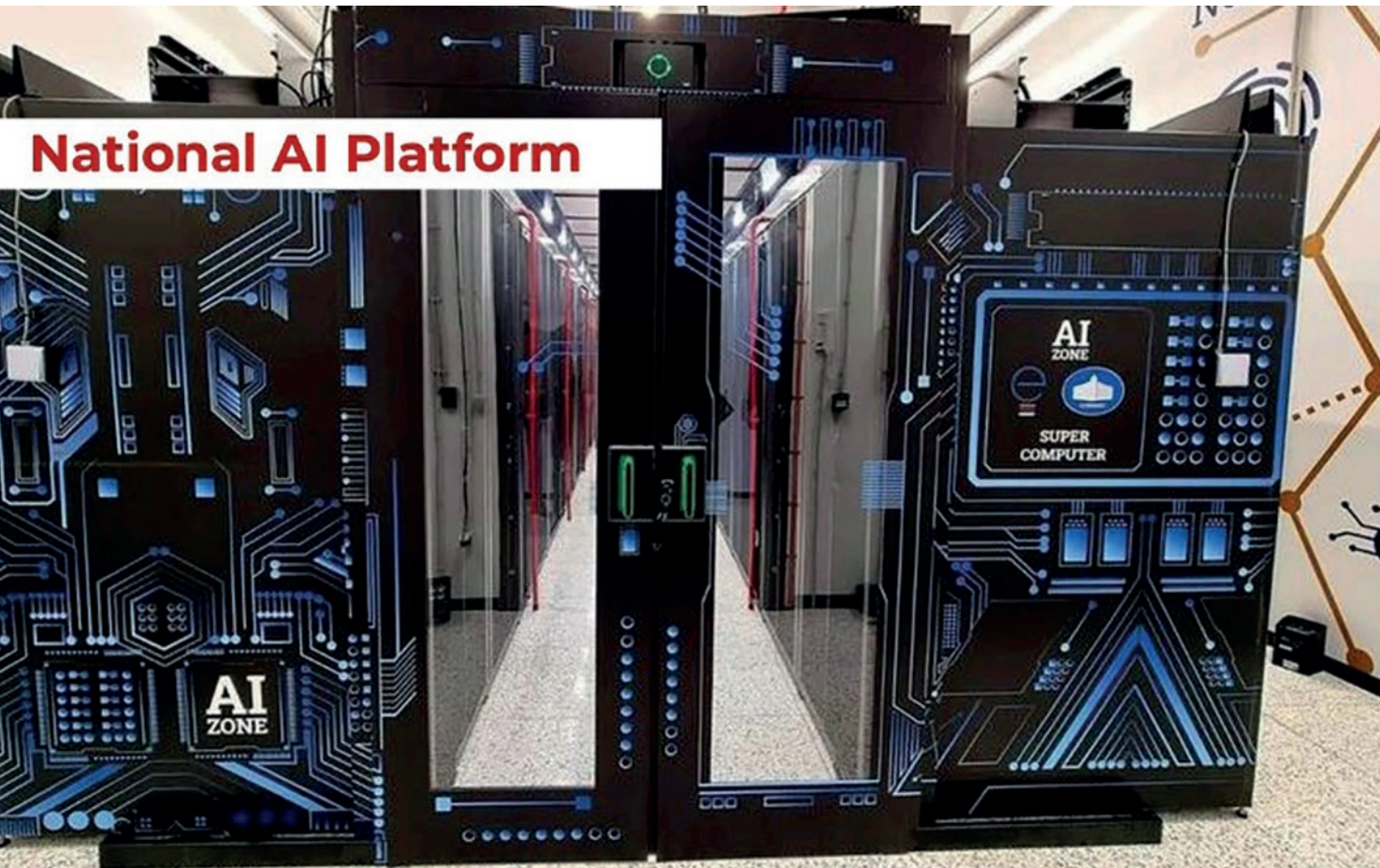
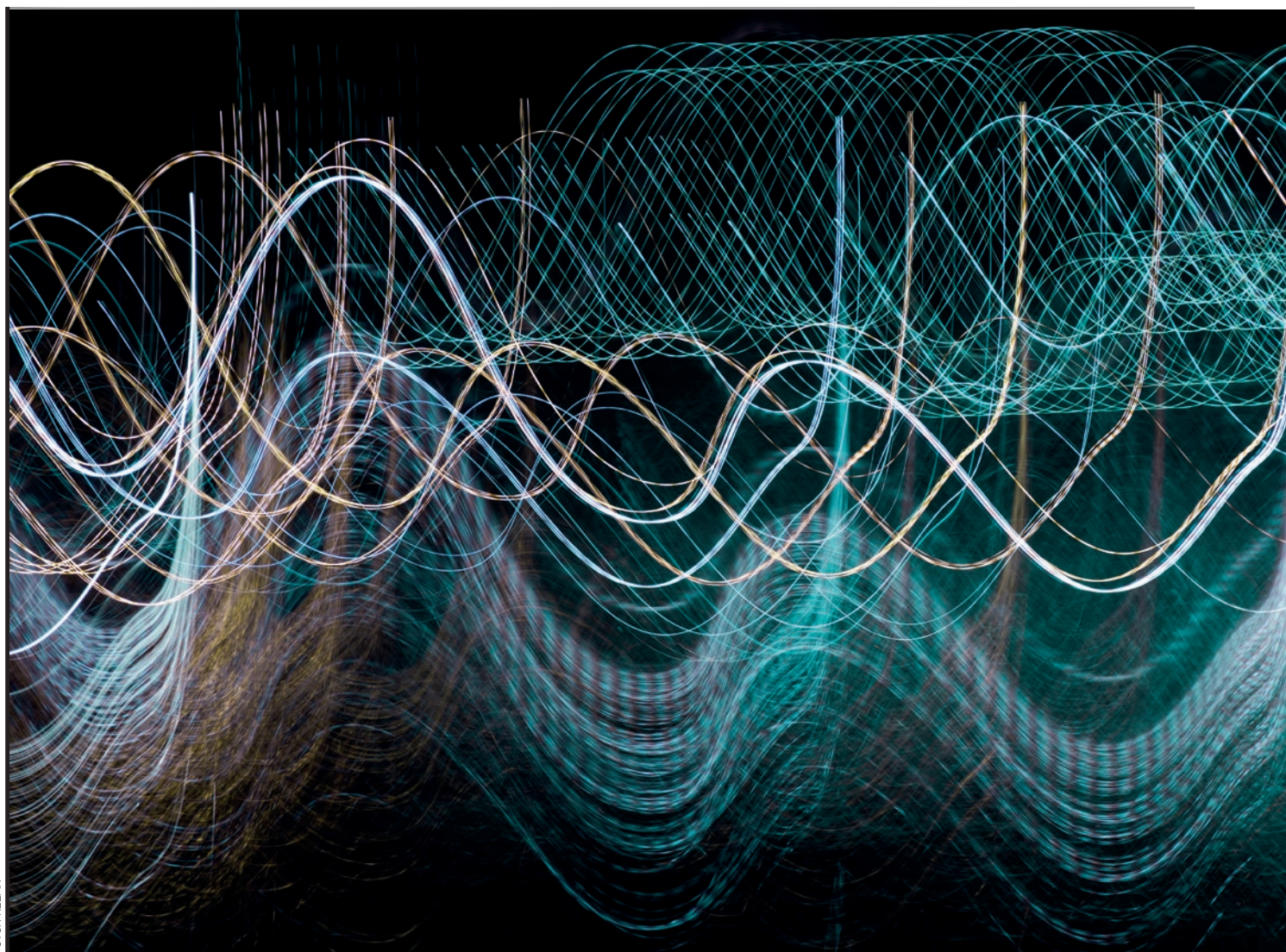


FOTO: NACIONALNA PLATFORMA ZA AI



rijama i proizvodnim pogonima širom sveta, i pomažu svima – od naučnika i prodavaca do farmera, programera softvera i praktičara bezbednosti u širokom spektru sektora i industrija.

- Na primer, u zdravstvu AI može da se koristi za analizu medicinskih snimaka, dijagnostikovanje bolesti i razvoj personalizovanih planova lečenja. U finansijama se koristi za otkrivanje prevare, analizu finansijskih podataka i pružanje personalizovanih finansijskih saveta. U maloprodaji za analizu podataka o kupcima, pružanje personalizovanih preporuka i optimizaciju upravljanja lancem snabdevanja. U proizvodnji radi optimizacije proizvodnih procesa, praćenja performansi opreme i otkrivanja kvarova. U transportu AI se može koristiti za optimizaciju planiranja ruta, poboljšanje upravljanja saobraćajem i razvoj autonomnih vozila. Ovo je samo nekoliko primera mnogih sektora i industrija koje bi mogle imati koristi od veštačke inte-

ligencije - objašnjava AI lead Microsofta za Centralnu i istočnu Evropu (CEE).

Dima Turchin ističe da je potencijal veštačke inteligencije da pospeši ekonomsku proizvodnju veliki, a jedna od prednosti je povećana produktivnost, pošto AI automatizuje mnoge rutinske i svakodnevne zadatke, poboljšava donošenje odluka, analizira ogromne količine podataka i identifikuje obrasce koji ljudima mogu da promaknu. AI može pokrenuti više inovacija i može pomoći u istraživanju i razvoju, pomažući u identifikaciji novih proizvoda i još mnogo toga.

- Naši istraživači u Microsoftu sarađuju na poljima različitih disciplina, institucija i geografskih područja kako bi pružili najsavremeniji napredak u viziji, govoru, jeziku, donošenju odluka i mašinskom učenju. Oni su bili pioniri u AI prodorima u prepoznavanju razgovora, mašinskom prevodenju, pretvaranju slike u tekst, razumevanju prirodnog je-

zika i odgovaranju na zdravorazumska pitanja. U poslednje vreme, fokusirali smo se na razvoj modela velikih razmera koji mogu da obrađuju informacije na sve sofisticiranije načine, a istovremeno postaju prirodniji i intuitivniji za upotrebu. Napredak u temeljnom učenju, zajedno sa skupovima podataka na internetu i sve moćnijim resursima AI superkompjutera kompanije Microsoft Azure, omogućio je kreiranje AI modela koji obavljaju širok spektar zadataka u različitim aplikacijama – kaže naš sagovornik o planovima Microsofta u ovoj oblasti.

Još uvek ne razumemo sve mogućnosti AI

Stručnjak za digitalni marketing Petar Vasić smatra da ljudi još ne razumeju koje su sve mogućnosti veštačke inteligencije.

- Prvi put možemo da „strimujemo“ inteligenciju, znači ne više informacije,



Petar Vasić

nego direktno inteligenciju, tako da je u principu pitanje šta ona može da uradi, a odgovor je – apsolutno sve! Isto kao što mogu ljudi, tako može i AI da razmisli i uradi, ali je za razliku od nas dosta pametnija. Nikada neće da napravi istu grešku, a ono što je jednom naučeno zauvek ostaje tu. Može i fizički da napravi sve, jedino joj fali deo robotike, ali intelektualno može da savlada bilo koji koncept i da ga razume – ističe Vasić u razgovoru za Biznis.rs.

On navodi da su se prvi alati koji koriste veštačku inteligenciju pravili za produkciju i kaže da je mnoge začudilo što je AI prvo „napala“ kreativnu industriju.

- Za dizajn postoji na stotine aplikacija koje su stvarno neverovatne, od video-produkcije i montaže do korišćenja efekata za različite stilove i mešanja slike i videa. Slika se daje kao referenca, recimo, iz Harija Potera, a zatim snimim sebe kako šetam ulicom i AI me stavlja u svet čarobnjaka. Synthesia omogućava da AI generiše osobu koja nikada nije postojala i da priča ono što hoćete da ona kaže, tako da svako ko je stidljiv i ne želi da bude na YouTube-u ili TikTok-u sada može to da radi preko svog avata – otkriva Vasić i dodaje da se ChatGPT integriše sa drugim platformama, pošto je, na primer, Microsoft kupio jedan deo Open AI-a i integrisao chatbot u Word, Excel, PowerPoint...

- Ako sada ukucate opis, recimo: „generiši mi 10 slajdova na tu i tu temu“, program će to da uradi. Sve zajedno sa



Dr Dejan Mirčetić

dizajnom i logikom šta ljudi treba da saznaju na tu temu. Slično je i sa Excelom. Sve aplikacije sada dobijaju inteligenciju – naglasio je Petar Vasić.

Kada je reč o ugroženosti radnih mesta, naš sagovornik ocenjuje da su ugroženi poslovi za sve koji ne prihvate ovu novu tehnologiju – „dizajner koji bude koristio Midjourney biće od 10 do 100 puta brži, pa će ono što je nekada radilo 100 ljudi sada raditi jedan – to je cela logika“. Što se tiče šire primene u ekonomiji, Petar Vasić smatra da će ljudi i firme biti dosta produktivniji, pa će moći dramatično da spuste cene proizvoda i usluga.

Inženjer informacionih tehnologija Marko Relić navodi da veštačka inteligencija danas ima više primena nego ikada, ali da se nivoi sofisticiranosti rada razlikuju u zavisnosti od aplikacije. Na primer, algoritmi za preporuke koji sugerišu šta bi vam se sledeće moglo svideti na internetu zasnovani su na AI tehnologiji i rade sa vrhunskom preciznošću, a sve su napredniji i chatbotovi na veb-stranicama ili u obliku pametnih glasovnih asistenta kao što su Alexa ili Siri.

- Trenutno je veliki hype u vezi sa ChatGPT-jem, što je skraćenica za generativne pre-trenirane transformere. Njegovo popularnosti znatno je doprinela jednostavnost upotrebe – mogu ga koristiti i deca, a odgovori koje pruža su prilično tačni – navodi Relić i podseća da se AI već neko vreme koristi za unos podataka, kako bi oslobodila vreme zaposlenima za izvršenje zadataka koji

iziskuju kreativnost, zatim za pojednostavljivanje proizvodnih procesa ili čak za predviđanja na osnovu ponavljanih obrazaca, recimo, u svetu finansija. Takođe se koristi za upravljanje autonomnim vozilima ili obradu jezika.

Strah od ugrožavanja privatnosti i sigurnosti podataka

Postoje i određene nedoumice oko primene AI, s obzirom na to da je još uvek nedovoljno poznata i istražena. Koji su mogući izazovi i ima li razloga za strah od veštačke inteligencije u bilo kom obliku?

- Strah od primene novih tehnologija u koje spada i AI je izrazito velik, jer privredni subjekti u našoj zemlji imaju strah od primene novih rešenja. Razlog za to može se pronaći u činjenici da je naša privreda tradicionalno orijentisana na kopiranje već primenjenih rešenja u razvijenim zemljama i nema dovoljno sluha za inovacije i napredne ideje. Sa druge strane, zapadne privrede su upravo fokusirane na primenu inovativnih rešenja, jer baš ona donose maksimalnu dobit na tržištu – ističe Dejan Mirčetić, naučni saradnik Istraživačko-razvojnog instituta za veštačku inteligenciju Srbije.

Marko Relić ističe i neke druge opasnosti prilikom upotrebe veštačke inteligencije, među kojima su najveće ugrožavanje privatnosti i sigurnosti podataka.

- Recimo, hakeri mogu da koriste AI kako bi automatizovali pristup osetljivim bazama podataka, lozinkama ili biometrijskim autentifikacijama. Veštačka inteligencija često rukuje velikim brojem privatnih informacija koje mogu završiti na pogrešnim mestima ukoliko nisu pravilno obezbeđene. Još jedna opasnost je što prikuplja podatke o korisnicima interneta, koji se dalje mogu koristiti u svrhe targetiranja ili čak nadzora – upozorava Relić.

Etička pitanja su takođe povezana sa pitanjem sigurnosti i predstavljaju izazov kako globalno, tako i u Srbiji, posebno kada je u pitanju upotreba tehnologije prepoznavanja lica. Oko ovoga se, ističe Relić, i dalje vode diskusije, s obzirom na to da tehnologija može da dovede do povećanja bezbednosti, ali može i duboko da zadire u privatnost građana.

JULIJANA VINCAN
MARKO ANDREJIĆ

AS-TURS



Srbe Jovanovića bb
19300 Negotin
064/18 96 714
019/549 404
asturs2004@gmail.com

PREVOZ PUTIKA
IZNAJMLJIVANJE
AUTOBUSA
ORGANIZOVANJE
TURISTIČKIH
PUTOVANJA



FINEST ACCOUNT

PREDUZEĆE ZA KNJIGOVODSTVENE USLUGE
LICENCIIRANI KNJIGOVOĐA
REVIZIJA I PORESKO SAVETOVANJE



Husinskih Rudara 2 11060 Beograd
011/2971681 065/8894304
finest.od@gmail.com



VIŠA INFLACIJA MOŽE POSTATI NAŠA REALNOST

INFLACIONA OČEKIVANJA SU PSIHOLOŠKI MOMENAT KOJI JE TEŠKO DOVESTI POD KONTROLU, JER ON HRANI INFLACIJU. AKO NA TO ODGOVARATE RASTOM PLATA, SAMO ĆETE PRODUŽITI Taj efekat. Zato treba progutati „gorku pilulu“ u kratkom roku. Znam da je to lakše reći nego učiniti, ali mislim da je zato važno da države pokušaju da objasne i privredi i građanima kako se izlazi na kraj sa tim i da se kratkoročno ciljano pomaže samo najugroženijima

Ako privrede krenu u recesiju, političari će težiti da poprave svoje izborne šanse tako što će pokušati jeftinim novcem da kupe naklonost birača u kratkom roku, a ta politika neće oboriti inflaciju. Već sada postoji spirala rasta između cena i plata i ona nije dobra, jer ljudi obično reaguju na inflaciju tako što traže da plate porastu, kako bi kompenzovali gubitak kupovne moći, ali to onda dodatno podiže inflaciju, upozorio je u intervjuu za Biznis.rs profesor Ekonomskog fakulteta u Beogradu i nekadašnji guverner Narodne banke Srbije Dejan Šoškić.

On poručuje i da se u borbi protiv inflacije moraju gutati gorke pilule, dok privrednicima sugeriše da, osim u „ozelenjavanje“ proizvodnje, ulažu i u razvoj domaćih dobavljača.

Početkom februara ste za naš portal procenili da će centralne banke ove godine nastaviti sa postepenim jačanjem restriktivnosti monetarne politike, ali i da će se dinamika rasta kamatnih stopa postepeno smanjivati kako se inflacija bude smirivala. Da li su centralne banke uspele da nađu recept za borbu protiv inflacije koja neće ugrožavati privredni rast? Kako ćemo znati da li se Srbija „meko prizemljila“ ili ne?

- Srbija bi se „meko prizemljila“ ako bi uspela da počne da obara inflaciju bez recesije ili značajnog usporavanja ekonomske aktivnosti. Sve su indicije, međutim, da se to neće desiti. Na strani monetarne politike se suviše kasno shvatilo da ova inflacija nije jednokratna i prolazna, i sa „zatezanjem“ se krenulo sa zakašnjenjem. Uz to, učinjeni su i neki bitni propusti u prethodnom periodu. Dozvoljena je nominalna aprecijacija dinara 2017. godine bez ikakve koristi za

građane i privredu, a 2020. je došlo i do monetarne ekspanzije kroz potpuno neprimereno i pogrešno „štampanje para“ radi kupovine obveznica preduzeća čija je realna cena bila potpuno neizvesna. Na ovo treba dodati i ekspanzivnu fiskalnu politiku, odnosno neusklađenost monetarne i fiskalne politike, tako da sa ovakvom ekonomskom politikom ne treba da čudi ako Srbija ostvaruje lošije rezultate u domenu inflacije i rasta u odnosu na druge slične zemlje.

Kakva je Vaša prognoza kada je reč o ključnim kamatnim stopama američkih Federalnih rezervi (Fed), Evropske centralne banke (ECB) i Narodne banke Srbije do kraja godine?

- Mislim da će sve navedene kamatne stope i dalje rasti, ali verujem da će dinamika tog rasta do kraja godine biti blaža. Reakcija monetarnih vlasti po pitanju rasta kamatnih stopa je standardni mehanizam odbrane od inflacije, ali on prevashodno ima dejstvo na inflaciju tražnje, a u aktuelnoj situaciji imamo značajnu komponentu inflacije ponude. Monetarne vlasti inflaciju ponude mogu da reše samo kroz recesiju – da rast kamatnih stopa bude toliko velik da obori ekonomsku aktivnost i da tražnja padne na taj niži nivo ponude, ali su ti rezultati mogući na srednji i dugi rok, i to je dosta

bolno u smislu pada ekonomske aktivnosti.

Dakle, trebalo bi da ključne kamatne stope ECB i Fed nastave da rastu, ali se postavlja pitanje političkog faktora. Da li će se centralnim bankama dozvoliti da istraju u borbi sa inflacijom na srednji i dugi rok visokim kamatnim stopama ili će eventualni ulazak u recesiju da izazove politički pritisak da odustanu od takve politike? Ako se to desi, onda će viša inflacija ostati relativno dugoročno u sistemu. Mi smo možda zaboravili, ali takve epizode dugoročno visoke inflacije postojale su sve do kraja osamdesetih – Sjedinjene Američke Države (SAD) su imale dvocifrenu inflaciju, a tih godina je bilo normalno da Grčka ima inflaciju od 25 odsto, a Italija i Španija po 15 odsto godišnje.

Viša inflacija, dakle, može da postane naša realnost, a da li će se to i desiti, zavisi pre svega od toga da li će centralne banke uspeti da se odupru eventualnom političkom pritisku ukoliko privreda krene u recesiju u ovoj i narednim godinama.

Potpredsednik Evropske centralne banke Luis de Gindos nedavno je, reagujući na zahteve nemačkih i britanskih sindikata za povećanje zarada, odgovorio pozivom da ne traže nerealne povišice, ali to onima koji su

MISLIM DA ĆE KAMATE I DALJE RASTI, ALI VERUJEM DA ĆE DINAMIKA TOG RASTA DO KRAJA GODINE BITI BLAŽA. REAKCIJA MONETARNIH VLASTI PO PITANJU RASTA KAMATNIH STOPA JE STANDARDNI MECHANIZAM ODBRANE OD INFLACIJE, ALI ON PREVASHODNO IMA DEJSTVO NA INFLACIJU TRAZNJE, A U AKTUELNOJ SITUACIJI IMAMO ZNAČAJNU KOMPONENTU INFLACIJE PONUDE

**se suočili sa ozbiljnim problemom u pokrivanju troškova života zvuči kao provokacija?**

- Teško je naći balans, ali treba reći istinu – ako počnete višim platama da „dolivate“ dodatnu kupovnu snagu, inflacija će samo nastaviti da raste. Ako želimo da je obuzdamo u kratkom roku, poneka „gorka pilula“ mora da se proguta.

to odgovarate rastom plata, samo ćete produžiti taj efekat. Zato treba progutati „gorku pilulu“ u kratkom roku. Znam da je to lakše reći nego učiniti, ali mislim da je zato važno da države pokušaju da objasne i privredi i građanima kako se izlazi na kraj sa tim i da se kratkoročno ciljano pomaže samo najugroženijima.

Onda kada i lokalni i globalni proizvođači shvate da imaju problem sa realiza-

KADA JE REČ O CENI ZADUŽIVANJA, PODSETIĆU DA JE POMENUTA INFLACIJA U SAD OSAMDESETIH OBUZDANA ZAHVALJUJUĆI POLU VOKERU, KOJI JE NA ČELU AMERIČKOG FEDA BIO DO 1987. GODINE. ON JE POSEGAO ZA TAKOZVANIM „TINEJDŽERSKIM“ KAMATNIM STOPAMA OD ČAK 17 DO 19 ODS TO DA BI POBEDIO INFLACIJU I USPEO JE DA JE OBUZDA, ALI JE PRIVREDA BILA U RECESIJI, SREDNJA KLASA JE OSETILA PAD KUPOVNE SNAGE, A ZABELEŽENA JE I „KOLATERALNA ŠTETA“ KRIZE JAVNOG DUGA U ZEMLJAMA U RAZVOJU

Oni koji podižu cene moraju da shvate da u nekom trenutku neće biti tražnje sposobne da to plati, i onda će početi da zaustavljaju dalji rast cena, a neke možda i spustiti. Jako je važno izbaciti tu psihološku komponentu, koju zovemo inflaciona očekivanja, iz formiranja cena. Radi se o tome da, ako očekujemo da će buduće cene biti više, mi ćemo ih već danas podizati kako bi u budućnosti, kada prodamo robu, dobili dovoljno da možemo da platimo tada očekivano skuplji rad, repromaterijal, energiju i sve drugo.

Inflaciona očekivanja su psihološki momenat koji je teško dovesti pod kontrolu, jer on hrani inflaciju. Ako na

cijom po višim cenama, sve te unapred podignute cene krenuće da se spuštaju. Da bi naišli na nedostatak tražnje, ne smete podizati plate. E, to je tako teško objasniti građanima, jer je to na kratak rok i pritisak na njihove budžete. Treba nekoliko meseci izdržati sa manjom kupovnom snagom, ali kada inflaciona očekivanja počnu da se smanjuju i potpuno dovedu na nizak nivo, to je trenutak kada može postepeno ponovo da dođe do realnog rasta plata.

Zašto kod nas faktički fiksni kurs dinara ne deluje kao brana rastu inflacije?

- Zato što fiksni kurs štiti samo od in-

flacije koja dolazi zbog deprecijacije domaće valute. Fiksni kurs ne može da štiti od inflacije ako se ona dešava i u evrima, ali i od svakog drugog domaćeg uzrocnika inflacije, kao što su rast tražnje, rast troškova i slično. Iluzija je misliti da samo fiksiranje kursa može da otkloni inflaciju.

Rast ključnih kamata poskupeo je zaduživanje na međunarodnom, ali i domaćem tržištu, pa država plaća oko sedam odsto za evroobveznice, ali i za dvanaestogodišnju obveznicu u dinarima. Postoji li način da Srbija smanji cenu zaduživanja ili će morati da prihvati šta joj se ponudi?

- Po pravilu je moguće dobiti povoljnije uslove od međunarodnih finansijskih institucija, ali one, bez izuzetka, zahtevaju visoku transparentnost i kontrolu u trošenju novca. Kada je reč o ceni zaduživanja, podsetiću da je pomenuta inflacija u SAD osamdesetih obuzdana zahvaljujući Polu Vokeru, koji je na čelu američkog

SANKCIJE RUSIJI MOGU STVORITI NENADOKNADIVU ŠTETU U SVETSKOJ PROIZVODNJI HRANE

Nema naznaka kraju rata u Ukrajini. Može li evropska i svetska privreda da izdrži još jednu godinu takvog sukoba?

- Najveći deo sveta nije uveo sankcije Rusiji i otuda će lakše podneti nastavak rata u Ukrajini. Evropa će, međutim, verovatno biti u recesiji ili zoni vrlo niskog rasta do kraja ove godine, ali i u sledećoj ako se ova situacija nastavi i naredne zime. Ipak, sankcije uvedene Rusiji kao glavnom snabdevaču svetskog tržišta veštačkim đubrivima moguće da su već nanele nenadoknadivu štetu u proizvodnji hrane ove godine u svetu, a to može stvoriti ozbiljne ekonomske i socijalne posledice, ali i dodatni inflatorni pritisak do kraja ove godine – zaključuje Dejan Šoškić.



Feda bio do 1987. godine. On je posegao za takozvanim „tinejdžerskim“ kamatnim stopama od čak 17 do 19 odsto da bi pobedio inflaciju i uspeo je da je obuzda, ali je privreda bila u recesiji, srednja klasa je osetila pad kupovne snage, a zabeležena je i „kolateralna šteta“ krize javnog duga u zemljama u razvoju.

Naime, kada velike centralne banke u dolaru ili evru povećavaju kamatne stope radi borbe protiv sopstvene inflacije, one istovremeno podižu kamatne stope na zaduživanje zemalja u razvoju. To se desilo i osamdesetih, kao direktna posledica takve monetarne politike Feda, kao što su danas monetarne politike Evrop-

ske centralne banke i Federalnih rezervi uzrok rasta cene zaduživanja država na međunarodnom tržištu, pa i Srbije.

Srbija nema mogućnost da kreira dolare ili evre i zato je zaduživanje u tim valutama nešto što treba da se izbegava koliko god je moguće, ali mi nismo u poziciji da to izbegnemo u potpunosti. Srbija je, takođe, deo svog duga pretvorila u dinare, što je dobro, ali dominantno je javni dug ipak u stranoj valuti. Zaduhivanje u domaćoj valuti na inostranom tržištu je moguće, ali su uslovi takvog zaduhivanja – za sada – takvi da su realno teško prihvatljivi. Tek sa ozbiljnijim privrednim i finansijskim razvojem zemlje moguće je očekivati i lakše i dostupnije finansiranje našeg javnog duga na inostranim tržištima u dinarima. Nažalost, pred nama je još dug put do takve situacije za našu zemlju.

ČLANSTVO U EU DONOSI JEFTINIJE FINANSIRANJE

Da li bi imalo smisla emitovati još jednu „zelenu obveznicu“? Postoje li neki instrumenti koje bi država mogla da iskoristi da jeftinije dođe do potrebnog novca za budžet ili investicije u infrastrukturu, osim prodaje klasičnih obveznica i kreditnih aranžmana, bilateralnih ili sa međunarodnim i evropskim institucijama?

- I „zeleni obveznica“ je samo obveznica. Za ekološke projekte se, po pravilu, izdvajaju sredstva u svakom budžetu, pa se oni ne zovu „zeleni“. Više je u pitanju marketinški potez, kako bi se privukli takozvani ekološki i etički međunarodni investicioni fondovi i individualni investitori, što možda ponekad može malo da spusti cenu finansiranja, ali magičnih rešenja nema. Da smo do sada ušli u EU otvorili bi se značajni kanali jeftinijeg i bespovratnog finansiranja, ali mislim da svi znamo da smo vrlo daleko od punopravnog članstva u EU, što zbog same Unije, ali i mnogo više zbog nas samih, koji se sve više realno udaljavamo od evropskih standarda i evropskog puta – ističe profesor Šoškić.

Kako ocenjujete poteze fiskalnih vlasti – doprinose li dovoljno borbi protiv inflacije i da li njihove

**mere pogađaju metu kada je reč o podsticanju privrednog rasta?**

- Ekspanzivna fiskalna politika, po pravilu, utiče na rast inflacije. Što se tiče privrednog rasta, naši najveći problemi leže u korupciji, niskom obrazovanju stanovništva i slabim institucijama. Ne vidim da se na ovim ključnim poljima bilo šta ozbiljno radi.

Među kompanijama sa kojima smo razgovarali poslednjih meseci primećujemo nekoliko trendova – fokusirali su se na energetske uštede i „ozelenjavanje“ proizvodnje, na automatizaciju kao lek za nedostatak

radne snage i na apele državi da poveća neoporezivi deo zarade ili vrati podsticaje poput poreskog kredita za investicije. S druge strane, država je rekla da neće praviti neke „pakete pomoći“ kao tokom pandemije i da će se u ovoj krizi fokusirati na cene energenata. Da li takav pristup države daje rezultate i kakav bi bio Vaš savet domaćim privrednicima? Na šta da se fokusiraju kako bi preživeli 2023. godinu?

- Pravim domaćim privrednicima koji posluju ne sa državom već na slobodnom tržištu ne treba davati previše save-

ta, jer su to sposobni ljudi koji znaju svoj posao i opstajanjem dokazuju svoju sposobnost. Ipak, osim energetske efikasnosti, koja je svakako dobro opredeljenje, mislim da je dobro ulagati i razvijati svoje domaće dobavljače, ako je i koliko je to moguće, jer je to ne samo dobro za domaću ekonomsku aktivnost i zaposlenost u zemlji već smanjuje i stepen zavisnosti od inostranih dobavljača. Time smanjuje i moguće buduće inflatorne pritiske iz uvoza.

Istovremeno, nakon pandemije se otvara i određeni prostor za dobavljače iz našeg regiona u EU u domenima u kojima bi Evropska unija želela da približi svoje lance snabdevanja sa Dalekog istoka na bliže destinacije. Postavlja se pitanje da li su i koliko naši i privrednici iz našeg regiona spremni i sposobni da postanu realan alternativni kanal snabdevanja EU. Ova šansa će postojati i ove i narednih godina i trebalo bi je iskoristiti koliko god je to moguće.

MILICA RILAK

EKSPANZIVNA FISKALNA POLITIKA, PO PRAVILU, UTIČE NA RAST INFLACIJE. ŠTO SE TIČE PRIVREDNOG RASTA, NAŠI NAJVEĆI PROBLEMI LEŽE U KORUPCIJI, NISKOM OBRAZOVANJU STANOVNIŠTVA I SLABIM INSTITUCIJAMA. NE VIDIM DA SE NA OVIM KLJUČNIM POLJIMA BILO ŠTA OZBILJNO RADI

Gepard



Trg Lazara Nešića 10
24000 Subotica
064/53 035 02
gepardsped@bisinter.net



Međunarodni transport
Špedicija
Logistika



IGLANA
ASA
KUZMIN

Filipa Višnjića BB
22223 Sremska Mitrovica, Kuzmin

Tel: +381 / 22 664 719
+381 / 63 82 82 325
Fax: +381 / 22 664 050
ciglanavasa@gmail.com
www.ciglanavasa.com



INOVACIJE SU MOTOR NAŠEG RAZVOJA

NIJE LAKO ODGOVORITI NA RASTUĆU POTRAŽNJU ZA ELEKTRIČNOM ENERGIJOM I UJEDNO KONTINUIRANO SMANJIVATI EMISIJE GASOVA SA EFEKTOM STAKLENE BAŠTE POREKLOM IZ ENERGETSKOG SEKTORA. PRELAZAK SA CENTRALIZOVANIH NA DECENTRALIZOVANE SISTEME MENJA SEKTOR ENERGETIKE, DOK SE PONUDA I POTRAŽNJA Približavaju jer potrošači podjednako koriste i proizvode energiju. Novonastalu složenu situaciju moguće je dodatno nadzirati i njome upravljati pomoću digitalizacije

Upravo u trenutnoj situaciji povećane neizvesnosti i globalnih poremećaja energetske tržišta, ali i dobavljačkih lanaca, ne smemo izgubiti fokus na napredne tehnologije i zelenu transformaciju koje su odgovor na neke od tih promena. Činjenica je da je pandemija Covid-19 sa sobom donela globalni poremećaj kompletnog lanca vrednosti čije posledice još uvek svi osećamo i to je proces koji je dodatno zakomplikovan za svaki biznis, širom sveta. Rat u Ukrajini i uticaj na cene energenata dodatno će se odraziti na kompleksnost poslovanja u nadolazećem razdoblju, zbog čega će agilnost i fleksibilnost biti još potrebnije. Takođe, dosta je reći danas o značaju energetske nezavisnosti zemalja, a upravo obnovljivi izvori doprinose tome.

Ovako Medeja Lončar, direktorka kompanije Siemens Srbija, ocenjuje aktuelne uslove na tržištu i način na koji se Siemens prilagodio energetske krizi koja je proteklih meseci bila jedna od glavnih globalnih tema. U razgovoru za Biznis.rs ona govori o tehnološkim rešenjima za izazove o kojima do skoro

nismo ni razmišljali, inovacijama i aktuelnoj temi održivosti, kao i o uslovima za poslovanje i planovima kompanije za naredni period.

- Obnovljivi izvori energije u pandemijskoj 2020. godini u Evropi su prvi put u istoriji nadmašili proizvodnju energije dobijene iz fosilnih goriva. Uprkos turbulentnim vremenima, taj trend rasta upotrebe energije iz obnovljivih izvora se nastavlja, pa je u 2021. godini porastao za 17 odsto, a i u 2022. godini, tako da 11 procenata energije na svetskom nivou dolazi iz ovih izvora, dok na primer u građevini (zgradarstvu) čak 14,7 odsto.

Pored svih pomenutih izazova, nije lako odgovoriti na rastuću potražnju za električnom energijom i ujedno kontinuirano smanjivati emisije gasova sa efektom staklene bašte poreklom iz energetskog sektora. Prelazak sa centralizovanih na decentralizovane sisteme menja sektor energetike, dok se ponuda i potražnja približavaju jer potrošači podjednako koriste i proizvode energiju. Novonastalu složenu situaciju moguće je dodatno nadzirati i njome upravljati

pomoću digitalizacije. Na primer, mi radimo na povezivanju energetske sistema između raznih grupa, elektrana, odnosno na tome da podaci koje proizvedu potrošači predstavljaju vrednost za njih. Ti podaci mogu da povećaju otpornost naših energetske mreža i uštede tone ugljen-dioksida.

Održivost je sve više na agendi poslovne zajednice i privrede širom sveta. Vaša kompanija je još u junu 2021. godine definisala ambicioznije ciljeve održivog razvoja. Koji su glavni elementi DEGREE okvira i šta on sve podrazumeva? Koliko zacrtanih ciljeva je do sada ispunjeno?

Takođe, Siemens se još 2015. godine obavezao da će biti karbon neutralna kompanija do 2030. Dokle ste stigli na ovom putu?

- Mi smo jedna od prvih kompanija koja se još pre osam godina obavezala da će biti karbon neutralna do 2030. godine. Do sada smo smanjili emisiju CO² za 46 odsto u našim objektima i fabrikama, 65 miliona evra smo uložili u projekte energetske efikasnosti, što je rezultiralo sa oko 13 miliona uštede godišnje, a 78 odsto energije u našim poslovnim prostorima dolazi iz obnovljivih izvora.

Pre skoro dve godine smo definisali još ambicioznije ciljeve održivog razvoja kroz DEGREE okvir (Decarbonization, Ethics, Governance, Resource efficiency, Equity, Employability), koji podrazumeva potpuni prelazak na električna vozila, korišćenje energije isključivo iz obnovljivih izvora, ali i 20 odsto smanjenja emisije CO² naših dobavljača. Siemens je uložio 650 miliona evra za vlastitu dekarbonizaciju do 2030. godine.

Sledimo holistički pristup u svojih šest

DO AMBICIOZNIH CILJEVA ZA OČUVANJE PLANETE SAMO KROZ SARADNJU JAVNOG, POSLOVNOG I NEPROFITNOG SEKTORA

- Iako pomaka ima, mislim da Srbija mora biti brža, jer 2030. godina kuca na vrata, a ambiciozne ciljeve za očuvanje planete nemoguće je ostvariti bez saradnje javnog, poslovnog i neprofitnog sektora. Ukoliko uzmemo u obzir činjenicu da su sve velike kompanije u Evropskoj uniji dužne da objavljuju podatke o uticaju svojih aktivnosti na ljude, planetu i sve rizike održivosti kojima su izloženi, na osnovu usvojene Direktive EU o izveštavanju o korporativnoj održivosti, jasno je da će sve srpske kompanije koje teže integraciji u nemačke i evropske lance snabdevanja, morati da preduzmu konkretne akcije, edukuju svoje zaposlene i podignu pozitivnu svest o temama ljudskih prava, različitosti, inkluzije i jednakosti na radnom mestu – navodi Medeja Lončar.



područja delovanja: dekarbonizacija, etika, upravljanje, ušteda resursa, jednakost i zapošljivost, sa strogim i merljivim pokazateljima. Kao što pokazuju naši ubrzani ciljevi i opsežna ulaganja, to je duboko ugrađeno u naše poslovne aktivnosti, donošenje odluka o ulaganjima i strategiji kompanije.

Trudimo se da damo primer ostalim kompanijama i saradnicima, a kao tehnološka kompanija sa jedinstvenim portfolijom, mi podržavamo i naše klijente u njihovim sve strožijim ESG ciljevima. Kao rezultat implementacija Simensovih tehnologija i rešenja kod naših kupaca i partnera izbegnuto je stvaranje emisije CO2 za 150 miliona tona u fiskalnoj 2022. godini.

Siemens je prošle godine obeležio značajan jubilej – 175 godina postojanja kompanije. Ozbiljna tradicija, s jedne strane, a sa druge svakodnevne inovacije po kojima ste poznati širom sveta. Kako Siemens uspeva da spoji te dve, samo na prvi pogled, krajnosti? Koji je sledeći korak posle jedne ovakve godišnjice?

- Verujem da je taj korak isti bio i pre 175 godina i danas, a to su inovacije koje su motor našeg razvoja posebno sada kada se svet menja više nego ikada. Mi pratimo i podstičemo razvoj tehnologija, ali se i kao organizacija neprestano transformišemo i unapređujemo. Za nas u Siemensu ta transformacija obuhvata i transformaciju ljudi, spremnost na celoživotno učenje i prenošenje znanja i „know-how“-a. Shvatajući koliko je bitno kontinuirano obrazovanje zaposlenih Siemens je uložio 280 miliona evra za obuku i obrazovanje zaposlenih u 2022. godini. Verujem da i na taj način do-

prinosimo lokalnoj zajednici i domaćoj privredi, da ćemo kao kompanija rasti zajedno sa kupcima iz dana u dan.

Naš moto je stvaranje „tehnologije sa svrhom“ jer verujemo da sva ulaganja u nove tehnologije treba usmeriti na područja koja će pomoći našoj planeti i smanjiti potrošnju. Radimo zajedno sa kupcima i partnerima širom sveta i u Srbiji, kako bismo stvorili ekosistem koji će intuitivno reagirati na potrebe ljudi i očuvanje životne sredine, a isto tako pomoći kupcima da ostvare svoje poslovne ciljeve. Na taj način doprinosimo uspešnosti kupaca i napretku zajednica, a takođe podržavamo održivi razvoj kako bismo sačuvali našu planetu za buduće generacije.

Kažete da ste kompanija koja je menjala svoj portfolio. Koji je vaš fokus danas?

- Siemens je doneo odluku da se transformiše i da od jednog velikog konglomerata napravi više manjih firmi, što je ubrzalo razvoj kompanije i omogućilo nam da prebacimo fokus na različita područja (Siemens AG, Siemens Mobility, Siemens Healthineers). To je izdvojenim kompanijama dalo veću preduzetničku slobodu. Zahvaljući novoj organizaciji ove godine se na globalnom nivou povećala vrednost Simensovih firmi, pa je i vrednost akcija mnogo veća.

U Srbiji sada postoji nekoliko firmi u kojima je Siemens prisutan, a Siemens d.o.o. Beograd kojim ja rukovodim fokusira se na digitalnu transformaciju u industriji i infrastrukturi – od automatizacije i digitalizacije u procesnoj i proizvodnoj industriji do pametne infrastrukture i rešenja za distribuciju energije i energetskih sistema. Mi



spajamo stvarni i digitalni svet u svim energetskim sistemima, zgradama i industrijama, unapređujući način života i rada i znatno poboljšavajući efikasnost i održivost.

Na čelu kompanije u Srbiji ste nešto više od godinu dana. Kakva je poslovna klima ovde u odnosu na Hrvatsku i Sloveniju? Koje su glavne razlike u tržištima, a gde su primetne sličnosti?

- Kad govorimo o sličnostima, osim činjenice da veliki broj istih kompanija posluje na ova tri tržišta i da one u sve tri zemlje sve više prepoznaju značaj održivi-

ZELENA ENERGETSKA TRANZICIJA JE PITANJE ODNOSA PREMA BUDUĆNOSTI

- Danas najmanje 135 zemalja ima jasno definisane ciljeve upotrebe energije iz obnovljivih izvora. Srbija je svakako jedna od njih, sa donetim nacionalnim planom za obnovljive izvore energije. Pored toga, Srbija se takođe obavezala na EU ciljeve klimatske neutralnosti do 2050. godine i srednjoročne ciljeve za zemlju kada je reč o upotrebi uglja, kao i planove vezane za smanjenja emisije CO2. Veoma je bitno da nastavimo da radimo na ovim projektima i definisanim ciljevima na nivou države, ali i da se i privatni sektor obaveže na promene jer nema promena ukoliko nismo svi ujedinjeni u očuvanju životne sredine. Zelena energetska tranzicija nije samo naša obaveza, već i pitanje odnosa prema budućnosti – ističe direktorka Siemens.



vog razvoja i sve više se aktiviraju u tom delu, ono što je izvesno za Srbiju jeste da ona ima kvalitetno obrazovan i stručno osposobljen kadar koji kreira, razume i ume da primeni savremene tehnologije. To predstavlja ogromnu vrednost za svaku ekonomiju, posebno u kontekstu velikog investicionog potencijala u mnogim granama privrede, ne samo tehnološkim. Primeri iz prakse to potvrđuju.

Tokom poslednjih 10 godina Siemens je uložio više od 10 milijardi evra u akviziciju softverskih kompanija, a dve takve kompanije imaju svoje timove i u Srbiji sa kvalitetnim lokalnim IT stručnjacima. Srbija je veliko tržište u našem regionu

koje je zbog svog geografskog položaja, kvalifikovanih kadrova i potencijala u IT industriji, veoma interesantna investicijska destinacija kako za nove investitore tako i za dalji rast postojećih.

U Sloveniji i Hrvatskoj, zbog propisa EU, veliki broj stvari je vrlo normiran i stiže iz Brisela, što je definitivno ubrzalo razvoj nekih sektora i doprinelo industriji. Kad govorimo o Srbiji, ja bih uvek preporučila da se ponašamo kao da jesmo deo EU, odnosno da se trudimo da što veći deo regulative bude primenjen bez obzira na to da li postoji obaveznost ili ne. Vrlo me raduje što je Srbija prošlog decembra, nakon dvogodišnje pa-

uze, otvorila Klaster 4 („Zelena agenda i održiva povezanost“) kojim su obuhvaćena poglavlja koja se tiču transporta, energetike, kao i zaštite životne sredine i klimatskih promena.

Kakve uslove za poslovanje očekujete u ovoj godini? Kakvi su planovi Siemens Srbija za naredni period?

- Mi smo shvatili da, osim što vas čini odgovornijim, održivo poslovanje vas čini i konkurentnijim. Pandemija Covid-19 je ukazala koliko je bitno da budemo agilniji, rezistentniji na spoljašnje uticaje i spremniji da se brže prilagodimo promenama. U Siemensu se vodimo svešću da svojim trudom, radom, ličnim primerom i inovativnim tehnologijama dajemo svoj doprinos.

Kada je reč o Srbiji, pored našeg tradicionalnog energetskeg biznisa, gde uvodimo inovativna rešenja poput self-healing projekta modernizovanja srednjenaponske mreže u Beogradu kojim se omogućava povećanje pouzdanosti sistema i obezbeđuje da većina kupaca bude snabdevena električnom energijom za manje od 30 sekundi u centru grada, intenzivno smo aktivni u obnovljivim izvorima energije iz vetra, sunca, kao u eMobility sektoru.

U industriji podržavamo lokalne proizvođače, kao i strane investitore u Srbiji, za koje je Siemens često globalni dobavljač, ujedno pratimo naše sistem integratore koji su prisutni u inostranstvu u njihovom razvoju. Za nas održiva digitalna proizvodnja podrazumeva implementaciju integrisanih digitalnih rešenja – od veštačke inteligencije, industrijskog 5G, blockchaina, edge computing, cloud computing, ali i digitalni konsalting i podršku u procesu transformacije naših korisnika. Sve ove tehnologije su deo našeg portfolija, a posebno bih naglasila da je sajber bezbednost (cybersecurity) ključna za uspešnu digitalizaciju kompanije i prilikom dizajna naših proizvoda, rešenja i usluga ona nam je prioritet, kao i rešenja koja podržavaju uvođenje održivosti u fabrikama.

Naš globalni i lokalni cilj je da nastavimo da budemo lider u inovativnim tehnologijama, da proizvodimo više sa manje (najbolja potrošnja je kad nema potrošnje), a da ovu planetu sačuvamo za generacije koje dolaze.

 **MARKO ANDREJIĆ**



LJUDI SVE MANJE ŽIVE DA RADE, A SVE VIŠE RADE DA BI ŽIVELI

OČEKUJEM DA ĆE SE TREND IZ DRUGE POLOVINE PROŠLE GODINE NASTAVITI I U 2023. U PRILOG TOME GOVORE I PRVA DVA MESECA OVE GODINE KOJI POKAZUJU MANJU PONUDU POSLA U ODNOSU NA ISTE MESECE PROŠLE, A VEĆU POTRAŽNJU. IPAK, S OBZIROM NA TO DA JE POČETAK 2022. BIO PRILIČNO JAK, ZAPRAVO IZNAD SVIH OČEKIVANJA, ČINJENICA DA SADA NE DOSTIŽEMO TAJ NIVO NIJE ZABRINJAVAJUĆA I NE UPUĆUJE NUŽNO NA KRIZU, ALI DEFINITIVNO VERUJEM DA ĆE OVO BITI GODINA SPORIJE RASTA ILI STAGNACIJE TRŽIŠTA RADA

Tržište rada u Srbiji je tokom prošle godine nastavilo da raste, u kontekstu ponude posla, i to preko 13 odsto u odnosu na rekordnu 2021. godinu, ali postoji značajna razlika ukoliko pogledamo zasebno prvu i drugu polovinu godine. Sve do jula rast ponude poslova je bio iznad 33 odsto, ali u drugom delu godine, a posebno od jeseni, primećuje se negativan trend u odnosu na prethodnu godinu. Razlozi svakako leže u globalnoj nestabilnosti, energetske krizi, krizi u snabdevanju i jakom inflatornom pritisku na ekonomiju. Najveća ponuda je bila u oblastima trgovine, IT-ja, mašinstva, administracije i logistike, kao i godinama unazad.

Ovako tržište rada u 2022. godini ocenjuje Sonja Četković, direktorka Infostuda, vodećeg srpskog sajta za zapošljavanje. U razgovoru za Biznis.rs ona kaže da je godinu za nama, sa aspekta potražnje za poslom, obeležio visok deficit kandidata u gotovo svim oblastima, ali posebno u IT sektoru, zanatskim delatnostima i niskokvalifikovanim poslovima. Takođe, godinu je obeležio i uvoz radne snage, što je poslodavce stavilo u situaciju sa kojom se većina ranije nije susretala.

- Kako su tokom godine najave recesije, krize i buduće nestabilnosti nastavile da rastu, tako se primećivala pojačana aktivnost kandidata kada je reč o konkurisanju za poslove, jer su počeli da traže sigurnije kompanije i sigurnija radna mesta za vreme koje dolazi. Tako je deficit kandidata u drugoj polovini godine bio manji nego

početkom 2022, ali smo i dalje u zoni deficita.

Kakva su Vaša očekivanja od tržišta rada ove godine? Šta bi mogle da budu najveće promene i u kom pravcu će se kretati inovacije u ovom sektoru?

- Očekujem da će se trend iz druge polovine prošle godine nastaviti i u 2023. U prilog tome govore i prva dva meseca ove godine koji pokazuju manju ponudu posla u odnosu na iste mesece prošle godine, a veću potražnju. Ipak, s obzirom na to da je početak 2022. bio prilično jak, zapravo iznad svih očekivanja, činjenica da sada ne dostižemo taj nivo nije zabrinjavajuća i ne upućuje nužno na krizu (čak za sada postoji i blagi rast u odnosu na drugu polovinu 2022), ali definitivno verujem da će ovo biti godina sporijeg rasta ili stagnacije tržišta rada.

Važno je napomenuti i da nije ista situacija u svim industrijama. IT sektor u poslednjih skoro pola godine beleži najveće usporavanje zapošljavanja, čak preko 50 odsto, a uzrok leži u globalnoj nestabilnosti i veoma velikoj zavisnosti IT kompanija koje posluju na domaćem tržištu od projekata koji se naručuju od strane inostranih klijenata, prvenstveno iz SAD. Ono što je dobro jeste činjenica da i dalje na domaćem tržištu ne govorimo o većim otpuštanjima u IT kompanijama, što jeste čest slučaj na tržištima Amerike i Evrope. Deficit kadrova u IT industriji je bio toliko veliki da ga ovo usporenje samo smanjuje, tako da će tržište lako apsorbovati čak

i ako neke kompanije budu prinuđene da smanjuju broj zaposlenih. Verujem da će to svakako biti scenario koji će kompanije po svaku cenu pokušati da izbegnu, jer su svesne da će ponovo nakon krize imati velikih problema da pronađu odgovarajuće kandidate.

Kako će izgledati kriterijumi prilikom zapošljavanja i koliko će poslodavci biti fleksibilniji, a na čemu će insistirati kandidati?

- Trendovi na globalnom, ali i našem lokalnom tržištu rada, značajno su izmenjeni u proteklih nekoliko godina, posebno kada govorimo o stavovima, očekivanjima i preferencijama kandidata. I tu su da ostanu. Sva domaća i inostrana istraživanja pokazuju da ljudi sve manje "žive da rade", a sve više "rade da bi živeli". Sve više vrednuju kompanije koje omogućavaju svojim zaposlenima zdrav balans između privatnog i poslovnog života, fleksibilnost u pogledu radnog vremena i mesta rada, zdravu kompanijsku kulturu, međuljudske odnose zasnovane na poštovanju i vrednovanju nečijeg rada, mogućnosti za učenje i napredovanje u kompaniji. Ovi faktori značajno utiču na motivaciju i lojalnost zaposlenih i sve češće postaju ključni faktor odluke o izboru poslodavca.

Tokom perioda rastuće inflacije – prošle, ali i ove godine – uz navedene faktore poželjnosti poslodavca ponovo su na visoko mesto isplivali i faktori koji se odnose na finansijsku stabilnost kompanije i dobre finansijske uslove koje treba da ponudi.



Da li očekujete rast plata, s obzirom na već vidljivo nezadovoljstvo radnika zbog rasta troškova života (u Srbiji i globalno)? Da li će kandidati ili poslodavci diktirati uslove ove godine?

- Očekujem dalji pritisak na rast svih troškova kompanija, pa tako i zarada. U zavisnosti od sektora kojem pripada i koliko će taj sektor ili sama kompanija biti pogođeni turbulentnijom ekonomskom situacijom, zavisice i to na čijoj strani će biti pregovaračka moć po pitanju visine zarada. Već se vidi da ova kriza neće biti poput ekonomske krize iz 2008. ili one uzrokovane pandemijom 2020. godine, kada su (skoro) svi sektori privrede doživeli značajan pad. Sada ima-

mo industrije i kompanije koje i dalje rastu, ali i one koje imaju više poteškoća. Firmama kojima bude važno da zadrže zaposlene i zaposle nove ljude sigurno će trošak zarada morati da raste u nekoj meri. Teško da će taj rast svuda pokriti inflaciju, tako da ćemo imati situaciju u kojoj visoki troškovi iscrpljuju kako kompanije tako i zaposlene i njihove kućne budžete. Ukoliko država svojim merama uspe da skрати ovo stagflatorno stanje i ponovo krenemo putem bržeg privrednog rasta, pregovaračka moć će se vratiti na stranu kandidata, zbog deficita radne snage koji će tada nastaviti da raste, ali će i kompanije lakše moći da ulažu u poboljšanje uslova koje nude zaposlenima.

Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku (RZS), ukupan broj zaposlenih u 2022. godini iznosio je 2.310.035, što u odnosu na prethodnu godinu predstavlja povećanje od 1,6 odsto. Kako bi u ovoj godini mogla da se kreće (ne) zaposlenost?

- Teško je predvideti, jer na stopu nezaposlenosti utiče zaista mnogo faktora. Za očekivati je da nećemo imati mnogo novih stranih investicija, ali će i dalje mnoge kompanije koje posluju u Srbiji nastaviti da se šire i zapošljavaju. Takođe, s obzirom na celokupnu situaciju, za očekivati je da će se nastaviti proces depopulacije u Srbiji koji smanjuje broj radno sposobnog stanovništva. Zbog svega toga, procena bi mi bila da će stopa nezaposlenosti u optimističnom scenariju težiti stagnaciji, ali da će joj struktura po industrijama biti različita.

IZGRADNJA SOPSTVENOG BIZNISA NA DRUGOM MESTU KAO IDEALNA KARIJERA U SRBIJI

Krajem prošle godine, u organizaciji The Network i Boston Consulting Group sprovedeno je najveće globalno istraživanje tržišta rada u kojem je učestvovalo više od 180 država i preko 90.000 ispitanika. Nosilac za Srbiju je i ove godine bio Infostud. Zanimljivo je da čak 64 odsto ispitanika iz Srbije ocenjuje pozitivno svoju pregovaračku moć na tržištu rada, 22 odsto neutralno, a samo 15 procenata negativno, što pokazuje da su kandidati itekako svesni kako nedostatak adekvatnih kadrova utiče na njihovu poziciju na tržištu.

- Samo 23 odsto ispitanika aktivno traži posao (što je dosta manje od svetskog proseka) i to rade najviše zato što žele neku zanimljiviju ili seniorniju poziciju, kao i zbog želje za većom zaradom. Ovde kompanije treba da prepoznaju priliku da osim adekvatnom politikom zarada mogu u velikoj meri da utiču na zadržavanje zaposlenih i time što će brinuti o njihovom karijernom razvoju koji treba da bude u skladu sa njihovim preferencijama – ističe Sonja Četković.

Preko 50 odsto ispitanika ne traži posao aktivno, ali je otvoreno da razmotri dobru ponudu ako se pojavi. Ponude koje bi najlakše pobudile njihovo interesovanje su one koje podrazumevaju veće plate, karijerno napredovanje ili interesantnije/izazovnije pozicije. Četrnaest odsto ispitanika ne traži novi posao, već nove prilike kod postojećeg poslodavca, osam odsto ne traži novi posao uopšte i ne bi prihvatilo ni bolju ponudu, dok pet procenata planira da napusti trenutnog poslodavca.

- Zanimljivo je da izgradnja sopstvenog biznisa zauzima drugo mesto na pitanju o idealnoj karijeri za Srbiju, dok je tek na četvrtoj poziciji za svetske talente. Na prvom mestu, kako globalno, tako i lokalno, jeste stabilno radno mesto koje omogućava dobar balans između posla i privatnog života, tako da zaposleni imaju vremena za porodicu, prijatelje, hobije – navodi naša sagovornica.

Vodeća tri razloga zbog kojih bi ispitanici iz Srbije odbili ponudu poslodavca su finansijska nadoknada (22 odsto), nedostatak balansa poslovnog i privatnog života (20 odsto) i uvažavanje rada i truda zaposlenog (17 odsto). Kada je reč o načinima rada, 39 odsto ispitanika iz Srbije preferira hibridni model – rad iz prostorija kompanije kombinovan sa radom od kuće (54 odsto globalno), 51 odsto preferira rad iz kancelarija (35 odsto globalno), dok 10 procenata preferira potpuno rad od kuće (11 odsto globalno).

- Važno je da poslodavci ne tumače sve prisutniju potrebu zaposlenih za većom fleksibilnošću i balansom kao nemotivisanost da doprinose kompaniji, već kao zdravu potrebu za paralelnim razvojem svih oblasti života pojedinca, što povratno vrlo pozitivno utiče na radnu motivaciju, radni učinak i uspeh kompanije, ali i zdravlje društvo u celini – smatra Sonja Četković.

Iako je situacija u prošloj godini bila bolja nego u prethodne dve kada je reč o zapošljavanju, jasno je da postoji nedostatak određenih kadrova, pre svega, zanatskih zanimanja, što u Srbiji iz godine u godinu postaje sve ozbiljniji problem. Koja radna mesta su najdeficitarnija? Da li ćemo i dalje biti prinuđeni da "uvozimo" pojedine kadrove?

- Osim opštepoznatog deficita koji već godinama vlada u IT sektoru, prethodne godine je u prvi plan izbio deficit zanatskih zanimanja. Najveći manjak ljudi bio je izražen za pozicije građevinskih radnika, vozača, magacionera, konobara, kuvara, mesara, higijeničara, automehaničara, vodoinstalatera. Više od 60 odsto oglasa za posao bilo je namenjeno kandidatima sa srednjom stručnom spremom, a čak četiri procenta kandidatima koji imaju samo osnovno obrazovanje. Svega 35 odsto oglasa namenjeno je isključivo kandidatima sa višim kvalifikacijama ili fakultetom, što s jedne strane govori o strukturi ponude posla, ali s druge strane i o opadajućem značaju formalnog obrazovanja kao uslova za zapošljavanje. Infostud oslikava preko 80 odsto validne ponude oglasa za posao u Srbiji, pa ove podatke možemo preneti i na sliku celog tržišta.



Sve ovo nas navodi na zaključak da će tema uvoza radnika ostati stvarnost domaćih poslodavaca, ali da će tema biti aktuelna i na nivou zakonodavstva i promena/olakšavanja procedura za uvoz radne snage.

Sve se više pominje uticaj veštačke inteligencije i automatizacije na poslove budućnosti. Koja zanimanja će biti najugroženija novim tehnologijama, a koje nove pozicije

bi mogle da nastanu? U kojim oblastima/delatnostima?

- Nove tehnologije, pre svega veštačka inteligencija, pomažu ljudima da donose kvalitetnije odluke i omogućavaju im da stave veći fokus na kreativnost i inovacije. Svakako da automatizuje procese i u tom svetlu zamenjuje ljude na nekim aktivnostima (na primer, u proizvodnji, magacinima, skladištima, prodaji/komercijali), ali im i pomaže da posao obavljaju efikasnije i produktiv-

nije. Radije na to gledam kao na priliku za ljude da preuzmu neke nove složenije poslove i aktivnosti nego kao na opasnost da će biti "zamenjeni robotima". Svakako, sve ovo podrazumeva potrebu da ljudi stiču nova znanja i uče nove veštine. Upravo zato se godinama unazad govori o neophodnosti celoživotnog učenja i potrebe da se svima, a posebno mlađim generacijama, gradi stav da je promena konstanta i da je neophodno da grade sposobnost da lako usvajaju nova znanja i da kritički razmišljaju.

Takođe, veštačka inteligencija kreira nove poslove koji su vezani za njen dalji razvoj i održavanje, ali i primenu u različitim oblastima. Utiče na način na koji ljudi obavljaju svoje postojeće poslove, recimo na način programiranja, stvaranja sadržaja (foto, video), način kreiranja baza podataka i upravljanje podacima koje ima veliki uticaj na personalizaciju proizvoda i usluga – zaključuje direktorka Infostuda Sonja Četković.

 MARKO ANDREJIĆ

NEMAČKI ZAKON UTIČE I NA PROMENU SVESTI I OČEKIVANJA KANDIDATA

Koliko će nemački zakon, koji bi ljudima sa Zapadnog Balkana trebalo da olakša dolazak i rad u toj zemlji, uticati na kretanja na tržištu rada u Srbiji?

- Jasno je da će ovakav zakon još više ubrzati iseljavanje našeg stanovništva i dodatno otežati situaciju poslodavcima u Srbiji. Važno je razumeti da taj rastući deficit ne utiče samo na načine na koje poslodavci traže radnike, već na celokupnu promenu svesti i očekivanja kandidata na tržištu, pa samim tim i neophodnost da se kompanije veoma brzo menjaju i prilagođavaju tim promenjenim očekivanjima, kako bi obezbedile svoj dalji opstanak i rast – ocenjuje Sonja Četković.



SRPSKA POLJOPRIVREDA U FOKUSU ITALIJANSKIH KOMPANIJA

I PORED SVE VEĆE INFLACIJE NA GLOBALNOM NIVOU, TRGOVINA IZMEĐU ITALIJE I SRBIJE NASTAVLJA DA JAČA. NAKON ODLIČNIH REZULTATA U 2021. GODINI, ITALIJANSKA AMBASADA JE NEDAVNO OBJAVILA NOVI REKORD TRGOVINSKE RAZMENE IZMEĐU NAŠE DVE ZEMLJE, KOJA JE U 2022. IZNOSILA VIŠE OD 4,5 MILIJARDI EVRA

Italija je među prva tri strana partnera po vrednosti investicija u Srbiji, a italijanske kompanije i dalje pokazuju veliko interesovanje za učešće na srpskom tržištu. Trenutno je u preduzećima sa italijanskim kapitalom u Srbiji zaposleno oko 50.000 ljudi koji rade u različitim sektorima – bankarstvo, osiguranje, automobilska industrija, poljoprivreda, tekstil i odeća, IT, kao i razvoj industrijskih proizvoda, konsultantske usluge i ugostiteljstvo.

Nedavno je iz srpskog ministarstva finansija potvrđeno da su italijanske kompanije zainteresovane za dalje ulaganje u Srbiji u tri važne oblasti: energetiku i zelenu tranziciju, poljoprivredu i infrastrukturu. Zato su iz Vlade Srbije obećali da će raditi na sporazumima sa italijanskim finansijskim institucijama za obezbeđivanje što povoljnijih uslova za finansiranje, kako za domaću privredu, tako i za državu. Takođe, radi se i na memorandumu o razumevanju između carinske administracije dve zemlje.

O zavidnom nivou saradnje, ali i izazovima sa kojima se suočavaju italijanske firme u Srbiji, za Biznis.rs govori Anino de Venecija, koji je od januara 2022. godine predsednik Upravnog odbora Komore italijansko-srpskih privrednika (CCIS).

- Komora ima 150 kompanija članica koje zapošljavaju preko 22.000 radnika, a broj saradnika se menja u zavisnosti od tržišta i potreba italijansko-srpske poslovne zajednice. Ovaj broj stalno raste i CCIS je među najznačajnijim komorama u regionu Balkana – ističe De Venecija, koji u Srbiji radi kao operativni direktor od 2015. godine, a od marta 2017. kao generalni direktor kompanije

Aunde SRB d.o.o. u Jagodini (Aunde Grupa), koja proizvodi komponente za unutrašnjost automobila.

Kako se preduzeća bore sa izazovima koje su nametnula globalna dešavanja na tržištu i pandemija korona virusa?

- Očigledno ne možemo da zanemarimo krizu izazvanu pandemijom, jer je pogodila kompanije koje su naše članice. Neke od njih su se našle u ozbiljnim problemima. Međutim, u tim trenucima osećate veliku snagu i potrebu da idete napred. Takav stav nas čini veoma ujedinenim i zbog toga je veza između preduzetnika i Komore još jača. Komora italijansko-srpskih privrednika (CCIS) želi da bude referentna tačka za sve srpske i italijanske preduzetnike.

Kakav uticaj inflacija ima na privredu i kada bi, po Vašem mišljenju, moglo da se stabilizuje tržište i cene?

- Prošlu godinu obeležila je inflacija širom sveta, tako da ni Srbija nije mo-

gla da bude izuzetak. Međutim, i pored sve većeg rasta cena, vidim da trgovina između Italije i Srbije nastavlja da jača. Interesovanje se ne smanjuje. Naime, nakon odličnih rezultata u 2021. godini, italijanska ambasada je 21. februara objavila novi rekord trgovinske razmene između Italije i Srbije koja je u 2022. iznosila više od 4,5 milijardi evra. Ipak, i pored ovih rezultata teško je reći kada bi tržište i cene mogli da se stabilizuju.

Da li se i kako zaoštavanje monetarne politike centralne banke odražava na poslovanje preduzeća, vaših članica?

- Prema procenama Narodne banke Srbije, vrednost investicija u 2021. godini bila je 3,6 milijardi evra, što je približno rezultatu iz 2019. godine kada je ostvareno 3,9 milijardi. Prema vladinim podacima, 2021. godine je otvoreno 18 proizvodnih pogona sa ukupno uloženi 760 miliona evra, uz 11.680 novih radnih mesta.

POLJOPRIVREDNO-PREHRAMBENI SEKTOR SE ZNAČAJNO ŠIRI I TO JE JEDAN OD OSNOVNIH RAZLOGA ZAŠTO SE FOKUSIRAMO NA VOJVODINU. ZATO SMO, IZMEĐU OSTALOG, POTPISALI UGOVOR O SARADNJI SA POKRAJINSKIM SEKRETARIJATOM ZA PRIVREDU I TURIZAM. ITALIJA IMA NA SVOJOJ STRANI MNOGE KOMPANIJE KOJE PROIZVODE AGRI-TECH MAŠINE ZA INTELIGENTNU OPLODNJU, KOMPJUTERIZOVANE SISTEME ZA NAVODNJAVANJE, OPREMU ZA FARMERE, VINARE I JOŠ MNOGO TOGA. OVAJ SEKTOR JE I JEDAN OD GLAVNIH NA SLEDEĆEM BIZNIS FORUMU SRBIJA-ITALIJA, KOJI ĆE SE ODRŽATI 21. MARTA U BEOGRADU.



Ako uzmemo u obzir najnovije procene Međunarodnog monetarnog fonda iz januara ove godine, vidimo da će uprkos oporavku globalna inflacija ostati iznad nivoa pre pandemije (2017-2019) i tokom 2024. godine. Stoga će najveće svetske centralne banke – Sistem federalnih rezervi i Evropska centralna banka – svakako nastaviti da intenziviraju svoju monetarnu politiku, čineći globalne finansijske uslove restriktivnijim, što bi moglo negativno da

utiče na finansijsku stabilnost zemalja u razvoju.

Italijansko prisustvo u Srbiji je u stalnom porastu i proteže se od proizvodnje preko usluga do obnovljivih izvora energije i tehnologije. U kojim još aspektima je moguća saradnja srpskih sa italijanskim firmama?

- Poljoprivredno-prehrambeni sektor se značajno širi i to je jedan od osnovnih

razloga zašto se fokusiramo na Vojvodinu. Zato smo, između ostalog, potpisali ugovor o saradnji sa Pokrajinskim sekretarijatom za privredu i turizam. To je definitivno značajan korak ka poboljšanju ekonomske klime. Italija ima na svojoj strani mnoge kompanije koje proizvode agri-tech mašine za inteligentnu oplodnju, kompjuterizovane sisteme za navodnjavanje, opremu za farmere, vinare i još mnogo toga. Poljoprivredno-prehrambeni sektor je i jedan od glavnih na sledećem Biznis forumu Srbija-Italija koji će se održati 21. marta u Beogradu, na kome će Italian System (Italijanski sistem) koji čine Confindustria, CCIS, Ambasada Italije i ITA (Italian Trade Agency) okupiti više od 100 italijanskih kompanija. Mi u CCIS smo izdvojili 23 srpske kompanije zainteresovane za učešće.

Kakva je saradnja vaše Komore sa Ministarstvom spoljnih poslova Srbije?

- Komora italijansko-srpskih privrednika ima odlične odnose sa Vladom Srbije, ministarstvima i institucijama. To je jedna od naših prednosti – da možemo da podržimo naše preduzetnike tamo gde im je potrebno.

Kakvi su planovi i očekivanja Komore za naredni period?

- Komora ima brojne tekuće projekte koji uključuju srpske i italijanske kompanije. Blisko sarađujemo sa drugim članovima Italijanskog sistema i radimo pod okriljem italijanske ambasade. Izdvojio bih predstojeći Biznis forum 21. marta, Poljoprivredni sajam u Novom Sadu, kao i niz kulturnih događaja. Pored ovih, Komora stalno organizuje seminare, sastanke i događaje za svoje i ostale članove poslovne zajednice. Takođe, imamo projekte u saradnji sa vojvođanskim institucijama.

Ove godine očekujemo i da nam se poveća broj članova, s obzirom na povoljnu ekonomsku i političku situaciju između Italije i Srbije. Italija je idealan partner za Srbiju, ne samo dokazano u trgovini, već i u poslovanju na svim nivoima. Veliko poštovanje i prijateljstvo koje vezuje naše zemlje pokazuje da je moguće da se radi podjednako dobro i u interesu zajednice, kao i u interesu investitora.

 SLAĐANA VASIĆ

**MARINKOVIĆ
HOFMANN**



**OPREMA ZA TEHNIČKE
PREGLEDE I AUTOSERVICE**

BALANSIRANJE PNEUMATIKA
MONTAŽA PNEUMATIKA
UREĐAJI ZA ŠTELOVANJE TRAPA
TEHNIČKI PREGLED
MERENJE USPORENJA
DINAMOMETRI
DIZALICE
DIJAGNOSTIKA ELEKTRONIKE
PICOSCOPE OSCILOSKOPI
TPMS
ANALIZA IZDUVNIH GASOVA
UREĐAJI ZA KLIMU
ISPRAVLJANJE FELNI
PUNJENJE AZOTOM
BLACKHAWK
OSTALO

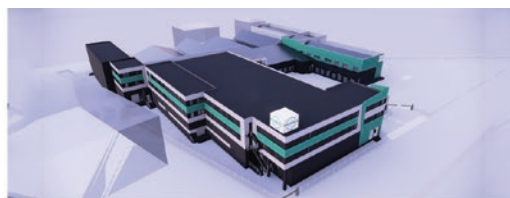


10. Oktobra 3
11262 Velika Moštanica
011 8075 777 011 8075 999
mob: 063/242-314 063/242-316
office@hofmann-srbija.com



**PROJEKTOVANJE
MEGA PLUS DOO**

projektovanje
legalizacija
nadzor



Gundulićev Venac 5 11000 Beograd
063/539 090 063/15 555 16 011/322 32 06
www.megaplus.rs office@megaplus.rs



PRODAVCI HRANE, PIĆA I DUVANA MANEVRIŠU KROZ RAZLIČITE KRIZE

PLANIRANJE ZALIHA KLJUČNO ZA REALIZOVANJE DOBITI TRGOVACA

TRGOVAČKA PREDUZEĆA KOJA SU "ISPLIVALA" IZ NAJGOREG PERIODA SMANJENE PONUDE SADA SE SUOČAVAJU SA KRIZOM TRAJNJE, IZMEĐU PANDEMIJSKIH I INFLATORNIH NEDAĆA KOJA NISU POSLEDICA NJHOVOG POSLOVANJA, VEĆ SE ISPOLJAVAJU NA VEĆINI TRŽIŠTA ŠIROM SVETA. MEĐUTIM, POSEBNE POSLOVNE STRATEGIJE U OVAKvim VREMENIMA I TE KAKO MOGU BITI OD KORISTI I DA NAPRAVE KVALITATIVNU RAZLIKU, ISTIČE SLOBODAN LOVRIĆ, DIREKTOR PREDUZEĆA SINAGOGA IZ SOMBORA.

Kada se analiziraju poslovni rezultati po svim privrednim granama, sektor trgovine je najvitalniji deo srpske privrede. Pre svega, on ima najveći broj učesnika među svim preduzećima, bez obzira na njihovu veličinu.

Nisu sve trgovačke grane jednako dobro podnele pandemiju, kašnjenje u snabdevanju, i potom inflaciju, ali najbrojnija grupacija – ona koja se odnosi na prodaju prehrambenih proizvoda, pića i duvana – u suštini uspešno odoleva ovim neprilikama, a po nominalnim ukupnim prihodima, uspeva i da raste u odnosu na prethodne godine. Nominalni rast se na neki način podrazumeva jer su u rezultate prodaje morale biti uračunate cene podignute inflacijom, dok je realan rast, zapravo, uspeo da ostvari jako mali broj preduzeća.

Ukoliko se uporedi samo rast cena industrijskih proizvoda u domaćoj proizvodnji u sektoru prehrane i pića, infla-

torni uticaj postaje odmah jasniji. Naime, prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, godišnji rast cena u proizvodnji pića u februaru 2023. iznosio je 10,2 odsto, naspram 4,2 u februaru 2022. godine, dok je u proizvodnji hrane on bio 20,3 (februar 2023.), odnosno 12,3 odsto (februar 2022.).

Tome treba dodati i trgovačke marže "po slobodnoj proceni". Pojedini trgovci su odabrali da dodatno podignu cene, dok su drugi išli na strategiju sniženja, mada je ta odluka u najvećoj meri zavisila od količine ranije pripremljenih zaliha.

Inflacija dovela do smanjene tražnje

- Cene su bile veoma nestabilne tokom 2021. i 2022. godine pa nismo mogli da pravimo planove za nabavku robe kao pre, ali su uglavnom sve kompanije na tržišnog segmenta povećavale svoje zalihe. Dakle, s jedne strane imali smo povećanu

nabavku, a sa druge otežan plasman. To je potpuno drugačija situacija nego samo godinu dana ranije, kada je tražnja bila veća, a robe nije bilo dovoljno – komentariše za Biznis.rs Slobodan Lovrić, direktor preduzeća somborskog preduzeća Sinagoga.

Upitan da objasni na koji način kompanije poput Sinagoge mogu u pomenutim tržišnim uslovima da naprave svojevrsnu amortizaciju koja bi posledično pomogla krajnjim kupcima njihovih proizvoda, naš sagovornik ističe da u vreme inflacije, svi koji vode racionalno poslovanje mogu da ostvare veću dobit, pre svega zahvaljujući pravovremenoj nabavci po starim cenama, a potom čekanjem da one u prodaji porastu.

- Moja očekivanja su da su u prošloj, a nešto manje i u prethodnoj godini, sve kompanije koje se bore na polju trgovine zabeležile veću dobit, i to tako da su velika preduzeća ostvarila veći rast, s ob-

zirom da su po pravilu likvidnija i mogu uspešnije da upravljaju nabavkom i eventualno istrpe kašnjenja u naplati – priča Lovrić.

Sinagoga je u 2021. ostvarila rast ukupnih prihoda od 23 odsto na 6,9 milijardi dinara, dok je rezultat poslovanja na kraju te godine iznosio 332,7 miliona dinara, uz međugodišnji rast od 16,7 odsto. Da li će godišnji finansijski rezultati ovog preduzeća sa više od 220 zaposlenih i za 2022. godinu prikazati isti trend? Lovrić ističe da će prihodi svakako biti uvećani, ali da je ukupnu dobit "pojela" inflacija kroz takođe uvećane troškove.

- Uspeli smo da ostvarimo dobru poslovnu godinu jer smo bili likvidni da platimo velike količine robe i pravili zalihe na vreme. Takođe, u prvom delu 2021. godine novac je još uvek bio jeftin, pa uzimanje

kratkoročnih zajmova za investiranje velikih nabavki tad nije bilo loša ideja. Kroz povećane zalihe se kasnije obezbeđivao veći profit – naglašava direktor Sinagoge.

Ali situacija se posle promenila. Sa pomeranjem cene kapitala koja se desila u 2022. godini, menjale su se i strateške odluke. Svi su počeli da jure što pre da rasprodaju robu jer je odjednom postalo preskupo finansiranje od strane banaka.

Kraj 2022. godine ispod očekivanja

U sagledavanju prihoda, treba imati na umu da su oni povećani kod svih u apsolutnim iznosima jer je došlo do inflacije. Istovremeno su, naravno, uvećani i troškovi, tako da realne cifre ipak prikazuju jednu drugačiju sliku. Kada je konkretno o Sinagogi reč, Lovrić ističe da je u prošlog

godini ostvaren rast od 22 odsto nominalno, ali oko sedam procenata realno.

- Ostvarili smo rast iznad inflacije, ali moram da naglasim su tokom decembra 2022. ostvareni lošiji rezultati kod svih učesnika na tržištu, a u pitanju je mesec iz koga po pravilu prihodi služe kao akumulacija za prvi kvartal naredne godine, koji je obično statistički najlošiji – napominje Lovrić.

Kompanije koje nisu dobro startovale godinu biće na ozbiljnim mukama kasnije – sve će duže čekati naplate potraživanja, a ako nastave ispodprosečnu prodaju, oko aprila će upasti u zonu nelikvidnosti. Zato je potrebno dobro planirati unapred i brzo reagovati na tržišne promene.

- Treba imati na umu i da zvanično prikazana stopa inflacije zapravo predstavlja prosek rasta cena, a da je pojedina roba

U Srbiji je 2021. godinu – poslednju za koju su dostavljeni konsolidovani finansijski izveštaji – završilo 43 likvidna srednja preduzeća. Njihovi ukupni prihodi iznosili su 101.323.158.000 dinara, a dobit 3.713.191.000 dinara. Nijedno od njih nije poslovalo s gubicima, upr-

kos više nego izazovnom poslovnim okruženju.

Poređenje ovih rezultata sa onima iz 2020. godine samo potvrđuju reči našeg sagovornika. Naime, ukupni prihodi ovih kompanija bili su tada manji – 98.287.543.000 dinara, ali je zbirna dobit

bila veća sa 4.312.384.000 dinara. Ove podatke ustupila nam je bonitetna kuća CompanyWall.

U nastavku pogledajte najuspešnijih 20 srednjih preduzeća iz oblasti trgovine na veliko hranom, pićem i duvanskim proizvodima:

Srednja preduzeća koja se bave trgovinom na veliko pićima, hranom i duvanom

POZICIJA	IME PREDUZEĆA	UKUPNI PRIHODI	DOBIT
1.	SINAGOGA DOO SOMBOR	6.947.844.000	332.764.000
2.	BRITISH AMERICAN TOBACCO SOUTH-EAST EUROPE DOO BEOGRAD	5.384.505.000	168.630.000
3.	D WAY DOO	5.101.240.000	42.723.000
4.	VIRDŽINIJA DOO KRALJEVO	4.892.991.000	264.633.000
5.	INDUSTRIJA MESA NEDELJKOVIĆ DOO ŠAŠINCI	4.602.851.000	225.596.000
6.	DRENINVEST DOO BEOGRAD	4.309.028.000	46.592.000
7.	VIVA AND GROUP DOO EXPORT-IMPORT KRUŠEVAC	4.009.326.000	113.125.000
8.	MEDIUS DOO NOVA PAZOVA	3.953.141.000	158.915.000
9.	Mars Balkan East d.o.o.	3.462.824.000	230.940.000
10.	KING-KOMERC EXPORT IMPORT DOO VALJEVO	3.058.001.000	182.818.000
11.	DOO MDD GROUP KAČ	2.992.724.000	123.097.000
12.	DOO MIVEX ČAČAK	2.917.082.000	122.821.000
13.	IDE VOZ DOO KRUŠEVAC	2.568.545.000	90.483.000
14.	PREDUZEĆE FRIKOS DOO BEOGRAD - ZEMUN, GLAVNA 22	2.521.100.000	148.710.000
15.	GOLD DISTRIBUTION DOO BEOGRAD (VOŽDOVAC)	2.472.132.000	30.212.000
16.	PREDUZEĆE PODRAVKA DOO BEOGRAD	2.452.719.000	156.413.000
17.	GOLD DRINK DOO	2.343.013.000	15.382.000
18.	SHORTY DOO BEOGRAD, BORČA	2.311.197.000	64.879.000
19.	PREDUZEĆE ZA PROIZVODNJU, UNUTRAŠNJU I SPOLJNU TRGOVINU EXPORT-IMPORT NEŠA-KOMERC DOO, VRANJE	2.203.267.000	81.126.000
20.	Z.I.M. COMPANY D.O.O. LEŠTANE	2.146.613.000	14.208.000

izvor: CompanyWall, *svi podaci su za 2021. godinu, u dinarima



TRŽIŠTE: PRODAVCI HRANE, PIĆA I DUVANA MANEVRIŠU KROZ RAZLIČITE KRIZE

rasla i mnogo više po vrednosti, što je direktno ugrozilo trgovce koji ipak moraju da vode računa i o potrošačima. U svetlu toga, istakao bih da niko nije odjednom dizao cene proizvoda na policama po stopi po kojoj su rasle u nabavci, i to iz dva razloga – najpre da bi se potrošile zalihe, ali na kraju da bi se ostvarila bilo kakva prodaja i motivisala tražnja kod kupaca u trenucima krize”, objašnjava naš sagovornik.

Po njegovim rečima, 30 odsto skuplje zalihe vuku približno 30 odsto skuplje kredite i veća potraživanja. Ako se time ne upravlja adekvatno, nastaje začarani krug. A tu je i dodatan problem sa kojim se suočavaju svi relevantni trgovci – oni sa svoje strane ne smeju da kasne u plaćanju robe najvećim proizvođačima hrane i pića, među kojima su neke od najpoznatijih domaćih i stranih kompanija.

Prvo se gleda u rok trajanja

Kada je u pitanju sve veća problematika angažovanja adekvatne radne snage, Lovrić kaže da su domaći trgovci tokom prošle godine povećavali zarade zaposle-



FOTO: FREEPK

nih za približno 15-20 odsto, ali da to nije pomoglo mnogo u rešavanju dugotrajnog deficita radne snage u trgovini.

Na kraju, direktor somborske kompanije još jedan tržišni faktor koji je u poslednje vreme došao do izražaja.

- Preduzeća koja se bave trgovinom hranom i pićima moraju dodatno da vode računa o rokovima trajanja njihovih proizvoda, tako da je njihov prostor za delovanje u odnosu na inflaciju – kroz povećanu pravljenje zaliha ili, naprotiv, aukcijsku rasprodaju – ipak ograničen. Većina trgovaca u nekom trenutku zato mora da proglasi akcijsku rasprodaju robe. Ne možete da investirate u pet šlepera grickalica, a da ne računate da ćete ih prodati za tri do šest meseci. Iz toga proizilazi da smo mi, trgovci, u periodu od kada je započela povišena inflacija na neki način održavali domaće fabrike prehrambene robe jer smo im slali naloge koji nisu bili plod prodaje nego posledica naših očekivanja. Zato sada, kada nam proizvođači šalju robu, prvo gledamo njen rok trajanja, a onda proveravamo da li su stigle naručene količine – zaključuje Lovrić.

MARKO MILADINOVIĆ

ZEMLJORADNIČKA ZADRUGA

BANAT

**OTKUP
POLJOPRIVREDNIH
PROIZVODA**

**PŠENICA • KUKURUZ
SUNCOKRET • JEČAM**







Zrenjaninski put 10a
23266 Čenta

023/899393
062/1005059
mijaticmirjana@gmail.com

REKORDAN PRINOS OD DIVIDENDI NIS-A I DALJE AKTUELAN



**Vladan
Pavlović**
Ilirika

Već sredinom prošle godine bilo je naznaka da bi 2022. mogla biti jedna od najboljih godina u poslovanju Naftne industrije Srbije (NIS). Svi eksterni faktori išli su u prilog poslovanja kompanije. Rat u Ukrajini izazvao je veliki porast cene sirove nafte, a to je posledično zbog tada još uvek jake potražnje izazvalo i nesrazmerni skok na cenama derivata (dizela, benzina, primarnog benzina, bitumena). NIS je u takvim uslovima imao dvostruku korist. U segmentu istraživanja i proizvodnje imao je zbog veće cene sirove nafte i jačeg kursa dolara solidan skok profita, uprkos i dalje blago opadajućim količinama izvađene nafte. Istovremeno, višestruko uvećani crack-spread (razlika u ceni barela nafte i cena derivata koji proizilaze iz prerađenog barela) i poboljšana struktura prerade omogućili su velike rafinerijske marže, tačnije veliki dobitak u segmentu prerade (kompanija uglavnom naglašava ulogu jeftine ruske sirove nafte).

Na kraju godine, ispostavilo se da je profit više nego četiri puta uvećan u odnosu na 2021. godinu i da je i priliv keša bio na rekordno visokom nivou. Ograničenja maloprodajnih cena kompaniju nisu pogodila u meri u kojoj pogađaju male distributere.

Ako je u periodu između objave desetomesečnih i celogodišnjih rezultata i bilo dileme kolika bi se dividenda mogla očekivati u ovoj godini, sada to više nije slučaj. Naime, u skladu sa višegodišnjom politikom kompanije da se godišnje isplati 25 odsto neto profita, nije teško izračunati da će akcionari ove godine dobiti po 140 dinara bruto dividende u novcu, tačnije 120 dinara u neto iznosu nakon odbitka poreza.

Cena NIS-ovih akcija već daniima ima uzlazni trend, ali bez obzira na to tempo rasta nije bio u

toj meri jak da prinos redukuje na neki osrednji nivo. Naime, u trenutku pisanja ovog teksta neto prinos od dividende je čak 15,7 odsto. Presek za ulazak u knjigu akcionara koji će imati pravo na ovu dividendu je još uvek daleko i biće najverovatnije u junu. Ono što frustrira pojedine akcionare je verovatno činjenica što u sadašnjim izuzetno povoljnim okolnostima ta dividenda nije još veća. Naime, većina sličnih evropskih i svetskih kompanija isplatiće ove godine mnogo veći deo profita kroz dividende i paralelno vršiti otkup sopstvenih akcija. Kod NIS-a to nije slučaj i kompanija za sada nema nameru da menja svoju ustaljenu višegodišnju praksu.

Štaviše, umesto veće nagrade akcionarima, NIS planira rekordno visok CAPEX (nivo ulaganja od skoro 50 milijardi dinara) za 2023. godinu, i to uglavnom u segment istraživanja i proizvodnje. S obzirom na to da su domaća polja u statusu već izrabljenih (proizvodnja godinama opada po stopi do 1-2 procenta), a da nema dovoljno podataka o tome koji su kapaciteti nalažišta u Rumuniji (dobijeni pod koncesije), ostaje nejasno u šta se konkretno namerava uložiti veliki novac u segment proizvodnje ili bar zašto nije delom planiran za redukovanje duga.

Pošto je NIS, kao i sve naftne kompanije, pod uticajem eksternih faktora koje ne može kontrolisati – poput cene nafte, kotacijskih cena derivata i potrošnje istih – ova godina će, razumljivo, kada su u pitanju finansijski rezultati, biti lošija nego 2022. Ipak, ulazni parametri, iako nešto lošiji, dovoljno su dobri da obezbede profitabilno poslovanje i u 2023. godini, pa se i iz ove sezone može očekivati generisanje profita koji će naredne 2024. godine opet doneti prilično atraktivnu dividendu od barem 70 dinara po akciji neto, što na aktuelnim cenama daje dodatni prinos od bar sedam odsto.



MESSER
Gases for Life

INDUSTRIJSKI GASOVI
MEDICINSKI GASOVI

SPECIJALNI GASOVI
RASHLADNI FLUIDI

GASOVI ZA SEČENJE I ZAVARIVANJE
GASOVI ZA PREHRAMBENU INDUSTRIJU

BALON GAS
SUVI LED

Banjički put 62 11090 Beograd, Rakovica 0800 300 800 011 35 37 200 postoffice@messer.rs www.messer.rs



MIKONIK DOO

montaža, servis, održavanje i remont liftova

Bulevar Patrijarha Pavla 1A
21000 Novi Sad
064 115 30 31
mikonikdoo@gmail.com
www.mikonik.rs

rešenja sa
velikim izborom
uzoraka, boja i materijala

DEŽURNA SLUŽBA
0-24 h
065 871 23 06



NUŽDA ZAKON MENJA



**Aleksandar
Matanović**

vlasnik kripto
menjačnice ECD

Kada bismo pokušali da zamislimo idealnu lokaciju za rudarenje bitcoina, to bi verovatno bilo neko zabačeno mesto, sa obiljem energetske izvoru i veoma hladno. Ako je Sibir prva lokacija koja vam pada na pamet, verovatno niste jedini. Donekle je čudno što svetski epicentar rudarenja uporno preskače Rusiju. Naime, prvo je bio u Kini, pa se posle zabrane preselio u Ameriku, dok su trenutno na drugom mestu južne ruske komšije – Kazahstanci. Deo razloga sigurno treba tražiti u tome što su regulatori u Rusiji godinama sa dosta podozrenja gledali na kriptovalute.

Sibir jeste u principu idealan za rudarenje, ali zbog udaljenosti i teških uslova, to nije mesto gde možete započeti neki biznis ako niste sigurni u njegovu dugoročnost. Ruski regulatori su dugo slali signale da nisu baš prijateljski nastrojeni prema kriptovalutama, pa je odlazak u daleki Sibir da bi se započeo posao koji uskoro možda bude zabranjen zaista bio prilično rizičan. Početkom prošle godine, njihova centralna banka je čak predložila zabranu svih aktivnosti koje imaju veze sa kriptovalutama, navodeći ih kao pretnju po finansijsku stabilnost i dobrobit građana. Baš preterano, ali svako ima pravo na svoje mišljenje.

Kako smo samo godinu dana kasnije došli do toga da država subvencionise izgradnju ogromnog postrojenja za rudarenje bitcoina u istočnom Sibiru? Možda tako što se pojavilo nešto drugo što zaista ugrožava finansijsku stabilnost i dobrobit građana, pa je bitcoin pre rešenje nego problem. Iako je unutar Rusije plaćanje

kriptovalutama zabranjeno (valjda da ne ugrozi snagu rublje), od početka rata u Ukrajini Rusi su dosta otvoreniji za mogućnost međunarodnog plaćanja u kriptovalutama. To ne treba da čudi, jer se zbog sankcija broj opcija za međunarodna plaćanja značajno smanjio. Mnogi mali biznisi u Rusiji su i opstali isključivo zahvaljujući tome što su mogli da koriste kriptovalute za naplatu svojih usluga. Isto važi i za frilensere u Rusiji, kojima je naplata u kriptovalutama često jedini način da zadrže inostrane klijente.

Rudarenje bitcoina je, između ostalog, sjajna stvar jer pretvara energiju direktno u novac, i to na njenom izvoru. Dakle, ne morate da dovedete energiju do rudara, već dovedete rudare na izvor energije. To je na mestu kao što je Sibir posebno značajno, jer transport energije košta (troškovi rastu sa udaljenošću), a deo energije se transportom gubi. Izbor je zaista logičan – ako je već otežan izvor energenata, zašto višak ne pretvoriti u novac?

Postoje čak mišljenja (istini za volju, još uvek ne previše rasprostranjena) da su takozvani “Hashwars” zapravo ratovi koji će se odvijati u budućnosti, to jest da će velike sile svoje snage odmeravati u sajber prostoru, pokušavajući da dominiraju u bitcoin rudarenju. Iako u njega ulaze donekle iznudaeno, možda se Rusima osladi bitcoin rudarenje, pa nakon Kine i Amerike dođe red na njih da budu “rudarska” sila broj jeda u svetu. Ako gledamo klimu i prirodne resurse, svakako jesu u najboljoj poziciji. Ipak, nije nemoguće da vlast u budućnosti ponovo napravi zaokret, pa osujeti dalji razvoj “rudarske” industrije.

SOS AL

ALU I PVC STOLARIJA



Mišel Ljubojević



064/1311-098

ljmihajlo@gmail.com

STR NAR

**PRODAVNICA
MEŠOVITE
ROBE**

Kralja Petra I 127
38220 Kosovska Mitrovica

028/422 339
063/83 04 502
064/30 75 060



KAKO DO SAVRŠENOG KORISNIČKOG ISKUSTVA U FARMACEUTSKOJ INDUSTRIJI



**Dejan
Aleksov**

član Upravnog odbora
za kupce i kanale
prodaje Phoenix
Grupa Srbija

Činjenica je da stanje na pharma tržištu nikad nije bilo izazovnije. Korisnici, pacijenti i biznis kupci danas imaju ogroman izbor i mogućnosti kada se opredeljuju za mesto kupovine. Lojalnost korisnika je sve manja. Zato su najvažnija pitanja kako zadovoljiti njegove potrebe, uštedeti mu vreme i ponuditi savršeno korisničko iskustvo (UX).

U osvrtu na digitalnu transformaciju možemo reći da je ona dostigla poziciju broj jedan kod većine kompanija. Delimično je na to uticala neizvesnost u vreme virusa Covid-19, ali i ako kažemo da je to sada već iza nas, tendencija digitalne transformacije uzela je primat svakog biznisa budućnosti. A da li je to dovoljno?

Digitalno doba nije uticalo samo na poslovanje kompanija, već i nakorisnike usluga. Ako posmatramo kroz starosnu strukturu, svaka generacija emituje potpuno drugačije signale. Od kanala informisanja koje koristi, preko načina kako da dođu do željenog proizvoda, do očekivanja o brzini, odnosno kvalitetu usluge. Kada to dalje spustimo na pojedinačne potrebe svakog od njih, dolazimo do generacijskog jaza i potpuno drugačijih očekivanja koje moramo pametno da analiziramo kako bismo unapredili korisničko iskustvo. Samo takav, zadovoljan korisnik preporučice nas dalje.

Uvođenje e-commercea kao dodatnog kanala prodaje jeste važno, ali nije ono na čemu kompanija treba da se zaustavi. Presudno je identifikovati ključne momente poslovne održivosti kroz sposobnost brzine prilagođavanja i inovativnosti.

Kada posmatramo hronološki, iz ugla BENU brenda, možemo da istaknemo da smo kroz otvoreni koncept apoteka napravili revoluciju i probili barijere dostupnosti zdravstvenih radnika (2015. godine). Brzom ekspanzijom apoteka sa identičnim vizuelnim identitetom postigli smo da BENU lanac bude prepoznat širom Srbije (2019). Uvođenjem loyalty programa (2020) i alatima koje koristimo svakodnevno učimo o potrebama naših kupaca, a lansiranjem e-commerce poslovanja (2021) otvorili smo novi kanal kupovine.

Istakao bih i da se trend ponude u apotekama konstantno unapređuje i menja. Možda je to i najveći pomak pharma biznisa. Razvijanje svesti, posebno mlađih ljudi, da je apoteka mesto gde mogu dobiti najbolje odgovore na sve svoje dileme. Pored

core (glavnog) asortimana koji podrazumeva lekove, preventivu za jačanje imuniteta, suplemente i minerale, u apotekama postoji veliki segment renomiranih kozmetičkih brendova za sve uzraste i tipove. U saradnji sa najvećim dobavljačima i proizvođačima mi planiramo na godišnjem nivou aktivnosti i oni jako dobro prepoznaju efikasnost e-commerce kanala.

Kroz e-commerce kanal razvili smo i mogućnosti da korisnici sami odaberu način dostave: da im porudžbina stigne na kuću adresu ili da je preuzmu na odabranoj lokaciji u roku od dva sata ili u roku od 24 do 48h. Ovo je inovativni pristup kojim smo zaokružili sve tačke dostupnosti sa ciljem lakše i brže kupovine koja dovodi do zadovoljnog korisnika.

Kao deo farmaceutske industrije, a iz iskustva koje smo do sada okusili, korisnik u farmaciji se neće zadovoljiti samo "čistom kupovinom". Adekvatan savet i otvorenost da se slobodno obrate stručnom osoblju presudni su aspekti u odabiru apoteke. Mnoge studije govore o tome da je farmaceut zdravstveni radnik sa velikim spektrom stručnog znanja i empatijom. Zato mi kao kompanija moramo u prvi plan da stavimo potrebe naših korisnika, koji se u našem pharma svetu nazivaju "pacijenti". Zadovoljan pacijent je onaj koji veruje da kada ode u apoteku doživi taj osećaj da se neko o njemu istinski brine, a to je glavni i jedini motiv svih naših zaposlenih.

Da li postoji model ili šablon koji pokazuje kako do zadovoljnog korisnika – teško je reći. Jednostavno, svakodnevno osluškivanje i spremnost na brzo prilagođavanje može da bude jedno od rešenja.

Alati koji imaju jako veliku ulogu u kreiranju zadovoljstva korisnika jesu različite metodike merenja njihovog zadovoljstva. NPS (Net promoter score) je jednostavan, ali i vrlo efikasan metod koji kompanije koriste na dnevnom nivou, da prate zadovoljstvo korisnika na onlajn kanalu.

I kao zaključak, ono što sve kompanije treba da imaju u vidu jeste da zadovoljan korisnik na bilo kom kanalu prodaje može samo da unapredi njihovo poslovanje. Međutim, sama digitalizacija procesa ne može napraviti poslovni uspeh – on može doći samo kroz osluškivanje i unapređivanje usluga, prateći smernice na koje ukazuje upravo zadovoljan korisnik kroz korisničko iskustvo koje je lično doživeo.



UOČI 55. MEĐUNARODNOG SALONA AUTOMOBILA U BEOGRADU

GLOBALNA KRIZA IZAZVALA PAD PRODAJE I NOVIH I POLOVNIH VOZILA

PANDEMIJA, NESTAŠICA MIKROČIPOVA I PROBLEMI U LANCU SNABDEVANJA IZAZVANI RATNIM SUKOBOM U UKRAJINI DOVELI SU DO PADA UKUPNOG TRŽIŠTA AUTOMOBILA. IPAK, DOK S JEDNE STRANE STOJI SLABIJA KUPOVNA MOĆ NA KOJU SU UTICALI INFLATORNI PRITISCI, POSKUPLJENJE VOZILA, RAST KAMATNIH STOPA I TROŠKOVA OSIGURANJA, S DRUGE STRANE LUKSUZNI SEGMENT NIJE TOLIKO OSETLJIV, A I DOSTUPNOST TAKVIH AUTOMOBILA JE VEĆA

Sajam automobila u Beogradu redovno privlači dosta pažnje, a posećuju ga kako kupci, tako i oni koji samo vole da razgledaju i budu u toku sa novitetima na auto-tržištu. Ove godine na programu je 55. Međunarodni salon automobila, koji će biti održan od 22. do 28. marta, gde će javnost biti u prilici da vidi koliko je automobilska industrija uspeła da se oporavi posle krize koja traje još od pandemije korona virusa.

Neposredno pred ovogodišnji sajam Biznis.rs je analizirao poslednje dostupne finansijske rezultate preduzeća koja se u Srbiji bave trgovinom automobilima

i lakim motornim vozilima, trgovinom ostalim motornim vozilima, kao i održavanjem i popravkom motornih vozila (servisi).

Prema podacima bonitetne kuće CompanyWall, ukupni prihodi trgovaca automobilima i lakim motornim vozilima u Srbiji kretali su se otprilike kao i ostatak privrede, pa je tokom poslednjih nekoliko godina 2020. bila nešto slabija. Naime, ukupno 1.479 firmi koje posluju u ovoj delatnosti, od čega je 276 preduzetnika, ostvarilo je u pretpandemijskoj 2019. godini nešto više od 162 milijarde dinara prihoda (162.164.347.000), da bi

tokom 2020. taj iznos pao na 149,44 milijardi. Ipak, već u 2021. godini, poslednjoj za koju postoje zvanični finansijski izveštaji, ukupan prihod ovog sektora približio se cifri od 200 milijardi dinara – 194.001.647.000.

Najuspešnija firma među trgovcima automobilima bilo je čačansko preduzeće Auto Čačak, koje je sa 106 zaposlenih u 2021. godini ostvarilo nešto više od 13 milijardi dinara prihoda i 832 miliona dinara dobiti. Sledi beogradski Star Import, koji je deo švajcarskog holdinga Emil Frey Grupa u Srbiji, sa 18,7 milijardi dinara prihoda i dobiti od 798 miliona

dinara, i Delta Motors sa 7,97 milijardi dinara prihoda i 741 milionom dinara dobiti.

Kada je reč o trgovini ostalim motornim vozilima, ovom delatnošću bavi se u Srbiji ukupno 119 firmi, od čega 16 preduzetnika. Njihovi ukupni prihodi rasli su od 2019. do 2021. godine, pa su tako od malo manje od 12 milijardi dinara (2019 – 11,97 milijardi, 2020 – 11,70 milijardi) stigli do 14,35 milijardi dinara.

Ovde je najuspešnije preduzeće bilo Scania Srbija d.o.o. koje je u 2021. godini ostvarilo prihod od 3,88 milijardi i dobit od 233 miliona dinara. Sledi Volvo d.o.o. iz Novih Banovaca koji je zabeležio nešto veći prihod – 4,85 milijardi dinara, ali nešto manju dobit – 180,75 miliona dinara.

Među 11.035 auto-servisa u Srbiji, odnosno preduzeća čija je pretežna delatnost održavanje i popravka motornih vozila, posluje čak 9.815 preduzetnika. Njihovi rezultati takođe su imali pad u pandemijskoj godini, pa su tako ukupni prihodi išli od 61,5 milijardi dinara u 2019. preko 58,6 milijardi u 2020. do 66,3 milijardi dinara u 2021. godini.

Neizvestan rast tržišta

Na pitanje kakvo je trenutno stanje auto-tržišta u Srbiji i šta nas očekuje u narednom periodu, Aleksandra Đurđević, CEO Delta Auto grupe i potpredsednica Delta Holdinga, kaže da je prodaja novih vozila u padu poslednje tri godine, zbog posledica pandemije, nestašice mikročipova i problema u lancu snabdevanja izazvanih ratnim sukobom Rusije i Ukrajine.

- Prodaja je prethodne godine pala za 5,33 odsto u poređenju sa 2021, a taj trend se nastavio i tokom ove godine gde su, primera radi, prodajni rezultati iz januara niži u odnosu na isti mesec prošle godine – navodi Đurđević u razgovoru za Biznis.rs.

Nаша sagovornica smatra da se pad ukupnog tržišta automobila može objasniti u dva pravca.

- Pre svega, to su slabija kupovna moć na koju su uticali inflatorni pritisci, poskupljenje automobila, rast kamatnih stopa i troškova osiguranja. Sa druge strane, luksuzni segment ipak beleži rast jer nije toliko osetljiv, a i sama dostupnost takvih automobila je veća, pošto

Trgovina automobilima i lakim motornim vozilima

NAZIV PREDUZEĆA	DOBIT	UKUPNI PRIHODI
PREDUZEĆE AUTO ČAČAK DOO KONJEVIĆI, ČAČAK	832.221.000,00	13.067.716.000,00
Star Import d.o.o.	798.456.000,00	18.766.598.000,00
DELTA MOTORS DOO	741.160.000,00	7.975.358.000,00
KIA AUTO DOO BEOGRAD	480.099.000,00	4.655.543.000,00
AUTO ČAČAK KOMERC D.O.O. ČAČAK	451.503.000,00	5.185.900.000,00
TOYOTA SRBIJA DOO BEOGRAD	304.451.000,00	6.013.765.000,00
HYUNDAI SRBIJA DOO BEOGRAD	295.293.000,00	5.664.678.000,00
SERVICE MAXX AUTO d.o.o. Beograd	257.708.000,00	3.451.352.000,00
KOMPRESOR SERVIS REMONT I PROMET d.o.o. BEOGRAD	207.504.000,00	1.856.859.000,00
KOMPRESOR PRODAJA AUTOMOBILA DOO BEOGRAD	160.935.000,00	3.064.922.000,00

izvor: CompanyWall, *svi podaci su za 2021. godinu, u dinarima

Trgovina ostalim motornim vozilima

NAZIV PREDUZEĆA	DOBIT	UKUPNI PRIHODI
SCANIA SRBIJA D.O.O.	233.184.000,00	3.884.222.000,00
VOLVO DOO NOVI BANOVC	180.755.000,00	4.846.599.000,00
BALKAN TRAILER DOO	37.144.000,00	641.886.000,00
GLACIER DOO ŠIMANOVCI	27.484.000,00	1.029.700.000,00
SCHMITZ CARGOBULL DOO BEOGRAD	19.060.000,00	1.622.615.000,00
AUTOBUS DOO NOVI SAD	17.320.000,00	402.335.000,00
CENTAR TERETNIH VOZILA d.o.o. Beograd-Zvezdara	9.433.000,00	34.633.000,00
BUSES AND COACHES DOO	9.132.000,00	231.274.000,00
BC-TRUCKS DOO	9.016.000,00	119.492.000,00
AMTD MOTO CENTAR TRADE DOO	5.965.000,00	12.563.000,00

izvor: CompanyWall, *svi podaci su za 2021. godinu, u dinarima

Održavanje i popravka motornih vozila

NAZIV PREDUZEĆA	DOBIT	UKUPNI PRIHODI
PIA S DOO BEOGRAD	363.552.000,00	8.377.312.000,00
DAT HOLDING DOO BEOGRAD	168.427.000,00	332.082.000,00
SDT GROUP DOO, BEOGRAD (SURČIN)	152.654.000,00	591.313.000,00
AUTO KUĆA-KOLE DOO BEOGRAD-ZEMUN	124.125.000,00	1.796.168.000,00
BRITISH MOTORS D.O.O. Beograd	114.420.000,00	2.344.679.000,00
JEVTOVIĆ CARS DOO	81.178.000,00	1.621.799.000,00
KANTAR VILJUŠKARI DOO NOVI BANOVC	76.148.000,00	337.033.000,00
NIKOM-AUTO DOO	62.791.000,00	2.249.334.000,00
REMONT DOO VALJEVO	54.048.000,00	204.321.000,00
MATIĆ AUTO CENTAR DOO	53.821.000,00	200.420.000,00

izvor: CompanyWall, *svi podaci su za 2021. godinu, u dinarima



FOTO: PIXABAY

su proizvođači resurse usmerili na proizvodnju skupljih modela – ocenjuje Aleksandra Đurđević.

Ona zaključuje da su preduslovi za oporavak tržišta svakako jača kupovna moć građana zajedno sa unapređenim kapacitetima za proizvodnju. Kako kaže, iako se kod brojnih proizvođača proizvodnja postepeno stabilizuje, aktuelna situacija i dalje nije na nivou one koja je bila pre pandemije, tako da rast u ovom trenutku nije izvestan, kao ni potpuna stabilizacija tržišta.

Prošle godine dominirali benzinci

Činjenica je da je prethodnih par godina u automobilske industriji prisutan deficit sirovina i komponenti, odnosno da je došlo do poremećaja lanca snabdevanja i proizvodnje novih vozila. Usled toga, na tržištu je prisutan disbalans ponude i potražnje, koji datira još od pojave pandemije korona virusa, a dodatno je produbljen aktuelnim dešavanjima u svetu. Ovakva situacija nije se samo odrazila na tržište novih, već i na tržište polovnih automobila i rezultirala je rastom cena, kaže u razgovoru za Biznis.rs menadžer za odnose s javnošću portala Polovni automobili Petar Veličković.

- Prošle godine prodato je 22.785 novih automobila, što je za nekih 2.000 manje u odnosu na 2021. Najprodavaniji su bili modeli kompanije Skoda, a u vrhu liste su još Toyota, Fiat, Hyundai i Dacia. Možda i iznenađujuće, čak 59 odsto prodatih no-

E-VOZILA DOLAZE BRŽE NEGO ŠTO MISLIMO

Bez obzira na to da li će elektrifikacija vozila biti "usporena", ono što je izvesno je da i Srbija treba da se prilagodi odlukama i propisima EU, jer su e-vozila svakako budućnost koja dolazi brže nego što mislimo. Država bi trebalo više da bude uključena u ovo pitanje, ocenio je nedavno u razgovoru za Biznis.rs Slobodan Pešić, direktor marke Volkswagen u kompaniji Porsche Srbija i Crna Gora. On kaže da suma koja je određena kao subvencija za kupovinu EV od 5.000 evra nije mala i da ona na neki način pokazuje želju za razumevanjem ove teme.

- Međutim, problem je procedura kako se dolazi do novca. Uredba je zastarela i prema njoj se i dalje finansira kupovina vozila na hibridni pogon, što se u svetu odavno ne radi. Na ovaj način se favorizuje jedan proizvođač, što nije dobro. Što se tiče plug-in vozila, to i možemo da razumemo, ali postoji određena nekonzistentnost. Uredba se odnosi na određeni broj vozila i ima ograničeno vreme trajanja – kaže Pešić.

vih automobila jesu vozila sa benzinskim agregatima. Ovakva razlika u odnosu na na dizelaše (20 odsto ukupne prodaje novih vozila) može biti nagoveštaj promena

u razmišljanju kupaca, pogotovu posle najava iz Evrope o uvođenju još strožih normi za smanjenje zagađenja, odnosno Euro 7 standarda, već od 2025. godine. U prilog tome govori i podatak da vozila sa hibridnim pogonom u prošloj godini čine 17 odsto ukupne prodaje novih automobila, dok je u 2021. učešće hibrida iznosio 12 procenata, a u 2020. godini svega šest odsto – navodi Veličković.

S druge strane, situacija kod polovnih automobila je potpuno suprotna, gde su kupci i dalje većinski okrenuti automobilima na dizel pogon. Ipak, prodaja polovnih vozila je opala, i to za 15 procenata u poređenju sa 2021. godinom.

- Ovaj podatak ne treba da čudi, s obzirom na to kako su se kretale cene. Jer, prošle godine su polovnjaci poskupeli za čak 24 odsto u odnosu na 2021. Ono što je takođe važno jeste da smo imali kontinuirani rast cena. Dakle, sa nekih 7.050 evra, koliko je iznosila prosečna cena polovnih automobila oglašanih na našem sajtu u januaru 2022. došli smo na prosek od 8.400 evra na kraju godine. Skok cena, ali i ukupna geopolitička situacija naveli su kupce „da povuku ručnu“. Tako je polovina od 11.400 potencijalnih kupaca koje smo nedavno anketirali na našem sajtu navela da je odložila kupovinu, dok je 12 odsto potpuno odustalo – ističe Petar Veličković.

Ipak, sa velikih tržišta poslednjih meseci dolaze informacije da se lanci snabdevanja sirovinama i komponentama stabilizuju. Samim tim, smanjuju se polako rokovi isporuke novih vozila. I kod naših uvoznika je sada mnogo bolja situacija sa lagerima u odnosu na prethodnih nekoliko godina.

- Zato je realno očekivati da se u narednom periodu smanji "pritisak" na polovnjake. Gledano sa tog aspekta, postoje razlozi za umereni optimizam u smislu nešto boljih prodajnih rezultata u ovoj godini. Nije nemoguće i da dođe do smirivanja cena polovnjaka, a zatim i do postepenog pada, ali naravno nije realno da do takvih promena dođe u kratkom vremenskom roku. Takođe, ne mogu se zanemariti i ostali ekonomski faktori. Poskupele su sirovine, transport, gorivo... Dakle, ukoliko bude rasla inflacija, nije realno očekivati da na tržištu polovnjaka dođe do pada cena u bliskoj budućnosti – zaključuje naš sagovornik.

MARKO ANDREJIĆ

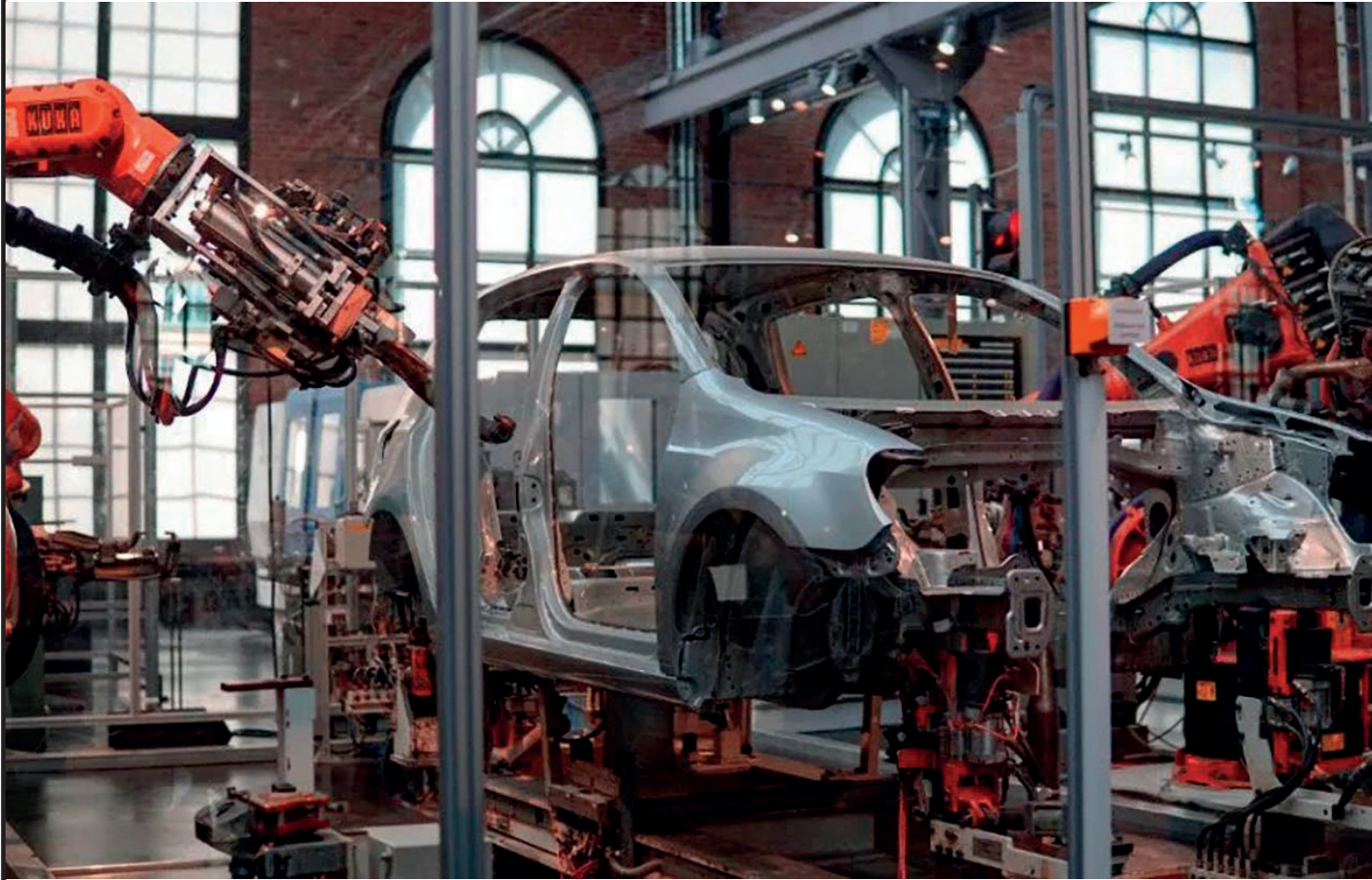


FOTO: UNISPLASH

IZAZOV ZA SVE PRELAZAK NA ELEKTRIČNA VOZILA

SLOVAČKA PROIZVODI NAJVIŠE AUTOMOBILA PO GLAVI STANOVNIKA IAKO NEMA SVOJ AUTO-BREND

POSTALI SU SILA U PROIZVODNJI AUTOMOBILA ZAHVALJUJUĆI RAZLIČITIM FAKTORIMA I PRILICI KOJU NISU ŽELELI DA PROPUSTE. NAIME, JOŠ OSAMDESETIH GODINA PROŠLOG VEKA MAŠINSKA INDUSTRIJA U SLOVAČKOJ BILA JE DOBRO RAZVIJENA, TE JE ONO ŠTO ČINE U AUTO-INDUSTRIJI DANAS SAMO PLOD RACIONALNO ISKORIŠĆENE PRILIKE I RESURSA

Proizvodnja automobila je unosan biznis koji je od 2020. godine do danas pretrpeo udare dve velike krize – pandemiju korona virusa i rat u Ukrajini, za koji nema naznaka da će se uskoro završiti. U tom periodu auto-industrija je pokušavala da opstane i da, koliko može, održi svoje poslovanje. Drastičnih rezova je bilo, ali primer Slovačke ukazuje da proizvodnja četvoro-točkaša može da funkcioniše i u teškim uslovima, i da makar ostane na istom nivou, ako već postoje objektivne okolnosti koje sprečavaju njen dalji rast.

Slovačka je poznata kao najveći proizvođač automobila po glavi stanovnika u svetu, a ovaj pozitivan trend automobilске industrije, koji traje već godinama, centralnoevropska zemlja nastavlja i danas, u ne baš tako povoljnim uslovima poslovanja.

Kako za Biznis.rs kaže Viktor Marušak, generalni sekretar Udruženja auto-industrije Slovačke (ZAP SR), rezultati koje postižu slovački proizvođači automobila i dalje su na zavidnom nivou.

- U prošloj godini nismo zabeležili rast proizvodnje u poređenju sa 2021, kada

je proizvedeno 1,03 miliona automobila. Rezultat u 2022. godini bio je milion proizvedenih jedinica. Auto-industrija je radila u uslovima u kojima je postojao čitav niz remetilackih faktora, te stabilnost našeg sektora smatramo izuzetnim uspehom – ističe Marušak.

Kako kaže naš sagovornik, interesantno je da rat u Ukrajini nije uticao na proizvodnju u onoj meri u kojoj se to možda očekivalo.

- Kao što možete videti iz naših proizvodnih podataka, direktan uticaj bi mogao biti jedva vidljiv. Ali, to je rezultat



FOTO: FREPIK

odlučne posvećenosti naših ljudi u proizvodnim pogonima i njihove sposobnosti da upravljaju kriznim situacijama i problemima u snabdevanju. S druge strane, sukob potresa globalnu ekonomiju i izaziva oprez u raspoloženju za investiranje ili kupovinu. Kao što smo ranije čuli iz mnogih izvora, svet se neće vratiti u doba pre 2019. godine. Sada moramo da iskoristimo mogućnosti novonastale situacije – objašnjava Viktor Marušak.

Slovačka je postala sila u proizvodnji automobila zahvaljujući različitim faktorima i prilici koju nije želela da propusti. Naime, još osamdesetih godina prošlog veka mašinska industrija u ovoj zemlji bila je dobro razvijena, te je ono što čine u auto-industriji danas samo plod racionalno iskorišćene prilike i resursa.

- Naša zemlja je imala odlične osnove u pogledu dostupnosti dobavljača i kvalifikovane radne snage, kao i prisustvo mašinske industrije pre 1989. godine. Automobilaska industrija se veoma dobro uklopila u naše mogućnosti i potrebe. Takođe, lokacija doprinosi razvoju, uzimajući u obzir da je naše sedište u regionu u kome se nalazi 30 odsto evropske proizvodnje PC (računara), što znači da postoji izvanredan izbor automobilske dobavlja-

ča – kaže generalni sekretar Udruženja auto-industrije Slovačke (ZAP SR).

Marušak dodaje da su trenutni problemi sa kojima se suočavaju oni sa kojima se bori i većina Evrope – nedostatak kva-

lifikovane radne snage i energetska kriza. Ipak, to im ne smeta toliko da ne gledaju optimistično na period koji dolazi.

- Iskreno se nadamo da je najgore iza nas, stoga bismo želeli da se fokusiramo na razvoj u novom okruženju, posebno u oblasti elektromobilnosti i zelene ekonomije, gde imamo ogroman prostor za realizaciju i razvoj novih proizvodnih kapaciteta, ali i transformaciju postojećih – ističe naš sagovornik i dodaje da u ovom trenutku proizvođači automobila i najvažniji dobavljači donose ključne odluke u vezi sa tim kako će za fabrike koje proizvode vozila izgledati mapa mobilnosti.

- Definitivno nam je ambicija da zadržimo sadašnju poziciju najvećeg proizvođača putničkih automobila po glavi stanovnika u svetu – ističe Marušak.

Prema podacima ZAP-a, u decembru 2022. godine u Slovačkoj su evidentirane registracije novih putničkih automobila za ukupno 6.449 vozila. Broj registracija novih putničkih vozila iz godine u godinu beleži rast od 17,04 odsto. Registracije malih komercijalnih vozila (kategorija N1) u decembru 2022. dostigle su 504 vozila, što je u odnosu na isti mesec prošle godine sa brojem od 956 vozila smanjenje od 47,28 procenata.

KOJA VOZILA SE PROIZVODE U SLOVAČKOJ?

Četiri velike, svetski poznate automobilske kompanije posluju u Slovačkoj: Volkswagen od 1991. godine u Bratislavi, Martin i Stupava, PSA (Peugeot i Citroen) od 2003. u Trnavi, Kia Motors od 2004. u Žilini i Jaguar Land Rover u Nitri od 2016. One su od države dobile podsticaj od 20 odsto visine investicija. Kia u fabrici u Žilini sklapa modele Ceed i Sportage, PSA u Trnavi modele Peugeot 208 i Citroen C3, Land Rover u Nitri svoj prestižni džip Discovery.

Volvo Cars će proizvoditi električne automobile u Slovačkoj u novoj fabrici dizajniranoj da pravi do 250.000 potpuno električnih vozila godišnje. Planirano je da izgradnja počne ove godine, a serijska proizvodnja od 2026. godine, piše Electrive.com.

Zelena transformacija auto-industrije Slovačke

Automobilska industrija je akcelerator zelene Evrope, a Slovačka se pridružila osnovnom dokumentu "Green Deal" – deklaraciji Evropske komisije o putu ka neutralnosti ugljenika. Akcioni plan "FIT FOR 55" ima 14 dokumenata koji sadrže konkretne obaveze i za Slovačku. To uključuje, između ostalog, smanjenje emisija iz saobraćaja, izgradnju infrastrukture za alternativna goriva, smanjenje emisija iz transporta – takođe kroz obnovljive izvore energije i goriva ili novu strukturu minimalnih poreskih stopa na osnovu stvarnog energetskog sadržaja i ekoloških svojstava goriva i električne energije, navodi se u prošlogodišnjem izveštaju na sajtu ZAP-a.

- Ciljevi postavljeni u ovim dokumentima su za nas zaista ambiciozni i obavezujući. Nažalost, trenutno stanje je daleko od zadovoljavajućeg. Slovačka zaostaje u svim važnim kategorijama – istakao je Aleksander Matušek, predsednik ZAP-a.

Smanjenje emisije CO2 u prodaji novih automobila i dalje je nedovoljno. Poređenja radi, dok je prosečan broj registracija novih vozila u EU prema vrsti pogona (EV+PHEV, odnosno električna vozila + plug-in hibridna vozila) dostigao 18,9 odsto u prva tri kvartala 2021. godine, u Slovačkoj je bio samo tri procenta ukupnog broja novoregistrovanih vozila. Zbog toga će biti potrebno promeniti vozni park, navodi se u izveštaju.

U 2020. godini u Slovačkoj je registrovano 3.175 automobila EV + PHEV, ali



Viktor Marušak, generalni sekretar Udruženja auto-industrije Slovačke (ZAP SR),

FOTO: PRIVATNA ARHIVA

nastoje da ovaj broj povećaju do 55.000 do 2025. godine. Podrška za prodaju vozila sa alternativnim pogonima u Slovačkoj je još uvek nedovoljna, ali bez nje ona neće moći da ispuni svoje obaveze prema Evropi. Slično je nepovoljna situacija i sa izgradnjom potrebne infrastrukture.

- Automobilske kompanije su se prijavile za zelenu transformaciju. Modeli sa niskim ili nultim emisijama izduvnih gasova su u porastu na tržištu. S druge strane, klasična vozila će postepeno biti potisnuta sa tržišta. Ukoliko želimo da građanima Slovačke obezbedimo dostupnost mobilnosti neophodno je da se počne sa primenom podsticajnih šema za razvoj mobilnosti i relevantne infrastrukture za punjenje i dopunu goriva, kako bi savremene alternativne tehnologije postale atraktivnije i dostupnije prosečnom građaninu. U Slovačkoj mnogo

razgovaramo, ali stvari rešavamo ograničenjima i povećanjem honorara, a ne podrškom i motivacijom – istakao je Matušek.

U Slovačkoj je tokom 2020. godine registrovano 820 stanica za punjenje, a ambicija je da ih do 2025. godine bude do 5.500. Do 2030. godine biće ih potrebno do 25.000, navodi se u izveštaju.

Trećina automobila proizvedena u Kini

Prema podacima Evropskog udruženja proizvođača automobila (ACEA), uprkos povećanju proizvodnje automobila u EU od 7,1 odsto, ukupni obim u Evropi je pao za 1,6 odsto, pod uticajem kolapsa ruskog i ukrajinskog tržišta. Proizvodnja automobila u Severnoj Americi porasla je za 10,3 procenta u 2022. godini na 10,4 miliona jedinica, prvenstveno zbog velike potražnje u SAD.

Kako su blokade ukinute i potražnja snažno stimulirana vladinim podsticajima, kineska proizvodnja automobila porasla je za 11,7 odsto prošle godine, na 23,2 miliona proizvedenih vozila, što predstavlja 34 odsto svetske proizvodnje, navodi ACEA.

Podstaknuta snažnom domaćom tražnjom i većim poverenjem potrošača, indijska proizvodnja automobila dostigla je 4,3 miliona jedinica u 2022. godini, što je rezultiralo snažnim rastom od 21,6 odsto. Ukupno, više od 68 miliona putničkih automobila je proizvedeno širom sveta tokom prošle godine, što je povećanje od 7,9 odsto u odnosu na godinu ranije.

MILJAN PAUNOVIĆ

BENZIN OSTAO NAJPOPULARNIJA VRSTA GORIVA ZA NOVOREGISTROVANE AUTOMOBILE U EU

Tržište putničkih automobila u Evropskoj uniji poraslo je u januaru 11,3 odsto u odnosu na godinu ranije. Registracije novih putničkih automobila iznosile su 760.041 jedinica, pokazuju podaci Evropskog udruženja proizvođača automobila (ACEA) koje je prenela Anadolu Agency.

Povećanje je proizašlo iz skromne osnove poređenja 2022. godine, kada je dostignut najniži januarski obim od 682.596 jedinica.

Na četiri najveća tržišta EU, Španija je zabeležila najveći rast (51,4 odsto), zatim Italija (19) i Francuska (8,8 odsto). Nemačka je, s druge strane, zabeležila pad od 2,6 odsto u registraciji novih putničkih automobila prošlog meseca.

U januaru je nastavila da raste registracija električnih i hibridnih putničkih automobila na baterije u EU, čineći 9,5 odsto i 26 odsto tržišta, respektivno. Međutim, benzin je ostao najpopularnija vrsta goriva za novoregistrovane automobile u EU, sa tržišnim udelom od 37,9 procenata.

STOJAN DANGUBIĆ, KOMERCIJALNI DIREKTOR ALING-CONEL, ZA BIZNIS.RS O PROBOJU NA EVROPSKO TRŽIŠTE

KAKO SMO POSTALI JEDINI DOBAVLJAČ NEMAČKOG AMAZONA IZ ISTOČNE EVROPE

OSVAJANJE NOVIH TRŽIŠTA SJAJNO ZVUČI U TEORIJI, ALI ŠTA ĆEMO AKO INFLACIJA I SMANJENJE KUPOVNE MOĆI STANOVNIŠTVA BUDU SVUDA UTICALI NA PRODAJU? MISLIM DA SVI MORAMO DA OČUVAMO STARE POZICIJE, A ALING-CONEL ĆE SE ZATO FOKUSIRATI NA PLASMAN U REGIONU I ZEMLJAMA EU I POKUŠAĆEMO DA POVEĆAMO PRODAJU U SVIH 18 ZEMALJA U KOJIMA SMO VEĆ PRISUTNI. KADA JE REČ O INVESTIRANJU U AUTOMATIZACIJU, MI SMO TIM PUTEM UVELIKO KRENULI I U PRETHODNE DVE GODINE ULOŽILI U PET AUTOMATIZOVANIH LINIJA KOJE MENJAJU 60 ZAPOSLENIH

Proizvodnja elektroinstalacija i elektrogalanterije podrazumeva neprestanu borbu sa konkurencijom, na domaćem i stranim tržištima, ali kompanija iz Gajdobre odlučila je da taj meč preseli u najteži ring – ne samo na online tržište, već na platformu Amazon.de – i pred izuzetno probirljive nemačke kupce. Iz tog meča izašli su kao pobednici i postali njihov jedini dobavljač iz istočne Evrope u elektro branši.

Ovaj uspeh prepoznali su i u Srbiji, pa je Aling-Conel u februaru ušao u najuži izbor za EY Preduzetnika godine za 2022. i poneo titulu EY Inovativni preduzetnik godine.

U intervjuu za Biznis.rs komercijalni direktor Aling-Conela Stojan Dangubić otkriva zašto se ne ustručavaju da ulažu na dugi rok, bilo u saradnju sa Amazon.de bilo u „ozelenjavanje“ sopstvene proizvodnje, automatizaciju ili digitalizaciju, ali i upozorava da aktuelna inflacija, pod ruku sa poskupljenjem kredita, ometa upravo ono što je privredi od životnog značaja – sveže investicije.

Kako je došlo do toga da Aling-Conel postane partner nemačkog Amazona?

- Prve kontakte napravili smo na saj-

mu Light+Building u Frankfurtu, koji je najveći svetski sajam u elektro branši. U Nemačkoj inače imamo svoje distributere, a te 2018. godine upoznali smo predstavnike Amazon.de i potom napravili preliminarne dogovore, dostavili uzorke i dodatno obezbedili poseban nemački VDE sertifikat, iako smo već posedovali sve sertifikate za izvoz u EU.

Sama sertifikacija koštala je blizu 80.000 evra, a takođe smo morali da uložimo u marketing, kako bi naša ponuda na Amazon.de bila potpuna, što je zahtevalo dodatno ulaganje od oko 50.000 evra. Preduslovi za saradnju sa takvom platformom su kvalitet i poštovanje rokova isporuke, tako da su morala da uslede i ulaganja u lager, pa u svakom trenutku u skladištu u Ahenu imamo na raspolaganju robu u vrednosti od oko 150.000 evra, kako bismo mogli da odgovorimo na isporuke „danas za sutra“.

Sve u svemu, investicija u saradnju sa Amazon.de je značajna, ali je na dugi rok i ne donosi samo finansijsku dobit, već i jednu vrstu prestiža. Ne samo da smo jedina kompanija iz istočne Evrope koja je njihov dobavljač, već nam je cilj bio da pokažemo da proizvodi iz Srbije mogu da zadovolje probirljive nemačke kupce.

Koje su prednosti saradnje sa Amazonom u odnosu na razvijanje sopstvene online prodavnice, odnosno saradnju sa domaćim online trgovinama?

- Naša politika na tržištu Srbije je da sarađujemo sa domaćim distributerima koji već imaju sopstvene online prodavnice i maloprodajnu mrežu. Sa druge strane, mi smo u Nemačkoj prvo sarađivali sa eBay-om, da bismo se potom odlučili za Amazon – ipak su oni najveća platforma za prodaju na svetu. Štaviše, nadamo se da ćemo u ovoj godini proširiti saradnju sa njima na okolne zemlje, kao što su Belgija, Holandija i Češka, što je teritorija koju „pokriva“ Amazon.de.

Koje uslove je Aling-Conel morao da ispuni kako bi Vaši proizvodi bili „ulistani“ na Amazon.de?

- Osim kvaliteta proizvoda i odgovarajućih sertifikata, kao i dostupnosti robe po principu dostave „danas za sutra“, gde se plaćaju penali ukoliko robe nema na lageru, treba imati na umu da roba mora biti upakovana u ambalažu na nemačkom jeziku, tako da je bilo puno posla oko deklaracija. Takođe, da biste bili ulistani na Amazon.de mora se obezbediti odgovarajuća garancija za životni vek proizvoda. Tu se Aling-Conel našao u specifičnoj situaciji – mi inače dajemo doživotnu garanciju, i po tome smo prepoznatljivi u branši, ali smo shvatili da bi takva politika na tržištu poput nemačkog, gde se pojavljujemo kao „novi igrač“ u online sferi, pa još iz strane zemlje, delovala neubedljivo. Tako smo odlučili da na tom tržištu ponudimo garanciju na

ZA IZGRADNJU SOLARNIH PANELA 400.000 EVRA

- Aling-Conel je osnovan 1984. godine i u prvoj deceniji postojanja firme grejali smo se na ugalj, pa smo prešli na centralno grejanje i sada na toplotne pumpe. Prošle godine smo, takođe, investirali u free cooling, tehnologiju rashlađivanja bez angažovanja kompresora, odnosno dodatne struje. Ukratko, uložili smo sredstva kako bismo pojeftinili proces proizvodnje, a planiramo izgradnju solarnih panela na krovu fabrike, u šta ćemo investirati oko 400.000 evra u prvoj fazi.



20 godina, što je takođe neuobičajeno u branši. Inače se od proizvođača elektroinstalacija i elektrogalanterije uglavnom zahteva garancija od dve godine i jako malo njih je daje na duže.

Koje proizvode Aling-Conela potrošači najčešće kupuju preko Amazon.de i planirate li širenje ponude?

- Najbolje se prodaju proizvodi za opremanje stambenih enterijera, i to

kada kupci rešavaju svoje stambeno pitanje, bilo da ulaze u nov stan ili renoviraju. To su priključnice i instalacione sklopke, a pored klasičnih belih, sve više se traže proizvodi u boji, pa smo na zahtev nemačkog tržišta razvili seriju Soft Touch crne boje. Oni su mekani na dodir, rade se sa specijalnim farbama i veoma su popularni. Njih smo ulistali krajem prošle godine i nadamo se da će se njihova prodaja značajno povećati u narednom periodu. Kada je reč o indu-

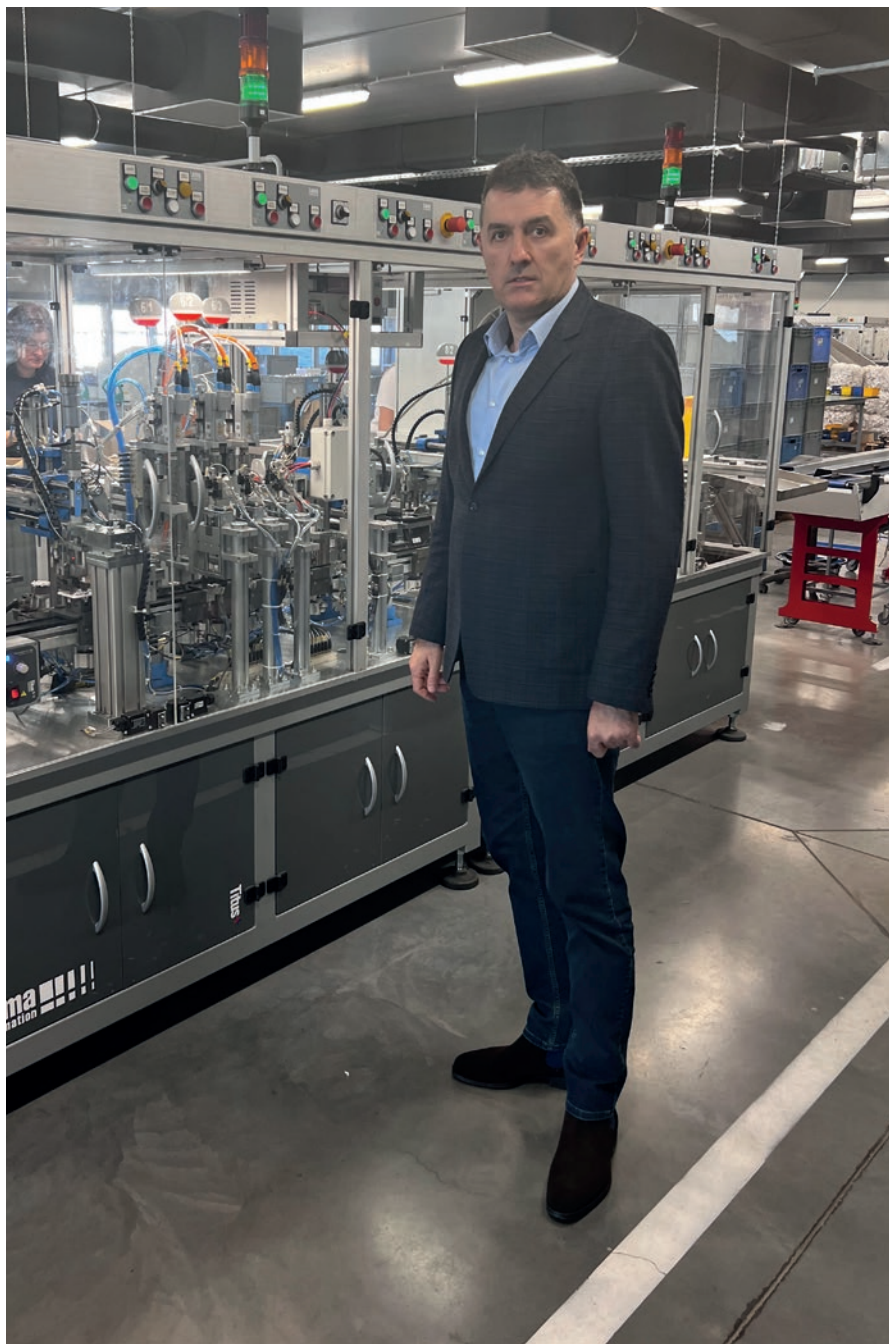
strijskom programu, najpopularnije su priključnice i prekidači. To su proizvodi koji se montiraju u garaže, podrum, kotlarnice ili fasade kuća - „za na zid“. Tražene su i naše metalne „antivandal“ utičnice, a u budućnosti želimo da proširimo prodaju naših produžnih kablova i za njih smo uradili sve sertifikate.

Ko su vaši kupci na Amazon.de? Šta im je zajedničko i kako planirate da obezbedite da se vraćaju vašim proizvodima?

- Uglavnom su to kupci koji su se upustili u „uradi sam“ sređivanje stambenog prostora, a mi radimo na povećanju broja kupaca koji su izvođači radova. Već nam se javlja određen broj firmi koje kupuju naše proizvode. To su električari koji ugrađuju u veći broj stambenih jedinica, a vraćaju se Aling-Conelovoj robi zbog kvaliteta i lakše montaže. Nemačko tržište, naime, traži brzu, bezvijačnu montažu. Zato već radimo na razvoju takvih proizvoda. Očekujemo da ćemo do kraja ove godine upravo i završiti jedan razvojni ciklus u koji smo uložili oko 300.000 evra, dok će ukupna investicija, zajedno sa troškovima marketinga, dostići oko pola miliona evra.

Kompanije iz zemalja poput naše moraće da ispune stroge zahteve kada je reč o emisiji ugljenika po proizvodu koji izvoze u EU. Već u oktobru počinje „probna“ naplata karbonske takse, dok je najavljeno da primena kompletnog CBAM mehanizma kreće 2026. godine. Na koji način se Aling-Conel priprema za primenu te regulative koja će od kompanija iz EU tražiti da sarađuju sa „zelenim“ dobavljačima ili plate svojevrsne penale kroz karbonsku taksu?

- Mislim da će ta regulativa značajno promeniti način razmišljanja o investicijama. Aling je svojevrsni pionir u ekološkim projektima, jer smo još 2011. godine otvorili svoju fabriku za reciklažu PET ambalaže – Alwag. Verujem da je svima poznato koliki je problem njeno prikupljanje, kao i koliko takva ambalaža zagađuje životnu sredinu. Fabriku smo, inače, prošle godine prodali austrijskoj Greiner grupi, a fabrika danas posluje pod imenom Greiner Recycling. Bez obzira na vlasničku promenu, i dalje verujem da je od izuzetnog značaja



za našu zemlju da se uvede depozitni sistem za PET ambalažu, po principu „zagađivač plaća“, kakav je u primeni širom Evrope.

Sa druge strane, primetno je da se investicije u „ozelenjavanje“ proizvodnje ubrzavaju u Srbiji, a posebno pošto talas poskupljenja struje preduzetnike sve više „tera“ da pronalaze načine da umanje troškove, dok u isto vreme traže način da budu konkurentni na tržištu Evrope kada je reč o regulativi u vezi sa karbonskom taksom. Mi smo u prethodnih pet godina u te svrhe investirali oko milion evra, najpre u toplotne pumpe

zahvaljujući kojima smo smanjili potrošnju električne energije, pošto u Gajdobra nemamo gasa. Tako smo na neki način „precrtali“ pitanje grejanja.

Privredu čeka još jedna teška godina, kakva je Vaša ocena – da li će gori „protivnik“ biti inflacija ili poskupljenje kredita, odnosno novca za investicije?

- Inflacija i poskupljenje kredita ravnopravno trče tu trku, jer je rezultat oba trenda da ometaju nove investicije. Sa druge strane, mi smo kompanija koja je značajno izvozila i u Rusiju i u Ukrajinu,

a neizvesnost koja prati aktuelna dešavanja na svetskoj sceni dovodi do toga da se investitori zapitaju da li i koliko da investiraju, a građevinska industrija, sa kojom smo mi tesno povezani, je pokretač mnogih drugih delatnosti u Srbiji. Upravo je na primeru građevinske industrije vidljiva veza između poskupljenja kredita i pada aktivnosti, a pogotovo na evropskim tržištima gde se preko kredita kupuje 80 odsto nekretnina.

Kada je reč o investicijama Aling-Conela, planiramo da 70 odsto ulaganja finansiramo iz dobiti, a ostatak preko kredita, a mislim da je izuzetno važno da država obezbedi podsticaje za firme koje se bave proizvodnjom. Jedna od najboljih mera bila bi da se investicije ponovo priznaju kao poreska olakšica. Tako se otvaraju nova radna mesta, a i domaćoj privredi je potrebna podrška kakvu u našoj zemlji dobijaju strane kompanije, posebno kada je reč o proizvođačima. Aling, inače, ima 365 zaposlenih, a njihov broj se učetvorostručio u poslednjih 15 godina.

Gde vidite šansu za domaća preduzeća poput Vašeg da „pregrne“ 2023. godinu – u osvajanju novih tržišta, očuvanju starih pozicija, okretanju automatizaciji i digitalizaciji poslovanja...?

- Osvajanje novih tržišta sjajno zvuči u teoriji, ali šta ćemo ako inflacija i smanjenje kupovne moći stanovništva budu svuda uticali na prodaju? Onda se i uvoznici teže odlučuju da ulistaju još jednog dobavljača. U isto vreme, to jeste i treba da bude cilj svake kompanije, ali od početka pregovora do realizacije posla je dug put, a danas svi ljubomorno čuvaju svoje pozicije i promovišu potrošnju na domaće proizvode. Mislim da svi moramo da očuvamo stare pozicije, a Aling-Conel će se zato fokusirati na plasman u regionu i zemljama EU i pokušaćemo da povećamo prodaju u svih 18 zemalja u kojima smo već prisutni. Kada je reč o investiranju u automatizaciju, mi smo tim putem uveliko krenuli i u prethodne dve godine uložili u pet automatizovanih linija koje menjaju 60 zaposlenih. Takve investicije ublažavaju ogroman problem dostupnosti radne snage, one su skupe ali dugoročno isplative, a isto važi i za digitalizaciju poslovanja.

 **MILICA RILAK**

PEZZINI

be natural

proizvodnja čarapa

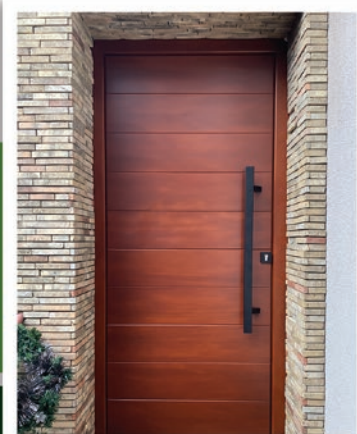


Kruševačka 5 37220 Brus 065 326 43 54 037 382 53 55 sasak@pezzinidoo.com



KASZATTILA

-  DRVENI PROZORI I VRATA
-  NAMEŠTAJ
-  STEPENIŠTA
-  OGRADE I KAPIJE



Ivana Modrčina 1
24340 Stara Moravica
+381 63 163 19 85
kaszattila@gmail.com
www.kaszattila-stolarija.rs





DOKAPITALIZACIJA KAO NAČIN ZA BRŽI RAST I RAZVOJ FIRME

“ŠUMSKA TAJNA” OSVAJA TRŽIŠTA REGIONA

NOVAC JE DOSTA POSKUPEO, ŠTO NIJE DOBRO, BANKE SU PODIGLE KAMATNE STOPE I VIŠE NE MOGU PO POVOLJNIM USLOVIMA DA SE DOBIJAJU KREDITI. SVE TO JE REZULTIRALO VISOKIM SKOKOM CENA, ALI NA NAMA JE, KAO I NA OSTALIM FIRMAMA, DA SE ODUPREMO SVIM OVIM IZAZOVIMA I DA ISPLIVAMO KAO POBEDNICI. AGILNOST I PRILAGOĐAVANJE TRŽIŠTU NIKADA NIJE BILA POTREBNIJE

Za dokapitalizaciju naše kompanije Forest Secret d.o.o. odlučili smo se jer smo shvatili da nam je za nastavak trenda većeg rasta iz godine u godinu neophodan dodatni kapital koji će nam obezbediti taj rast. Sam proces okupljanja investitora nije trajao više od tri nedelje, a posle pokazanog interesovanja sa svima smo obavili razgovore da bismo videli kakva su njihova očekivanja i da li svi vidimo istu budućnost brenda “Šumska tajna”. Smatrali smo da je to najbitniji momenat – da svi zajedno vidimo da je ovo firma u razvoju i da ćemo narednih godina sav profit da reinvestiramo da bismo nastavili da se razvijamo i rastemo.

Ovakvo poslednji korak u razvoju svoje firme opisuje Nikola Stanišić, osnivač i CEO firme Forest Secret. U razgovoru za Biznis.rs on kaže da je pre same dokapitalizacije njegov stav bio da na tržištu trenutno ima dosta optimalnog novca, ali

da nema kvalitetnih projekata u koje bi se investiralo. a to mu je dokazala i fundraising kampanja koju je “Šumska tajna” brzo zatvorila.

- Sam proces upisivanja vlasnika je trajao duže, jer je tu bilo dosta pravnih stvari, pisanja ugovora i osnivačkog akta, a posle i upisivanja u Agenciji za privredne registre. Firme koje se odluče za ovaj korak moraju da se naoružaju strpljenjem i da očekuju dosta papirologije – savetuje naš sagovornik.

Stanišić kaže da su njihovi investitori trenutno isključivo finansijski, što je bila jedna od želja pre ulaska u ovaj poduhvat. Operativni i strateški deo ostaje upravljački kod dosadašnjih vlasnika.

- Smatram da je to izuzetno bitan faktor! Svi pravi investitori su svesni da tako i treba da bude, jer mi smo firmu doveli do trenutne pozicije i neka veća mešanja novih vlasnika, pogotovo u operativnom

delu, mogu da koče sam rast firme – smatra osnivač i generalni direktor “Šumske tajne”.

U firmi je nakon ulaska novih vlasnika formirana skupština koja će se sastajati nekoliko puta godišnje, a osnivači i dosadašnji vlasnici kao operativni deo brenda “Šumska tajna” imaju obavezu da investitorima podnose kvartalne izveštaje. Ovo izveštaji sadržaće rezultate postignute u tom kvartalu i planove za naredni, a na taj način može da se prati kako napreduju sa kandidovanim idejama i ciljevima.

- Sve rezervisane odluke koje smo definisali u ugovoru donose se uz saglasnost bar još troje ljudi iz skupštine pored nas – dva većinska vlasnika. Na taj način su investitori zadržali mogućnost upravljanja ključnim odlukama u firmi. U prvoj fazi smo se odlučili da uvedemo 11 investitora i dokapitalizujemo firmu za 108.000 evra, koliko je bio iznos naše prve

investicije. Prema našim strateškim planovima, narednu rundu investicija planiramo za godinu i po dana – objašnjava Nikola Stanišić.

Godina puna poslovnih izazova

Na pitanje kako ocenjuje poslovanje u prethodnoj godini, naš sagovornik ističe da je 2022. bila puna izazova, kako za “Šumsku tajnu”, tako i za sve ostale kompanije i industrije. Cene sirovina i repro-materijala su rasle iz meseca u mesec.

- Usled velike inflacije i turbulentnih cena sirovina, mi smo uspeali da napravimo rast od 50 odsto u odnosu na predhodnu godinu, pokušavajući da ne podižemo cenu jer smo na dva izvozna tržišta tokom cele godine imali ulistavanje kod velikih kupaca. Ove godine smo uz raniju najavu podigli cene i nadamo se da to nećemo morati opet da radimo. Svakako, na policama marketa više nema proizvoda za čuvenih 99 dinara, što je nekada bio simbol za visokofrekventne artikule. Inflacija u industriji hrane je mnogo veća nego u drugim, što je bilo i očekivano jer pričamo o osnovnim ljudskim potrebama, ali je isto tako opet pokazala da je prioritet kao i za vreme kovida – ljudi će da uskrate sebi neke druge stvari, ali će gledati da se hrane zdravo i kvalitetno – objašnjava osnivač “Šumske tajne”.

Kako navodi, prošlu godinu je obeležila i nestašica stakla na tržištu i u tom domenu je bilo veoma teško. Uvoznici su često ostajali bez robe, a kupci su morali da traže alternative i da se snalaze u tim



Nikola Stanišić

trenucima.

- Za nas je staklo nešto gde nikada ne pravimo kompromis i alternative zbog njegovog povoljnog uticaja na hranu. Staklo je jedina ambalaža koja može neograničen broj puta da se koristi, nema štetne sastojke koje ostala ambalaža otpušta u hranu i piće, čuva kvalitet i svežinu hrane i produžava rok trajanja.

Njegova očekivanja su da će se polovinom 2023. godine stabilizovati cene sirovina na tržištu i da će industrije moći da se vrate u stabilan dotok i nabavku. Očekujemo da će nastaviti da rade mirno, kao i prethodnih godina.

- Novac je dosta poskupeo, što nije dobro, banke su podigle kamatne stope i više ne mogu po povoljnim uslovima da se dobijaju krediti. Sve to je rezultiralo visokim skokom cena koje sam ranije pomenuo, ali na nama je kao i na ostalim firmama da se odupremo svim ovim izazovi-

ma i da isplivamo kao pobednici. Agilnost i prilagođavanje tržištu možda nikada nije bila potrebna – ističe naš sagovornik i dodaje da su, kao i svake godine, i u ovu ušli sa dosta optimizma jer – “ne preostaje nam ništa drugo, naše tržište je globalno i napadamo ga iz dana u dan”.

Autorsovanje proizvodnje

“Šumska tajna” je prošle godine autsorovala svoju proizvodnju u Smederevsku Palanku. Kako objašnjava Nikola, jednostavno su preslikali model američkih startapa koji se u ranim fazama opredeljuju za opciju “co-packaging”, jer tako novac koji bi davali za mašine usmeravaju u marketing, obrtna sredstva i jačanje tima kvalitetnim ljudima.

- Ovakav oblik proizvodnje vam dosta optimizuje troškove jer plaćate partneru po napravljenoj jedinici i ne morate da imate ljude u proizvodnji. Naš trend rasta jeste veliki, ali nije konstantan tokom cele godine, i to bi bio potencijalni problem ako bismo imali redovno zaposlene ljude u proizvodnji. Drugi problem kod manjih firmi u razvoju je što kada pronalazite nove partnere stalno morate da investirate u povećanje kapaciteta. Zato smo se odlučili za partnera koji ima 70 zaposlenih ljudi u proizvodnji i koji je na tržištu već 30 godina, proizvodi robne marke za neke od najvećih brendova u regionu. Naš trenutni mesečni kapacitet je 200.000 tegli i u odnosu na prethodni period povećali smo kapacitete čak devet puta – navodi Stanišić, uz napomenu da u drugom kvartalu ove godine planiraju da na tržište izbace tri nova ukusa humusa – cveklju, paradajz i bundevu, kao i namaz sa belim tartufom koji duže vreme pripremaju.

CROWDINVESTING KAO INOVATIVNI MODEL INVESTIRANJA

- Ventu platforma je izuzetno inovativna i sjajan je oblik finansiranja za firme u razvoju. Pre svega, dobijete veliku vidljivost i oni koji investiraju u vas su vaši brend ambasadori na tržištu, a sam model je izuzetno lepo osmišljen. Nama je u trenutku lansiranja kampanje taj iznos dosta značio, jer nam je obezbedio rast, iskoristili smo kapital za obrtna sredstva i na domaćem tržištu proširili broj prodajnih mesta. Pored toga smo sa Brend Sprintom uradili strategiju kojom smo dobili jasnu poziciju našeg brenda i na koji način treba da komuniciramo sa ljudima koji konzumiraju naše proizvode, ali i sa onima koji to do sada nisu. Kada iz ovog ugla pogledam koliko smo saznali i naučili iz izrade brend strategije shvatam da je to osnovni preduslov pre izlaska novog brenda na tržište. Definicija misije, vizije i svrhe vas usmerava i fokusira da težite ka vrednostima za koje se zalažete zajedno sa svima koji su deo vaše firme, uključujući veliki broj ljudi koji kupuju vaš proizvod. Inače, u dokapitalizaciji firme je učestvovalo petoro ljudi koji su prvi put u Šumsku tajnu investirali na Ventu platformi, što znači da je onaj ko je jednom investirao u vas spreman da to uradi ponovo. Baš to su prednosti i benefiti crowdinvesting kampanje – ističe Nikola Stanišić.



USKORO I U ONLINE PRODAJI

- Ove godine pokrećemo online prodaju na koju se dosta oslanjamo jer je sama prodaja hrane preko interneta znatno skočila, a to možemo da vidimo i po najvećim trgovinskim lancima u Srbiji koji agresivno reklamiraju svoje platforme. Za početak dostavu ćemo raditi na području Beograda, električnim biciklima koju su eko održivi, i naše vreme od trenutka narudžbine do isporuke ka kupcu će biti svega 30 minuta. To je karta na koju najviše igramo jer ćemo logistički biti dosta efikasni, a to je danas jedan od najvećih problema koji dosta usporava online prodaju kod nas i u regionu.

“Šumska tajna” se trenutno prodaje u 1.200 objekata u tri zemlje: Srbiji, Hrvatskoj i Nemačkoj. Partneri na tim tržištima su im neki od najvećih svetskih trgovinskih lanaca, kao što su Ahold Delhaize, Spar, Edeka, Rewe, DM, Galeria Kaufhof Karstadt. Trenutno sarađuju sa dva distributera na inostranim tržištima, a praksa je da na jednom tržištu imaju jednog distributera.

- Od skoro smo otvorili i tržište Severne Makedonije i sada pripremamo prvu isporuku za njih, a i u Srbiji smo u finalnoj fazi da pređemo na jednog od vodećih

distributera u premium segmentu. Trgovinski lanci kod nas su nam širom otvorili vrata za proširenje, a na nama je sada da idemo dublje u mrežu. U Srbiji takođe imamo dosta nepokrivenog tržišta lokalnih trgovinskih lanaca koje planiramo da pokrijemo zajedno sa distributerom – navodi naš sagovornik.

Planovi za širenje obuhvataju izvoz, a do kraja marta planiraju da otvore tržište Crne Gore i Slovenije, čime bi kompletirali ceo region. Nikola navodi da aktivno traže distributere u Engleskoj i nordijskim zemljama koje su prepoznali kao

strateške za dalji razvoj, s obzirom na kategoriju proizvoda.

- Naš plan je da u budućnosti imamo 70 odsto prometa u izvozu, a 30 odsto na domaćem tržištu. Način poslovanja u FMCG industriji za koji smo mi odabrali – a to je da u regionu izvozimo pod našim brendom “Šumska Tajna”, a u inostranstvu “Forest Secret” – jeste dugotrajan i zahteva vreme jer se nismo opredelili za robne marke. Izboriti se pod brendom na inostranom tržištu zahteva i velika ulaganja kroz sekundarno pozicioniranje, oglašavanje u katalozima, degustacije na prodajnim mestima, a sve to moraju da prate i digitalne kampanje, ali kada vas potrošači prihvate kao brend vi ste duboko na jednom tržištu i stojite čvrsto sa obe noge. Takođe, u narednom periodu planiramo da dovedemo kvalitetne ljude koji će moći da isprate rast i razvoj na inostranim tržištima i da formiramo jedan tim koji će brend “Šumska tajna” da vodi ka internacionalizaciji – zaključuje Nikola Stanišić.



MARKO ANDREJIĆ



Ribarska 3 23244 Sutjeska
023/251027
023/851027
023/851009
ribnjaksutjeska@mts.rs

ODRŽAN DAN INTERNET DOMENA SRBIJE – DIDS 2023



FOTO: DIDS

Ovogodišnji Dan internet domena Srbije – DIDS 2023 održan je 7. marta, uz učešće više renomiranih govornika, predavača i panelista. Izuzetna posećenost konferencije bila je najbolja potvrda da su teme o kojima je na događaju posebno bilo reči bile aktuelne, dobro odabrane i zanimljive, a što je prigodno ilustrirao i njen zvanični slogan – „Razmišljaj digitalno“.

DIDS 2023 otvorili su državni sekretar u Ministarstvu informisanja i telekomunikacija Milan Dobrijević i direktor Fondacije Registar nacionalnog internet domena Srbije (RNIDS) Dejan Đukić, spojivši kontinuitet sa razvojem – dok 10. marta 2023. godine RNIDS obeležava 15. godišnjicu početka registracije .rs domena, resorno ministarstvo intenzivno promovise uvođenje širokopojsnog interneta u ruralne predele i škole u Srbiji, usklađujući pritom relevantno zakonodavstvo sa svetskim i standardima Evropske unije.

Uvodno keynote predavanje Dejva Birs navelo je auditorijum da dobro promisli o tome kako se zapravo podstiču kupci da budu odani brendu. Prema Birsu, kupci ne cene naročito ono do čega dolaze lako i bez posebnog truda. Trud uloženi u dostizanje određenog cilja Birs naziva trenjem, smatrajući trenje snažnim generatorom vrednosti brenda. Konkretno, brendovi su u mogućnosti

da stvaraju pozitivno trenje što čine tako što pred kupca postavljaju cilj u čiju realizaciju on mora da uloži određen trud ne bi li zaslužio svoj odnos sa brendom. Ispunjavanje postavljenih zadataka rezultira osećajem posebnosti, ekskluziviteta i pripadnosti brendu, pri čemu se u mozgu kupca luče hormoni sreće, stvarajući dugotrajnu, emotivnu vezu sa brendom.

Panel „Porodične kompanije i naredni nivo“ dotakao se teme smene generacija u porodičnim firmama u Srbiji, kao i dinamike međuljudskih odnosa u kompanijama u kojima su menadžeri i zaposleni ujedno i članovi porodice. Uz učešće dva oca i dva sina iz dveju renomiranih kompanija, diskusija je ukazala na to da su njihove početne pozicije bile dijametralno različite – dok su osnivači mahom osnivali firme radi rešavanja egzistencijalnih pitanja, njihovi naslednici se susreću sa totalno drugačijim nizom problema i izazova od kojih mnogi imaju direktne veze sa digitalizacijom i funkcionisanjem firme u okolnostima intenzivne upotrebe visokih tehnologija. Harmonija i davanje prioriteta porodici obezbeđuju uslove za kreiranje kontinuiteta i bezbolne generacijske tranzicije.

Serijski od tri sjajna predavanja koja je usledila držala je sve vreme punu pažnju publike. Rebrandiranje sajta Domen.rs, priča o brendiranju tradicije, odnosno

rakije kao nacionalnog brenda i kako dostići dobro višezjezičko korisničko iskustvo bile su vrlo različite, a opet životne teme koje su pokazale da u Srbiji postoji ogroman prostor za inovacije koji zauzimaju mladi i preduzimljivi ljudi spremni za svaki zamisliv globalni izazov.

Panelu „Digitalna poslovna rešenja iz Srbije“ prethodilo je predstavljanje rezultata istraživanja o upotrebi digitalnih tehnologija za potrebe domaćeg biznisa. Obavljeno na uzorku od 650 firmi, istraživanje je pokazalo da polovina njih obavlja e-mail komunikaciju sa sopstvenog internet domena, od kojih su dve trećine .rs domeni. Sajt koristi čak 82 odsto anketiranih, od kojih je 68 odsto na srpskom domenskom prostoru. Međutim, onlajn prodaju preko sajta ima svega oko 36 odsto firmi, dok su omiljene društvene mreže za prodajne aktivnosti i dalje Facebook i Instagram, uz uočen rast LinkedIna i TikToka. Nametnuo se i zaključak da je Viber nedovoljno iskorišćen u poslovne svrhe, s obzirom da sa 90 procenta udela u Srbiji apsolutno dominira sferom servisa za instant razmenu poruka.

Za kraj, prisutnima je keynote predavanje održao Fredrik Haren, a tema je bila – kreativnost. Prema Harenu, bitno je ukazati i boriti se protiv dve zablude: da je kreativnost retka pojava i da je ona uniformna. Naime, kreativnost ima hiljade lica i umnogome zavisi od lokalnih kulturoloških obrazaca, a na biznisima je da identifikuju i podrže one obrasce koji će biti uspešni na ciljnom tržištu. Kao poseban problem ukazao je na pogrešnu samopercepciju kroz minimiziranje dometa sopstvene kreativnosti, ukazujući da – kada je reč o kreativnosti – samouverenost uvek treba da ima prednost u odnosu na skromnost.

DIDS 2023 obeležile su teme digitalne transformacije, konačnog prihvatanja internet i drugih tehnologija u poslovne svrhe, kao i izazovi brendiranja u novonastalim okolnostima. Pozitivni utisci u vezi sa sposobnostima domaće privrede da se prilagodi i uspe na globalnom tržištu predstavljaju odličan povod da se za godinu dana svi ponovo okupimo na Konferenciji DIDS 2024.

Snimak konferencije se može pogledati na RNIDS-ovom YouTube kanalu.



SAMOSTALNA GALVANIZERSKA RADNJA

Maršala Tita 104
24435 Mol
tel 024 862 062
064 640 88 52
faks 024 861 005
hemol.mol@gmail.com



**GALVANSKO CINKOVANJE U BAZNOM I
KISELOM ELEKTROLITU, PLAVO I CRNO
ELEKTROPOLIRANJE INOXA
HEMIJSKA OBRADA INOXA**


Srećna Zvezda

Popljesak BB 35254 Paraćin, Popovac
060/5411280 sreznazvezda68@gmail.com



AUTOBUSKI PREVOZ PUTNIKA U SRBIJI I INOSTRANSTVU



RIVALSTVO KINE I SAD IZMEĐU POSLOVNE I POLITIČKE LOGIKE

TRGOVINA CVETA NA GRANICI SUKOBA

BILATERALNI TRGOVINSKI ODNOSI DOSTIGLI SU NAJNIŽU TAČKU OD 2018. GODINE, KADA JE TRAMP POKRENUO TRGOVINSKI RAT SA KINOM, UVODEĆI CARINE NA KINESKU ROBU U VREDNOSTI VIŠOJ OD 300 MILIJARDI DOLARA. KINA JE NAREDNE GODINE ODGOVORILA TARIFAMA NA AMERIČKU ROBU U VREDNOSTI OD 60 MILIJARDI DOLARA. AKTUELNI PREDSEDNIK DŽO BAJDEN JOŠ NIJE DONEO ODLUKU DA UKINE TARIFE IZ TRAMPOVE ERE, A TO NIJE UČINIO NI PEKING. IPAK, POSLOVNI INSAJDERI OCENJUJU DA SU EKONOMSKI ODNOSI SAD I KINE I DALJE DUBOKI I DA POSTAJU SVE DUBLJI U MNOGIM SEKTORIMA, KAO I DA BI KIDANJE TIH VEZA POTKOPALO GLOBALNU KONKURENTNOST SAD

Kinesko-američki odnosi pali su do nivoa zveckanja oružjem. Uprkos tome, međusobna trgovinska razmena dve zemlje u prošloj godini bila je rekordna. Iako je bila ometana obostranim carinama i sankcijama, trgovina je premašila 690 milijardi dolara. U 2021. godini trgovinska razmena dve najveće ekonomije sveta bila je vredna 657,5 milijardi dolara. Istovremeno, Sjedinjene Američke Države nastoje da zabranama izvoza odseku Kinu od pristupa visokoj tehnologiji čipova, dok Peking sankcioniše američke kompanije koje proizvode za vojsku. Kada je reč o ratu u Ukrajini, Vašington i Peking su na različitim stranama, premda Kina pokušava da bude neutralna u tom sukobu.

Ključni problem za Kinu je Tajvan, od-

nosno američka podrška naoružavanju ostrva i pripremama za odbranu od navodnog kineskog napada. Peking se nikada nije odrekao prava da oružjem štiti svoje interese na ostrvu koje smatra svojom teritorijom, dok Vašington upozorava na opasnost od kineskog napada na Tajvan. SAD vode intenzivnu kampanju ograničavanja pristupa Kine naprednim čipovima i najnovijim tehnologijama. Pored toga, Predstavnički dom američkog Kongresa izglasao je u decembru novi vojni budžet od 858 milijardi dolara, od čega je 10 milijardi namenjeno naoružavanju Tajvana u narednih pet godina.

Američka vlada nije ranije izdvajala novac za tajvansko oružje, ali su trenutne napetosti prevazišle one hladno-

ratovske. Vašington je u međuvremenu neprestano širio listu sankcija, na kojoj su najvažniji kineski proizvođači poluprovodnika, dok je Peking odgovarao sankcijama protiv kompanija i pojedinaca u SAD. Diplomatski, ekonomski i tehnološki sukob dve svetske sile otišao je veoma daleko, dalje nego što je nedavno moglo da se pretpostavi. Afera sa kineskim balonom oborenim iznad SAD bila je povod za otkazivanje već najavljenih poseta američkog državnog sekretara Antonija Blinkena Pekingu. Kina tvrdi da je reč o meteorološkom balonu koji je vetar odneo do američkog vazdušnog prostora, dok SAD navode da je u pitanju bio špijunski balon.

Kina je nekoliko dana kasnije stavila američke kompanije Lohid Martin i



Raiteon na listu “nepouzdanih subjekata” zbog prodaje naoružanja Tajvanu i zabranila uvoz i izvoz sa Kinom u okviru poslednjih paketa sankcija protiv američkih kompanija. Kinesko ministarstvo saopštilo je da je pomenutim kompanijama zabranjeno da se “uključuju u uvozne i izvozne aktivnosti koje se odnose na Kinu”.

Kineski balon

Kineski diplomatski zvaničnici ocenili su da bi Blinkenova poseta bila besmislena u datim okolnostima, imajući u vidu antikineske aktivnosti Vašingtona u vezi sa najvažnijim pitanjima, uključujući Tajvan i odsecanje Kine od lanaca snabdevanja visoke tehnologije. Očekuje se da će dogovor između SAD, Japana i Holandije dodatno ograničiti pristup Kine vrhunskoj opremi i tehnologijama za proizvodnju čipova.

Dve nedelje nakon afere “Kineski balon” visoki zvaničnik Pentagona Majkl Čejls stigao je na Tajvan. On je prvi visoki zvaničnik američke odbrane koji je posetio Tajvan od 2019. godine, kada je tadašnji američki predsednik Donald Tramp vodio trgovinski rat sa Kinom. Pentagon je odbio da komentariše Čej-

sovu posetu, ali je naglasio da američka posvećenost Tajvanu ostaje čvrsta i doprinosi miru.

- Podrška Tajvanu i odbrambeni odnosi sa Tajvanom ostaju usklađeni sa trenutnom pretnjom koju predstavlja Narodna Republika Kina – saopštio je Pentagon. Nekoliko dana kasnije, kineski ministar spoljnih poslova Čin Gang pozvao je svet da prestane sa poređenjem Ukrajine i Tajvana.

To su trenutne međusobne pozicije dve najveće ekonomske i dve od tri najveće nuklearne sile sveta. Odnosi su već bili ozbiljno narušeni kada su se u novembru sastali američki predsednik Džo Bajden i kineski predsednik Si Đinping. U njihov susret na marginama zasedanja G20 na Baliju polagane su nade da bi mogao da doprinese smanjenju napetosti. Si je posle sastanka naveo da je od Bajdena dobio obećanja da će SAD poštovati pet ključnih zahteva Kine, među kojima je i “crvena linija”, odnosno da neće podržavati nezavisnost Tajvana. Ostale tačke njihovog navodnog dogovora su da SAD neće pokušavati da menja politički sistem u Kini, da neće započinjati hladni rat, da neće praviti savezništva protiv Kine i da neće prekidati veze sa Kinom, kao i da neće ometati njen ekonomski razvoj.

Obećanja, ukoliko ih je stvarno bilo, nisu se ostvarila, a na sceni je suprotna tendencija. Peking i Vašington se međusobno optužuju za špijunažu, narušavanje suvereniteta i teritorijalnog integriteta. Iako nije mogla biti zadovoljna zbog finansiranja naoružavanja Tajvana, jačanja vojnog saveza AUKUS (Australija, Velika Britanija i SAD), Kina je negodovala i zbog američkog zakona za podsticanje domaće proizvodnje poluprovodnika. Kinesko ministarstvo trgovine optužilo je Vašington da ugrožava globalni lanac snabdevanja zloupotrebom kontrole izvoza.

- Nadamo se da će Holandija i Japan poštovati pravila međunarodne trgovine. Kina je spremna da održava stabilnost lanca snabdevanja sa svim stranama i čvrsto će braniti legitimna prava kineskih kompanija – saopštilo je kinesko Ministarstvo trgovine.

Japan i Holandija će se pridružiti SAD u ograničenju izvoza opreme za proizvodnju čipova u Kini. Holandija će ograničiti firmu ASML Holding da prodaje mašine koje se koriste za proizvodnju jedne vrste naprednih čipova Kini.

Masovni bankroti u industriji poluprovodnika

Izveštaj koji je u februaru predstavila Titanium Media svedoči o masovnim bankrotima u kineskoj industriji poluprovodnika tokom prošle godine. Nelikvidnost je zahvatila sektor zbog američkih sankcija i kineske ekonomske krize podstaknute politikom nulte tolerancije na Covid-19. U izveštaju je navedeno da je u 2022. godini objavljeno 5.746 kineskih preduzeća za proizvodnju čipova, što je za 68 odsto više nego u 2021. godini ili u proseku 15 ugašenih firmi svakog dana.

Uprkos pojačavanju diplomatskih tenzija, bilateralna trgovina između Kine i SAD dostigla je rekordnih 690,6 milijardi dolara u prošloj godini, prema zvaničnim američkim podacima objavljenim u februaru ove godine. Podaci američkog ministarstva trgovine, koji nisu prilagođeni inflaciji, pokazali su da je izvoz robe u Kinu u 2022. godini porastao za 2,4 milijarde dolara na 153,8 milijardi dolara, a uvoz za 31,8 milijardi dolara na 536,8 milijardi dolara. Prema navodima kineskih medija, podaci su pokazali



FOTO: WIKIMEDIA COMMONS



da uprkos odlukama američke vlade da uvede carine i kontrolu izvoza i retorici nekih političara da se odvoje od Kine, rast trgovine između dve velike ekonomije ostaje snažan.

Bilateralni trgovinski odnosi dostigli su najnižu tačku od 2018. godine, kada je Tramp pokrenuo trgovinski rat sa Kinom, uvodeći carine na kinesku robu u vrednosti višoj od 300 milijardi dolara. Kina je naredne godine odgovorila tari-

fama na američku robu u vrednosti od 60 milijardi dolara. Aktuelni predsednik Džo Bajden još nije doneo odluku da ukine tarife iz Trampove ere, a to nije učinio ni Peking. Prema ocenama američkog časopisa Foreign Policy, ekonomsko razdvajanje SAD i Kine i dalje je malo verovatno. Poslovni insajderi ocenili su da su ekonomski odnosi SAD i Kine i dalje duboki i da postaju sve dublji u mnogim sektorima, kao i da

bi kidanje tih veza potkopalo globalnu konkurentnost SAD.

Iako kineska podrška Rusiji nije pompezna poput američke podrške Ukrajini, Peking i Vašington našli su se na različitim stranama najdramatičnijeg geopolitičkog sukoba današnjice. Peking bi želeo da se uvaži njegova neutralna pozicija u vezi sa ratom u Ukrajini, jer želi da pomogne Rusiji, ali i da očuva ekonomske veze sa Zapadom. Kina je pripremila i novu mirovnu inicijativu za okončanje rata. Peking se istovremeno našao pod optužbama SAD da planira isporuke svog oružja Rusiji. Kina je to demantovala, ističući da kao suverena zemlja ima pravo da bira saveznike, a SAD su zapretile sankcijama. Kina nastoji da popravi odnose sa Zapadom, ali ne po cenu napuštanja saveza sa Rusijom od koje kupuje naftu i gas. Što se tiče isporuka oružja Rusiji, nema opipljivih dokaza da je Kina to planirala, ali iz Vašingtona je stiglo upozorenje da to ne čini, jer bi slanje oružja Rusiji bilo jednako katastrofalno kao "kupovina karte za Titanik", kako je to formulisao republikanski senator Lindzi Grejem.

KINESKA VALUTA NAJVEĆA PRETNJA GLOBALNOJ DOMINACIJI DOLARA

Američki dolar zauzima centralnu ulogu u svetskoj trgovini, zahvaljujući pre svega ekonomskim faktorima, ali geopolitičke sile mogu da oslabe njegovo prvo mesto u hijerarhiji valuta, ocenio je magazin Foreign Affairs. Sankcije SAD protiv Rusije naterale su neke zemlje da dodatno smanje oslanjanje na dolar. Ako bi valutni sistem postao multipolaran, čemu teže Kina i Rusija, američke monetarne pogodnosti bi se smanjile, a njihov globalni ekonomski uticaj bi oslabio. SAD bi izgubile sposobnost da koriste dolare kao alternativu vojnoj sili prilikom nadzora međunarodnog poretka. Pored svega toga kraj dominacije dolara je malo verovatan.

Vraćanje logici hladnog rata dovodi u pitanje održivost ekonomske međuzavisnosti celog sistema u odnosu na privilegovane ekonomske veze s prijateljskim zemljama. Fragmentirana globalna ekonomija u kojoj bezbednosna partnerstva određuju ekonomske odnose ne bi morala da naštetiti američkom dolaru, iako će imati konkurenciju u valutama geopolitičkih rivala, pre svega kineskom juanu. Kineska valuta smatra se najvećom pretnjom globalnoj dominaciji dolara od uvođenja evra 1999. godine.

 VLADIMIR JOKANOVIĆ



STUDENSKA ZADRUGA
STUDENT
ADRESA ZA POTENCIJALNE POSLODAVCE
I IZVRŠIOCE PRI OBAVLJANJU
PRIVREMENO PUVREMENIH POSLOVA

Čelopečka 7/2 11050 Beograd
011 240 22 93 063 108 99 94
student@szstudent.rs

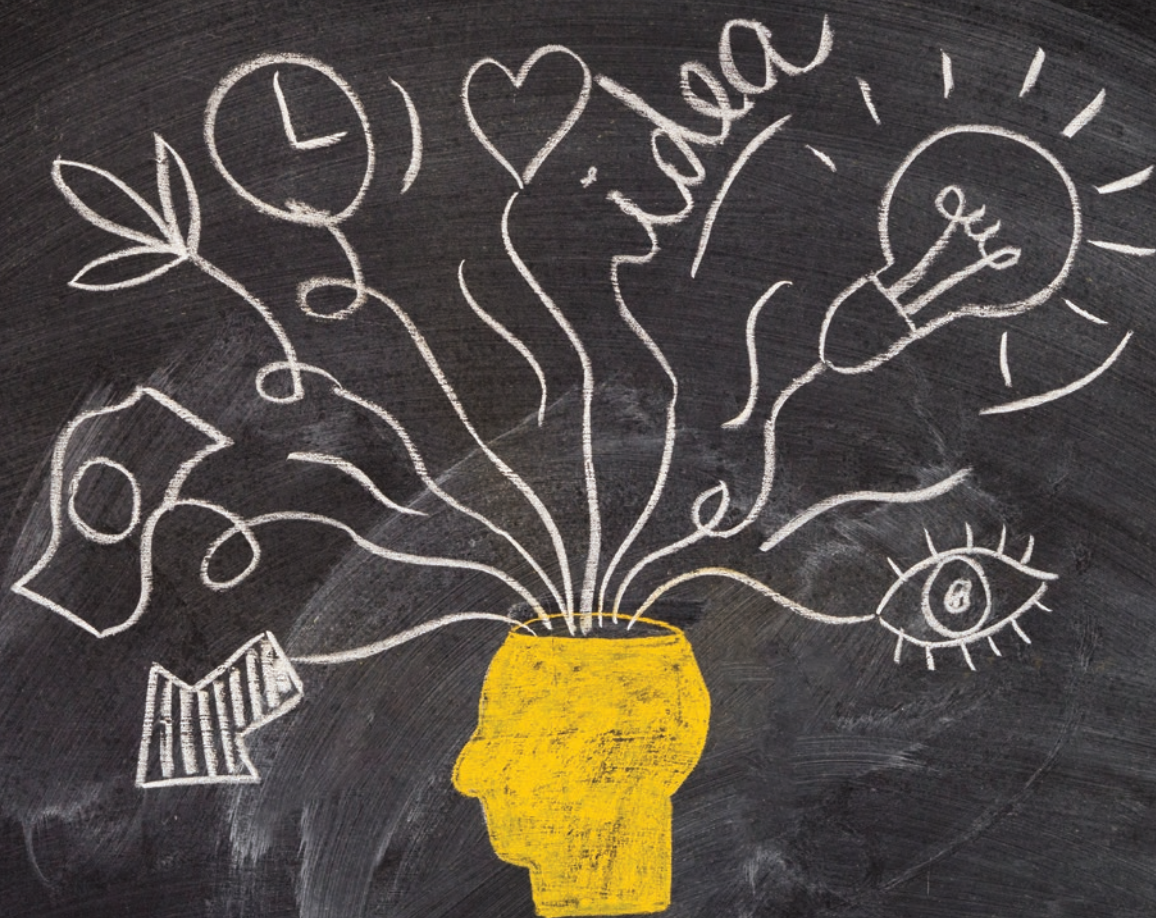


AUTOSERVIS
M&B

Jerneja Kopitara 37
21000 Novi Sad
064/2184908
robertolajos1968@gmail.com

SERVIS ZA JAPANSKA I
KOREJSKA VOZILA

 MITSUBISHI  NISSAN  TOYOTA
 HONDA  MAZDA  KIA
 LEXUS  SUZUKI  HYUNDAI



NA ONLINE RECENZIJE OSLANJA SE OKO 90 ODRSTO KUPACA

ALAT KOJI POVEĆAVA PRODAJU SAKUPLJANJEM DOBRIH UTISAKA

FAST REVIEW JE INOVATIVNA TEHNOLOGIJA NAMENJENA UVEĆANJU PRODAJE, GRAĐENJU REPUTACIJE, VEĆOJ VIDLJIVOSTI I KOMPLETNOJ ONLINE PRISUTNOSTI. TO JE ALAT KOJI KORISNICIMA OMOGUĆAVA DA LAKO (NFC TEHNOLOGIJA), PAMETNO (U PRAVOM TRENUTKU) I BRZO (ZA SVEGA NEKOLIKO SEKUNDI) PRETVORE ZADOVOLJSTVO SVOJIH KUPACA U ONLINE RECENZIJU, NA LICU MESTA, DOK IMPRESIJA JOŠ UVEK TRAJE

Bivši direktor hotela, a danas hrvatskog startapa Fast Review Petar Aračić osmislio je istoimenu veb-aplikaciju kojom se lakše dolazi do pozitivnih online recenzija, ali i koja pomaže pri jačanju brenda i uspešnijem

vođenju poslovanja. Vrednost ovog startapa prepoznala je i Ivana Prvanović, koja je otkupila franšizu za tržište Srbije i Crne Gore. Njena priča o biznisu kojim se danas bavi počela je 2021. godine, kada je, baveći se istraživanjem tržišta,

poslala svoju biografiju na adrese nekoliko kompanija.

Zanimalo ju je, kako kaže, stanje na tržištu rada i kako se kotira osoba sa njenim kvalifikacijama, posebno jer je pandemija korona virusa još uvek



Ivana Prvanović

bila u jeku i samim tim poremetila sve dotad poznate parametre. Tada je upoznala Petra Aračića koji joj je predstavio svoju ideju za startup i brend Fast Review.

- Kako smo dublje ulazili u priču, tako su se moje oči sve jače cakilile, jer sam odmah razumela čitav koncept i sve njegove zamisli. Osim što sam bila oduševljena idejom, desilo se potpuno podudaranje energije, karaktera, shvaćanja sveta i biznisa sa osobom koja sedi preko puta mene. Ponudio mi je da vodim čitav prodajni tim, što mi je bilo jako primamljivo u tom trenutku. Međutim, s obzirom na to da sebe smatram vrlo realnom osobom, želela sam ipak da testiram tržište i vidim kakvu ću povratnu informaciju dobiti od ljudi kojima bih prezentovala Fast Review – priseća se Ivana Prvanović u razgovoru za Biznis.rs.

Počela je da radi prodaju i za deset dana napravila izuzetne rezultate. Vrlo brzo nakon toga rešila je da kupi franšizu i krene da zastupa brend u Srbiji i Crnoj Gori.

- Nepune dve godine nakon toga Petar i ja smo postali izuzetni prijatelji i saradnici, naš brend narastao je do toga da smo u ovom trenutku prisutni u više od 20 zemalja širom sveta i upra-

vo otvaramo tržište Sjedinjenih Američkih Država, a ja sam unapređena i u člana odbora. Verujem da se takve sjajne stvari u karijeri dogode onda kada ste zreli, kada iza sebe imate snažno i bogato iskustvo, i kada ste spremni za velike zalogaje. Osim neizmernog truda i vrlo posvećenog, aktivnog rada, izuzetne upornosti i velikih odricanja, smatram da smo imali i sreće. Toliki angažman ne može da prođe bez nagrade, a nagrada za sve nas je upravo taj internacionalni uspeh – otkriva naša sagovornica.

Umesto reklame „od usta do usta“

Fast Review je inovativna tehnologija namenjena, pre svega, uvećanju prodaje, građenju jačeg kredibiliteta, većoj vidljivosti i kompletnoj online prisutnosti. Kako kaže, to je alat koji korisnicima omogućava da lako (NFC tehnologija), pametno (u pravom trenutku) i brzo (za svega nekoliko sekundi) pretvore zadovoljstvo svojih kupaca u online recenziju, na licu mesta, dok impresija još uvek traje.

- Online recenzije su jako važne za rast prodaje. Od pamtiveka je dobra prepo-

FINANSIRANJE ISKLJUČIVO IZ LIČNIH SREDSTAVA

- Prilikom kupovine franšize nisam koristila nikakve kredite, podsticaje i slično, uložila sam svoj novac. Takođe, sve što sam radila u narednom periodu sama sam finansirala, a i čitav Fast Review je finansiran iz ličnih sredstava. Da li će tako ostati i u budućnosti – ne znamo, jer nas očekuje dalji rast, ekspanzija i napredak – kaže Ivana Prvanović.

Kada je ulazila u ovu priču, kaže da je sa sobom već nosila značajno iskustvo rada na raznim rukovodećim pozicijama, gde je upravljala ljudima i procesima. Imala je i preduzetničkog znanja, jer je ranije vodila firmu sa suprugom.

- Biti preduzetnik je zaista jedan poseban izazov i zahteva vrlo poseban način razmišljanja. Morate imati širok spektar znanja iz najrazličitijih oblasti. Srećom, mogu reći da sam tu bila u dosta dobroj poziciji, jer nikada nisam prestala da učim. Ključno je kretati se među ljudima, biti otvoren i imati veliku dozu znatiželje. Tražila sam pomoć starijih i iskusnijih, savet, smernice – navodi naša sagovornica i napominje da država nameće vrlo tešku i kompleksnu administraciju, da je situacija na tržištu rada vrlo izazovna i da je teško doći do kvalitetnog kadra.



FOTO: FREEPK

ruka najbolji prodavac. Zapravo, veoma je lepo kada mi o našim proizvodima i uslugama pričamo najlepše, ali kada nas drugi pohvale i pričaju o nama to dobija sasvim drugu težinu i perspektivu. Nekada je to bila reklama „od usta do usta“, a danas su to online recenzije ili „moderne preporuke“ koje brže nego ikada dopiru do ogromnog broja ljudi i utiču na kupovne odluke potrošača – ističe Ivana Prvanović.

Prema njenim rečima, 90 odsto kupaca oslanja se gotovo isključivo na online recenzije i veruje im više nego ljudima iz okruženja. Ovo je, kako kaže, vrlo kompleksna i duboka tema koja zahteva široka znanja iz psihologije ponašanja, potom poznavanja funkcionisanja Google algoritma i bilo koje društvene mreže, znanja iz digitalnog marketinga, komunikacija, brige o potrošačima, aktuelnih zanimljivosti, poznavanje načina razmišljanja i donošenja odluka različitih generacija...

- Uspeli smo da sva ta znanja objedinimo i napravimo Fast Review. Sve što jedan klijent/potrošač/kupac treba da uradi je da svoj telefon prisloni uz Fast Review karticu nakon čega im se na celom ekranu prikaže naš interfejs na kojem se nalaze različiti tabovi, odnosno sve ono što prodavac želi da im se prika-

že. Link za postavljanje Google recenzija, linkovi ka sajtu prodavca, društvenim mrežama, katalogima, loyalty programima, link ka registraciji učesnika na događajima, link za skidanje aplikacije prodavca, anketa, upitnik – navodi naša sagovornica i dodaje da je ovo rešenje dosad pomoglo stotinama kompanija širom sveta da unaprede svoju online reputaciju, odnose sa kupcima i povećaju prodaju.

Odlično je za čitav ugostiteljsko-turistički sektor, ali i za sve firme koje shvataju da se do uspeha i inovacija dolazi konstantnim osluškivanjem pulsa kupaca.

- Važno je i da ljudi razumeju da je pozadina recenzije u funkcionalnom smislu, vidljivost. Odnosno, što imate veći broj pozitivnih Google recenzija, to će vas Google potpuno prirodno i organski sam stavljati u vrh pretraga. Ovo je izuzetno važna stvar u poslovanju današnjice kada živimo u digitalnoj eri – otkrila je Prvanović.

Jedinstvena niša na IT tržištu

Sfera poslovanja ovog startapa je izuzetno brza, dinamična i sklona konstantnim promenama. Na tržištu je, kako kaže naša sagovornica, postojala ogromna potreba i jedan veliki prostor

koji pre njih niko nije targetirao.

- Ono što nas je pozitivno iznenadilo je brzina našeg rasta i širenja. Da bi jedna kompanija mogla to da isprati, sprovede i odgovori na potrebe tržišta, potrebno je, pre svega, da bude fleksibilna i prilagodljiva, agilna. Desila nam se ogromna ekspanzija, a verujem da nas velike stvari tek očekuju. Koliko smo spremni na promene i koliko osluškujemo tržište govori podatak da smo za manje od dve godine poslovanja izbacili i četvrtu verziju našeg softvera – napominje Prvanović.

S obzirom na to da se radi o IT industriji, ulaganja su vrlo ozbiljna. Mnogo veći izazov danas im je da pronađu kvalitetne ljude.

- Kada sam rešila da kupim franšizu za Srbiju i Crnu Goru, to je za mene bio ogroman izdatak. Imala sam neku ušteđevinu, ali ona nije bila dovoljna da kupim franšizu za dve države. Ipak, kada vam zbog nečega sijaju oči i lupa srce, nekako se uvek pronađe način. Nakon vrlo detaljne prezentacije i razgovora dobila sam svu podršku svog partnera i porodice. S obzirom na to da moja ćerka ima već 15 godina i da se školuje za kreativnu industriju, često mi pomaže i zbog nje lakše i bolje razumem mlade generacije, a to je jako važno – ističe Prvanović.

 JULIJANA VINCAN

ŠTA NAM DONOSI MOLEKULARNA GASTRONOMIJA?

OVO ČIME SE BAVIMO ZAPRAVO SE NAZIVA MODERNISTIČKA KUHINJA. U PITANJU JE KUHINJA SAVREMENOG DOBA U KOJOJ SE KORISTE ZNANJA KOJA SMO DO SADA STEKLI KAKO BISMO USAVRŠILI I STVORILI PERFEKTNJA JELA KOJA ZADOVOLJAVAJU SVA ČULA.

Iako se koncept molekularne gastronomije razvija još od kraja osamdesetih godina 20. veka, ova nauka počela je da privlači pažnju tek pre nešto više od 20 godina. Od tada do 2023. prošla je kroz različite faze, ali od kada su se u molekularnu jednačinu uključile poražavajuće statistike o svetskoj gladi i trenutne geopolitičke okolnosti, čini se da mnogi ponovo usmeravaju pogled ka njoj.

Kako je u januaru pisao Forbes, jedan od najpoznatijih restorana koji primenjuje principe molekularne gastronomije – Noma – biće zatvoren 2024. godine. Prema rečima šefa kuhinje kopenhaskog restorana sa tri Mišlenove zvezde Renea Redzepija, dugo radno vreme i nedostatak radne snage učinili su poslovanje neodrživim. Nakon zatvaranja, restoran će postati “laboratorija za hranu”. Zaposleni će raditi na razvijanju novih jela i proizvoda u okviru “Projekta Noma”, koji su deo e-commerce poslovanja, a “sale za obedovnje” će biti otvorene za goste u retkim prilikama. S druge strane, lanci brze hrane već eksperimentišu sa automatizovanim radnjama, a ne isključuje se ni mogućnost da će za koju deceniju automatizacija imati važnu ulogu i u restoranima “fine kuhinje”.

Šta danas predstavlja molekularna gastronomija, koja je u prošloj deceniji okarakterisana kao budućnost hrane, i koju poziciju zauzima, za Biznis.rs govori direktorka i vlasnica kompanije Ma’Keto Kitchen Marijana Pedović Moors, koja je ujedno i osnivač Asocijacije molekularne gastronomije Srbije (AMGS). Ona se, kako navodi, molekularnoj gastronomiji ozbiljno posvetila još na fakultetu, na kojem je odbranila master rad pod nazivom “Molekularna gastronomija”, prvi na tu temu na teritoriji Balkana.

– Ova tema nije bila toliko poznata i meni je bila interesantna, jer izučavajući molekularnu gastronomiju, mi izučavamo i hemijsko-fizičke procese koji se dešavaju unutar samog jela, a ne samo vizuelni, posledični deo koji bi dolazio sa ukusom,

mirisom, izgledom, percepcijom i slično. Dakle, molekularna gastronomija ulazi u srž hemijsko-fizičkih reakcija. Ja sam počela da je istražujem na svoju ruku, a potom i kroz akademski rad. Tako smo 2014. godine osnovali smo Asocijaciju molekularne gastronomije, u okviru koje smo počeli da se bavimo time, u početku pomalo laički, a potom i mnogo ozbiljnije, pa sam kasnije održala i predavanje na Sorboni, a učestvovali smo i u brojnim stručnim razmenama – kaže Pedović Moors.

Modernistička kuhinja

Prema njenim rečima, terminologija koja se pripisuje molekularnoj gastronomiji može biti veoma diskutabilna. Napominje da je termin “molekularna kuhinja” populistički, te da kuvari (šefovi) izbegavaju da ga koriste.

– Ovo čime se bavimo zapravo se naziva modernistička kuhinja (eng. modernist cuisine). U pitanju je kuhinja savremenog doba u kojoj se koriste znanja koja smo do sada stekli kako bismo usavršili i stvorili perfektna jela koja zadovoljavaju sva čula. Dakle, kuvari koji se bave ovim vidom gastronomije ne bi tako nazvali svoj rad. Pođimo od Hestona i drugih velikih šefova kuhinja – oni bi sebe nazvali samo šefovima

modernističke kuhinje koji upotrebljavaju znanja iz molekularne gastronomije. Molekularna kuhinja je donekle pežorativan izraz i veoma je diskutabilan – objašnjava naša sagovornica.

Ona napominje i da je za kuvanje po principima molekularne gastronomije neophodno usavršiti tehnike i osnovna znanja iz nacionalnih kuhinja, te da molekularna gastronomija nije onakva kakvom je predstavljaju u medijima.

– Kuću ne možete praviti od krova. Dakle, tu moraju postojati dobri temelji, odnosno dobro poznavanje osnova kuhinje, posebno francuske. Možete napraviti dobra jela, ali ako nemate osnovna znanja to će biti nedovoljno i neće imati taj efekat koji bi trebalo postigne. Molekularna gastronomija nije u suštini ono što se predstavlja na televiziji, odnosno ne svodi se samo na pene ili sfere. Kada jedete u restoranu koji primenjuje njena načela shvatićete da je jelo poput, recimo, od obične pite sa jabukama toliko perfektno napravljeno da možete da osetite svaku namirnicu. Prezentacija je samo jedan deo toga. Da bi neko mogao da se bavi time, mora da poznaje osnove i tehnike – ističe Pedović Moors.

Prema njenim rečima, molekularna gastronomija ima za cilj da primenom metoda i tehnika, i njihovim usavršavanjem,

SRBIA IMA ODLIČNE ŠEFOVE KUHINJA NA ČIJIM JELOVNICIMA NE PIŠE “MOLEKULARNI MENI”

Na pitanje u vezi sa trenutnom pozicijom ove discipline u gastronomiji i interesovanjem za nju u Srbiji, Marijana Pedović Moors napominje da naša zemlja ima odlične, ali ne toliko poznate šefove kuhinja koji u svom radu primenjuju principe molekularne gastronomije.

– Molekularna gastronomija je veoma neobična disciplina. Došla je kao bum, pa je onda nestala, pa se vratila... U suštini, nauka kao nauka konstantno se kreće napred. I to je jako osetljiva tema u kulinarskom svetu, ali u Srbiji svakako postoji nekoliko kuvara koji se ozbiljno bave molekularnom gastronomijom, iako to na njihovom jelovniku ne piše. Među njima su Vanja Puškar, Dejan Maksimović, Filip Čirić, Aleksandar Ilić. Dakle, u pitanju su ozbiljni šefovi koji se time bave na ozbiljan način i iako na njihovom jelovniku ne piše “molekularni meni”, oni primenjuju sva ta znanja i tehnike – navodi ona.

stvari optimalno jelo koje predstavlja užitak za sva čula.

– To mogu biti obroci od običnog omleta do nekih kompleksnih jela kao što su pomenute pene, sfere i tome slično. Ova poslednja su postala popularna kada su određeni kuvari uzeli poznata jela i uradili njihovu dekonstrukciju da bi ih potom prikazivali u formi u kojoj se ona inače ne nalaze, što u stvari ne menja koncept tog jela, već samo njegovu prezentaciju. Može se reći da primenom molekularne gastronomije možemo kreirati neverovatne ukuse, oblike, vizure, teksture, geometrijske šare... Bukvalno možemo slikati hranom koja je tako oblikovana, ali njen koncept kao takav je samo jedna iluzija na tanjiru, koja je u stvari obrok doveden do savršenstva – kaže ona.

Međutim, napominje i da je molekularna gastronomija, zajedno sa modernističkom kuhinjom, mnogo više od šarenih jela neobičnog izgleda.

– Imate neke od najboljih restorana koji primenjuju koncepte molekularne gastronomije, a koji nemaju ništa poput toga u svom jelovniku. Po Francuskoj možete naići na restorane, poput Bokuzovih, koji primenjuju sva ta znanja, ali njihova jela izgledaju regularno. Ono što je poenta molekularne gastronomije jeste perfekcija koja se krije u njima. I sam Erve Dis (Herve This), osnivač ove nauke, najviše se bavio jajetom, odnosno kako na najbolji način iskoristiti sva nutritivna svojstva iz jedne namirnice i kako toplotnom obradom ne promeniti njegov sastav. To su samo neke od tačaka u našoj oblasti istraživanja, a sama prezentacija je malo više marketinški efekat – govori Pedović Moors.

Investiranje u molekularnu gastronomiju počinje obrazovanjem. Kada je investicioni potencijal molekularne gastronomije u pitanju Marijana Pedović Moors navodi da, kao i u svakom drugom sektoru, i ovde treba početi od obrazovanja.

– Pitanje o investiranju u molekularnu gastronomiju smatram da bi trebalo, pre svega, da se reši na institucionalnom nivou. To jest, na nivou stručnih škola i fakulteta koji bi trebalo da je imaju kao obavezan predmet i da usade znanja, osnove i tehnike svakom novom kuvaru koji sutra iz njih izađe. Mi i dalje imamo slučaj u školama da se izučavaju sistemi koji su u potpunosti zastareli u odnosu na svet i, iako ima mnogo dobrih šefova koji podučavaju buduće naraštaje, sistemi učenja



FOTO: FREEPK

jednostavno nisu prilagođeni savremenim trendovima. Vidim neke prilično pozitivne promene, pogotovo na PMF-u, mom fakultetu. Tamo se rade neke nove stvari i to je odlično. S druge strane, postoji opasnost da bi vlasnici restorana mogli to da razumeju na pogrešan način, jer nije u pitanju kurs od nekoliko nedelja. Ova nauka se izučava godinama – četiri godine u srednjoj školi i četiri na fakultetu – naglašava ona, uz napomenu da je neodrživo podići kvalitet hrane i učiniti je vizuelno privlačnom bez takvih osnova.

U svetu se u ovu oblast gastronomije najviše ulaže u Francuskoj, a potom i u Americi i Irskoj.

– Mnogo je šefova i restorana širom sveta koji se bave njome, a koji nisu toliko popularizovani. U Engleskoj naravno imamo Hestona, Nomu u Skandinaviji. Interesovanje je zaista veliko, ali molekularna gastronomija mora da se uvede u institucije da bi bila svetski prihvaćena i rasprostranjena. Kada bi došlo do toga, ova oblast bi postala i izuzetno isplativa – smatra naša sagovornica.

Prema njenim rečima, kada osoblje bude obučeno u skladu sa svetskim trendovima, otići ćete “u restoran u kome sve izgleda kao ‘million dolara’ i nećete morati da platite 300 ili 100 dolara za preukusno jelo, već ćete moći da ga dobijete po regularnoj ceni jer ćete kupiti obrok koji ispunjava sve standarde jednog modernističkog jela”.

– To ne može da se posluži tako što će se samo nacrtati tri tačkice od balzamika ili servirati sfere od limuna. Jednostavno, to nije poenta ove nauke – ističe ona.

Hrana u piluli

Kako navodi naša sagovornica, osnivač oblasti molekularne gastronomije Erve Dis razvija kulinarski koncept koji se naziva komponentno kulinarstvo (Note by Note cuisine). U pitanju je kulinarska disciplina na kojoj Dis radi od 1994. godine, a koja podrazumeva korišćenje čistih jedinjenja

za pripremu jela umesto životinjskih i biljnih tkiva.

– U pitanju je takozvano komponentno kulinarstvo i to je neka budućnost ka kojoj se ide. On (Dis) smatra da bi ovaj vid kulinarsva mogao da iskoreni svetsku glad. Koncept je veoma zanimljiv i podrazumeva da uzimamo određene supstance čije nutritivne vrednosti će zameniti namirnice u obliku u kom ih poznajemo. Uzimajući u obzir rast svetske populacije i manjak hrane, vidim da bi budućnost hrane mogla da bude upravo kombinovanje komponentnog kulinarsva i molekularne gastronomije, te da bismo se mogli hraniti iz pilule. Međutim, to nije moj lični stav, čak smatram da bi bilo loše jer to nije način na koji su se hranili naši preci. To je, naravno, stvar lične preferencije – smatra Marijana Pedović Moors.

Kako kaže, veštačka inteligencija za molekularnu gastronomiju predstavlja “modernizaciju, standardizaciju, i veću efikasnost”, ali se osvrće i na mogućnost da mašine u potpunosti zamene kuvare.

– Ja lično smatram da je bitan ljudski dodir, ljubav, strast koja se unosi u pripremu jela, i da to mašine ne mogu da zamene. Međutim, da pomognu, da ubrzaju da modernizuju i da smanje ljudski napor – da. Treba raditi pametno, a ne naporno. Tome će veštačka inteligencija definitivno doprijeti, posebno kada je u pitanju rešavanje nutritivnih jednačina, jer mi dan-danas nemamo odgovore na pitanja koja je ishrana najbolja i šta je najzdravije za čoveka. Jednostavno, dolazimo sa različitih podneblja, razlikujemo se po etničkim pripadnostima, predispozicijama i ne postoji jedan odgovor za sve. Odnosno, hrana kao takva zavisi od mnogo faktora i, u tom pogledu, nema univerzalnog recepta za savršenstvo. Verujem da će u tom pogledu razvoj veštačke inteligencije doneti nešto pozitivno, a u kom smeru će se razvijati čovečanstvo što se tiče hrane – to je pitanje kojim ćemo se u budućnosti baviti – zaključuje Marijana Pedović Moors.

 **MARIJA KRSMANOVIĆ**



ŠUME FRUŠKE GORE

Cara Lazara 5 21300 Beočin 064/8645260, 060/7339939, 021/870440 sumegore@mts.rs radioje.kaurin@gmail.com



Prvomajska BB 31205 Sevojno
031/532-203 031/532-155
valjaonicabezbednost@vbs.co.rs
www.valjaonicabezbednost.rs

SECURITY
FIZIČKO I TEHNIČKO
OBEZBEĐENJE
PROCENA RIZIKA
U ZAŠTITI LICA
IMOVINE I POSLOVANJA
CENTAR ZA OBUKU
SLUŽBENIKA
OBEZBEĐENJA





Otkup i prodaja uljarica i žitarica



LAZIĆ-POLJO KOMERC

Šimanovačka 92 , 2308 Golubinci

063/ 88 06 707, 022/ 38 14 69, lazicpk@gmail.com





FOTO: PIXABAY

BERLIN ĆE PLATITI OGROMNU CENU ZBOG KLIMATSKIH PROMENA

Klimatske promene će do sredine ovog veka Nemačku da koštaju i do 900 milijardi evra, pokazala je studija koju su predstavili ministarstvo ekologije i ministarstvo privrede i klime u Berlinu. Stručne ustanove su izložile različite scenarije za period od 2022. do 2050. godine, u zavisnosti od globalnog zagrevanja. Po najoptimističnijem scenariju nastaću troškovi od 280 milijardi evra. Ukazuje se da rezultate ne treba shvatiti kao prognozu. Oni pokazuju šta pod određenim pretpostavkama može da se dogodi, piše DPA. Prema predstavljanim modelima, prosečni godišnji troškovi usled ekstremnih pojava kao što su suše ili poplave od 2030. do

2050. godišnje će da rastu jedan i po, do pet puta. Konkretno, 2050. godine to će značiti gubitak bruto domaćeg proizvoda od 0,6 do 1,8 odsto. Privreda će nazadovati i u najpovoljnijem scenariju, ako se ne preduzmu mere za prilagođavanje globalnom otopljanju. Više zelenila u gradovima i druge mere mogu da smanje čisto ekonomske troškove, izražene kao gubitak BDP-a, između 60 i 100 odsto.

Autori studije su upozorili i da su predstavljene vrednosti donje granice, pošto je nemoguće kvantitativno izraziti i modelima predstaviti sve posledice klimatskih promena. Uz te promene idu, na primer, i opadanje kvaliteta života i biodiverziteta, kao i smrtni slučajevi. U zaključku studije se kaže da bi troškovi klimatskih promena mogli da budu i znatno veći.

KOMPANIJE HUAWEI I ZTE USKORO ZABRANJENE U NEMAČKOJ?

Nemačka planira da zabrani telekom operaterima u zemlji da koriste određene komponente kineskih kompanija Huawei i ZTE u 5G mrežama, u cilju rešavanja bezbednosnih problema.

Prema neimenovanim izvorima vlade u Berlinu, na koje se poziva Zeit, a prenosi Reuters, zabrana bi mogla da uključi komponente koje su već ugrađene u mreže u Nemačkoj, što bi zahtevalo od operatera da ih uklone i zamene. Nemačka vlada, koja se nalazi u fazi preispitivanja odnosa sa najvećim trgovinskim partnerom, Kinom, još nije komentarisala navode.

Prema ocenama analitičara, ovo je znak da nemačka vlada ozbiljno shvata kineske rizike po nacionalnu bezbednost. Međutim, nemačka 5G mreža je duboko zavisna od kineskih dobavljača, pa će verovatno biti potrebne godine da bi se ovo pitanje rešilo.

Kritičari kompanija Huawei i ZTE tvrde da njihove bliske veze sa kineskim službama bezbednosti znače da bi njihovo ugrađivanje u sveprisutne mobilne mreže moglo da omogući kineskim špijunima i saboterima da pristupe mobilnoj infrastrukturi u Nemačkoj. Huawei i ZTE, kao i vlada u Pekingu izričito negiraju optužbe i navode da su mere zabrane protekcionističke.

Dok nekoliko evropskih zemalja još formuliše politiku telekomunikacija, Velika Britanija i Švedska zabranile su kompanijama Huawei i ZTE da isporučuju ključnu 5G mrežnu opremu. Britanski operateri imaju rok do 2027. godine da uklone zabranjene komponente. Nemačka je 2021. godine usvojila novi zakon o IT bezbednosti, ali nije zabranila Huawei i ZTE.

Prema tehničkim izveštajima, Nemačka je postala još više zavisna od kompanije Huawei pri postavljanju opreme za 5G mrežu, nego što je to bio slučaj za 4G mrežom. Nemačka vlada prošlog meseca nije odgovorila na parlamentarni zahtev o tome koliko operateri koriste opremu Huawei u svojim 5G mrežama.

PORSCHE I FERRARI NE ŽELE ELEKTRIČNE MOTORE

Ikone automobilske industrije Ferrari i Porsche zatražili su izuzeće iz odluke Evropske unije o zabrani prodaje vozila sa motorima sa unutrašnjim sagorevanjem do 2035. godine. Očekuje se da će Savet EU zvanično potvrditi pomenutu odluku tokom tekućeg meseca. Status koji uživaju Porsche i Ferrari u svojim zemljama pokrenuo je vlade u Nemačkoj i Italiji da dovedu u pitanje plan EU o zabrani prodaje vozila nekoliko dana pre planiranog glasanja, prenosi eKapija, pozivajući se na Bloomberg.

Taj potez uznemirio je Brisel i ponovo otvorio pitanja oko navodno klimatski neutralnih e-goriva, koja su se pokazala preskupom alternativom za veliki broj proizvođača. Nemačka, u kojoj i dalje postoje delovi auto-puta bez ograničenja brzine, protivi se zakonu pokazujući nespornost da se oprost od svojih simbola, poput modela Porsche 911.

Dok većina proizvođača automobila ulaže desetine milijardi u proizvodnju električnih vozila, Porsche je investirao u fabriku e-goriva u Čileu, delom zato što proizvođač ne planira da pravi svoj sportski automobil 911 na struju. Istovremeno, proizvođači koji ulažu milijarde u proizvodnju električnih automobila, ne žele da se preusmere na skupu potencijalnu alternativu.

Upravljanje vozilima sa motorima sa unutrašnjim sagorevanjem na klimatski neutralan način bi takođe moglo pomoći da se ubrza

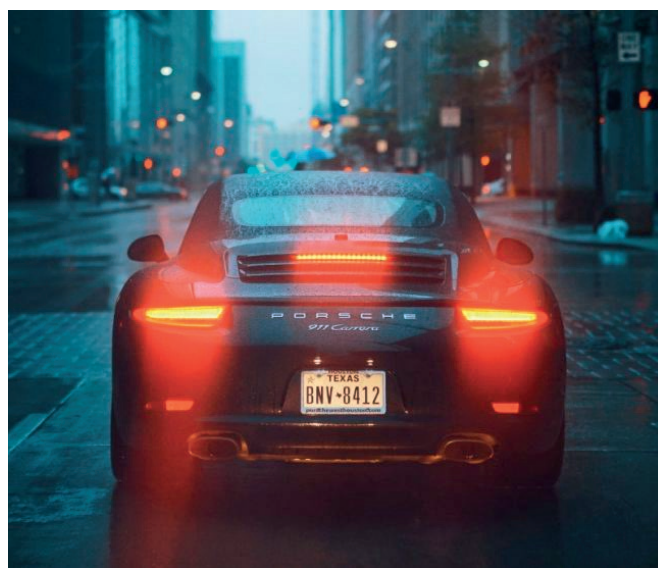


FOTO: UNSPLASH

dekarbonizacija transportnog sektora, naveo je Porsche. Ferrari je saopštio da traži alternativna goriva kako bi nastavio da proizvodi automobile sa motorima sa unutrašnjim sagorevanjem.



ALU STOLARIJA
STAKLENE FASADE



Bore Stankovića BB, Beograd

+ 381 64 8527 940

+ 381 11 411 77 99

office@exingelement.rs

www.exingelement.com



**Š LEASING | 20 GODINA
U SRBIJI**

Trajemo zajedno!